

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta filozofická

Bakalářská práce

Agenda setting a prezidentská
kampaně v USA 2012

Zuzana Stašková

Plzeň 2013

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Studijní program Mezinárodní teritoriální studia

Studijní obor Mezinárodní vztahy – britská a americká studia

Bakalářská práce

Agenda setting a prezidentská
kampaně v USA 2012

Zuzana Stašková

Vedoucí práce:

Mgr. Petr Bouška

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Fakulta filozofická Západočeské univerzity

Plzeň 2013

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

Plzeň, duben 2013

Děkuji Mgr. Petrovi Bouškovi za podmětné rady a trpělivost. Své rodině, příteli a přátelům za podporu, kterou mi věnovali při psaní bakalářské práce.

Obsah

Úvod	7
1 Teoretická část	9
1.1. Teorie agendy setting	9
1.1.1. Fáze agendy setting.	10
1.1.1.1. Čtvrtá fáze agendy setting.	12
1.2. Mediální a politická agenda	13
1.2.1. Vztah mediální a politické agendy	14
1.2.2. Mediální a politická agenda ve volebním procesu	15
1.2.3. Mediální agenda a prezident USA.	16
2 Metodika výzkumu	18
2.1. Výzkumný proces	18
2.1.1. Formulace výzkumného tématu a otázek	19
2.1.2. Definice základního souboru jednotek	19
2.1.3. Zvolení kódovaných jednotek a definice znaků	21
2.1.4. Korelační analýza.	21
3 Výsledky a diskuze	25
3.1. Vzájemný vztah agend Baracka Obamy a sledovaných deníků	26
3.1.1. Vztah agend Baracka Obamy a USA Today	26
3.1.2. Vztah agend Baracka Obamy a The New York Times	27
3.1.3. Vztah agend Baracka Obamy a The Wall Street Journal	28
3.1.4. Celkový vztah agend Baracka Obamy a sledovaných deníků.	28
3.2. Vzájemný vztah agend Mitta Romneyho a sledovaných deníků.	29
3.2.1. Vztah agend Mitta Romneyho a USA Today.	29
3.2.2. Vztah agend Mitta Romneyho a The New York Times	30
3.2.3. Vztah agend Mitta Romneyho a The Wall Street Journal.	31
3.2.4. Celkový vztah agend Mitta Romneyho a sledovaných deníků	32
3.3. Vzájemný vztah agend sledovaných deníků	32
3.3.1. Vztah agend USA Today a The New York Times	33
3.3.2. Vztah agend The New York Times a The Wall Street Journal	34
3.3.3. Vztah agend The Wall Street Journal a USA Today	35
3.4. Vzájemný vztah agend Baracka Obamy a Mitta Romneyho	36

Závěr	39
Seznam použité literatury a pramenů	43
Knižní publikace	43
Odborné články	44
Internetové zdroje	45
Seznam použitých pramenů pro výzkum	46
Agenda Baracka Obamy	46
Agenda Mitta Romneyho	49
Agenda USA Today	51
Agenda The New York Times	63
Agenda The Wall Street Journal	74
Resumé	82
Přílohy	83
Tabulky četností výskytů sdělení a jejich statistické vyhodnocení	83

Úvod

Prostředky masové komunikace, jako jsou noviny, televize, rádio či internet jsou neopomenutelnou a nenahraditelnou součástí moderní doby. Téměř všechny informace, se kterými každý den operujeme, pocházejí z těchto masových médií. V průběhu staletí se tak média stala významným nositelem aktuálních témat a veřejnost se naučila přijímat tyto informace jako součást denní reality. S nástupem moderních technologií došlo k urychlení komunikace. Závislost veřejné agendy, politické agendy a mediální agendy na sobě samých se začala zvyšovat. Dnes je tedy výzkum vzájemného vlivu mediální agendy, veřejné a politické agendy aktuálnější než kdy dříve.

V demokratickém světě, ve kterém jsou političtí zástupci voleni přímým hlasem veřejnosti, zastávají média roli tlumočnicka mezi kandidátem a voličem. Při své zprostředkovatelské roli mohou ovlivnit, o jakých tématech podají reference a jaká témata zamlčí. Teorie agendy setting se zaměřuje na otázku, jaká je role medií i samotných kandidátů při utváření politiky. Tato teorie se zabývá tvrzením, že témata, která jsou jako důležitá vykreslena v médiích, se stávají důležitými i v politické debatě. Teorie vychází z mínění, že média sice neříkají, co si mají čtenáři myslet, ale určují, o čem mají čtenáři přemýšlet a touto schopností nastolit agendu. Teoretici agendy setting se snaží určit, zda agenda důležitá pro média je totožně posuzována v politické agendě (McCombs 2009: 27).

Tato práce je zaměřena na výzkum mediální a politické agendy v období od 1. září do 7. listopadu roku 2012, tedy v období kampaně kandidátů na prezidentský post ve Spojených Státech Amerických v roce 2012. Základní výzkumnou otázkou je, zda obsah politické a mediální agendy byl v tomto období vzájemně závislý. Pokud by tomu tak bylo, míru korelace témat mezi těmito dvěma agendami by měl vyjadřovat kladný korelační koeficient. Doplňující výzkumné otázky se zabývají vzájemnou korelací mezi agendami prezidentských kandidátů, vzájemnou korelací mezi agendami jednotlivých médií a na jaká témata byl v těchto agendách kladen důraz.

První část práce je zaměřena na teoretickou formulaci agendy setting a na pojmy s ní spojené. V této části je představen samotný koncept agendy setting. Jsou zde vysvětleny pojmy jako mediální a politická agenda. Pro lepší orientaci v problematice teorie agendy setting jsou zde představeny její čtyři výzkumné fáze. Protože je pro tuto práci zásadní čtvrtá výzkumná fáze teorie, bude v teoretické části představena podrobněji. Na téma

agendy setting bylo vypracováno již mnoho studií, přičemž ty které ovlivnili metodologickou základnu této práce, zde budou představeny.

Metodologická východiska a proces analýzy jsou náplní druhé části práce. Jako hlavní metodologický nástroj byla použita obsahová analýza, která pracuje s kvantitativními daty, a její výsledky jsou vyhodnoceny prostřednictvím korelační analýzy.

Po bližším seznámení s problematikou byla následně politická a mediální agenda komparována a analyzována. Jako zástupce mediální agendy byly vybrány internetové obsahy deníků USA Today, The New York Times a The Wall Street Journal. Při sběru dat k analýze, byla pro analýzu zajímavá všechna témata zabývající se prezidentskou kampaní. Politická agenda byla zkoumána na základě předvolebních reklamních spotů, projevů a prezentace kandidátů Baracka Obamy a Mitta Romneyho v třech prezidentských debatách. Analyzována byla sledovaná proměna tematické agendy.

V další části práce jsou prezentovány výsledky kvantitativní obsahové analýzy včetně diskuze. V závěrečné části práce je zhodnocen vlastní průběh výzkumu, jeho aspekty a odpovědi na předem stanovené výzkumné otázky.

Kapitola 1

Teoretická část

1.1. Teorie agendy setting

Teorie agendy setting se zabývá tvrzením, že témata, která jsou, jako důležitá vykreslena v médiích, se stávají důležitými ve veřejné debatě. Bernard Cohen výstižně popsal podstatu agendy setting následujícími slovy:

„Média sice nedokážou lidem říci, co si myslet, ale neuvěřitelně úspěšně čtenářům dokáží sdělit, na co mají myslet.“ (Baran, Davis 2012: 294)

Obdobně formuloval hlavní myšlenku agendy setting Adler Rodman. Tvrdí, že množství pozornosti, které je věnováno problému v médiích ovlivňuje úroveň důležitosti, kterou mu přisuzuje veřejnost (Adler. Rodman 2010: 44).

Proces agendy setting se dá aplikovat na různá odvětví i témata, jedná se přitom o proces dlouhodobý, a proto se zkoumá hlavně mediální a veřejná agenda, jelikož v tomto případě se jedná o proces dynamičtější a krátkodobější (McCombs 2009: 157).

Agenda setting má dva druhy efektů. Prvním z nich je jasná teorie hypotézy, v níž je základní myšlenkou, že média neovlivňují názory lidí přímo, ale že média přicházejí s otázkami, nad kterými lidé uvažují. První efekt se vztahuje k analýze problematiky upoutání pozornosti. Druhý efekt je vedlejším účinkem a zaměřuje se na to, jak jsou agendy popsány a vnímány. Teorie agendy setting poskytuje alternativní vysvětlení, které neminimalizuje působení médií na společnost (Mucundorfeanu, Vana 2012: 189-192).

Celkový koncept působení a vnímání dostupných informací na jedince byl zkoumán dávno před agendou setting. Realita každého jedince je jiná, protože je omezena sociálním prostředím, kterého obklopuje a omezuje. Realita zahrnuje všechny druhy podmětů, se kterými se dennodenně setkáváme. (Urban - Dubský - Murdza 2011: 167). První, kdo přišel s úvahou o vlivu informací na vnímání reality, byl Platón, který popsal podobenství o jeskyni.¹ Walter Lippman v knize Public Opinion popisuje působení médií na jednotlivce. V úvodní části knihy, uvádí příběh několika Francouzů, Němců a Angličanů, kteří žijí na ostrově v oceánu. Píše se rok 1914, nikdo z nich nemá tušení, že na kontinentě vypukla válka a že se z nich stali nepřátelé. Ve chvíli, kdy se k nim tato zpráva donese, změní své chování a začnou proti sobě zbrojit (Lippman 1922: 9 - 10).

V souvislosti s volebním procesem, byla role agendy setting definována rovněž tak, že přiřazuje významnou roli otázkám, které ovlivnily rozhodnutí o hlasování, a tudíž poskytuje užitečný rámec pro analýzu voleb (Abbe, Goodliffe, Herrson, Patterson 2003: 420 - 421).

Hovoříme-li konkrétně o prezidentských volbách, obsah mediálních sdělení může mít význam otázek. Otázky, které se stanou součástí těchto mediálních sdělení, se často snaží ovlivnit kandidáti pomocí své kampaně. V průběhu kampaně kandidáti záměrně zdůrazňují ty problémy a jejich řešení, které jsou jim bližší. Toto úsilí ovlivňuje sdělení, podle kterých jsou kandidáti posuzováni (Abbe, Goodliffe, Herrson, Patterson 2003: 420 - 421).

Zkoumání agendy setting probíhalo ve čtyřech fázích. Je důležité zdůraznit, že ačkoliv se tyto fáze objevovaly chronologicky, žádná z nich ještě není ukončena (McCombs 2009: 171).

1.1.1. Fáze agendy setting

První fáze agendy setting se zaměřuje na přenos významnosti objektu, tedy zda je tematická agenda médií vázána na tematickou agendu veřejnosti. Druhá fáze se je zaměřena na podmínky, které zmenšují nebo zvětšují účinky nastolování agendy. Třetí fáze agendy setting se zaměřovala na porozumění vztahu mezi mediální a veřejnou agendou. Poslední čtvrtá fáze zkoumá původ mediální agendy (McCombs 2009: 171).

¹ Platón ve svém podobenství o jeskyni popisuje skupinu vězňů, kteří jsou spoutáni řetězy a jediné co vidí je stěna před nimi. Okolní realitu tak vnímají pouze prostřednictvím stínů, které vykreslilo světlo od ohně.

Nastolování agendy první fáze se zabývá významností témat nastolených mediální agendou ve veřejné agendě. Teoretici agendy setting se původně snažili určit, zda problémy důležité pro veřejnost jsou také důležité pro média. Počáteční studie agendy setting byla vytvořena Donaldem Shawem a Maxwelllem McCobsem v Chapel Hill v Severní Karolíně. Studie z roku 1968 zkoumala nástroji obsahové analýzy vliv médií na veřejnost. Pomocí průzkumů mínění nerozhodnutých voličů a lokálních médií bylo zjištěno, že témata, která považovali voliči za klíčová, byla totožná s hlavními tématy mediální agendy (Hanson, 2008: 92). Ve studii z Chapel Hill se konkrétně voliči zaměřovali na témata jako zahraniční politika, právo, ekonomika nebo sociální péče. Důležitost, kterou voliči tématu přiřadily, byla určena dle důležitosti, kterou jednotlivým tématům přiřazovali média.

Agenda druhé fáze zkoumá nastolování agendy atributů. Zkoumá tedy, které z atributů nastolené mediální agendy jsou důležité pro veřejnost. Atribut je bližší charakteristika či vlastnost objektu, přičemž atributy se rozumí zpravidla širší škála vlastností. Druhá fáze byla zaměřena na vliv médií a zabývala se nahodilými předpoklady, které byly závislé na mnoha faktorech a tedy těžce předvídatelné. Tyto předpoklady zesilovaly vlivy na veřejnou agendu.

Ve druhé fázi agendy setting se objevují rovněž tzv. rámce, resp. proces tzv. rámcování. Rámce blíže popisují zkoumané objekty. Jsou to tedy jejich atributy, ale pouze v případě, když nejsou rámce vymezeny jako všudypřítomný popis a charakterizace objektu (McCombs 2009: 134). Rámcování je proces, při kterém se zvyšuje významnost vybraných aspektů, tím způsobem, že se preferuje určitá interpretace problému. Konkrétní atributy problému se tedy vyberou a zdůrazní (McCombs 2009: 133).

Třetí fáze agendy setting se zabývá tzv. nastavením efektu. Tato teorie pracuje s tezí Walterra Lippmana, která byla zveřejněna v knize *Obrazy v našich hlavách*. Doslova odpověděla na otázku plynoucí z názvu knihy. Třetí fáze pracuje s dvěma tvrzeními. Za prvé, že média v případě kandidátské kampaně popisují kandidáta tak, že spojují různé objekty a vlastnosti kandidáta a na základě reference médií a svých osobních zkušeností si divák vytvoří jeho mediální obraz. Tato úroveň pracuje s psychologickými poznatky. Zabývá se problematikou spojování agend mezi sebou a domnívá se, že média jsou schopna jednotlivé agendy spojit a tím budovat centrální síť agend. Nastavení třetí fáze agendy setting naznačuje, že sdělení médií, sociální realita jedince a jiné faktory slouží k připojení nových informací na staré informace a tím vyvářejí společenskou paměťovou síť. V této fázi jsou média schopna navazovat novými sítěmi na tu stávající a upevňovat jejich vztahy (Guo, Tien Vu, McCombs 2012: 51-56).

Původem mediální agendy se zabývá čtvrtá fáze. Tato fáze se snaží najít odpověď na otázku, kdo nastoluje agendu médií. Vzhledem k tomu, že se tato fáze týká většiny výzkumných otázek položených v této práci, bude podrobněji představena.

1.1.1.1. Čtvrtá fáze agendy setting

V předešlých fázích výzkumu agendy setting zastávala mediální agenda při formování veřejného mínění pozici příčinného činitele. Ve čtvrté fázi výzkumu je mediální agenda postavena do role výsledku, jenž je třeba vysvětlit. S přibývajícím důkazy o účinku nastolování agendy, se vědci začali zabývat otázkou, kdo nastoluje agendu médií. V roce 1999 položil novinář New York Times Felicity Barringer při rozhovoru s Georgem W. Bushem závažnou otázkou, kdo nastoluje agendu, zda média či politici (Barringer 1999).² Při rozšířeném pohledu na nastolování agendy jsou zahrnuty i další agendy. Mezi tyto agendy patří agendy organizací, zájmových skupin, public relations a politických kampaní (jako v případě této práce) (McCombs 2009: 148).

Pro lepší pochopení vztahů mezi agendami bývá použita McCombsova metafora loupaní cibule. Každá vrstva zobrazuje vnější vliv na utváření mediální agendy. Vnější vrstva je představena jako řada zdrojů, které používají novináři pro vytvoření zprávy (McCombs 1996: 105). Jako takový zdroj můžeme chápat zprávu tiskové agentury, projev politického představitele, jako například prezidenta Spojených států, či obsah volební kampaně nebo jiné sdělení z oblasti public relations (McCombs 2009: 148).

Další vrstva představuje intermediální proces, ve kterém si samy mezi sebou sdělovací prostředky šíří zpravodajská témata (McCombs 1996: 105). Tímto děním dochází k ustálení a selekci mediální agendy. Jádrem cibule tvoří samotná mediální agenda a zpravodajské normy, jejichž praktiky, hodnoty, tradice a pravidla jsou všeobecně uznávané všemi žurnalisty a tvoří konečnou fázi utváření mediální agendy (McCombs 1996: 105). Tato poslední vrstva cibule se ve Spojených státech projevuje například při volební kampani. Volební zpravodajství ve spojených státech není bráno automaticky za významné, zápasí totiž o přízeň s ostatními agendami (McCombs 2009: 155).

Seznam témat, které prezident Spojených států při každoroční správě Unie představuje, je vhodná příležitost ke zkoumání nastolování agendy tímto politickým představi-

² Dostupné na: <http://www.nytimes.com/1999/08/22/us/media-watch-when-an-old-drug-question-becomes-new-news.html?pagewanted=all&src=pm>, 11. 3. 2013

telem. Hlavním faktorem, který rozhoduje, zda nastolení agendy bude úspěšné nebo neúspěšné (zjištění malého vlivu na mediální agendu) je povaha prezidentů. Tento faktor zapříčiňuje časově proměnnou míru nastolování agendy mezi prezidentem a médii (McCombs 2009: 151).

Analýza Thomase Johnsona a Waynea Wanta, která byla zaměřena na toto téma, se zabývala prvními sedmi zprávami o stavu Unie Franklina Roosevelta. Zkoumání byla v průběhu času podrobena závislost mediální agendy na prezidentských projevech o stavu Unie. Studie přichází se závěry, že ačkoliv byl na začátku prvního funkčního období vliv Franklina Roosevelta velmi slabý, pozitivně se proměňoval v čase a vedl až k velmi silnému ovlivnění médií skrze prezidentovy projevy (Johnson, Want 1995: 157 - 172).

1.2. Mediální a politická agenda

Agenda je soubor záležitostí (jednotlivá událost, který je omezena prostorem a časem, například válka ve Vietnamu, aféra Watergate) a událostí (souhrn událostí, které jsou tematicky podobné a jsou zařazeny do široké kategorie, například zemětřesení nebo další živelné katastrofy), které se vyskytují, nebo jsou viděny v určitém úseku času a seřazeny hierarchicky podle významnosti (Dearing, Rogers 1996: 84 - 85).

Mediální agenda, jak říkají Rodgers a Dearing je souborem událostí a záležitostí, které jsou s postupem času seřazeny dle důležitosti. Podle Shawna jsou to události, které jsou přímo viděny a omezené prostorem a časem. Na rozdíl od záležitostí, které se skládají z kumulativní zpravodajské série událostí, které jsou seskládány pod nějakou větší kategorií. Mnoho novinových příběhů kombinuje oba tyto typy informací. Událost jako zpráva slouží jako kolík a ospravedlňuje zkoumání většího problému nebo více událostí, které mohou být nakombinovány jako důkaz většího problému (Reese, Shoemaker 1996: 312 - 315). Thomas Meyer v tomto spojení hovoří o myšlence, že média mění tradiční demokracii na demokracii ve sdělovacích prostředcích. Politické elity se rozhodují podle předložených vzorců, které jsou nastoleny mediální agendou. Média tedy využívají politiků, kteří ve vlastním zájmu přistoupí na tuto hru (Meyer 2002: 1 - 4). Kupříkladu ve Spojených státech se za důležitou událost často nepovažují takové události, které se neobjeví ve zprávě na přední straně The New York Times (Hanson 2008: 187).

Politická agenda je sada otázek, které jsou předmětem rozhodování a diskuze v rámci politického systému. Cobb a Elder definují rozdíl mezi systémovou analýzou, která je

definována jako skupina otázek, které byly předmětem diskuze ve společnosti (Baumgartner 2001).³ Vztah veřejného mínění k rozhodování a činnosti politických elit je přímým předpokladem demokratické společnosti. John Locke rozšířil teorii Davida Huma, která byla založena na tvrzení, že vládní představitelé jsou závislí a zodpovědní za myšlenky, které jsou šířeny. Locke říká, že v demokratické společnosti je vláda u moci právě díky těmto rozšířeným myšlenkám (Dearing, Rogers 1996: 83-84).

1.2.1. Vztah mediální a politické agendy

Veřejná agenda, která je nastolena nebo reflektována mediální agendou, ovlivňuje politickou agendu rozhodujících elitních orgánů a v některých případech politické rozhodování (Rogers, Dearing 94). Mediální agenda působí jako by měla přímý, občas silný vliv na politickou agendu. V některých případech tomu může být naopak, tedy že politická agenda má silný vliv na mediální agendu (Dearing, Rogers 1996: 94).

Z většiny výzkumů, které se zabývají otázkou nastolení agendy, vyplývá, že hlavním hybatelem agendy setting jsou média. Existují ovšem důkazy, že v prvotních fázích politických voleb mají převahu v nastolování agendy setting političtí kandidáti (McCombs 2009: 156).

John Loyd, reportér Financial Times ve své knize přichází s tezí, že média značně poškozují politický proces. Říká, že k tomu došlo zejména proto, že v dnešní době voliči tráví daleko víc času u televizních obrazovek a internetu. Voliči jsou vystaveni ohromnému mediálnímu náporu, přičemž tvrdí, že v dnešní době nemá politika vysoký etický kodex a morálku. Podle něj se skládá jenom z dobře sestavených strategií pro udržení moci (Smith 2004).⁴

Karel Hvižd'ala ve své knize Jak myslet média hovoří o pojmu mediokracie, tedy o procesu ve kterém dochází ve velké míře k medializování politiky. Role kultivátora politické atmosféry v zemi, byla původní rolí médií. V polovině 20. století se k původní roli médií přidala ještě kontrolní role. Tato role jim přinesla označení čtvrtý pilíř demokracie. Média tedy v nové době zastávají roli kontrolora tří zbylých pilířů demokracie, moci ústavní, exekutivní a soudní. Jako příklad uvádí aféry Spiegel, měla za následek odstoupení Konrada Adenauera, z roku 1962 a aféru Watergate, která byla odhalena

³ Dostupné na: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B0080430767010925>. 13. 4. 2013

⁴ Dostupné na : <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/reviews/what-the-media-are-doing-to-our-politics-by-john-lloyd-6165014.html>, 13. 4. 2013

v roce 1972 (Hvíždala 2005: 116, 181-183). Deník The Post přispěl, díky důkladné rešerši redaktorů, k odhalení aféry Watergate, a tak pomohl k sesazení Richarda Nixona z postu amerického prezidenta. Odhalení aféry Watergate šokovalo společnost a transformovalo regionální deník The Post na deník The Washington Post s celonárodní reputací (Hanson 2008: 187).

Reese tvrdí, že média a politici budou a vždy byli úzce spojeni. Média mají k moci vybudované dva typy vztahů. První by se dal označit jako donucovací, druhý funguje na základě vzájemné dohody. Média mohou odhalit zkorumpované politiky a politici mohou mít dostatečně sílu zničit a uzemnit tato média. Častěji ale politici používají média ve vlastní prospěch. Vztah médií ke společnosti může být nazván jako symbolický (Reese, Shoemaker 1996: 312 - 315).

1.2.2. Mediální a politická agenda ve volebním procesu

Tradičním cílem každé politické kampaně je zajistit úspěšné vítězství kandidáta. V posledních letech se v souvislosti s naplněním tohoto cíle stává stále důležitějším zaujmout mediální agendu. Agenda setting je důležitou součástí každého předvolebního boje, protože ovládnutím mediální agendy kandidáti působí na voliče a to jim může zajistit vítězství (McCombs 2009: 154).

Volby jsou podle McCombse založeny na třech prvcích. Prvním prvkem jsou kandidáti a politické strany, za druhý je označen tisk a za třetí veřejnost (McCombs 2009: 161). Studie amerických voleb prezentují média jako samostatného aktéra. V současné době se předpokládá jedinečnost sdělovacích prostředků. Ve studii zabývající se prezidentskými volbami v roce 1972, poukazují Crouse a Thompson na identickou mentalitu zpravodajských médií a tvorbu koncensu skrze nejvýznamnější reportéry. Poukazují na to, že hybnou silou volebního zpravodajství je celostátní pokrytí medií a dobré výsledky v průzkumech veřejného mínění. To způsobuje vyšší četnost zpráv zabývajících se tematikou volebních kampaní, která v tomto ohledu vede až k masovému šílenství (Shaw, Sparrow 1999: 323 - 327).

Co se kandidáti snaží zatajit a na co dávají důraz ve své kampani má výtazný vliv na voliče. Existuje plno faktorů, které ovlivňují prezidentskou kampaň. V roce 2000 byl proveden výzkum na ověření vlivu kandidátů pomocí kandidátského tisku a zprávami z Network News a byla zjištěna pozitivní korelace mezi kandidátkou a mediální agendou.

Zvláště silná potom byla u republikánského kandidáta, nicméně konečné výsledky naznačovaly, že vztah mezi kandidátem a médií není jednostranný ale vzájemný (Tedesco 2013).⁵

V roce 2005 byla provedena studie zabývající volbami ve Virginii. Tato studie zjistila, že korelace mezi kandidáty a médií byla pozitivní, ale ne tak silná aby se dalo tvrdit, že je mezi nimi přímá závislost. Kandidátská agenda se zaměřovala na témata volebního programu a mediální agenda referovala jen o nejnútnejším dění. Tato studie také ukázala, že kandidátská agenda silněji korelovala s celostátními deníky a ne s místními zprávami, což je neobvyklé (Dumm 2009: 635, 641 - 2).⁶

Z politických kampaní v USA se staly závody za mnoho milionů dolarů. Kandidáti vynakládají velké finanční částky na zajištění televizní a rozhlasové prezentace. Kandidáti využívají ve prospěch různých politických činitelů, veřejně známých osob, informují americký lid o svém životě a soukromý. Prezidentští kandidáti používají různé způsoby jak komunikovat voliči, jichž se pokoušejí oslovit co největší množství. V dnešní době se jedná nejen o tradiční prezidentské debaty či volební sjezdy, ale také o prezentaci na sociálních sítích, v televizi. Značnou míru prezentace samozřejmě zahrnuje tisk (Eastern Illinois university 2008).⁷

1.2.3. Mediální agenda a prezident USA

Prezident Spojených Států je podle 41% občanů Spojených států nevlivnější osobou na planetě Zemi.⁸ Jeho osoba tak představuje velké množství obsahu mediální agendy. Obyvatelé Spojených států zajímá nejen jeho profesní dráha, ale také jeho osobní život. Této centrální moci může prezident zneužít ve smyslu ovlivňování zpravodajství jako nástroje k získání větší popularity a podpory ze strany veřejnosti. Tento vliv poté může ovlivnit podporu Kongresu při rozhodovacím procesu (McCombs 2009: 150).

Po dlouhou dobu byla prezidentská role viděna jako hlavní nástroj k vytváření agendy ve Spojených státech. Pozice prezidenta byla v americkém kontextu vnímána jako pozice, která je silná a neovlivnitelná. S postupem času a s přibývajícím výzkumy zaměřenými na nastolování agendy se tento diskurz začal proměňovat.

⁵Dostupné na: <http://abs.sagepub.com/content/44/12/2048.abstract>, 13. 4. 2013

⁶ Dostupné na: <http://www.scribd.com/doc/132880839/2009-Dunn-Candidate-and-Media-Agenda-Setting>

⁷ Dostupné na : <http://eiu.edu/eiutps/campaigns.php>, 13. 4. 2013

⁸ Dostupné na : http://www.rasmussenreports.com/public_content/politics/obama_administration/january_2013/41_think_u_s_president_most_powerful_person_in_the_world_44_disagree 13. 4. 2013

Média si v průběhu času začínala uvědomovat svoji významnou roli. Zároveň si američtí prezidenti začali uvědomovat významnou roli tisku v nastolování agendy. John Fitzgerald Kennedy se ze své pozice nechal slyšet, že nelze dělat svou práci bez velmi aktivního tisku. Kennedy byl znám svou posedlostí ohledně mediálních sdělení, nechal si vypracovávat monitoringy, přátelil se s redaktory The New York Times a dokonce jim osobně volal, pokud se mu nějaký článek líbil, či naopak. George W. Bush četl noviny každé ráno v posteli (Edward III., Woods 1999: 327 - 328). Jimmy Carter, který je všeobecně považován za jednoho z nejméně populárních amerických prezidentů, pravděpodobně také proto, že nebyl s médii v přátelském vztahu. Carterovy vyjadřovací schopnosti nebyly na vysoké úrovni, podřizoval se Kongresu a jeho mediální tvář byla tedy mizerná (Rozzel 1990: 420-421). Jiný americký prezident Richard Milhous Nixon si nechával vypracovat analýzy všech zpráv a mediálních sdělení a jejich možných dopadů. Tyto analýzy mu posléze pomáhaly při rozhodování (Edward III., Woods 1999: 327 - 328).

Vztah Bílého domu a sdělovacích prostředků je založený na trvalých faktorech, které mají vliv na obě strany bez ohledu na to, kdo je prezident a kdo je reportér. Vztah, který se vyvinul, je založen na předepsaných, ale pružných pravidlech, hluboce zakořeněných návycích a byrokratických rutinách. Prezidenti těží z dobrých vztahů s tiskem, protože jim pomáhají rozšířit jejich názory mezi veřejnost (Grossman, Kumar 1979: 38 - 44).

Ukázalo se, že tyto vztahy mají podobnou formu bez ohledu na administrativy, které vládou Spojeným států. Tento vztah může být charakterizován třemi fázemi. První fáze by se dala nazvat jako aliance. V této fázi existuje mezi prezidentem a tiskem tiché partnerství, které se zakládá na výměně zpráv mezi Bílým domem a tiskem a prezentuje se stejným způsobem. Druhá fáze se nazývá závod (competiton). V této fázi začínají novináři zdůrazňovat chyby prezidentovy administrativy, jejího zapojení do sporů, afér a konfliktů. Třetí fází je tzv. oddělení. V této fázi dochází k odloučení obou agend. Ačkoliv oba dva aktéři chápou, že nemohou bez sebe existovat, jejich vztah zůstává na formální úrovni (Grossman, Kumar 1979: 45 - 52).

Kapitola 2

Metodika výzkumu

2.1. Výzkumný proces

Na úspěšném začátku každého výzkumného procesu představuje první krok volba správného výzkumného tématu a formulování výzkumných otázek. V dalším kroku je nutné provést tzv. operacionalizaci, tedy zvolit vhodnou výzkumnou metodu, která bude sloužit k vypracování odpovědí na formulované výzkumné otázky. Dále je potřeba definovat základní soubor jednotek a dílčí jednotky analýzy (Sherer 2004: 33). Další fází výzkumného procesu je fáze plánování a organizace. V této fázi je zpracováván časový a organizační harmonogram výzkumu. Dále následuje fáze přípravy a ověřování výzkumných metod. Jestliže může být potvrzena správnost výzkumných metod, je možné přejít k fázi sběru dat a jejich následnému kódování (Sherer 2004: 40).

Kódování se chápe jako proces, při kterém se přiřadí číselné kódy k jednotkám mediálního obsahu. Proces kódování přitom zahrnuje dvě části. První část představuje rozčlenění mediálního obsahu na kódované jednotky, tedy na segmenty, které jsou přesně stanovené a ohraničené (Sherer 2004: 44). Následně jsou kódované jednotky charakterizovány dle předem určených znaků, které jsou pro daný výzkum relevantní. Znaky mívají často více charakteristik, a proto se také nazývají jako proměnné.

Konečnou fází je fáze vyhodnocování dat, tedy jejich analýza a následná interpretace (Shoemaker, Reese 1996: 31). K vyhodnocení dat byla v této práci použita kvantitativní obsahová analýza.

2.1.1. Formulace výzkumného tématu a otázek

Formulace výzkumného tématu se v případě této práce odvíjí od vlastního tématu práce. Výzkumné téma bylo tedy formulováno jako *agenda setting v americké prezidentské kampani 2012*. Výzkumné otázky se odvíjí od výzkumného tématu s ohledem na předešlé výzkumy *agenda setting* a její teoretický základ. Základním cílem výzkumu bylo ověřit existenci, resp. zjistit míru vzájemného ovlivnění zkoumaných subjektů (prezidentských kandidátů, sledovaných deníků). Tato práce vychází ze čtyř následujících výzkumných otázek.

- Jsou agendy jednotlivých deníků a prezidentských kandidátů korelované? (vzájemně závislé).
- Jsou agendy jednotlivých deníků vzájemně korelované?
- Jsou agendy obou prezidentských kandidátů vzájemně korelované?
- Jakou pozornost věnovali kandidáti a média jednotlivým tématům?

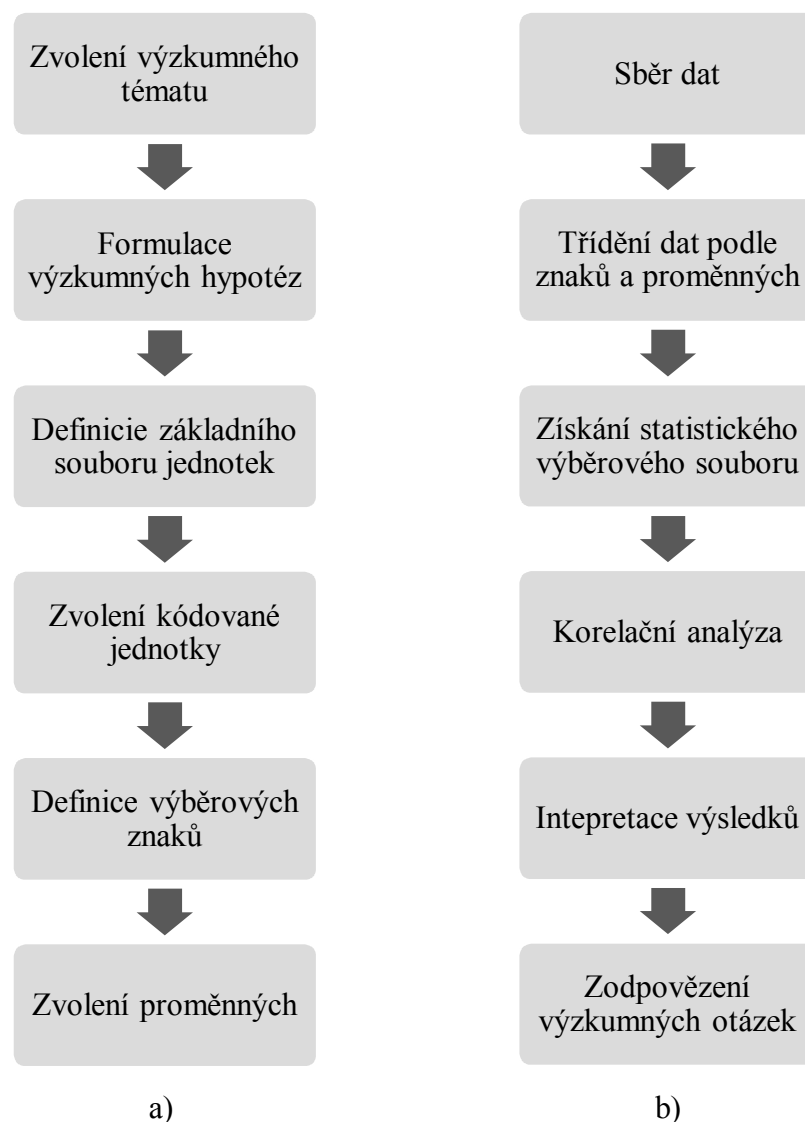
2.1.2. Definice základního souboru jednotek

Základní soubor jednotek byl stanoven s ohledem na tři formulované hypotézy. Tyto hypotézy byly zformulovány po prostudování odborné literatury a dřívějších výzkumů, které se zabývaly problematikou analýzy obsahu mediálních sdělení. Definice základního souboru jednotek proběhla na základě odpovědí na stanovené otázky. První otázkou bylo, jaká média a jací kandidáti budou zkoumání. Dále jaké obsahy jsou pro tuto práci v těchto médiích a ve sděleních těchto kandidátů relevantní? V jakém časovém období budou tyto subjekty sledovány? Jakým způsobem specifikovat dílčí jednotky těchto obsahů?

Tato práce se zaměřuje na americkou prezidentskou kampaň v roce 2012 a její dva poslední prezidentské kandidáty Baracka Obamu a Mitta Romneyho. Pro výzkum bylo zvoleno časové období od 1. září do 6. listopadu 2012. Vzhledem k množství periodik, které denně vychází ve Spojených státech, není v silách jednotlivce prověřit všechny z nich. Byl tedy vybrán takový reprezentativní vzorek médií, který splňoval předpoklad, že je mu vystavena většina americké populace. K relevantnímu posouzení tohoto kritéria posloužila zpráva o cirkulaci amerických deníků v elektronické podobě, kterou provedla společnost Audit Bureau of Circulations za září roku 2012. Jelikož výzkum uvedený v této práci je zaměřen retrospektivně na období prezidentské předvolební kampaně, lze

považovat za relevantní pracovat s těmito údaji. Pro analýzu byly vybrány deníky USA Today, The New York Times a The Wall Street Journal. Záměrně byl zahrnut i bulvární deník USA Today, aby byla zahrnuta i agenda neseriózních typů deníků. Jelikož tištěná forma amerických periodik není v České republice často dostupná a její použití by rovněž zahrnovalo i ekonomický aspekt výzkumu, byl výběr médií omezen na množinu těch, která jsou dostupná na internetu v elektronické podobě z České republiky. Právě z tohoto důvodu byl výběr médií postaven na žebříčku cirkulace periodik v elektronické podobě.

Analýze byly podrobeny všechny příspěvky, které se zabývaly tematikou prezidentské kandidátské kampaně, tudíž v případě zvolených periodik nebylo pro výzkum přínosem zabývat se články z rubrik zaměřených například na sport nebo hobby.



Obrázek 1: Schéma výzkumného procesu: přípravné fáze výzkumu (a), vlastní výzkum (b)

2.1.3. Zvolení kódovaných jednotek a definice znaků

Aby bylo možné správným způsobem nakódovat získaný materiál, musí být zvoleny adekvátní kódované jednotky. Jinak řečeno, musí být určeno, jaká forma sdělení splňující určené předpoklady bude zahrnuta pro následné vyhodnocení dat. S ohledem na zaměření této práce byl za kódovanou jednotku zvolen příspěvek. Co se týče analýzy sdělení prezidentských kandidátů, mezi kódované jednotky byly zařazeny sdělení samotného kandidáta (například v prezidentských debatách, předvolebních spotech, veřejných projevech, či internetových stránkách). V případě zvolených periodik byly kódovány články zveřejněné na jejich internetovém serveru.

Kódované jednotky je pak potřeba rozlišovat podle jejich charakteristik, kterými jsou tzv. znaky, resp. proměnné v případě znaků s více charakteristikami. Znakem může být tematické zaměření nebo jednacím aktér. Jednacím aktérem může být v případě této práce jeden z prezidentských kandidátů, nebo jeden ze sledovaných deníků.

2.1.4. Korelační analýza

Po sesbírání potřebných dat a jejich roztřídění na základě jejich znaků a proměnných, byla data nekódována a s daty bylo nadále nakládáno jako s číselnými hodnotami. Roztříděním těchto číselných dat podle jejich tematiky a časové příslušnosti vzniklo několik datových souborů. Takové datové soubory popisují různé veličiny, se kterými pracujeme (agend jednotlivých kandidátů, agend zkoumaných médií). V kontextu zkoumané problematiky byl zkoumán vzájemný vztah, resp. závislost těchto veličin. Takovou vzájemnou závislost popisuje jev zvaný korelace.

Korelací rozumíme jev, kdy dvě zkoumané veličiny vykazují vzájemnou lineární závislost (dále jen závislost). Aby bylo možné míru takové závislosti číselně vyjádřit, byl zaveden tzv. korelační koeficient. Ten nabývá hodnot v intervalu od -1 do 1 a značí se řeckým písmenem ρ . Korelační koeficient o kladné hodnotě značí přímou závislost, nulový korelační koeficient pak značí, že nebylo možné nalézt statisticky zjištělnou závislost. Záporné hodnoty korelačního koeficientu pak značí nepřímou závislost (antikorelaci). Hovoříme-li o dvou veličinách jako o veličinách korelovaných, znamená to, že mezi nimi existuje statisticky zjištělná vzájemná závislost.

Chceme-li korelační koeficient vypočítat a tudíž zjistit vzájemnou závislost zkoumaných veličin, potřebujeme znát tzv. základní soubor dat, který tyto veličiny popisuje. Ve

statistické praxi však v mnoha případech není v technických, či lidských možnostech získat takový soubor dat. Ne jinak tomu bylo i v této práci. Základním souborem v našem případě můžeme rozumět kompletní výčet všech sdělení všech vybraných periodik a obou prezidentských kandidátů ve zvoleném časovém období v souvislosti s prezidentskou kampaní. Při sledování obsahu kandidátských sdělení rovněž nebylo například možné zaznamenat tato sdělení beze zbytku a disponovat jejich úplným výčtem. Omezený soubor dat popisující zkoumané veličiny je ve statistice nazýván výběrovým souborem. Ten více či méně přesně reprezentuje soubor základní. Statistika však umožňuje výběrové soubory popsat různými charakteristikami a na jejich základě s větší či menší pravděpodobností odhadnout vlastnosti základního souboru (Řezánková, Löster 2009).

Protože v této práci bylo nakládáno výhradně s výběrovými soubory, bylo by chybou k výpočtu využít výše zmíněného korelačního koeficientu. Pro tyto případy byl ve statistické teorii zaveden tzv. výběrový korelační koeficient r . Na rozdíl od korelačního koeficientu se k jeho výpočtu využívá nestranných odhadů charakteristik základního souboru, které lze vypočítat ze znalosti souboru výběrového.

Vzhledem k tomu, že výběrový korelační koeficient je možné vypočítat za použití běžných počítačových programů, není nezbytné uvádět vztah pro jeho výpočet, který je sám o sobě relativně složitý a obsahuje celou řadu doposud nevysvětlených statistických pojmů. Pro výpočet výběrových korelačních koeficientů, stejně tak jako pro další výpočty popsané níže, byl využit tabulkový procesor Excel od společnosti Microsoft, který je součástí široce rozšířené kancelářské sady Office.

Vypočítáme-li tedy výběrový korelační koeficient pro dva výběrové soubory, získáme statistický odhad vzájemné závislosti veličin, které tyto výběrové soubory popisují. Pokud bychom však studovali detailně vztah pro výpočet výběrového korelačního koeficientu, zjistili bychom, že v tomto vztahu nefigurují rozsahy výběrových souborů. Jinak řečeno, hodnota korelačního koeficientu nezávisí na velikosti zkoumaných souborů a teoreticky ji lze vypočítat i pro velmi malý soubor čítající jen několik málo hodnot. Je však poměrně logické, že malý počet hodnot může reprezentovat základní soubor velmi nepřesně a vyvozené závěry mohou být s ohledem na skutečné vlastnosti základního souboru jen stěží vypovídající (Mrkvička, Petrášková 2006: 97 - 98).

Vzhledem ke zmíněné skutečnosti, že výběrový korelační koeficient nezohledňuje velikost výběrových souborů, pro které je vypočítáván, není možné vyvozovat závěry o vzájemné závislosti veličin pouze z něho. Lépe řečeno, není možné přijmout nebo za-

mítnout tvrzení o nezávislosti, resp. závislosti veličin pouze na základě znalosti výběrového korelačního koeficientu. Ten může s ohledem na zkoumanou problematiku sloužit jako pomocné hledisko při vyhodnocování zkoumaných dat. Pro posouzení vzájemné závislosti veličin je však potřeba testovat hypotézy o velikosti korelačního koeficientu základního souboru.

Testování hypotéz o velikosti korelačního koeficientu za použití známého výběrového korelačního koeficientu umožňuje zamítnout, resp. přijmout tvrzení o závislosti zkoumaných veličin, tedy dospět ke stěžejním výzkumným závěrům této práce. Testování hypotéz ve statistice se provádí v několika krocích.

Nejprve je stanovena tzv. nulová hypotéza H_0 , poté je stanovena tzv. alternativní hypotéza H_1 . Konvencí je, stanovit za nulovou hypotézu takovou hypotézu, která obsahuje rovnost. Konkrétně v případě výzkumu uvedeného v této práci, se za nulovou hypotézu pokládalo tvrzení, že korelační koeficient základního souboru je roven nule ($\rho = 0$). Toto tvrzení znamená, že mezi zkoumanými veličinami neexistuje statisticky zjištělná vzájemná závislost. Alternativní hypotézou pak bylo tvrzení, že se korelační koeficient nule nerovná ($\rho \neq 0$). Toto tvrzení znamená, že mezi veličinami existuje byť jen nepatrná statisticky zjištělná vzájemná závislost.

Toto testování umožňuje přijmout nebo zamítnout tyto hypotézy pouze s určitou pravděpodobností, která plyne z neznalosti celého základního souboru. Nejistota, se kterou vyřkne jedno, či druhé tvrzení plyne ze zvolené hladiny významnosti testu. Hladina významnosti testu v daném případě říká, s jak velkou maximální pravděpodobností se dopustíme chyby, když hypotézu zamítneme i přesto, že ve skutečnosti platí. Ve statistické praxi se často používá hladin významnosti $\alpha = 0,10$; $\alpha = 0,05$ a $\alpha = 0,01$. V případě první uvedené hladiny významnosti tedy pravděpodobnost uvedené chyby nepřekračuje 10%, v druhém případě 5% a ve třetím analogicky 1%. Pro vyhodnocení korelace byla v této práci použita hladina významnosti $\alpha = 0,05$, která představuje rozumný kompromis. Závěry, ke kterým výzkum uvedený v této práci dospěl na základě kvantitativní obsahové analýzy, tedy zahrnují nanejvýš 5% riziko, že by byly ve skutečnosti mylné.

Chceme-li během testování dojít k takovým závěrům, musíme podle předepsaného vzorce vypočítat tzv. statistiku T .

$$T = \frac{r}{\sqrt{1-r^2}} \sqrt{n-2} \sim t_{n-2}$$

V uvedeném vztahu je r výběrový korelační koeficient, n je rozsah výběrového souboru, t_{n-2} je tzv. kritická hodnota Studentova t rozdělení pro danou hladinu významnosti testu dohledatelná ve statistických tabulkách. Jak je vidět z uvedeného vzorce pro výpočet statistiky, testujeme-li hypotézy tímto způsobem, zohledňujeme i rozsah výběrového souboru (Mrkvička, Petrášková 2006: 98).

Vypočtená statistika T je poté porovnána s tabulkovou kritickou hodnotou t_{n-2} . Pokud platí, že $|T| \geq t_{n-2}(\alpha)$, zamítneme hypotézu H_0 na hladině α . Je-li tedy vypočtená hodnota statistiky větší nebo rovna tabulkové kritické hodnotě pro zvolenou hladinu významnosti testu, znamená to v našem případě, že zamítáme hypotézu, že korelační koeficient zkoumaných veličin je roven nule, tedy že neexistuje mezi nimi statisticky zjistitelná vzájemná závislost. S ohledem na zvolenou hladinu významnosti testu pak můžeme s minimálně 95% jistotou tvrdit, že mezi zkoumanými veličinami existuje vzájemná závislost. V opačném případě, kdy hodnota vypočítané statistiky je menší než tabulková kritická hodnota, hypotézu o nulovém korelačním koeficientu základního souboru nezamítáme. Jinak řečeno, statistická data na dané hladině významnosti nevylučují, že by zkoumané veličiny mohly být vzájemně nezávislé (Mrkvička, Petrášková 2006: 98 - 99).

Při výpočtech výběrových korelačních koeficientů a testování hypotéz za povšimnutí jistě stojí skutečnost, že ani vysoká hodnota výběrového korelačního koeficientu blíží se k jedné neznamená, že hypotéza o nulovém korelačním koeficientu základního souboru (nekorelovanosti) bude nutně zamítnuta a tudíž že bude možné s danou pravděpodobností přijmout tvrzení o vzájemné závislosti veličin. Hodnoty statistik a kritické hodnoty totiž závisí na rozsahu výběrových souborů a pro velmi malé výběrové soubory vychází hodnoty statistik velmi nízké, zatímco kritické hodnoty jsou relativně vysoké a tudíž při vzájemném porovnání těchto hodnot málokdy dochází k tomu, aby hodnota statistiky převýšila nebo vyrovnala hodnotu kritické hodnoty. V případě rozsáhlých výběrových souborů naopak pro zamítnutí hypotézy o nulovém korelačním koeficientu často postačuje i výrazně nižší výběrový korelační koeficient.

S ohledem na tyto skutečnosti nemá valného smyslu testovat hypotézy o nekorelovanosti veličin pro jednotlivé měsíce, kde vyhodnocení mohlo být často podrobeno jen několik společenských témat. Vzhledem k malému rozsahu souborů by nebylo totiž téměř nikdy možné zamítnout hypotézu o nekorelovanosti veličin. Vypočítané výběrové korelační koeficienty sice mohou poukazovat na závislost zkoumaných veličin, velmi malé rozsahy souborů však neumožňují s danou pravděpodobností stanovenou nulovou hypotézu zamítnout.

Kapitola 3

Výsledky a diskuze

Interpretace výsledků korelační analýzy musí přihlížet k povaze, rozložení i množství zkoumaných dat. Pro všechny roviny výzkumu byly výsledky vyhodnoceny nejprve chronologicky. Při třídění dat bylo zohledněno časové období, ke kterému data příslušela. Data byla roztříděna do souborů náležících k jednotlivým kalendářním měsícům prezidentské kampaně, tedy k měsícům září, říjnu a listopadu. Poté byla data tříděna bez ohledu na časovou příslušnost a konečně u sledovaných deníků i bez ohledu na příslušnost k jednotlivým deníkům, čímž bylo umožněno vyhodnotit i celkové korelace mezi kandidáty vzájemně, mezi kandidáty a jednotlivými deníky a kandidáty a všemi sledovanými deníky současně.

Budou-li studovány výsledky korelační analýzy pro jednotlivé kalendářní měsíce, nesmí být opomenuto, že tyto výsledky byly ovlivněny hned několika faktory. Předně se jedná o velikost vyhodnocovaných výběrových souborů pro jednotlivé měsíce, které byly často relativně malé a jak vyplývá z teorie korelační analýzy, výsledky získané z takových souborů jsou vypovídající jen ve velmi omezené míře. Vyvozovat závěry z takových výsledků je jinak řečeno možné jen s určitou rezervou. Kromě malé velikosti výběrových souborů svou roli mohl sehrát také fakt, že jednotlivé četnosti uvedené ve výběrových souborech byly poměrně dosti malé. Ze statistické teorie sice nevyplývá, že by tato skutečnost mohla ovlivnit výslednou vypočtenou korelaci, při malých četnostech se však více projeví různé subjektivní chyby při kódování dat. Dále je potřeba upozornit na fakt, že nízké hodnoty výběrových korelačních koeficientů pro jednotlivé měsíce nemusí nutně znamenat i nízkou korelaci pro celkový vztah mezi veličinami napříč všemi měsíci. Důvodem je skutečnost, že hodnoty pro jednotlivé měsíce se pro výpočet celkové korelace

sčítají a v součtu mohou uspořádané tematické dvojice hodnot poskytnout zcela jiný obraz o korelovanosti obou zkoumaných veličin.

Mediální a kandidátská agenda nebyly v průběhu celé prezidentské kampaně konzistentní a podléhaly více či méně aktuálnímu dění. V měsíci září byla prezidentská kampaň na svém počátku a dá se předpokládat, že mediální agenda sledovaných deníků nebyla prezidentskou kampaní výrazněji ovlivněna a že její zaměření bylo více směřováno na témata těmto deníkům dlouhodobě vlastní. Počet průnikových témat tudíž nebyl tak velký, jako například v měsíci říjnu. V tomto měsíci se rozběhla prezidentská kampaň v plném rozsahu. Není proto žádným překvapením, že množství průnikových témat bylo v tomto měsíci zpravidla největší a v kontrastu s měsícem září se dá předpokládat, že mediální agenda byla v tomto období více zaměřena na probíhající prezidentskou kampaň. V měsíci listopadu probíhala prezidentská kampaň jen v prvních šesti dnech. Zatímco kandidáti často apelovali na voliče, aby přišli k volebním urnám, mediální agenda ve větší míře zahrnovala výsledky předběžných volebních průzkumů. Nejspíše i z těchto důvodů počet průnikových témat v tomto měsíci opět poklesnul. Vzhledem k tomu, že prezidentská kampaň probíhala jen v prvním listopadovém týdnu, četnost zaznamenaných výskytů k jednotlivým tématům byla nízká.

Výsledky celkových závislostí, znázorněné na obrázku 2, vycházejí často z podstatně větších výběrových souborů, než v případě výsledků pro jednotlivé měsíce. Z tohoto důvodu má smysl nejen posuzovat hodnotu výběrových korelačních koeficientů, ale rovněž také ověřovat hypotézy o nekorelovanosti zkoumaných veličin a přijímat různé závěry o jejich závislosti.

3.1. Vzájemný vztah agend Baracka Obamy a sledovaných deníků

3.1.1. Vztah agend Baracka Obamy a USA Today

Při pohledu na graf 1 je patrné, že korelace mezi agendami současného amerického prezidenta a USA Today v průběhu kampaně výrazně kolísala. Za povšimnutí jistě stojí, že zatímco v září vyšel výběrový korelační koeficient 0, v říjnu se vyšplhal až na hodnotu 0,75 a v listopadu opět klesl až na hodnotu blízkou k nule, konkrétně na 0,07. Tento trend je možné vysvětlit rozrůstající se agendou deníku USA Today v měsíci říjnu a obsahovou

nekonzistentností výběrových souborů v každém jednotlivém měsíci. Jelikož je USA Today deníkem bulvárního typu, není tato neshoda neobvyklá.

I přesto, že ve dvou ze tří sledovaných měsíců poukazoval vypočtený výběrový korelační koeficient na velmi nízkou až žádnou korelovanost obou subjektů v těchto měsících, výběrový korelační koeficient vypočtený pro celkový vztah Baracka Obamy a USA Today dosáhl relativně vysoké hodnoty 0,76. Při testování hypotézy o nekorelovanosti obou agend byla tato hypotéza zamítnuta, z čehož plyne, že vzájemná nezávislost agend obou subjektů byla na zvolené hladině významnosti ($\alpha = 0,05$) vyloučena. Z tohoto výsledku lze usoudit, že celková agenda USA Today a Baracka Obamy byla v průběhu celého sledovaného období velmi podobná a tudíž bulvární deník zajímala stejná témata, jen v jiném časovém rozložení a byla interpretována způsoby, které jsou deníku vlastní.

3.1.2. Vztah agend Baracka Obamy a The New York Times

Mezi agendami deníku The New York Times a současného amerického prezidenta byla při testování hypotéz zamítnuta hypotéza o jejich vzájemné nekorelovanosti s výběrovým korelačním koeficientem 0,72. Lze tedy s pravděpodobností danou zvolenou hladinou významnosti testu ($\alpha = 0,05$) říct, že mezi agendami Baracka Obamy a The New York Times existovala vzájemná závislost. Tato závislost se dala předpokládat, jelikož The New York Times je seriózní deník a je považován za nositele hlavní mediální agendy.

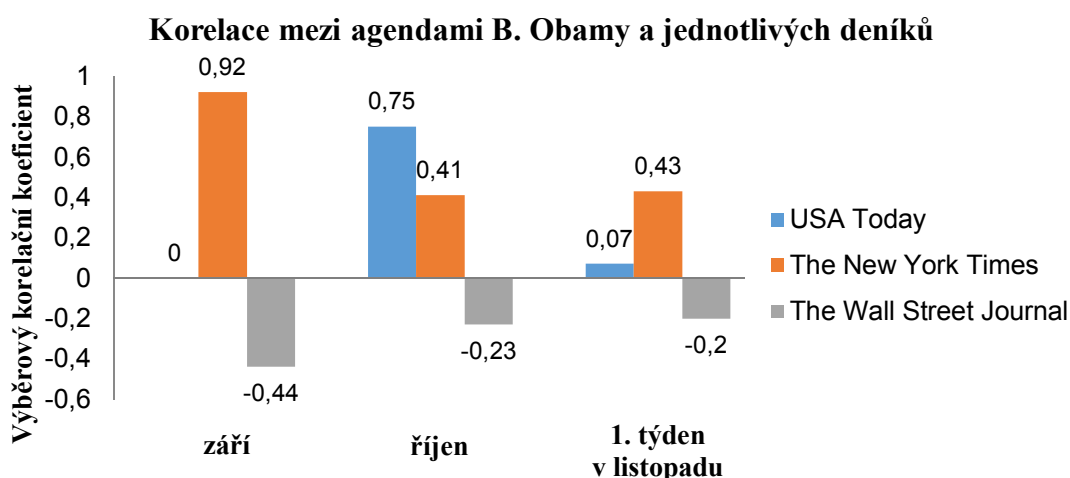
Pro měsíc září byla odhadnuta velmi silná korelovanost agend obou subjektů ($r = 0,92$). Na tento výsledek je však nutné pohlížet s určitým nadhledem, jelikož výběrový soubor obsahoval v tomto měsíci pouze tři průniková témata. I kdyby v tomto případě byla výjimečně testována hypotéza o nulovém korelačním koeficientu, kriticky malý výběrový soubor by neumožnil tuto hypotézu zamítnout a vyřknout tvrzení o jistotě vzájemné závislosti.

Největšího počtu zaznamenaných výskytů se na obou stranách dočkal protikandidát Mitt Romney. Zajímavé rovněž je, že mezi zaznamenanými výskyty nefigurovala ani v jednom kalendářním měsíci na obou stranách problematika zahraniční politiky.

3.1.3. Vztah agend Baracka Obamy a The Wall Street Journal

V případě agendy deníku The Wall Street Journal nebyla zamítnuta hypotéza o nekorelovanosti s agendou Baracka Obamy. Tudíž nelze s dostatečnou jistotou tvrdit, že mezi agendami těchto subjektů vzájemná závislost skutečně existovala. Rovněž celkový výběrový korelační koeficient o hodnotě 0,07 nenaznačuje nijak silnou závislost. Pohled do grafu 1 prozrazuje, že ve všech třech sledovaných měsících se výběrový korelační koeficient pohyboval v záporných hodnotách a dokonce naznačoval, že by mezi agendami mohla existovat antikorelace.

Závěr o nezamítnuté nekorelovanosti může plynout ze zaměření deníku The Wall Street Journal, kterým je ekonomika. V této oblasti deník výrazně převyšoval agendu Baracka Obamy, a to především v měsíci září. Pokud šlo o prezidentskou kampaň, deník The Wall Street Journal věnoval hodně prostoru volebním průzkumům v jednotlivých amerických státech, přičemž se zaměřoval na problematiku tzv. swing states.



Graf 1: Korelace mezi agendou B. Obamy a jednotlivých deníků v různých měsících kampaně

3.1.4. Celkový vztah agend Baracka Obamy a sledovaných deníků

Celkovou korelaci mezi agendami Baracka Obamy a všech sledovaných deníků bez ohledu na časovou příslušnost záznamů vyjadřuje relativně vysoká hodnota výběrového korelačního koeficientu 0,78. Při následném testování hypotézy o nekorelovanosti těchto

agend mohla být na zvolené hladině významnosti ($\alpha = 0,05$) tato hypotéza zamítnuta. Lze tedy s 5 % rizikem omylu tvrdit, že agendy Baracka Obamy a sledovaných deníků nebyly nezávislé. Analogicky k předchozímu tvrzení může být potvrzen předpoklad o korelovanosti sledovaných médií a Baracka Obamy. Je-li vztah agend sledovaných médií a prezidentského kandidáta podroben detailnějším zkoumání, je možné pozorovat závislost zejména v oblasti reformy vzdělávacího programu.

3.2. Vzájemný vztah agend Mitta Romneyho a sledovaných deníků

3.2.1. Vztah agend Mitta Romneyho a USA Today

Vzhledem k tomu, že Massachusettský guvernér Mitt Romney, pověřený stranou republikánů na prezidentskou kandidaturu, je podnikatelem, byla jeho stěžejní témata zaměřena na ekonomiku. Je-li podrobně zkoumán vztah agend Mitta Romneyho a deníku USA Today, je možné sledovat zajímavé změny.

V měsíci září naznačoval vypočtený výběrový korelační koeficient velmi slabou vzájemnou závislost, když se jeho hodnota jen lehce odlepila od nuly na hodnotu 0,11. Agendy obou subjektů se ve zvolených tématech poměrně dosti míjeli. Shodovali se například v otázce tzv. Obamacare, tedy v otázce reformy zdravotnictví, která klade hlavní důraz na snížení nákladů na jeho provoz.

Při pohledu do grafu 2 je možné sledovat strmý nárůst vypočteného výběrového korelačního koeficientu, který se oproti slabému září v měsíci říjnu vyšplhal až na hodnotu blízkou k jedné, a sice na hodnotu 0,98. Taková hodnota výběrového korelačního koeficientu značí téměř úplnou přímou závislost obou agend. Takový výsledek lze samozřejmě vysvětlit na základě nepřesností plynoucích z velikosti použitých výběrových souborů, ale i značným tematickým průnikem obou agend.

Společným tématem v tomto měsíci byly pro oba sledované subjekty ekonomické otázky země (růst ekonomiky), u nichž lze v tabulce 4 sledovat největší četnosti výskytů. Dále je možné pozorovat, že k průniku došlo i v problematice nezaměstnanosti a vytváření nových pracovních míst nebo imigrační reformy, kde ztrácel Mitt Romney voliče příslušící k hispánské komunitě.

V listopadu vypočtený výběrový korelační koeficient strmě poklesl, když z říjnové hodnoty 0,98 se dostal až do oblasti záporných čísel, a sice na hodnotu -0,11. Tento výrazný pokles může vysvětlit nepoměrně kratší sledované období v tomto měsíci, které nevytvořilo pro průnik většího počtu témat dostatečný časový prostor. I tak se ale mezi tématy nepřestala objevovat nezaměstnanost, resp. vytváření nových pracovních míst.

Posuzujeme-li vzájemný vztah agend Mitta Romneyho a USA Today napříč celým sledovaným časovým obdobím, můžeme sledovat, že téma ekonomiky bylo v obou případech velmi protěžované. Celkovou korelaci mezi oběma agendami vyjadřuje nemalý výběrový korelační koeficient 0,78. Následně byla testována hypotéza o nekorelovanosti agend obou subjektů se závěrem, že jí lze zamítnout. Lze tedy s 5 % pravděpodobností omylu vyslovit tvrzení, že oba subjekty nebyly ve skutečnosti vzájemně nezávislé a analogicky hovořit o jejich vzájemné závislosti.

3.2.2. Vztah agend Mitta Romneyho a The New York Times

Při analýze vzájemného vztahu agend Mitta Romneyho a deníku The New York Times bylo možné dojít ke hned několika nečekaným závěrům, a to nejen statistickým ale i kvalitativním.

Hned v prvním sledovaném měsíci, tedy v září, spojovala obě agendy pouze dvě průniková témata. Těmito tématy byly protikandidát Barack Obama a ekonomika. Mitt Romney se nesoustředil v použitém výzkumném vzorku na stejná témata, jako to dělal deník The New York Times. I když je možné při pohledu do grafu 2 vidět hodnotu výběrového korelačního koeficientu rovnou -1, nelze jednoduše přijmout závěr o jejich úplné antikorelovanosti. Takový výsledek neukazuje na nezávislost agend obou subjektů, nýbrž na jejich úplnou nepřímou závislost. Řečí nematematika, čím více výskytů na dané téma bylo pozorováno u jednoho ze subjektů, tím méně jich bylo pozorováno u druhého ze subjektů nebo naopak. Pohledem do tabulky 5 však zjistíme, že výběrový soubor byl z důvodu jen dvou průnikových témat extrémně malý. Nejen, že dvě uspořádané dvojice hodnot mají jen minimální vypovídající schopnost, rovněž by tak malý výběrový soubor ani neumožnil testovat hypotézy. Proto je nutné přistupovat k tomuto výsledku s velkým nadhledem.

V měsíci říjnu bylo sesbíráno nejvíce použitelného statistického materiálu. Vzhledem k výrazně vyššímu počtu průnikových témat napříč oběma agendami není překvapením,

že korelační koeficient vzrostl na ovšem stále ještě zápornou hodnotu -0,45. I tentokrát se projevilo zaměření Mitta Romneyho na ekonomické otázky. Bouře Sandy nezaujímala v agendě Mitta Romneyho nikterak významné místo. Pokud se již o Sandy zmínil, podotkl lítost nad katastrofou a apeloval na nepostižené oblasti, aby pomohly.

V prvním listopadovém týdnu se Mitt Romney soustředil na vidinu amerického snu a úspěšného dokončení volební kampaně, kladl důraz na pevný a jedinečný americký národ a nutnost účasti u voleb. Pro tento časový úsek se korelace zvedla ze záporných hodnot na hodnotu mírně kladnou, a sice na hodnotu 0,17. Ani tato hodnota nepoukazuje na nijak výraznou vzájemnou závislost agend obou subjektů v tomto období.

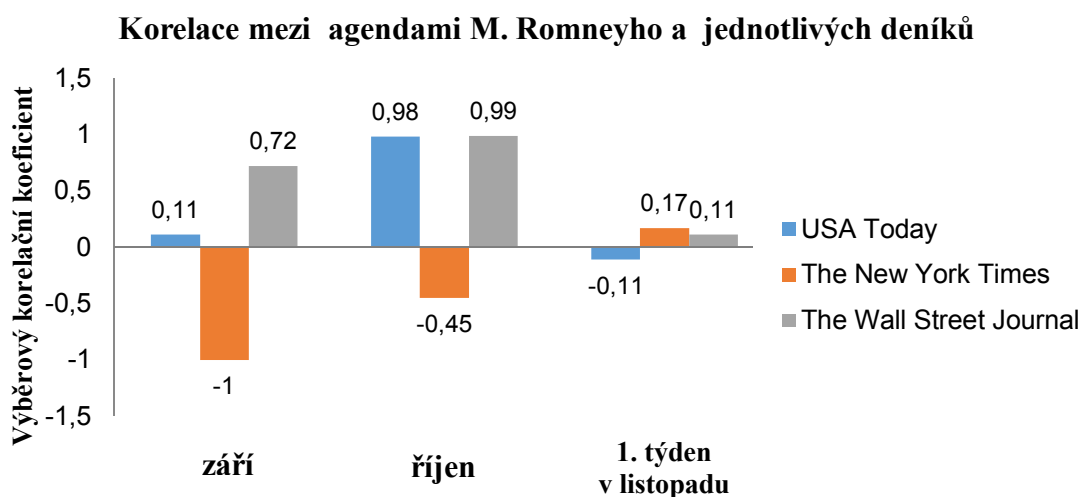
Je-li vztah agend Mitta Romneyho a The New York Times zkoumán napříč celým sledovaným časovým obdobím, hodnota výběrového korelačního koeficientu vyjde 0,26. Takováto hodnota opět nepoukazuje na výraznější vzájemnou závislost agend obou subjektů, navíc při testování hypotéz nebylo možné zamítnout hypotézu o nekorelovanosti obou veličin, a tudíž nelze s dostatečnou pravděpodobností zamítnout tvrzení, že obě agendy byly vzájemně nezávislé.

3.2.3. Vztah agend Mitta Romneyho a The Wall Street Journal

Při pohledu na výsledky korelační analýzy pro tyto dva subjekty ve všech sledovaných měsících lze vidět pouze kladné výběrové korelační koeficienty. V případě měsíce září zaujímala mezi tématy výhradní postavení ekonomika, což vzhledem k zaměření Mitta Romneyho, ani The Wall Street Journal není překvapením. Výběrový korelační koeficient pro toto období vyšel 0,72 a naznačil hned z počátku vyhodnocování silnou korelovanost obou agend.

V říjnu se oproti obecným předpokladům mírně snížil počet průnikových témat, vypočtený výběrový koeficient však vzrostl na hodnotu 0,99, která představuje bez mála úplnou přímou závislost obou agend v tomto období. Listopad byl pak ve znamení propadu hodnoty výběrového korelačního koeficientu až na hodnotu 0,11.

Předpoklad o celkové korelovanosti agend těchto dvou subjektů napříč celým sledovaným časovým obdobím mohl být na základě výsledků korelační analýzy potvrzen. Celkový výběrový korelační koeficient vyšel 0,87, nezávislost obou agend pak byla na základě testování hypotéz se zvolenou pravděpodobností vyloučena.



Graf 2: Korelace mezi agendami M. Romneyho a jednotlivých deníků v různých měsících kampaně

3.2.4. Celkový vztah agend Mitta Romneyho a sledovaných deníků

I přes různorodost výsledných korelací v rámci různých kalendářních měsíců a deníků vyšla celková korelace agend Mitta Romneyho a všech sledovaných deníků velmi kladně. Výběrový korelační koeficient konkrétně dosáhl hodnoty 0,84 a hypotéza o nekorelovanosti obou subjektů mohla být s přehledem zamítnuta. Je tedy velmi pravděpodobné, že mezi agendou Mitta Romneyho a sledovaných deníků existovala poměrně silná vzájemná závislost.

3.3. Vzájemný vztah agend sledovaných deníků

Deníky USA Today, The New York Times a The Wall Street Journal byly vybrány ve snaze zajistit pestré složení vzorku. Deník USA Today představuje deník bulvárního typu, zatímco The New York Times představuje zástupce metropolitního tisku. Deník The Wall Street Journal byl vybrán mimo jiné s ohledem na jeho ekonomické zaměření.

Vybraný vzorek mediálních agend deníků se od sebe tematicky nijak výrazně nelišil. Tematicky nejsilnějším celkem byly samotné osoby prezidentských kandidátů. Jednotlivé deníky způsobily sobě vlastními zveřejňovaly zprávy o obou kandidátech.

Dalším velmi silným tematickým celkem byla problematika volební orientace jednotlivých států, které se z historického hlediska dělí na tradiční volitele republikánů a demokratů a tzv. swing states, tedy států které nemají jasnou politickou orientaci. Víteztví v takovém státě pak může pro kandidáta znamenat rozhodující hlasy.

Obdobně silné postavení měla v těchto volbách i problematika nelegálních přistěhovalců, proto se tento tematický celek objevil téměř ve všech sledovaných obdobích. Nejvíce průnikových témat v agendách všech tří deníků lze opět pozorovat v měsíci říjnu s ohledem na naplno probíhající prezidentskou kampaň.

3.3.1. Vztah agend USA Today a The New York Times

V měsíci září se agenda obou deníků kupodivu výrazně nelišila. Obě agendy obsahovaly šest totožných témat, které mohly být následně použity k posouzení vzájemné korelace. V oblasti zahraniční politiky vedla ke zvýšené četnosti příspěvků na obou stranách situace v Libyi, kde byl zabit americký velvyslanec. Jistě stojí za zmínku vysoká korelovanost obou agend, kterou lze v tabulce 7 vysledovat z nemalé hodnoty výběrového korelačního koeficientu 0,8.

V říjnu, kromě četných předvolebních témat, jako problematiky swing states a povzbuzení americké ekonomiky, vznikla dvě nová témata, kterým věnovaly USA Today a The New York Times značnou pozornost. Těmito tématy bylo nejasné financování předvolební kampaně a v posledním týdnu měsíce bouře Sandy, která odtrhla pozornost od probíhající předvolební kampaně. Vystaly spekulace o tom, zda humanitární angažovanost Baracka Obamy a pokračování kampaně Mitta Romneyho mohou vést k ovlivnění volebních výsledků. Korelovanost obou deníků však v tomto měsíci poklesla a vypočtený výběrový korelační koeficient měl hodnotu -0,08.

V listopadu pak značnou pozornost následkům bouře Sandy věnoval deník The New York Times, zatímco deník USA Today se opět nejvíce soustředil na předvolební průzkumy a problematiku politické orientace jednotlivých států. Přesto výběrový korelační koeficient pro toto období vyšel 0,78.

Po vyhodnocení získaných dat bez ohledu na příslušnost k časovému období je celková míra korelace napříč celým sledovaným obdobím vyjádřena výběrovým korelačním koeficientem o hodnotě 0,75. Při testování hypotézy o nekorelovanosti obou agend mohla být tato hypotéza s danou pravděpodobností zamítnuta a lze hovořit o vzájemné závislosti obou agend.

3.3.2. Vztah agend The New York Times a The Wall Street Journal

Oba tyto deníky se mohou pyšnit pověstí velmi kvalitních médií. Zprávy, se kterými tyto deníky nakládají, bývají často ověřené a jsou často přebírány dalšími médii. Tento fakt patrně způsobil, že v agendách obou deníků bylo možné najít velké množství průnikových témat.

V měsíci září bylo zaznamenáno šest průnikových témat. Zatímco deník The Wall Street Journal referoval o ekonomické situaci země a kandidátu Romneym, deník The New York Times se více zaměřoval na zahraniční politiku Spojených států a vyšší četnost výskytů byla zaznamenána i o prezidentu Obamovi. Příčinou těchto výskytů pravděpodobně byl ekonomický apel Mitta Romneyho a na druhé straně nutnost řešit situaci v Libyi Obamovou vládou. Výběrový korelační koeficient pro toto období nepoukazoval na významnější závislost obou agend, vyšel 0,28.

V říjnu bylo zaznamenáno dvanáct průnikových témat. Oproti září přibyla problematika bouře Sandy, financování kampaně a prezidentských debat, které se během října konaly dvě. Pohled do tabulky 8 také prozrazuje velký rozdíl mezi četnostmi výskytů o problematice jednotlivých států u obou deníků v tomto měsíci. Zatímco deník The New York Times o této problematice referoval pouze třikrát, deník The Wall Street Journal hned patnáctkrát. To lze zřejmě vysvětlit na základě rozdílu v pojmání vlastní mediální agendy. Zatímco deník The New York Times věnoval značnou část prostoru oběma prezidentským kandidátům, deník The Wall Street Journal se více zaměřoval na jednotlivé státy americké konfederace. I přes značný nárůst průnikových témat v tomto měsíci a zřejmě z důvodů výše zmíněných, korelace obou agend v říjnu oproti září nenarostla. Výběrový korelační koeficient byl vypočten na hodnotu 0,16.

Měsíc listopad se z hlediska aktuálních témat jdoucích napříč agendami obou deníků nijak výrazně nelišil od měsíců předchozích. Deníky se zaměřovaly na prezidentské kandidáty jako na osoby. Počet průnikových témat v porovnání s měsícem říjnem klesl na devět, výsledný výběrový korelační koeficient narostl na hodnotu 0,6, která již poukazuje na nezanedbatelnou vzájemnou závislost.

Celkové hodnocení korelace napříč celým sledovaným časovým obdobím ukazuje trendy v agendách jednotlivých deníků. U deníku The New York Times byla pozorována velká četnost výskytů pro oba prezidentské kandidáty a menší v oblasti ekonomiky a problematiky jednotlivých amerických států. Naopak tomu bylo v případě deníku The Wall

Street Journal. Ačkoliv řešení nezaměstnanosti nebylo v obou agendách nijak významnou složkou, z celkových čísel je vidět, že na tento problém více upozorňoval deník The New York Times. Celkovou korelaci mezi agendami obou deníků vyjadřuje vypočtený korelační koeficient o hodnotě 0,61. Následné testování hypotézy o nekorelovanosti obou agend umožnilo tuto hypotézu zamítnout. S danou pravděpodobností lze tedy tvrdit, že obě agendy nebyly nezávislé a analogicky lze hovořit o jejich vzájemné závislosti.

3.3.3. Vztah agend The Wall Street Journal a USA Today

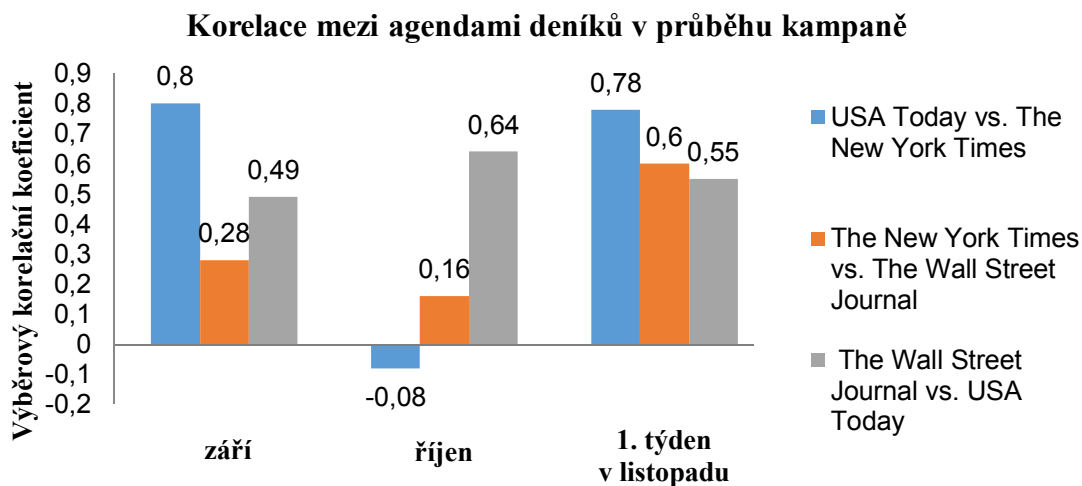
Měsíc září přinesl v agendách obou deníků osm průnikových témat. Vzhledem k zaměření obou deníků není překvapením, že v oblasti ekonomiky byl u deníku The Wall Street Journal zaznamenán téměř dvojnásobný počet výskytů. Nestejnou měrou pak oba deníky referovaly o obou prezidentských kandidátech. Zatímco v případě Mitta Romneyho můžeme v tabulce 7 vidět téměř stejný počet výskytů, o Baracku Obamovi informovalo USA Today v trojnásobné míře. Výsledný korelační koeficient vyjadřující korelaci mezi oběma agendami pro toto období má hodnotu 0,49.

V říjnu vzrostl již tradičně počet průnikových témat. V oblasti ekonomiky je vidět stejně jako v měsíci září velký rozdíl v protěžování této problematiky. Velké pozornosti se dostalo problematice jednotlivých amerických států a samozřejmě i oběma prezidentským kandidátům. Tentokrát však při poněkud jiném rozložení četností u obou agend. Výsledný korelační koeficient vzrostl oproti září na hodnotu 0,64.

Měsíc listopad nepřinesl napříč průnikovými tématy a četnosti jejich výskytů u obou agend žádná překvapení. Rozdíly jsou opět patrné v oblasti ekonomiky a pozornosti se i v tomto období dočkaly jednotlivé státy americké konfederace. Výběrový korelační koeficient pro toto období má hodnotu 0,55.

Nepředpokládaným výsledkem bylo, že celkovou korelaci mezi deníky The Wall Street Journal a USA Today napříč celým sledovaným časovým obdobím vyjadřuje výběrový korelační koeficient o hodnotě 0,97. Jak plyne z uvedené statistické teorie, taková hodnota výběrového korelačního koeficientu poukazuje na téměř úplnou přímou závislost obou agend. Takový výsledek lze vysvětlit dobrým načasováním agend obou deníků. Oba deníky se zaměřovaly na americké státy a volební proces více než například na problematiku ženských práv (potratů, rovnosti žen a mužů).

Vzhledem k vysoké hodnotě vypočteného výběrového korelačního koeficientu i relativně velkému počtu průnikových témat byla hypotéza o nekorelovanosti obou agend při testování s velkým přehledem zamítnuta. Obě agendy můžeme s velkou pravděpodobností považovat za vzájemně závislé.



Graf 3: Korelace mezi agendami jednotlivých deníků v různých měsících kampaně

3.4. Vzájemný vztah agend Baracka Obamy a Mitta Romneyho

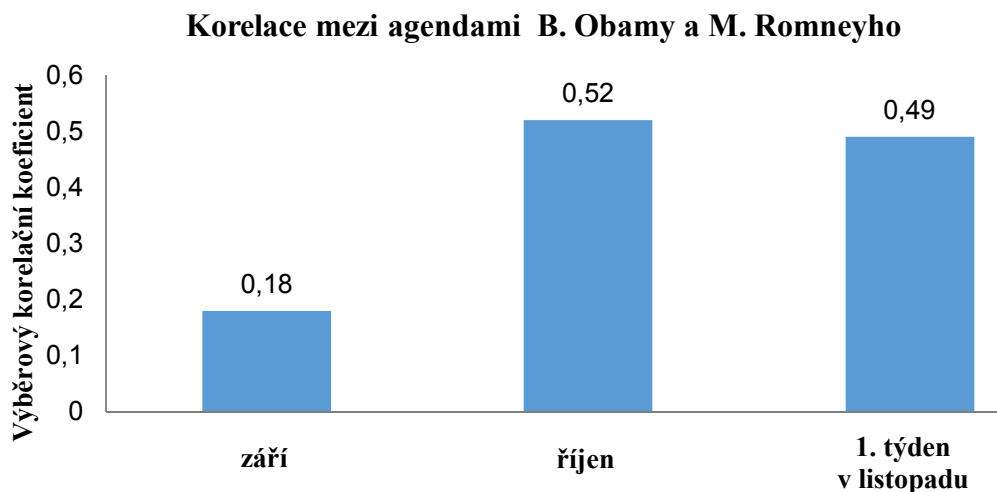
V této části analýzy bylo ověřováno, zda se prezidentští kandidáti ve sledovaném období vzájemně ovlivňovali. Oba kandidáti apelovali ve všech třech měsících na americké voliče s vidinou tzv. amerického snu, tedy bezchybné rodiny, vzdělání a dobré práce. Jejich kampaně byly zaměřeny na sílu amerického národa, jednotu a posun dopředu.

V tomto případě je patrný zásadní rozdíl mezi kandidáty a sledovanými deníky. Deníky neapelovaly na voliče tak, jako to dělali prezidentští kandidáti. Tento fakt vyplývá z tradičního postavení médií a kandidátů v procesu volební kampaně. Kandidátské kampaně byly rovněž jinak rozvrženy. Zatímco Mitt Romney kladl důraz na několik témat, agenda Baracka Obamy byla daleko rozsáhlejší. V závěru kampaně oba shodně apelovali na voliče, aby přišli k volbám.

Těsně před začátkem volební kampaně dosáhla nezaměstnanost ve Spojených státech osmi procent. Z tohoto důvodu zaujímala tematika zaměřená na vytváření nových pracovních míst významný prostor v agendách obou kandidátů. Jak vidíme v tabulce 12,

celková zaměřenost guvernéra Romneyho na ekonomiku byla daleko značnější než v případě Baracka Obamy.

Podpora od veřejně známé osobnosti se stala nedílnou součástí prezidentské kampaně. Baracka Obamu oficiálně podpořil bývalý americký prezident Bill Clinton nebo populární zpěvačka Beyoncé. Neoficiální podpora ze strany mediálně známých osobností byla rovněž výrazně větší v případě křeslo obhajujícího prezidenta Obamy.



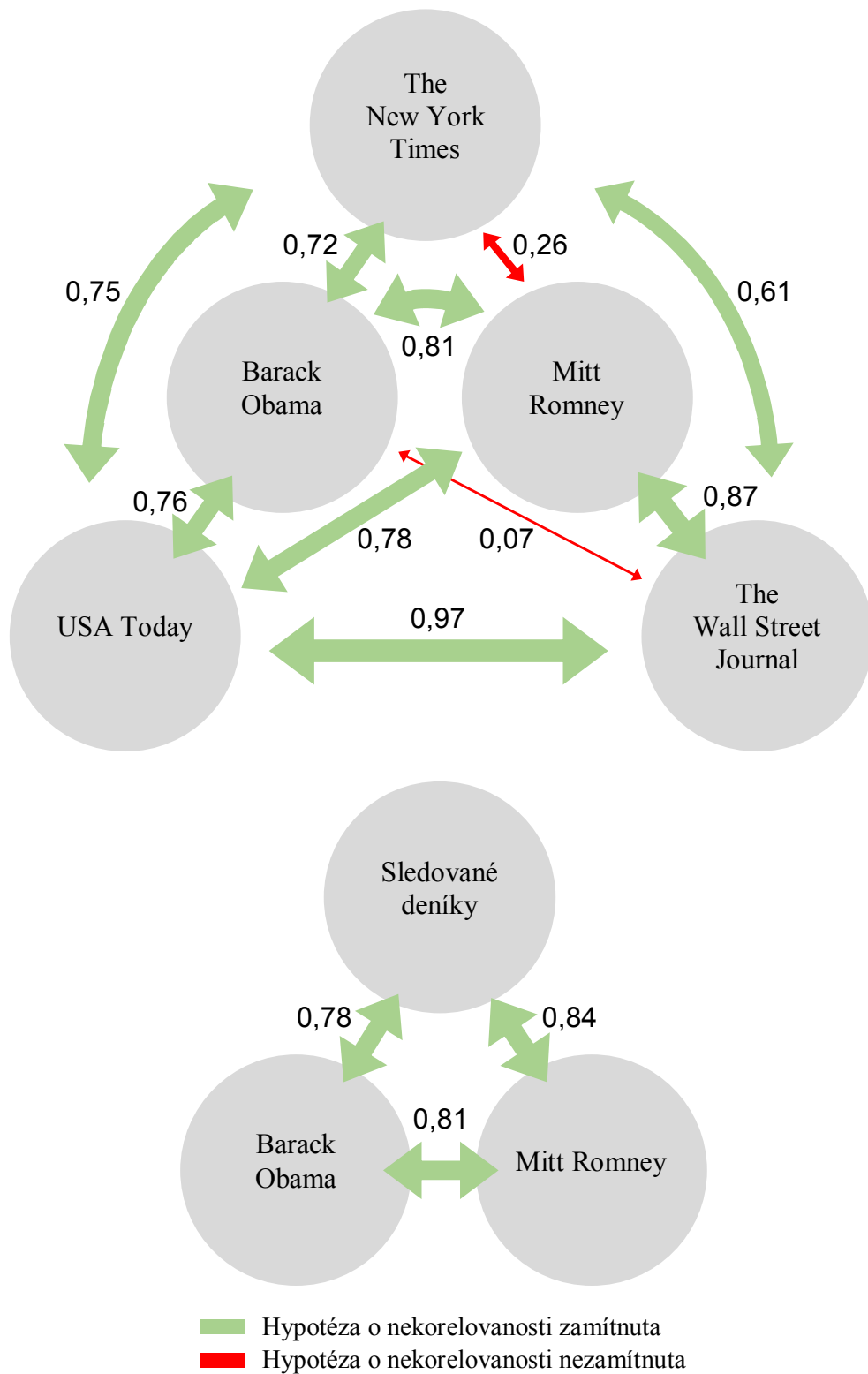
Graf 4: Korelace mezi agendami B. Obamy a M. Romneyho v různých měsících kampaně

Zatímco Mitt Romney byl velmi zaměřený na ekonomiku, Barack Obama se spíše zaměřoval na řešení nezaměstnanosti. V měsíci září byla korelovanost nejnižší ($r = 0,18$), zřejmě z důvodu teprve se rozbíhající kampaně a problémům, kterým musela Obamova administrativa čelit v zahraniční politice.

Vypočtený výběrový korelační koeficient o hodnotě 0,52 pro měsíc říjen poukazuje na větší korelovanost obou agend, než v případě měsíce září. V říjnu se konaly dvě prezidentské debaty, které posloužily jako jeden ze zdrojů pro získání statistických dat. Zde se oba kandidáti potýkali s totožnými tématy, zatímco v posledním týdnu kampaně, jak již bylo uvedeno, apelovali na nutnost jít volit.

Při vyhodnocení zkoumaných dat napříč celým sledovaným časovým obdobím byl vypočten korelační koeficient pro závislost agend obou kandidátů na hodnotu 0,81. Kandidáti obecně vzato mluvili o stejných tématech, zřejmě i proto, aby bylo pro voliče snazší porovnávat názory obou kandidátů. Při testování hypotéz bylo možné s velkou rezervou

zamítnout hypotézu o nekorelovanosti obou agend. Jejich nezávislost je s 5 % rizikem omylu možné vyloučit.



Obrázek 2: Korelace mezi agendami zkoumaných subjektů vyjádřená hodnotou vypočtených výběrových korelačních koeficientů

Závěr

V průběhu sběru dat bylo pracováno celkem s 573 informačními zdroji, které byly následně analyzovány. Výsledky plynoucí z této analýzy jsou v souladu s teoretickými předpoklady agendy setting. Obrázek 2 názorně ukazuje až na výjimky vysokou korelovanost mezi agendami zkoumaných subjektů. Obzvláště pohled na „trojúhelník“ v dolní části obrázku 2 prozrazuje vysokou korelovanost obou sledovaných prezidentských kandidátů mezi sebou samými, rovněž i mezi nimi a sledovanými deníky, které byly v tomto případě považovány za jeden mediální subjekt. Vztahy sledovaných agend jsou znázorněny v horní části obrázku 2. I když korelační, resp. kvantitativní obsahová analýza nedokáže zodpovědět otázku, kdo v uvedených vztazích představuje pozici příčinného činitele a kdo pozici důsledku, ve většině uvedených vztahů však nemůže být pochyb o nezanebatelné vzájemné závislosti agend jednotlivých subjektů. Pátrání po příčinném činiteli by bylo technicky i analyticky velmi obtížné a dá se předpokládat, že všechny subjekty mohou a pravděpodobně také představují obě role.

Na výzkumné otázky položené v této práci lze s pravděpodobností plynoucí z užití statistické metody odpovědět následovně:

- Bylo potvrzeno, že agendy Baracka Obamy a deníků USA Today a The New York Times byly korelované. Míru těchto korelací vyjadřují výběrové korelační koeficienty o hodnotách $r = 0,76$ a $0,72$.
- Korelace mezi agendou Baracka Obamy a deníku The Wall Street Journal nebyla potvrzena. Míru této korelace vyjadřuje výběrový korelační koeficient $r = 0,07$.
- Byla potvrzena celková korelovanost agend Baracka Obamy a sledovaných deníků vyjádřená hodnotou výběrového korelačního koeficientu $0,78$.
- Bylo potvrzeno, že agendy Mitta Romneyho a deníků USA Today a The Wall Street Journal byly korelované. Míru těchto korelací vyjadřují výběrové korelační koeficienty $r = 0,78$ a $0,87$.
- Korelace mezi agendou Mitta Romneyho a deníku The New York Times nebyla potvrzena. Míru této korelace vyjadřuje výběrový korelační koeficient $r = 0,26$.

- Agendy všech jednotlivých deníků byly korelované. Nejsilnější závislost byla odhadnuta pro agendy deníků USA Today a The Wall Street Journal na základě výběrového korelačního koeficientu o hodnotě 0,97.
- Agendy obou kandidátů Baracka Obamy a Mitta Romneyho byly korelovány. Tuto korelaci vyjadřuje výběrový korelační koeficient $r = 0,81$.
- Kandidáti a deníky věnovali největší pozornost ekonomickým tématům. V tomto případě stejně tak jako u problematiky nezaměstnanosti, bylo zaznamenáno nejvíce mediálních a kandidátských sdělení. Zatímco média se soustředila na kandidáty samotné, kandidáti soustředili svoji pozornost směrem k voličům a snažili se je zaujmout populistickými hesly.

Prezentované výsledky jsou poplatné důslednosti při sběru dat, zvolené metodice výzkumu, zvoleným přístupem při vyhodnocování dat a interpretaci výsledků a technickým a ekonomickým možnostem výzkumníka, resp. autora práce. V neposlední řadě měly na výsledky analýzy vliv subjektivní faktory, jejichž vliv byl sice v průběhu vypracovávání studie maximálně redukován, nelze se jim však u výzkumů, kde zdrojovými daty pro výzkum jsou kvalitativní data, vyhnout úplně.

Vzhledem k tomu, že se tato práce zabývá americkou prezidentskou kampaní, byl sběr vyhodnocovaných dat zásadně ovlivněn jejich dostupností z České republiky. Ideálním, finančně i časově nejméně náročným zdrojem informací byl v tomto případě internet. Za úvahu jistě stojí, jaká média, případně jaký jejich počet si zvolit jako reprezentativní vzorek pro výzkum. Obdobnou otázku si lze položit v případě politické agendy. Jeden z možných přístupů představuje, zvolit si k analýze kupříkladu pouze jednoho představitele politické a mediální agendy, tedy celkem dva subjekty. Takový rozsah studie by umožnil věnovat větší množství pozornosti jednotlivým subjektům, zaznamenat u obou důsledněji mediální, resp. kandidátská sdělení a patrně dospět k reprezentativnějším výsledkům a závěrům. Na druhou stranu by taková studie poskytla jen velmi úzký pohled na vztah mediální a politické agendy. Opačným přístupem pak je, sledovat velké množství médií a politických představitelů. Ačkoliv by taková studie měla ambice obsáhnout širší sféru mediální a politické agendy, reprezentativnost výsledků by však v případě výzkumníka - jednotlivce musela notně poklesnout, vzhledem k jeho omezeným možnostem při sběru dat. Z hlediska počtu zkoumaných subjektů lze rozsáhlost této studia považovat za rozumný kompromis poplatný možnostem výzkumníka a rozsahu práce.

V případě mediální agendy se zdrojem dat staly elektronické verze zvolených deníků, v případě politické agendy šlo o vybrané volební spoty, internetové stránky, debaty a veřejné proslovy. Pro úplnost a maximální reprezentativnost studie by však bylo ideální čerpat v případě mediální agendy z tištěných verzí sledovaných deníků. Ty jsou však v České republice často obtížné dostupné, navíc vzhledem k délce monitorovaného časového období a počtu sledovaných periodik by bylo poměrně dosti finančně nákladné denně tyto výtisky pořizovat. Zmíněné stinné aspekty analýzy tištěných zahraničních deníků by teoreticky bylo možné odstranit spoluprací s asistentem přebývajícím v lokalitě, na kterou je výzkum zaměřen a v níž je jistě dostupnost tištěných periodik nesrovnatelně vyšší.

Proces kódování dat, tedy převodu z jejich kvalitativní do kvantitativní podoby může více či méně podléhat zvolenému individuálnímu přístupu. Koncept sběru dat a jejich zdroje byly zvoleny tak, aby nebylo nutné rozlišovat významnost jednotlivých mediálních a kandidátských sdělení a tím výrazně komplikovat kódování sesbíraných dat. Úskalí plynoucí z takto zvoleného přístupu plynou ze skutečnosti, že ne všechna mediální a kandidátská sdělení mají vždy stejnou důležitost a to i přesto, že jsou brána z obdobných informačních zdrojů. Na druhou stranu nelze opomenout významnou subjektivní složku vstupující do výzkumného procesu v případě kódování dat zahrnující i atribut jejich důležitosti. Z tohoto důvodu se lze domnívat, že zvolený přístup v tomto ohledu nenavýšil nepřesnost výsledků a z nich plynoucích závěrů.

Zvolený metodický postup je v tomto případě pouze jedním z mnoha alternativních přístupů, kterými lze vztah mediální a politické agendy vyhodnocovat. Jiné studie, nakládající se získanými daty rozdílně a užívající rozdílných metodických postupů by pravděpodobně došly k mírně odlišným výsledkům a závěrům. Vedle kvantitativní obsahové analýzy by bylo možné vyhodnotit data na základě kvalitativní analýzy. Výzkumník by se tak zcela vyhnul převodu kvalitativních dat na kvantitativní a zároveň by nemusel relativně zdlouhavě studovat problematiku korelační analýzy a věnovat nemalé úsilí vyhodnocení kvantitativních dat na základě této statistické metody. Objektivita takového výzkumu by byla navíc podpořena absencí subjektivního ovlivnění v procesu kódování dat. Takové vyhodnocení dat je však při větší velikosti datových souborů a většímu množství sledovaných subjektů zjevně velmi obtížné, výzkumník se musí spolehnout na svůj vlastní úsudek při vyhodnocování velkého množství dat, které lze díky své formě jen obtížně přehledně shrnout například do tabulek, jak to umožňuje kvantitativní obsahová analýza. Vzhledem k faktu, že se tato práce opírá o zmíněnou kvantitativní obsahovou

analýzu, musí být výsledky v ní prezentované do nemalé míry reprezentativní, jelikož kvantitativní vyhodnocení dat minimalizuje vstup celé řady subjektivních faktorů do výzkumného procesu, které se stávají aktuálními při kvalitativním vyhodnocení dat.

Seznam použité literatury a pramenů

Knižní publikace

- Adler - Rodman (2003). *Understating Human Communication*. (New York:Oxford University Press), s. 471 - 485.
- Baran, Stanley J. - Davis, Dennis K. (2012). *Agenda Setting*. In: Baran, Stanley J. - Davis, Dennis K. *Mass Communication Theory, Foundation, Ferment and Future Section 4. Contemporary Mass Communication Theory* (Cengage Learning), s. 293.
- Dearing, James W. - Rogers Everett M. (1996). *Studying the Politics Agenda*. In: Dearing, James W. - Rogers Everett M., *Agenda setting research : Where has it been, where is it going? Agenda- setting research* (Sage Publications), s. 81 - 94.
- Hanson, Ralph E. (2008). *Mass Communication Living in Media World* (Morgantown: West Virginia University), s. 92 - 187.
- Hvížd'ala, Karel (2005). *Jak myslet média- eseje a rozhovory* (Praha: Máj Dokořán), s. 181-183.
- Lipmann, Walter (1922). *Public Opinion*. Verze pro Kindle (2010), s. 9 - 10.
- McCombs, Bell (1996). *Agenda setting* In: Salwen, Michael B., Stacks W. Don *An Integrated Approach to communication theory and research*, s. 105 - 06.
- McCombs, Maxwell (2009) *Agenda setting, nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. (Praha: Portál s.r.o.).
- Meyer, Thomas (1994). *Die Transformation des Politischen*. Verze pro Kindle.
- Mrkvička, Tomáš - Petrášková, Vladimíra (2006). *Korelační analýza. Úvod do statistiky*. (České Budějovice), s. 97-100.
- Reese, Stephen D. - Shoemaker, Pamela J. (1996). *The Message, Theories of influences on Mass Media Content* (Longman Publishers USA).
- Řezanková, Hana - Löster, Tomáš (2009). *Úvod do statistiky* (Praha: Oeconomica).
- Scherer Lutz (2004). *Uvod do metody obsahové analýzy*. In: Schulz, Winfried- Scherer, Helmut – Hagen, Lutz – Reifová, Irena – Končelík, Jakub. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. (Praha: Nakladatelství Karolinum), s. 29 - 51
- Schulz, Winfried - Scherer, Helmut – Hagen, Lutz – Reifová, Irena – Končelík, Jakub (2004). *Analýza obsahu mediálních sdělení*. (Praha: Nakladatelství Karolinum), 2004.

Urban, Lukáš - Dubský, Josef - Murdza, Karol (2011): *Masová komunikace a veřejné mínění*. (Praha: Grada Publishing) s. 167.

Odborné články

Abbe, Owen G. - Goodliffe, Jay - Herrnson, Paul S. - Patterson, Kelly D. (2003). Agenda setting in Congressional Elections: The Impact of Issues and Campaigns on voting Behavior. *Political Research Quarterly* 56 (4), s. 420 - 421.

Brauch, Michael - Grossman, Kuma - Joynt, Martha (1982). Portraying the president: The White House and the News Media. *Journal of Politics* 44 (4), s. 1128 - 1131.

Dunn, Scott W. (2009). Candidate and Media Agenda setting in the 2005 Virginia Gubernatorial . *Election Journal of Communication* .

Grossman, Michael Baruch - Kumar, Martha Joynt (1979). The White House and the media. *Political Science Quarterly* , s. 37 - 54.

Edwards III, George C. - Wood, Dan B. (1999). Who Influences Whom? The President, Congress, and the Media. *The American Political Science Review* 93 (2), s. 326 - 328.

Johnson, Thomas - Wanta, Wayne (1995). Exploring FDR's relationship with the Press: A historical Agenda - Setting Study. *Political Communication* , 12, s. 157 - 172.

Karpowitz, Christopher F. (2009). What Can a President Learn from the News Media? The Instructive Case of Richard Nixon. *British Journal of Political Science*, s. 39.

Lei, Guo - Hong, Tie Vu - McCombs, Maxwell (2012) An Expanded Perspective on Agenda- Setting Effects. Exploring the third level of agenda setting. *Revista de Comunicación*, 2012 Vol 11.

Mucundorfeanu, Meda - Vana, Dragos- Tudor (2012), Agenda setting, framing, printing: Analyza efectelor mass- media in Romania. *Revista de Management si Inginerie Economica* 11 (2), 189 - 192.

Rozzel, Mark J. (1990). President Carter and the Press: Perspectives from White House Communications Adviser. *Political Science Quarterly*, 105 (3) 420 - 421.

Shaw, Daron R. - Sparrow, Bartholomew From the inner ring out: New Congruence, Cue - Taking, and campaign coverage, *Political Research Quarterly*, 52 (2) 1999

News Media: The Phases of Their Relationship. *Political Science Quarterly*, 94 (1) s. 38 - 52.

Reese, Stephen D. Setting The Media's Agenda: A power balance perspective. *Communication Yearbook* 14, 312 - 315.

Internetové zdroje

Barringer, Felicity (1999). MEDIA WATCH; When an Old Drug Question Becomes New News. *The New York Times*. 22. 8. 1999 (<http://www.nytimes.com/1999/08/22/us/media-watch-when-an-old-drug-question-becomes-new-news.html?pagewanted=all&src=pm>, 13. 4. 2013).

Baumgartner, F. R. (2001). International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B0080430767010925>, 13. 4. 2012).

Eastern Illinois University (2008) Presidential Campaigns: Packaging the President. *Eastern Illinois University* (<http://eiu.edu/eiutps/campaigns.php>, 13. 4. 2013).

Rasmussen Report (2013). 41% Think U. S. President Most Powerful Person in the World, 44% Disagree. *Rasmussen Report*. 21. 1. 2013 (http://www.rasmussenreports.com/public_content/politics/obama_administration/january_2013/41_think_u_s_president_most_powerful_person_in_the_world_44_disagree, 13. 4. 2013).

Smith, Andreas Wittman (2004). What the Media are doing to our politics by John Loyd. *The Independent* 23. 7. 2004 (<http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/reviews/what-the-media-are-doing-to-our-politics-by-john-lloyd-6165014.html>, 13. 4. 2012).

Tedesco, John C. (2001) Issue and Strategy Agenda Setting in the 2000 presidential primaries, *American Behavioral Scientist* (<http://abs.sagepub.com/content/44/12/2048.abstract#cited-by>, 13. 4. 2013).

Seznam použitých pramenů pro výzkum

Agenda Baracka Obamy

BarackObama.com (2012). 537 - Obama for America. BarackObamadotcom - oficiální youtube stránky. 24. 9. 2012 (<http://bit.ly/QGmYr4>, 13. 1. 2013).

BarackObama.com (2012). Determination - Obama for America. BarackObamadotcom - oficiální youtube stránky. 23. 10. 2012 (<http://bit.ly/XO8rfM>, 13. 1. 2013).

BarackObama.com (2012). He's Got it Right - Obama for America. BarackObamadotcom - oficiální youtube stránky. 24. 10. 2012 (<http://bit.ly/Vp6p2K>, 13. 1. 2013).

BarackObama.com (2012). Challenges - Obama for America. BarackObamadotcom - oficiální youtube stránky. 13. 10. 2012 (<http://bit.ly/To89rk>, 13. 1. 2013).

BarackObama.com (2012). Challenges - Obama for America. BarackObamadotcom - oficiální youtube stránky. 13. 10. 2012 (<http://bit.ly/To89rk>, 13. 1. 2013).

BarackObama.com (2012). Character - Obama for America. BarackObamadotcom - oficiální youtube stránky. 15. 10. 2012 (<http://bit.ly/T5v5Bo>, 13. 1. 2013).

BarackObama.com (2012). Jay-Z: The Power of Our Voice. BarackObamadotcom - oficiální youtube stránky. 15. 10. 2012 (<http://bit.ly/R7528F>, 13. 1. 2013).

BarackObama.com (2012). My Job - Obama for America. BarackObamadotcom - oficiální youtube stránky. 27. 9. 2012 (<http://bit.ly/S1W9RC>, 13. 1. 2013).

BarackObama.com (2012). My Job - Obama for America. BarackObamadotcom - oficiální youtube stránky. 27. 9. 2012 (<http://bit.ly/S1W9RC>, 13. 1. 2013).

BarackObama.com (2012). No Taxes - Obama for America. BarackObamadotcom - oficiální youtube stránky. 23. 9. 2012 (<http://bit.ly/UIxe4o>, 13. 1. 2013).

BarackObama.com (2012). Remember - Obama for America. BarackObamadotcom - oficiální youtube stránky. 27. 10. 2012 (<http://bit.ly/RWpoBB>, 13. 1. 2013).

BarackObama.com (2012). Solid - Obama for America. BarackObamadotcom - oficiální youtube stránky. 1. 11. 2012 (<http://bit.ly/PImio5>, 13. 1. 2013).

BarackObama.com (2012). The Greatest. Obama for America. BarackObamadotcom - oficiální youtube stránky. 8. 10. 2012 (<http://bit.ly/ONZNhc>, 13. 1. 2013).

BarackObama.com (2012). Trust - Obama for America. BarackObamadotcom - oficiální youtube stránky. 4. 10. 2012 (<http://bit.ly/RDQX3M>, 13. 1. 2013).

Favole, Jared. (2012). Obama Says Officials Ready for Hurricane Sandy. *The Wall Street Journal* 29. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/Tk4r1q>, 14. 3. 2013).

Fox NEWS (2012). TRANSCRIPT: In Ohio Address, Obama Calls RNC Agenda "Out of the Last Century" 3. 9. 2012 (<http://bit.ly/165AePt>, 14. 2. 2013).

Obama, Barack (2012). 2012 Debates. Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/RsDxpR>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Barack Obama. Organization for Action, Barack Obama- oficiální stránky. (<http://bit.ly/wv8b5J>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Campaign. Organization for Action, Barack Obama - oficiální facebookové stránky. (<http://on.fb.me/YdA9qt>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Commit to vote. Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/QrxTUD>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Economy. Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/10KvqhA>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Economy. Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/ZCfPuR>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Education. Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/Y5IoTt>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Forgein policy plan. Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/17qdSX4>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Gun violence. Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://http://bit.ly/Z8qKeV>, 12. 01. 2013).

Obama, Barack (2012). Healt Care. Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/SwbNDF>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Health care. Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/ZsVhb6>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Immigration. Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/13Z3V16>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Jobs creation. Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/zVmejM>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Jobs. Organization for Action, Barack Obama - oficiální facebookové stránky. (<http://on.fb.me/YdzZzv>, 12. 01. 2013).

Obama, Barack (2012). Obamacare. Organization for Action, Barack Obama - oficiální facebookové stránky. (<http://on.fb.me/165vSYA>, 12. 01. 2013).

Obama, Barack (2012). Ohio. Organization for Action, Barack Obama - oficiální facebookové stránky. (<http://on.fb.me/13DhbIe>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/TmGVpW>, 12. 01. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/14wSr8F>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/PHsrPg>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/165szAy>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/Qi1UW6>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/P6NckM>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/188Awla>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/11OgCKk>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/S1SxK9>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/PR9JSX>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/11OgJWI>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/UeMo>, 12. 01. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/ZsUFIQ>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/12C7Oc0>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/188BUV5>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/uyynyL>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/165uNjy>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/17qeagA>, 12. 01. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/UeMo>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/UeMo12>, 1. 2013).

Obama, Barack (2012). Organization for Action. 2. 9. 2012 (<http://on.fb.me/188zLbQ>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). taxes. Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/ZsVfzO>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012). The Platform. Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<https://bitly.com/shorten/>, 12. 1. 2013).

Obama, Barack (2012).Mitt Romney. Organization for Action, Barack Obama - oficiální facebookové stránky. (<http://on.fb.me/13DhaE0>, 12. 01. 2013).

Obama, Barack (2012).Truth. Organization for Action, Barack Obama - oficiální stránky. (<http://bit.ly/QWD13M>, 12. 01. 2013).

The Washington Post (2012). Obama s speech to the Democratic National Convention (Full transcript). The Washington Post 6. 09. 2012 (<http://bit.ly/11MMlgb>, 14. 2. 2013).

Agenda Mitta Romneyho

Daily News (2012). Mitt Romney's speech at the Republican National Convention: Full text, 30. 8. 2012(<http://nydn.us/Y5OUJK>, 14. 2. 2013).

Romney, Mitt (2012). Bringing People Together. Mitt Romney- oficiální youtube stránka. 19. 10. 2012 (<http://bit.ly/OJ4wj1>, 15. 2. 2013).

Romney, Mitt (2012). Couldn't Say It Better. Mitt Romney- oficiální youtube stránka. 3. 10. 2012 (<http://bit.ly/VtNwOU>, 15. 2. 2013).

Romney, Mitt (2012). Couldn't Say It Better. Mitt Romney- oficiální youtube stránka. 23. 10. 2012 (<http://bit.ly/X8l3z2>, 15. 2. 2013).

Romney, Mitt (2012). Find a Way. Mitt Romney- oficiální youtube stránka. 21. 10. 2012 (<http://bit.ly/RbzyA7>, 15. 2. 2013).

Romney, Mitt (2012). Fiscal Discipline. Mitt Romney- oficiální youtube stránka. 14. 10. 2012 (<http://bit.ly/Rr1Eo0>, 15. 2. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mi.tt/SYmQVQ>, 6. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mi.tt/R4oNNv>, 06. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mi.tt/TjrsYH>, 6. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mi.tt/TV7gXN>, 6. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mi.tt/TV7gXN>

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mi.tt/TH5QzN>, 6. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mi.tt/SK4xBA>, 6. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mi.tt/Q066i0>, 6. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://rdcrss.org/PSpvi2>, 6. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mi.tt/WfEV5z>, 6. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mi.tt/Pq2ncc>, 6. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mi.tt/WfEV5z>, 6. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mi.tt/TrYUWP>, 6. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mittromney.com/closingargument>, 6. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mi.tt/VnFwRf>, 6. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mi.tt/Qg1C73>, 6. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mi.tt/SICx2W>, 6. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). Mitt Romney Campaign. Mitt Romney.com – oficiální stránky. (<http://mi.tt/K2RXJy>, 6. 12. 2012).

Romney, Mitt (2012). The Romney Plan. Mitt Romney- oficiální youtube stránka. 17. 9. 2012 (<http://bit.ly/RYeUEW>, 15. 2. 2012).

Romney, Mitt (2012). Too Many Americans. Mitt Romney- oficiální youtube stránka. 27. 9. 2012 (<http://bit.ly/Pu7yo4>, 15. 2. 2012).

Romney, Mitt (2012). America Needs A LeaderMitt Romney- oficiální youtube stránka. 3. 11. 2012 (<http://bit.ly/TrWGXo>, 15. 2. 2012).

Romney, Mitt (2012). Bigger, Better America. Mitt Romney- oficiální youtube stránka. 17. 10. 2012 (<http://bit.ly/SHShSe>, 15. 2. 2012).

Romney, Mitt (2012). Prairie Fire. Mitt Romney- oficiální youtube stránka. 18. 9. 2012 (<http://bit.ly/S2ndKc>, 15. 2. 2012).

Romney, Mitt (2012). Red Rocks. Mitt Romney- oficiální youtube stránka. 3. 11. 2012 (<http://bit.ly/TrQ23h>, 15. 2. 2012).

Romney, Mitt (2012). Revenge Or Love Of Country. Mitt Romney- oficiální youtube stránka. 3. 11. 2012 (<http://bit.ly/TmPj5y>, 15. 2. 2012).

Romney, Mitt (2012). The ChoiceMitt Romney- oficiální youtube stránka. 17. 10. 2012 (<http://bit.ly/Tu729L>, 15. 2. 2012).

The New York Times (2012) Transcript: Mitt Romney Remarks at Virginia Military Institute 8. 10. 2012(<http://nyti.ms/ZG3zgF>, 14. 2. 2013)

Agenda USA Today

Al Neuharth (2012). How do you decide who gets your vote. *USA Today*. 2. 11. 2012 (<http://bit.ly/Yc17Pk>, 5.12 2012).

Baker, Ross K. (2012). Want to see big changes in Congress?. *USA Today*. 15. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZruGep>, 14. 11. 2012).

Baker, Ross K. (2012). Will Democrats' slogan bite back? *USA Today*. 18. 9. 2012 (bit.ly/Z2y5wH, 5. 10. 2012).

Bartiromo, Maria (2012). Summers: 'We've a long way to go' to be satisfied. 17. 9. 2012 (bit.ly/14p77Xz, 7. 10. 2012).

Beckel, Bob – Thomas, Cal (2012) Flighty 'facts' rule debate. *USA Today*. 18. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZUTvuO>, 19. 11. 2012)

Beckel, Bob - Thomas, Cal (2012). Voting against gridlock in Fla. *USA Today*. 1. 11. 2012 (<http://bit.ly/11sjVGA>, 05. 12. 2012).

Bianco Robert (2012). CRITIC'S CORNER. *USA Today*. 22. 10. 2012 (bit.ly/14YnElH, 12. 11. 2012)

Bianco Robert (2012). Schieffer stays cool amid debate's heat. *USA Today*. 23. 10. 2012 (<http://bit.ly/185oSsH>, 12. 10. 2012)

Bianco, Robert (2012). Critic's corner. *USA Today*. 2. 11. 2012 (<http://bit.ly/ZrFwKI>, 5.12 2012).

Biden, Joe (2012). We'll create jobs, restore security. *USA Today*. 26. 10. 2012 (<http://bit.ly/11rMwMn>, 10. 11. 2012).

Black, Duncan (2012). It's a presidential election, not another reality show. *USA Today*. 25. 10. 2012 (<http://bit.ly/12y6kPL>, 14. 11. 2012).

Brinton, Henry (2012). When politics freezes over. *USA Today*. 27. 9. 2012 (bit.ly/14oYqw9, 3. 10. 2012).

Camia, Catalina - Madhani, Aamer (2012). President campaigns on 'trust' in Fla. *USA Today*. 24. 10. 2012 (<http://bit.ly/123nBgZ>, 14. 11. 2012).

Camia, Catalina - Jackson, David (2012). Gallup: No convention bump for Romney. *USA Today*. 04. 09. 2012 (bit.ly/17on8uE, 31. 09. 2012).

Camia, Catalina - Jackson, David (2012). Obama has notable lead in most polls. *USA Today*. 12. 9. 2012 (bit.ly/12xFTtE, 7. 10 2012).

Campbell, Don (2012). Save Election day. *USA Today*. 25. 9. 2012 (bit.ly/10j9P8H, 5. 10. 2012).

Campbell, Don (2012). Who's winning? As an Ohio voter, I feel so wanted. *USA Today*. 5. 11. 2012 (<http://bit.ly/13BOBqw>, 5. 12. 2012).

Cauchon, Denis (2012). Who's winning? Control of 44 state legislatures in play. *USA Today*. 05. 11. 2012 (<http://bit.ly/11L6FPb>, 5. 12. 2012).

Cauchon, Dennis (2012). Ohio observers see candidates 'ready to pounce'. *USA Today*. 17. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZDfA6M>, 14. 11. 2012).

Davidson, Paul (2012). Beige book: Economy growing, if modestly. *USA Today*. 11. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZV41SZ>, 17,11,2012).

Davidson, Paul (2012). Unemployment dips in 41 states. *USA Today*. 22. 10. 2012 (<http://bit.ly/183yvcS>, 17,11,2012).

Davis, Susan (2012). Akin confident he can win Mo. Senate seat. *USA Today*. 24.9 2012. (bit.ly/12OTwWy, 3. 10. 2012).

Davis, Susan (2012). Akin confident he can win Mo. Senate seat. *USA Today*. 24.9 2012. (bit.ly/12OTwWy, 3. 10. 2012).

Davis, Susan (2012). How Hispanics may repaint Arizona. *USA Today*. 2.11 2012 (<http://bit.ly/11siyb4>, 5.12 2012).

Davis, Susan J. (2012). Congress calls it quits early. *USA Today*. 21. 9.2012 (bit.ly/ZCuGt9, 3. 10. 2012).

Davis, Susan- Wolf, Richard (2012). Election winner gets a mess. *USA Today*. 1. 11. 2012 (<http://bit.ly/14rPHcG>, 5.12 2012).

Davis, Susan (2012). Next Congress likely to look much like this one. *USA Today*. 6.11 2012 (<http://bit.ly/12PwTkM>, 05. 12. 2012).

Davis, Susan (2012). 5 trends that will shape control of the House. *USA Today*. 23. 10. 2012 (bit.ly/ZD36vJ, 17. 11. 2012).

Davis, Susan (2012). Echoes of '10 loom in GOP's Senate quest. *USA Today*. 25. 10. 2012 (bit.ly/11M0GbH, 13. 11. 2012).

Dorell, Oren (2012). Islamists vying for power through anti-U.S. riots. *USA Today*. 17. 9. 2012 (bit.ly/ZNPGvt, 7. 10. 2012).

Eversley, Melanie (2012). Pa. voter ID law suspended for 2012 elections. *USA Today*. 3. 10. 2012(<http://bit.ly/Z4oxkJ>, 10. 11. 2012).

Gans, Curtis (2012). Don't dump Electoral College *USA Today*. 23.10 2012 (<http://bit.ly/11rSe0J>, 7. 10. 2012).

Goldberg, Jonah (2012). Who's winning? Why are elections so, well, scary?. *USA Today*. 6. 11. 2012 (<http://bit.ly/13BOBqw>, 5. 12. 2012).

Gomez, Alan (2012). Immigrant program not a permanent fix. *USA Today*. 20. 9. 2012 (bit.ly/ZTpdcU, 5. 10. 2012).

Gomez, Alan (2012). In voter tug of war, both conventions play to Hispanics. *USA Today* . 07. 09. 2012 (bit.ly/12P1A9v, 20. 09. 2012).

Horovitz, Bruce (2012). Divided by politics, united by food.*USA Today*. 2. 11. 2012 (<http://bit.ly/11L8kEd>, 5.12 2012).

Chabin, Michele (2012). In Israel and elsewhere, expats vote.*USA Today*. 1. 11. 2012 (<http://bit.ly/12PBZxt>, 5.12 2012).

Jackson, David (2012). Auto bailout driving Ohio vote. *USA Today*. 17. 9. 2012 (bit.ly/12xE6Vr, 7. 10. 2012).

Jackson, David (2012). Candidates swing through Virginia again. *USA Today*. 28. 9. 2012 (bit.ly/15OlHI0, 5. 10. 2012).

Jackson, David (2012). Incumbents often stumble in first debates. *USA Today*. 3. 10. 2012(<http://bit.ly/14YH0qM>, 10. 11. 2012).

Jackson, David (2012). Obama back in Ohio after hard week. *USA Today*. 10. 10. 2012 (<http://bit.ly/12yIuUa>, 13. 10. 2013).

Jackson, David (2012). Obama talks tough in Ohio against China. *USA Today*. 18. 9. 2012 (bit.ly/14XZCrd, 5. 10. 2012).

Jackson, David- Kucinich, Jackie (2012). Politics and play on Election Day. *USA Today*. 6. 11. 2012 (<http://bit.ly/12yWM7l>, 5. 12. 2012).

Jackson, David - Wolf, Richard (2012). Rivals duel over global leadership. *USA Today*. 23. 10. 2012 (<http://bit.ly/11rSGfr>, 13. 10. 2013)

Jackson, David (2012). On campaign's last day, Obama heads to Iowa. *USA Today*. 5. 11. 2012 (<http://bit.ly/ZVeaiz>, 5. 12. 2012).

Jackson,David - Kucinich, Jackie (2012). Campaigns chase early voters and each other's tails in Ohio. *USA Today*. 26. 10. 2012(<http://bit.ly/12P7qYF>, 10. 11. 2012).

Jackson,David - Kucinich, Jackie- Madhani, Adam (2012). Storm's threat scrambles final week of campaign. *USA Today*. 29. 10. 2012(<http://bit.ly/11KvtH2>, 10. 11. 2012).

Jevis, Rick (2012). He's killing it': Florida Obama fans are pleased. *USA Today*. 17. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZTKMKo>, 10. 11. 2012).

Jevis, Rick (2012). In Florida, Obama fans liked what they saw. *USA Today*. 29. 10. 2012(<http://bit.ly/ZV0wf4>, 10. 11. 2012).

John, Oliver st. (2012). Election is bumming out small businesses. *USA Today*. 18. 10. 2012 (<http://bit.ly/161qLbU>, 07. 11. 2012).

Johnson, Kevin (2012). Crime not on presidential contest radar. *USA Today* . 28. 9. 2012 (bit.ly/12OVF1l, 5. 10. 2012).

Johnson, Kevin (2012). Fate of Calif. death penalty could rest on voters.*USA Today*. 2.11 2012 (<http://bit.ly/183OeZk0>, 5.12 2012).

Keen, Judy (2012). Rape remark churns Indiana race.*USA Today*. 2.11 2012 (<http://bit.ly/10jFt5Y>, 5.12 2012).

Kluger, Bruce (2012). Sandy pulls New Yorkers together, once again. *USA Today*. 31. 10. 2012 (bit.ly/Ybn5Cb, 11. 11. 2012).

Koch, Wendy (2012). Obama, Romney spar on climate, energy. *USA Today*. 31. 10. 2012 (bit.ly/Y3Npfd, 11. 11. 2012).

Korte, Gregory (2012). Romney: 'Hope is not a strategy'. *USA Today*. 9. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZDndKf>, 11. 11. 2012).

Korte, Gregory (2012). Storm's impact looms over elections. *USA Today*. 31. 10. 2012 (bit.ly/ZCNFDW, 11. 11. 2012).

Korte, Gregory (2012). When it comes to political merchandise, Obama has edge. *USA Today*. 25. 9. 2012 (bit.ly/YbbmU9, 3. 10. 2012).

Korte, Gregory-Schouten, Fredreka- Schnaars Christopher (2012). Romney out-raises Obama by \$20M. *USA Today*. 26. 10. 2012 (<http://bit.ly/13BnhJe>, 10. 09. 2012).

Krattenmaker, Tom (2012). GOD vs. GOP. *USA Today*. *USA Today*. 26. 9. 2012 (bit.ly/Y3AcTJ, 3. 10. 2012).

Kucinich, Jackie (2012). Goode may play minor role in Va. Race. *USA Today*. 21. 9. 2012 (bit.ly/122PHJt, 3.10 2012).

Kucinich, Jackie (2012). GOP ticket back to campaign biz. *USA Today*. 07. 9. 2012 (bit.ly/10I0ui7, 29. 09. 2012).

Kucinich, Jackie (2012). Rand Paul aids Romney and Ryan in Ohio. *USA Today*. 26. 9. 2012 (bit.ly/14XUgfp, 3. 10. 2012).

Kucinich, Jackie (2012). Romney backers go bare-knuckles in Fla. *USA Today*. 1. 11. 2012 (<http://bit.ly/ZDDm2>, 5.12 2012).

Kucinich, Jackie (2012). Romney campaign plans positive, respectful tone. *USA Today*. 31. 10. 2012 (bit.ly/Y3NwHE, 11. 11. 2012).

Kucinich, Jackie (2012). Romney digging for the coal votes. *USA Today*. 24. 10. 2012 (bit.ly/ZCWpKj, 13. 10. 2012).

Kucinich, Jackie (2012). Romney softens stance on immigration, other issues. *USA Today*. 3. 10. 2012 (<http://bit.ly/13BKV8g>, 11. 11. 2012).

Kucinich, Jackie- Madhani, Adam (2012). Obama, Romney extend debate. 18. 10. 2012(<http://bit.ly/12yBMxl>, 10. 11. 2012).

Kucinich, Jackie- Madhani, Adam (2012). Storm throws campaigns for a loop. 30. 10. 2012(<http://bit.ly/12xXFwM>, 10. 11. 2012).

La Pierre, Wayne (2012). Gun laws ring hollow with voters. *USA Today*. 29. 10. 2012 (<http://bit.ly/YboxnW>, 10. 09. 2012).

Lynch, Sarah (2012). In Egypt, freedom up for debate. *USA Today*. 3. 10. 2012 (<http://bit.ly/11MrSaa>, 13. 10. 2013).

Madhani, Aamer (2012). North Carolina poses challenge for Dems. *USA Today*. 04. 9. 2012 (bit.ly/ZTuAJb, 01. 10. 2012).

Madhani, Aamer (2012). One event, two candidates, two receptions. *USA Today*. 26. 9. 2012 (bit.ly/ZTnu7x, 3. 10. 2012).

Madhani, Aamer (2012). Romney and Obama ratchet up rhetoric in Florida. *USA Today*. 21. 9. 2012 (bit.ly/13BdtyF, 5. 10. 2012).

Madhani, Aamer (2012). Romney closes early-voting gap. *USA Today*. 5.11.2012 (<http://bit.ly/Z4IwzG>, 05. 12. 2012).

Madhani, Aamer- McAuliff John (2012). Viewers in Virginia dissect debate. *USA Today*. 4. 10. 2012 (<http://bit.ly/Zrx0lO>, 11. 11. 2012).

Madhani, Aamer- Schouten, Fredreka (2012). Early voting indicates tight race. *USA Today*. 29. 10. 2012 (<http://bit.ly/14Yd6Dk>, 13. 11. 2012).

Madhani, Aamer (2012). Battle for Florida heats up. *USA Today*. 22. 10. 2012 (bit.ly/12yhKDL, 11. 11. 2012).

Madhani, Aamer (2012). In effort to woo vets, every detail matters. *USA Today*. 05. 09. 2012 (bit.ly/12P2Cm4, 29. 09. 2012).

Madhani, Aamer (2012). Jewish voters still favoring Obama. *USA Today*. 20. 9. 2012(bit.ly/11KiZiu, 5. 10. 2012).

Madhani, Aamer (2012). Obama puts priority on post-Sandy recovery. *USA Today*. 31. 10. 2012 (bit.ly/15Ozezj, 11. 11. 2012).

McIver, McIver (2012). Endorsements actually often tip to Republicans. *USA Today*. 5. 11. 2012 (<http://bit.ly/10Ili7T>, 5. 12. 2012).

Moore, Martha T. (2012). Conventioneers like tighter 3 days. *USA Today*. 07. 09. 2012 (bit.ly/1858o2l, 25. 09. 2012).

Moore, Martha T. (2012). Crowley up to daunting task of moderating next debate. *USA Today*. 15. 10. 2012 (<http://bit.ly/185SEMz>, 7. 10. 2012).

Moore, Martha T. (2012). Debate performance helps Romney; improved jobs report fuels Obama. *USA Today*. 9. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZO8jiY>, 09. 10. 2012).

Moore, Martha T. (2012). Obama bounce: The convention -- or the ads? *USA Today*. 13. 9. 2012 (bit.ly/160J551, 7. 10. 2012).

Moore, Martha T. (2012). Obama bounce: The convention -- or the ads? *USA Today*. 25. 10. 2012 (bit.ly/ZUNHBx, 7. 10. 2012).

Moore, Martha T. (2012). Swing-state ads bill: \$575M -- so far. *USA Today*. 12. 9. 2012 (bit.ly/10HXkL7, 7. 10. 2012).

Moore, Martha T. (2012). As New Jersey struggles, Christie puts politics aside. *USA Today*. 01.11 2012 (<http://bit.ly/15PdbIW>, 5.12 2012).

Nate, Ryan (2012). Sport naturally conservative, Petty says. *USA Today*. 5.11 2012 (<http://bit.ly/12464p9>, 5. 12. 2012).

O'Hanlon, Michael (2012). Playing the same defense. *USA Today*. 19. 9. 2012 (bit.ly/Zr0Gzt, 3. 10. 2012).

O'Hanlon, Michael (2012). Playing the same defense. *USA Today*. 19. 9. 2012 (bit.ly/Zr0Gzt, 5. 10. 2012).

Page, Susan (2012). 60 days, 4 game-changers. *USA Today*. 07. 09. 2012 (bit.ly/1233oIb, 29. 9. 2012).

Page, Susan (2012). Going toe-to-toe on TV for points. *USA Today*. 17. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZO5PRG>, 14. 11. 2012).

Page, Susan (2012). High-energy, no economy of words. *USA Today*. 17. 10. 2012 (<http://bit.ly/15OVZTY>, 11. 11. 2012).

Page, Susan (2012). In one-on-one, strong on defense. *USA Today*. 04. 10. 2012 (<http://bit.ly/10IAa7r>, 14. 11. 2012).

Page, Susan (2012). Obama casts Romney as outdated. *USA Today*. 23. 10. 2012 (<http://bit.ly/14YkSwT>, 14. 11. 2012).

Page, Susan (2012). Obama gets a slight bounce from convention. *USA Today*. 10. 09. 2012 (bit.ly/Z2PfKG, 1. 10. 2012).

Page, Susan (2012). Obama tops Romney on Medicare. *USA Today*. 21. 9. 2012 (bit.ly/14XV2ZZ, 3. 10. 2012).

Page, Susan (2012). Obama's lead poses test for Romney. *USA Today*. 14. 9. 2012 (bit.ly/14p7L7s, 7. 10. 2012).

Page, Susan (2012). President Romney, but Veep Biden? *USA Today*. 30. 10. 2012 (bit.ly/ZNUHnO, 11. 11. 2012).

Page, Susan (2012). Romney plays strong offense. *USA Today*. 3. 10. 2012 (<http://bit.ly/15P5sKU>, 14. 11. 2012).

Page, Susan (2012). Romney plays strong offense. *USA Today*. 4. 10. 2012 (<http://bit.ly/14rkVR8>, 14. 11. 2012).

Page, Susan (2012). Romney trips in Tight race. *USA Today*. 19. 9. 2012 (bit.ly/ZTp-GMe, 5. 10. 2012).

Page, Susan (2012). Romney's tone, is softer, stately. *USA Today*. 23. 10. 2012 (<http://bit.ly/161k0a0>, 14. 11. 2012).

Page, Susan (2012). Three weeks left, women push Romney into lead. *USA Today*. 16. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZDja0s>, 14. 11. 2012).

Page, Susan (2012). Will this election be a replay of 2000? *USA Today*. 30. 10. 2012 (bit.ly/ZTwZU7, 11. 11. 2012).

Page, Susan (2012). In swing states: 48%-48%. *USA Today*. 5. 11. 2012 (<http://bit.ly/ZVeaiy>, 5. 12. 2012).

Raasch, Chuck (2012). In 2012, Virginia also a battleground for Senate. *USA Today*. 24. 10. 2012 (bit.ly/161gNXY, 17. 11. 2012).

Rosen, John (2012). Economist sees gloomy future of frightening scarcity. *USA Today*. 11. 9. 2012 (bit.ly/YbfeEH, 7. 10.2012).

Shell, Adam (2012). Sandy Stock impact not likely to last. *USA Today*. 30. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZUJkGz>, 10. 11. 2012).

Shell, Adam (2012). What to watch. *USA Today*. 06. 11. 2012 (<http://bit.ly/12yYUf8>, 5. 12. 2012).

Shell, Adam (2012). What to watch. *USA Today*. 16. 10. 2012 (<http://bit.ly/10IuKt0>, 7. 11. 2012).

Shell, Adam (2012). What to watch. *USA Today*. 26. 10. 2012 (bit.ly/1618TxK, 10. 11. 2012).

Shell, Adam (2012). Which stocks could be winners after election. *USA Today*. 24. 10. 2012 (<http://bit.ly/Z3nu4K>, 07. 11. 2012).

Shell, Adam (2012). Will Dow's gyrations forecast election? *USA Today*. 18. 9. 2012(bit.ly/10HWjCX, 5. 10. 2012).

Shouten, Fredreka (2012). A fierce ground war for votes. *USA Today*. 18. 10. 2012 <http://bit.ly/10jhvrA>, 18. 11. 2012).

Shouten, Fredreka (2012). Independent spending on races tops \$1B. *USA Today*. 29. 10. 2012 <http://bit.ly/10jhvrA>, 10. 11. 2012).

Shouten, Fredreka (2012). Outside groups target senate. *USA Today*. 01. 10. 2012 <http://bit.ly/Z4rrWS>, 10. 11. 2012).

Schmitt, Julie (2012). Manufacturing's strong job growth petering out. *USA Today*. 5. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZV8o0g>, 18. 11. 2012).

Schnaars, Christopher - Schouten, Fredreka (2012). Romney's bountiful summer wraps up running short on cash. *USA Today*. 21. 9. 2012 (bit.ly/1853hiS, 5. 10 2012).

Schouten, Fredreka (2012). Mystery PACs pop up in tight races. *USA Today*. 2.11 2012 (<http://bit.ly/14rODpf>, 5.12 2012).

Schroeder, George (2012). Oregon climbs to No. 3 in BCS standings. *USA Today*. 5. 11. 2012 (<http://bit.ly/Z4HALR>, 5. 12. 2012).

Smietana, Bob (2012). Churches open doors to all. *USA Today*. 18. 9. 2012 (bit.ly/10HVUAm, 5. 10. 2012).

Strauss, Chris (2012). Romney may owe Panthers. *USA Today*. 5.11 2012 (<http://bit.ly/183NQdA>, 5. 12. 2012).

Trejos, Nancy (2012). Travel Forecast: Business trip outlook anemic. *USA Today*. 9. 10. 2012 (<http://bit.ly/10jzi1B>, 11. 11. 2012).

Trinko, Katrina. (2012). Truth behind celebrity voter campaigns. *USA Today*. 17. 10. 2012 (<http://bit.ly/14qZ0ty>, 11. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012) The Clinton Gamble. *USA Today*. 05. 09. 2012. (bit.ly/ZCIG6g, 29. 09. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). USA Now. *USA Today* . 24. 9. 2012 (bit.ly/Ybc8jX, 5. 10. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). \$6 billion political gusher. *USA Today*. 5. 11. 2012 (<http://bit.ly/13BOH1o>, 5. 12. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). As the financial facts fly, the trends look friendlier. *USA Today*. 16. 10. 2012 (<http://bit.ly/15OXsJK>, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Clinton can bring back Obama's hope. *USA Today* . 05.09 2012 (bit.ly/14Y6FA0, 29. 09. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Coming this week. *USA Today*. 5. 11. 2012 (<http://bit.ly/ZVdEAW>, 5. 12. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Democrats take their turn in Charlotte. *USA Today*. 04. 09. 2012 (bit.ly/183nB70, 29. 09. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Do flip-flops matter to voters? Yes and no. *USA Today*. 26. 10. 2012 (<http://bit.ly/123eZXT>, 15. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Economy, not war, has Pakistanis losing sleep. *USA Today*. 04. 09. 2012 (bit.ly/10jeN5o, 29. 09. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Election 2012: This week's hot buttons. *USA Today*. 21. 9. 2012 (bit.ly/ZNN68I, 3. 10. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Era of national division yields a need for problem-solvers. *USA Today*. 05. 11. 2012 (<http://bit.ly/Y4hTxt>, 5. 12. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). For Romney, uphill battle for female vote?. *USA Today*. 09. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZO8mv4>, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Foreign tide turns against Obama. *USA Today*. 23. 10. 2012 (<http://bit.ly/10jmgRZ>, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Fresh perspectives needed in public education. *USA Today*. 11. 9. 2012 (bit.ly/13Bfz1D, 7. 10. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). How can Obama, Romney win tonight's debate?. *USA Today*. 16. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZTLJT4>, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). In Denver, candidates avoid reality on taxes, spending. *USA Today*. 04. 10. 2012 (<http://bit.ly/11sasz7>, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). In swing state of Ohio, 2012 race gets close scrutiny. *USA Today*. 27. 9. 2012 (bit.ly/Zr18O9, 5. 10. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Inflation fears, looming fiscal cliff send gold soaring. *USA Today*. 05. 09. 2012. (bit.ly/Zr7vAX, 29. 09. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Intense focus on White House overshadows Congress' role. *USA Today*. 22. 10. 2012 (<http://bit.ly/183ykyd>, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Jobless rate dip stirs skepticism, satisfaction. *USA Today*. 17. 10. 2012 (<http://bit.ly/161pWjl>, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Lower unemployment rate inspires conspiracy theorists. *USA Today*. 15. 10. 2012 (<http://bit.ly/13BGGtt>, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Money: In Briefs. *USA Today*. 02. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZObs2i>, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Obama describes stark choice, but can he make a deal? *USA Today*. 07.09 2012 (bit.ly/Ybi7Fn, 7. 10. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Obama: Rivals 'bend the truth'. *USA Today*. 04. 09. 2012 (bit.ly/15Owmm8, 29. 09. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Obama's last-minute agenda seeks mostly not to offend. *USA Today*. 26. 10. 2012 (<http://bit.ly/14pOKlb>, 15. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Powell support of Obama questioned, validated. 1. 11. 2012 *USA Today* (<http://bit.ly/10IJh8b>, 5. 12. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Presidential debate gives Romney new life. *USA Today*. 05. 10. 2012 (<http://bit.ly/15P3kCP>, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Readers for Obama. *USA Today*. 5. 11. 2012 (<http://bit.ly/10IJh8b>, 5. 12. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Romney co-chair only energizes black voters. *USA Today*. 30. 10. 2012 (<http://bit.ly/10jgXC2>, 11. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Romney says he would keep some parts of Obama's health care law. *USA Today*. 10 9. 2012 (bit.ly/12xIaVQ, 7. 10. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). State Department misses on Libya. *USA Today*. 11. 10. 2012 (<http://bit.ly/Y47CBs>, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Swinging polls, and states, send election watchers spinning. *USA Today*. 10. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZTNBuS>, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Taking aim at Romney. *USA Today* . 06.09 2012 (bit.ly/185cpEb, 7. 10. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). The Election Day prayer: Deliver us a decisive outcome. *USA Today*. 6. 11. 2012 (<http://bit.ly/14rEid4>, 05. 12. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). To curb spending, address root cause. *USA Today*. 22. 10. 2012 (<http://bit.ly/YbyYb8>, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Town hall produces lively exchange, split decision. *USA Today*. 19. 10. 2012 (<http://bit.ly/183Foe8>, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Two weeks before Election Day is early enough for early voting. *USA Today*. 01. 10. 2012 (<http://bit.ly/123Wq5Y>, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Unions forgo N. C. but still back Obama. *USA Today*. 04. 09. 2012 (bit.ly/ZTuKjM, 29. 09. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). USA Final debate ends with another murky outcome. *USA Today*. 24. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZrgaU2>, 16. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). USA Now. *USA Today*. 6. 11. 2012 (<http://bit.ly/15P9KBU>, 5. 12. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). USA Now. What we're following. *USA Today*. 25. 10. 2012 (bit.ly/Y3SZhJ, 10. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Voter ID laws fire up a fight. *USA Today*. 27. 9. 2012 (bit.ly/Zr11lu, 3. 10. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Voters faced with stark choice on Election day. *USA Today*. 29. 10. 2012 (<http://bit.ly/ZTxHkk>, 15. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Voters focus on non-verbal cues. *USA Today*. 17. 10. 2012 (<http://bit.ly/11s5q5I>, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). What has the 112th Congress achieved?. *USA Today*. 24.9 2012. (bit.ly/12OTyxx, 3. 10. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). What's really at stake? *USA Today*. 29. 10. 2012 (<http://bit.ly/14Ye0iW>, 15. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Why TV scoops up campaign money. *USA Today*. 22. 10. 2012 (bit.ly/12PfnNB, 17. 11. 2012).

USA Today - McLean, Va. (2012). Worst Congress ever? Members go home with nothing to show. *USA Today*. 21. 9. 2012 (bit.ly/14p2FIe, 5. 10. 2012).

Waggoner, John (2012). Cheer up! Your 401(k) is roaring back. *USA Today*. 26. 10. 2012 (<http://bit.ly/17or5Q1>, 17. 11. 2012).

Welch, William M. (2012). Clinton: U. S. on right course. *USA Today*. 6. 9. 2012 (bit.ly/11KpB0q, 29. 9. 2012).

Welch, William M. (2012). Obama: 'Don't turn back'. *USA Today*. 7. 9. 2012 (bit.ly/ZCGXOg, 29. 9. 2012).

Welch, William M. (2012). Obama: More time needed. *USA Today*. 7. 9. 2012 (bit.ly/Y3JxuC, 29. 9. 2012).

Welch, William M. (2012). Republicans are main target opening day. *USA Today*. 05.09 2012 (bit.ly/Z2L6Gt, 29. 9. 2012).

Welch, William (2012). In purple Silver State, race is a tossup. *USA Today*. 5. 11. 2012 (<http://bit.ly/186ahfa>, 5. 12. 2012).

West, Darrell (2012). Six ways to judge a presidential debate. *USA Today*. 3. 10.2012 (<http://bit.ly/11L1vCG>, 17. 11. 2012).

Wickham , De Wayne (2012). Republicans facing the last political hurrah. *USA Today*. 6. 11. 2012 (<http://bit.ly/183MkYV>, 05. 12. 2012).

Wickham, DeWayne (2012). Democrats in 2016? Don't overlook Hispanics. *USA Today*. 11. 9. 2012 (bit.ly/Ybf8gb, 7. 10. 2012).

Wickham, DeWayne (2012). Obama, Bill Clinton banking on each other. *USA Today*. 16. 10.2012 (<http://bit.ly/161NxAu>, 17. 11. 2012).

Wickham, DeWayne (2012). Romney needs to shed his 'rich guy' image. *USA Today*. 9. 10.2012 (<http://bit.ly/10jyTfF>, 17. 11. 2012).

Wolf, Richard - Jackson, David (2012). Obama gets to showcase leadership. *USA Today*. 1. 11. 2012 (<http://bit.ly/ZTW94R>, 5.12 2012).

Wolf, Richard (2012). Who's winning? Here's how you'll be able to tell. *USA Today*. 6. 11. 2012 (<http://bit.ly/11Mx2TA>, 5. 12. 2012).

Wolf, Richard (2012). 9 states have the attention of the presidential tickets. *USA Today*. 20. 9. 2012 (bit.ly/14p3LDO, 5. 10. 2012).

Wolf, Richard (2012). As Nov Candidates clash over economy and terrorism. *USA Today*. 12. 10. 2012 (<http://bit.ly/11MniZD>, 15. 11. 2012).

Wolf, Richard (2012). As Nov. 6 nears, state voting laws before Supreme Court. *USA Today*. 16. 10. 2012 (<http://bit.ly/185QGfb>, 15. 11. 2012).

Wolf, Richard (2012). Can Ohio's better days help Obama?. *USA Today*. 26. 10. 2012 (<http://bit.ly/10I8ek7>, 15. 11. 2012).

Wolf, Richard (2012). Obama, Romney clash on how to rescue middle class. *USA Today*. 4. 10. 2012 <http://bit.ly/15P3Rop>, 15. 11. 2012).

Wolf, Richard (2012). President lays out his vision for the future. *USA Today*. 7. 9. 2012 (bit.ly/17oIUzQ, 25. 9. 2012).

Wolf, Richard (2012). Romney aggressively targets Obama's record. *USA Today*. 04. 10. 2012 <http://bit.ly/11L0meu>, 15. 11. 2012).

Wolf, Richard (2012). Round 2. *USA Today*. 17. 10. 2012 (<http://bit.ly/183FjHm>, 15. 11. 2012).

Woodyard, Chris (2012). '40 Ford drives back to future. *USA Today*. 5. 11. 2012 (<http://bit.ly/13BPzTY>, 5. 12. 2012).

Woodyard,Chris (2012). Romney has car edge. *USA Today*. 6. 11. 2012 (<http://bit.ly/11MwsVW>, 5. 12. 2012).

Zelizer, Gerald L. (2012). Keep pulpit politicking out of our churches. *USA Today*. 1. 10.2012 (<http://bit.ly/ZrzH6K>, 17. 11. 2012).

Agenda The New York Times

Bai, Matt (2012). Still Waiting for the Narrator in Chief. *The New York Times*. 30. 10. 2012 <http://nyti.ms/XRs7QM>, 5. 11. 2012).

Baker, Peter - Rutenberg, Jim. (2012). Campaign Gains a New Intensity in Debate's Wake. *The New York Times*. 4. 10. 2012 (<http://nyti.ms/OH5Wvq>, 5. 11. 2012).

Baker, Peter (2012). 4 Years Later, Scarred but Still Confident. *The New York Times*. 06. 09. 2012 (<http://nyti.ms/OW1xj0>, 5. 10. 2012).

Baker, Peter (2012). A Clash of Philosophies. *The New York Times*. 4. 10. 2012 (<http://nyti.ms/O7iqLw>, 5. 11. 2012).

Baker, Peter (2012). A President's Last Race, Win or Lose. *The New York Times*. 4. 11. 2012 (<http://nyti.ms/Ud8nrC>, 5. 12. 2012).

Baker, Peter (2012). A Romney Travels to Russia, but on Strictly Friendly Terms *The New York Times*. 1. 11. 2012 (<http://nyti.ms/Sg1Dne>, 5. 12. 2012).

Baker, Peter (2012). Embassy Attacks Fuel Escalation in U. S. Presidential Race. *The New York Times*. 12. 09. 2012 (<http://nyti.ms/QxZQfl>, 5. 10. 2012).

Baker, Peter (2012). In Middle of a Messy Election, a Nightmare Makes Landfall. *The New York Times*. 28. 10. 2012 (<http://nyti.ms/SR6FY9>, 5. 11. 2012).

Baker, Peter - Cooper, Helene (2012). Obama Makes Case for 2nd Term: ‘Harder’ Path to ‘Better Place’. *The New York Times*. 6. 9. 2012 (<http://nyti.ms/Q8kSys>, 5. 10. 2012).

Baker, Peter - Gabriel, Trip (2012). New Front in Campaign as G.O.P. Seizes on Libya Attack. *The New York Times*. 12. 10. 2012 (<http://nyti.ms/RTPPJU>, 5. 11. 2012).

Baker, Peter - Gabriel, Trip (2012). New Front in Campaign as G.O.P. Seizes on Libya Attack *The New York Times*. 12. 10. 2012 (<http://nyti.ms/RTPPJU>, 5. 11. 2012).

Baker, Peter - Gabriel, Trip (2012). With Biden Up Next to Debate, Obama’s Aides Plot Comeback. *The New York Times*. 7. 10. 2012 (<http://nyti.ms/TjpHKU>, 5. 11. 2012).

Barbaro, Michael - Baker, Peter (2012). On a Frenetic Day, Obama Votes and Romney Is for Change. *The New York Times*. 25. 10. 2012 (<http://nyti.ms/Vsr9qk>, 5. 11. 2012).

Barbaro, Michael - Cooper, Helene (2012). Potential Natural Disaster Plays Havoc With Candidates’ Plans. *The New York Times*. 27. 10. 2012 (<http://nyti.ms/TN6Kur>, 5. 11. 2012).

Barbaro, Michael - Parker, Ashley (2012). A Troubleshooting ‘Wingman’ Plotting Romney’s Trajectory. *The New York Times*. 27. 10. 2012 (<http://nyti.ms/S5Mh4M>, 5. 11. 2012).

Barbaro, Michael- Shear, Michael D. (2012). Storm Pushes Aside Presidential Politics, Mostly. *The New York Times*. 30. 10. 2012 (<http://nyti.ms/Sbaqa6>, 5. 11. 2012).

Barbaro, Michael- Stolberg, Sheryl Gay- Wines, Michael (2012). Romney as a Manager: Unhurried and Socratic. *The New York Times*. 19. 10. 2012 (<http://nyti.ms/RP9Bqv>, 5. 11. 2012).

Barker, Peter - Gabriel, Trip (2012). New Front in Campaign as G.O.P. Seizes on Libya Attack. *The New York Times*. 12. 10. 2012 (<http://nyti.ms/RTTxTB>, 5. 11. 2012).

Blow, Charles M. (2012). The Company Romney Keeps. *The New York Times*. 26. 10. 2012 (<http://nyti.ms/Y5nORe>, 5. 11. 2012).

Blow, Charles M. (2012). Advantage, Obama. *The New York Times*. 14. 09. 2012 (<http://nyti.ms/TUE7AA>, 5. 10. 2012).

Blow, Charles M. (2012). Shades of Gay. *The New York Times*. 19. 10. 2012 (<http://nyti.ms/R9eUR9>, 5. 11. 2012).

Broder, John M. (2012). In Case of a Recount, a Long Wait for Ohio. *The New York Times*. 02. 11. 2012 (<http://nyti.ms/SPDHuF>, 5. 12. 2012).

Broder, John M. (2012). Romney's Goals on Environmental Regulation Would Face Difficult Path. *The New York Times*. 06. 10. 2012 (nyti.ms/R2pU2T, 5. 11. 2012).

Bronner, Ethan (2012). A Tight Election May Be Tangled in Legal Battles. 09. 09. 2012 (<http://nyti.ms/ZrZMTj>, 5. 10. 2012).

Bronner, Ethan. (2012). Campaigns Brace to Sue for Votes in Crucial States. *The New York Times*. 02. 11. 2012 (<http://nyti.ms/SGV8xd>, 5. 12. 2012).

Brooks, David (2012). Moderate Mitt Returns!. *The New York Times*. 4. 10. 2012 (<http://nyti.ms/R2QuFQ>, 5. 11. 2012).

Calmes, Jackie (2012). Obama Casts Republicans as Stuck in the Past. *The New York Times* 15. 09. 2012 (<http://nyti.ms/N7mhrt>, 5. 10. 2012).

Calmes, Jackie - Cooper, Michael - Kocieniewski, David (2012). Entering Stage Right, Romney Moved to Center. *The New York Times*. 4. 10. 2012 (<http://nyti.ms/QVo8QX>, 5. 11. 2012).

Cohen, Roger (2012). The Spirit of America. Protest. *The New York Times*. 05. 11. 2012 (<http://nyti.ms/Su8l9v>, 5. 11. 2012).

Collins, Gail (2012). The Season of Debates. *The New York Times*. 4. 10. 2012 (<http://nyti.ms/ReiUxb>, 5. 11. 2012).

Confessore, Nicolas - Peters, Jeremy W. (2012). Romney Campaign Cautious With Ad Budget, Even in Key States. *The New York Times*. 19. 9. 2012 (<http://nyti.ms/Odnqj0>, 5. 10. 2012).

Confessore, Nicholas - Kocieniewski, David (2012). Romney Reveals He Paid 14% Rate in 2011 Tax Return. *The New York Times*. 21. 9. 2012 (<http://nyti.ms/PvSOWN>, 05. 10. 2012).

Confessore, Nicholas - McGinty, Craven Jo (2012). Obama, Romney and Their Parties on Track to Raise \$2 Billion. *The New York Times*. 25. 10. 2012 (<http://nyti.ms/RM5ysw>, 5. 11. 2012).

Confessore, Nicholas - McGinty, Jo Craven (2012). Low on Cash, Romney Tries to Rally Donors for Final Phase. *The New York Times*. 20. 9. 2012 (<http://nyti.ms/UvJqVX>, 5. 10. 2012).

Confessore, Nicholas - McGinty, Craven Jo. (2012). Romney and Republicans Began Month With \$34 Million Advantage, Filings Show *The New York Times*. 20. 10. 2012 (<http://nyti.ms/ReAEt9>, 5. 11. 2012).

Confessore, Nicholas- Peters, Jeremy W. (2012) Obama Is Even in TV Ad Race Despite PACs . *The New York Times*. 28. 10. 2012 (<http://nyti.ms/S8643y>, 5. 11. 2012).

Cooper, Helen - Lowrey, Annie (2012). A Day After the Party, It's Still the Economy. *The New York Times*. 07. 09. 2012 (<http://nyti.ms/P1Bdph>, 5. 10. 2012).

Cooper, Helen - Landler, Mark- Kirkpatrick, David D. (2012). Egypt, Hearing From Obama, Moves to Heal Rift From Protests. *The New York Times*. 13. 9. 2012 (<http://nyti.ms/PztPDr>, 5. 10. 2012).

Cooper, Helene - Baker, Peter (2012). Sparring Over Foreign Policy, Obama Goes on the Offense. *The New York Times*. 22. 10. 2012 (<http://nyti.ms/T7HRZL>, 5. 11. 2012).

Cooper, Helene (2012) Obama Tells U. N. New Democracies Need Free Speech. *The New York Times*. 13. 09. 2012 (<http://nyti.ms/U9poO7>, 5. 10. 2012).

Cooper, Helene (2012). For Obama, a Balancing Act of Campaigning and Preparing for a Big Storm. *The New York Times*. 27. 10. 2012 (<http://nyti.ms/QMsmw>, 5. 11. 2012).

Cooper, Helene (2012). Obama's Prep Session Goal: Don't Repeat Mistakes of Last Debate. *The New York Times*. 14. 10. 2012 (<http://nyti.ms/RsDzNP>, 5. 11. 2012).

Cooper, Helene (2012). Springsteen Helps Obama Lure Blue-Collar Votes in Ohio. *The New York Times*. 18. 10. 2012 (<http://nyti.ms/WFvolH>, 5. 11. 2012).

Cooper, Helene - Gabriel, Trip (2012). Romney Refines Message on Taxes and Abortion. *The New York Times*. 09. 10. 2012 (<http://nyti.ms/Refeek>, 5. 11. 2012).

Cooper, Helene - Gabriel, Tripp (2012). After Fiery Florida Rally, Obama Focuses on Debate Work. *The New York Times*. 11. 10. 2012 (<http://nyti.ms/SOGp2W>, 5. 11. 2012).

Cooper, Helene- Shear Michael D. (2012). With Debates Over, Candidates Race to Clinch Vital States. *The New York Times*. 23. 10. 2012 (<http://nyti.ms/XbUIA8>, 5. 11. 2012).

Cooper, Helene - Worth, Robert F. (2012). In Arab Spring, Obama Finds a Sharp Test. *The New York Times*. 24. 09. 2012 (<http://nyti.ms/QARtgh>, 5. 10. 2012).

Cooper, Helene, Lander, Mark (2012) Egypt May Be Bigger Concern Than Libya for White House. *The New York Times*. 25. 09. 2012 (<http://nyti.ms/ZU4gym>, 5. 10. 2012).

Cooper, Michael (2012). Disruption From Storm May Be Felt at the Polls. *The New York Times*. 02.11 2012 (<http://nyti.ms/SCMIM0>, 5. 12. 2012).

Cooper, Michael - Gordon, Michael R.- LaFraniere Sharon- Oppel, Richard A. Jr.- Shane Scott. (2012). Looking Closely at Statements From Candidates on Foreign Policy. *The New York Times*. 23. 10. 2012 (<http://nyti.ms/TvXroE>, 5. 11. 2012).

Cooper, Michael- Zeleny, Jeff (2012). Early Voters, and a Hurricane, Change the Rhythm of the Campaign. *The New York Times* 29. 10. 2012 (<http://nyti.ms/11sQ2Gb>, 5. 11. 2012).

Davey, Monica- Wine, Michael (2012) Getting Out the Ohio Vote, Campaigns Are a Study in Contrasts. *The New York Times*. 03. 11.2012 (<http://nyti.ms/SJpBux>, 5.12 2012).

Dewan, Shaila - Landler, Mark (2012). Drop in Jobless Figure Gives Jolt to Race for President. *The New York Times*. 5. 10. 2012 (<http://nyti.ms/QOt3jg>, 5. 11. 2012).

Douthat. Ross (2012). President in Shining Armor . *The New York Times*. 27. 10. 2012 (<http://nyti.ms/U6JeJp>, 5. 11. 2012).

Dowd, Maureen (2012). The Loin King Legal Battles Begin. *The New York Times*. 3. 11. 2012 (<http://nyti.ms/WjRgFQ>, 5. 12. 2012).

Drapper, Robert (2012). The Mitt Romney Who Might Have Been. *The New York Times*. 2. 10. 2012 (<http://nyti.ms/SkBjNh>, 5. 11. 2012).

Eckholm, Eric (2012). Supporters of Same-Sex Marriage See Room for Victories. *The New York Times*. 30. 10. 2012 (<http://nyti.ms/QTev3R>, 5. 11. 2012).

Edsall, Thomas B. (2012). Billionaires Going Rogue. *The New York Times*. 28. 10. 2012 (<http://nyti.ms/S6nUnk>, 5. 11. 2012).

Eligon, John (2012). Iowa Farmers Could Give Romney a Lift, Despite President's Stance on Agriculture. *The New York Times*. 4. 11. 2012 (<http://nyti.ms/QgXoMk>, 5. 11. 2012).

Friedman, Thomas L. (2012). It's Mitt's World. *The New York Times*. 22. 9. 2012 (<http://nyti.ms/ORuQD6>, 5. 10. 2012).

Friedman, Thomas L. (2012). Minnesota Mirror. *The New York Times*. 30. 10. 2012 (<http://nyti.ms/PFN2FR>, 5. 11. 2012).

Gabriel, Trip (2012). Campaign Boils Down to Door-to-Door Voter Drives. *The New York Times*. 21. 10. 2012 (<http://nyti.ms/SeytFI>, 5. 11. 2012).

Gabriel, Trip (2012) In Wisconsin, Real Battleground Is Rural. *The New York Times*. 1. 11. 2012 (<http://nyti.ms/SC1XO6>, 5. 11. 2012).

Goodheart, Adam - Manseau, Peter (2012). Vote Lincoln in 2012. *The New York Times*. 8. 10. 2012 (<http://nyti.ms/SIMAWa>, 5. 11. 2012).

Goodheart, Adam - Pear, Robert (2012). This Election, a Stark Choice in Health Care. *The New York Times*. 10. 10. 2012 (<http://nyti.ms/RihBzY>, 5. 11. 2012).

Goodnough, Abby (2012) Liking It or Not, States Prepare for Health Law. *The New York Times*. 23. 09. 2012 (<http://nyti.ms/PzO3LO>, 5. 10. 2012).

Grunstein, Judah (2012) Militant or Terrorist? *The New York Times*. 2. 11.2012 (<http://nyti.ms/Ss0xFR>, 4. 12. 2012).

Halbfinger, David M. (2012). Officials Rush to Find Ways for the Storm-Tossed to Vote. *The New York Times*. 5 11. 2012 (<http://nyti.ms/VwEsuw> 5. 11. 2012).

Huetteman, Emarie- Shear, Michael D. (2012). Campaigning in Virginia, Obama Presses Fight for Women’s Vote. *The New York Times*. 19. 10. 2012 (<http://nyti.ms/PHvLMc>, 5. 11. 2012).

Chozick, Anna (2012) Beck Acts as a Bridge Between Romney and Evangelical Christians. *The New York Times*. 03. 11.2012 (<http://nyti.ms/VofRIj>, 5.12 2012).

Christensen, Clayton M. (2012). A Capitalist’s Dilemma, Whoever Wins on Tuesday. *The New York Times*. 3.11 2012 (<http://nyti.ms/YCKxnQ>, 5. 12. 2012).

Kantor, Jodi (2012). The Competitor in Chief. *The New York Times*. 02. 09. 2012 (<http://nyti.ms/N8bRrx>, 5. 10. 2012).

Kaplan, Thomas (2012). Cuomo to Travel the U.S. on Obama’s Behalf. *The New York Times*. 18. 10. 2012 (<http://nyti.ms/XtMkLk>, 5. 11. 2012).

Kaplan, Thomas (2012). Groups Push to Highlight Campaign Finance Reform. *The New York Times*. 21. 10. 2012 (<http://nyti.ms/TBHKX0>, 5. 11. 2012).

Keller, Bill (2012). The Republican Id. *The New York Times*. 4. 11. 2012 (<http://nyti.ms/U31gvO>, 5. 11. 2012).

Kirkpatrick, David D. (2012). Benghazi and Arab Spring Rear Up in U. S. Campaign. *The New York Times*. 21. 10. 2012 (<http://nyti.ms/RczOPf>, 5. 11. 2012).

Kleinke, J. D. (2012). The Conservative Case for Obamacare. *The New York Times*. 29. 9. 2012 (<http://nyti.ms/R2HTmX>, 5. 10. 2012).

Kristof, Nicolas D. (2012) It Takes One to Know One. *The New York Times*. 19. 9. 2012 (<http://nyti.ms/S8psQE>, 5. 10. 2012).

Kristof, Nicholas D. (2012). How Romney Would Treat Womenl. *The New York Times*. 03. 11. 2012 (<http://nyti.ms/RDXEAg>, 5. 11. 2012).

Kristof, Nicholas D. (2012). In Obama’s Speech, Their Voices. *The New York Times*. 26. 9. 2012 (<http://nyti.ms/QxZQfl>, 5. 10. 2012).

Kristof, Nicholas D. (2012). Romney’s Economic Model. *The New York Times*. 24. 10. 2012 (<http://nyti.ms/TBahlC>, 5. 11. 2012).

Krugman, Paul (2012). Sandy Versus Katrina. *The New York Times*. 4. 11. 2012 (<http://nyti.ms/QgOkap>, 5. 11. 2012).

Krugman, Paul (2012). Snow Job on Jobs. *The New York Times*. 18. 10. 2012 (<http://nyti.ms/RbZ7PV>, 5. 11. 2012).

Krugman, Paul (2012). The Blackmail Caucus. *The New York Times*. 3. 11. 2012 (<http://nyti.ms/VgiwUh>, 5. 11. 2012).

Krugman, Paul (2012). The Optimism Cure. *The New York Times*. 23. 9. 2012 (<http://nyti.ms/Sh0tum>, 5. 10. 2012).

LaFraniere, Sharon (2012). China and Its Trade Practices Are Coming to the Debates. *The New York Times*. 15. 10. 2012 (<http://nyti.ms/P619Eb>, 5. 11. 2012).

Landeler, Mark- Schmitt, Eric (2012). Focus Was on Tripoli in Requests for Security in Libya. *The New York Times*. 12. 10. 2012 (<http://nyti.ms/X34P9c>, 5. 11. 2012).

Lander, Mark (2012). Shifting Reports on Libya Killings May Cost Obama. *The New York Times*. 28. 9. 2012 (<http://nyti.ms/S7TWny>, 5. 10. 2012).

Lander, Mark - Shear, Michael. (2012). As Candidates Make Final Pleas, Legal Battles Begin. *The New York Times*. 4. 11. 2012 (<http://nyti.ms/RHUc7x>, 5. 12. 2012).

Landler, Mark (2012) Obama, on a Weekend March, Tries to Recapture His Mantle. *The New York Times*. 03. 11.2012 (<http://nyti.ms/Put5k>, 4. 12. 2012).

Landler, Mark (2012). Obama's Stump Speech Boils Down to One Word. *The New York Times*. 18. 10. 2012 (<http://nyti.ms/QuQCIL>, 5. 11. 2012).

Landler, Mark (2012). Shifting Reports on Libya Killings May Cost Obama. *The New York Times*. 2. 9. 2012 (<http://nyti.ms/S7TWny>, 5. 10. 2012).

Landler, Mark - Oppel, Richard A., Jr. (2012). Obama and Romney Keep Up Attacks After Debate. *The New York Times*. 17. 10. 2012 (<http://nyti.ms/Vaff9X>, 5. 11. 2012).

Landler, Mark - Zeleny, Jeff (2012). Clinton Delivers Impassioned Plea for Obama Second Term. *The New York Times*. 6. 9. 2012 (<http://nyti.ms/S7TWny>, 5. 10. 2012).

Leibovich, Mark (2012). Voice Is Strained, but Support on the Trail Unstinting. *The New York Times*. 4. 11. 2012 (<http://nyti.ms/Xcvlja>, 5. 12. 2012).

Leonhardt, David (2012). Romney Ad Reaches Out to Working Class. *The New York Times*. 29. 9. 2012 (<http://nyti.ms/QzYAJb>, 5. 10. 2012).

Lieber, Ron (2012) Being Elected Is No Shield Against Money Woes. *The New York Times*. 2. 11.2012 (<http://nyti.ms/TYJfid>, 5. 12. 2012).

Lichtblau, Eric - Lipton, Eric (2012). Strategizing for the President, and Corporate Clients, Too. *The New York Times*. 19. 10. 2012 (<http://nyti.ms/T6S5ht>, 5. 11. 2012).

Lipton, Eric (2012). A Legal Circle Reaches Deep to Aid Obama. *The New York Times*. 1. 10. 2012 (<http://nyti.ms/Pnz45A>, 5. 11. 2012).

Lipton, Eric - Krauss, Clifford (2012). Fossil Fuel Industry Ads Dominate TV Campaign. *The New York Times*. 13. 9. 2012 (<http://nyti.ms/U0LWTR>, 5. 10. 2012).

Lowrey, Annie (2012). Another Presidential Debate, but This Time the Candidates Are Much Less Familiar *The New York Times*. 5. 11. 2012 (<http://nyti.ms/Vs7TOe>, 5. 12. 2012).

Lowrey, Annie (2012). Study of U. S. Health Care System Finds Both Waste and Opportunity to Improve. *The New York Times*. 11. 09. 2012 (<http://nyti.ms/OejwjK>, 5. 10. 2012).

Lowrey, Annie (2012). Tax Policy Center in Spotlight for Its Romney Study. *The New York Times*. 24. 10. 2012 (<http://nyti.ms/RhjDjG>, 5. 11. 2012).

Lowrey, Annie (2012). United States Economy Still Weak, but More Feel Secure. *The New York Times*. 27. 9. 2012 (<http://nyti.ms/Q5zpvS>, 5. 10. 2012).

Lowrey, Annie - Rampell, Catharine (2012) Little Federal Help for the Long-Term Unemployed *The New York Times*. 1. 11. 2012 (<http://nyti.ms/PJxlxj>, 4. 12. 2012).

Manseau, Peter. (2012). Is Religious Freedom Really Primary? *The New York Times*. 26. 10. 2012 (<http://nyti.ms/RjBGpu>, 5. 11. 2012).

Myers Lee, Steven (2012). To Back Democracy, U. S. Prepares to Cut \$1 Billion From Egypt's Debt. *The New York Times*. 3. 9. 2012 (<http://nyti.ms/Qgt8hO>, 5. 10. 2012).

Nagourney, Adam (2012). California's Governor Is in High Gear Over a Tax Initiative. *The New York Times*. 5. 11. 2012 (<http://nyti.ms/RBIEWA>, 15. 12. 2012).

Nagourney, Adam - Santos, Fernanda (2012). Campaigns See Latino Voters as Deciders in 3 Key States. *The New York Times*. 18. 10. 2012 (<http://nyti.ms/WuV5XE>, 5. 11. 2012).

Nocera, Joe (2012). Romney and the Forbes 400. *The New York Times*. 24. 09. 2012 (<http://nyti.ms/SiVtBc>, 5. 10. 2012).

Oppel, Richard A., Jr.- Parke, Ashely (2012). A G.O.P. Reunion, With Plans for More Togetherness. *The New York Times*. 25. 09. 2012 (<http://nyti.ms/OoOuMb>, 5. 10. 2012).

Parker, Ashely (2012). Obamanomics: A Counterhistory. *The New York Times*. 26. 9. 2012 (<http://nyti.ms/QGwwwE>, 5. 10. 2012).

Parker, Ashley - Shear, Michael D. (2012). Romney Campaign Expands Focus Beyond the Economy. *The New York Times*. 1. 10. 2012 (<http://nyti.ms/184cJ8Z>, 5. 11. 2012).

Parker, Ashley (2012) Romney Sweeps Through Four Events in Three States With 72 Hours to Go. *The New York Times*. 3. 11.2012 (<http://nyti.ms/ZW5wQR> (<http://nyti.ms/VofRIj>, 5. 12. 2012).

Parker, Ashley (2012). Republican Team Attacks Obama on Foreign Policy. *The New York Times*. 24. 9. 2012 (<http://nyti.ms/UMZJ0A>, 5. 10. 2012).

Parker, Ashley- Zeleny, Jeff (2012). Romney Is Upbeat, but Math Is the Same. *The New York Times*. 24. 10. 2012 (<http://nyti.ms/SvEFsV>, 5. 11. 2012).

Pear, Robert (2012). New System for Patients to Report Medical Mistake. *The New York Times*. 22. 9. 2012 (<http://nyti.ms/QuZhjE>, 5. 10. 2012).

Peréz- Peña, Richard (2012). Rising College Costs Pose Test for Obama on Education Policies. *The New York Times*. 17. 10. 2012 (<http://nyti.ms/14ZF7KI>, 5. 11. 2012).

Peters, Jeremy W. - Rutenberg, Jim (2012). Rival Campaigns Intently Pursue Votes of Women. *The New York Times*. 14. 10. 2012 (<http://nyti.ms/Twj02E>, 5. 11. 2012).

Peters, Jeremy W. (2012). 73,000 Political Ads Test Even a City of Excess. *The New York Times*. 15. 10. 2012 (<http://nyti.ms/R78Ab9>, 5. 11. 2012).

Peters, Jeremy W. (2012). Dueling Bitterness on Cable News. *The New York Times*. 4. 11. 2012 (<http://nyti.ms/VP7G3c>, 5. 12. 2012).

Peters, Jeremy W. (2012). In Dueling Ads, Candidates Seek to Politicize Issues of China and Manufacturing. *The New York Times*. 15. 9. 2012 (<http://nyti.ms/OPBdYx>, 5. 10. 2012).

Peters, Jeremy W. (2012). In Shift, Romney Campaign Approaches Pennsylvania With a New Urgency. *The New York Times*. 01.11 2012 (<http://nyti.ms/SjS5ru>, 5. 12. 2012).

Preston, Julia (2012). Record Number of Foreigners Were Deported in 2011, Officials Say. *The New York Times*. 07. 09. 2012 (<http://nyti.ms/SruxG6>, 5. 10. 2012).

Rampell, Catherine (2012). Latest Jobs Report Shows Persistent Economic Growth. *The New York Times*. 2. 11. 2012 (<http://nyti.ms/SGV8xd>, 5. 12. 2012).

Ramsey, Ross (2012). Need for More Thought in Electing Judges. *The New York Times*. 1. 11.2012 (<http://nyti.ms/PKde2h>, 5.12 2012).

Rudoren, Jodi. (2012). All-Female Ticket Aims to Be Heard, if Not Seen *The New York Times*. 14. 10. 2012 (<http://nyti.ms/T3Yn3h>, 5. 11. 2012).

Rutenberg, Jim - Parker, Ashley (2012). Romney Says Remarks on Voters Help Clarify Position. *The New York Times*. 18. 9. 2012 (<http://nyti.ms/SZP98o>, 5. 10. 2012).

Rutenberg, Jim- Zeleny, Jeff (2012). Campaign Moods Shift as Contest Tightens. *The New York Times*. 22. 10. 2012 (<http://nyti.ms/Tw9MZT>, 5. 11. 2012).

Rutenberg, Jim - Zeleny, Jeff (2012). Clues Could Come Early in State-by-State Battle. *The New York Times*. 5. 11. 2012 (<http://nyti.ms/YzFeGG>, 5. 11. 2012).

Rutenberg, Jim - Zeleny, Jeff (2012). Obama and Romney, in First Debate, Spar Over Fixing the Economy. *The New York Times*. 3. 10. 2012 (<http://nyti.ms/UfJbB9>, 5. 11. 2012).

Rutenberg, Jim - Zeleny, Jeff (2012). Obama Campaign Tells Supporters: Steady On. *The New York Times*. 9. 10. 2012 (<http://nyti.ms/R5UV2y>, 5. 11. 2012).

Rutenberg, Jim - Zeleny, Jeff (2012). With New Vigor, Romney Resets Ohio Campaign. *The New York Times*. 08.10.2012 (<http://nyti.ms/SOXVj8>, 5. 11. 2012).

Rutenberg, Jim - Zeleny, Jeff (2012). With Time as Tight as Race, Romney and Obama Zero In. *The New York Times*. 3. 11. 2012 (<http://nyti.ms/YErFF2>, 5. 11. 2012).

Rutenberg, Jim, Peters Jeremy M. (2012). 2 American Automakers Rebut Claims by Romney. *The New York Times*. 30. 10. 2012 (<http://nyti.ms/TVbx3a>, 5. 11. 2012).

Sanger, David E. - Shanker, Thom (2012). Two Campaigns Skirt Talk of Tough Choices in Afghanistan. *The New York Times*. 21. 10. 2012 (<http://nyti.ms/ROcEw5>, 5. 11. 2012).

Sanger, David E. - Schmitt, Eric (2012). To Calm Israel, U. S. Offers Ways to Restrain Iran. *The New York Times*. 2. 9. 2012 (<http://nyti.ms/PC5nhG>, 5. 10. 2012).

Sanger, David E. (2012). Romney Strives to Stand Apart in Global Policy. *The New York Times*. 8. 10. 2012 (<http://nyti.ms/PiItkn>, 5. 11. 2012).

Santos, Fernanda (2012). Latinos Urged to Oust Sheriff Over Deportations. *The New York Times*. 2. 11. 2012 (<http://nyti.ms/U3MhHY>, 5. 11. 2012).

Santos, Fernanda. (2012). Campaigns Find That for Many Latinas, Issues Are Personal, and Financial. *The New York Times*. 25. 10. 2012 (<http://nyti.ms/ZUtaOt>, 5. 11. 2012).

Savage, Charlie (2012). Election to Decide Future Interrogation Methods in Terrorism Cases. *The New York Times*. 27. 9. 2012 (<http://nyti.ms/P9oIGb>, 5. 10. 2012).

Seelye, Katharine Q. (2012). Crucial Subset: Female Voters Still Deciding. *The New York Times*. 24. 10. 2012 (<http://nyti.ms/Ps7QR8>, 5. 11. 2012).

Shear Michael D. (2012). A Sprint Through Swing States in the Campaign's Last Hours. *The New York Times*. 05. 11. 2012 (<http://nyti.ms/RBaMJV>, 5.12.2012).

Shear, Michael D. (2012). Debate Moves Women to Fore in Race for the White House. *The New York Times*. 17. 10. 2012 (<http://nyti.ms/U3Lsyh>, 5. 11. 2012).

Shear, Michael D. (2012). Debate Praise for Romney as Obama Is Faulted as Flat. *The New York Times*. 04. 10. 2012 (<http://nyti.ms/PYTHYi>, 5. 11. 2012).

Shear, Michael D. (2012). Economic Data Offers Little Change in Dynamic Between Obama and Romney *The New York Times*. 2. 11.2012 (<http://nyti.ms/U4GfqB>, 5.12 2012).

Shear, Michael D. (2012). For Both Campaigns, a Need to Control the Message. *The New York Times*. 16. 9. 2012 (<http://nyti.ms/186mFvD>, 5. 10. 2012).

Shear, Michael D. (2012). In Virginia, Romney Scours Coal Country for Edge Over Obama. *The New York Times*. 26. 10. 2012 (<http://nyti.ms/184h6Rf>, 5. 11. 2012).

Shear, Michael D. - Thee - Brennan, Megan (2012). Voters Give Romney Better Grades for Leadership, Polls in 3 States Find. *The New York Times*. 11. 10. 2012 (<http://nyti.ms/Qkmjua>, 5. 11. 2012).

Shear, Michael- Landler, Mark (2012). After Storm Hiatus, Presidential Race Is Back in Full Swing. *The New York Times*. 01. 11. 2012 (<http://nyti.ms/1262g6M>, 5. 11. 2012).

Silver, Nate (2012). Factoring Hurricane Sandy Into the Election Equation. *The New York Times*. 5. 11. 2012 (<http://nyti.ms/REX5YO>, 15. 12. 2012).

Silver, Nate (2012). Simple Case for Saying That Obama Is Favored. *The New York Times*. 3. 11. 2012 (<http://nyti.ms/TZw4xn>, 5. 11. 2012).

Stelter, Brian (2012). Facing an Election Night Clamor. *The New York Times*. 4.11 2012 (<http://nyti.ms/RA3Lc7>, 5. 12. 2012).

Stelter, Brian (2012). Facing an Election Night Clamor. *The New York Times*. 4.11 2012 (<http://nyti.ms/RA3Lc7>, 5. 12. 2012).

Steven, Rattner (2012). Beyond Obamacare. *The New York Times*. 16. 09. 2012 (<http://nyti.ms/RVOW4W>, 5. 10. 2012).

Stewart, James (2012). Comparing the Tax Bite With Obama and Romney. *The New York Times*. 2. 11. 2012 (<http://nyti.ms/SgWVpf>, 5. 11. 2012).

Stiglitz, Joseph E. (2012). Some Are More Unequal Than Others. *The New York Times*. 26. 10. 2012 (<http://nyti.ms/RjBBC0>, 5. 11. 2012).

Stolberg, Sheryl Gay (2012). Romney Shifted Right on Energy as Presidential Politics Beckoned. *The New York Times*. 29. 9. 2012 (<http://nyti.ms/Qq1iNI>, 5. 10. 2012).

Sualny, Susan. (2012). Obama Looks to Rally Blacks in North Carolina. *The New York Times*. 9. 10. 2012 (<http://nyti.ms/P77L55>, 5. 11. 2012).

The New York Times - Editorial (2012) The ‘Moderate Mitt’ Myth. *The New York Times*. 12. 10. 2012 (<http://nyti.ms/SR73Ih>, 5. 11. 2012).

The New York Times - Editorial (2012). An Unhelpful Debate. *The New York Times*. 4. 10. 2012 (<http://nyti.ms/VjGoWJ>, 5. 11. 2012).

The New York Times - Editorial (2012). Mr. Obama Comes Back. *The New York Times*. 17. 10. 2012 (<http://nyti.ms/V5OPR6>, 5. 11. 2012).

The New York Times - Editorial (2012). Mr. Romney Needs a Working Calculator. *The New York Times*. 15. 10. 2012 (<http://nyti.ms/ToC032>, 5. 11. 2012).

The New York Times - Editorial (2012). The Final Debate. *The New York Times*. 23. 10. 2012 (<http://nyti.ms/Rswj5c>, 5. 11. 2012).

The New York Times - Editorial (2012). The Issue That Goes Ignored. *The New York Times*. 18. 10. 2012 (<http://nyti.ms/T2fJHH>, 5. 11. 2012).

The New York Times, Editorial (2012). Why Romney Is Slipping. *The New York Times*. 24. 9. 2012 (<http://nyti.ms/OQtrIF>, 5. 10. 2012).

Three-Brenan, Magan - Zeleny, Jeff (2012). Poll Finds Obama Is Erasing Romney's Edge on Economy. *The New York Times*. 14. 9. 2012 (<http://nyti.ms/PgKnOZ>, 5. 10. 2012).

Weisman, Jonathan (2012). Nonpartisan Tax Report Withdrawn After G.O.P. Protest. *The New York Times*. 01. 11. 2012 (<http://nyti.ms/PoZwQQ>, 5. 11. 2012).

Wines, Michael (2012) Ohio Canvassers Pitch the Opposition in Calls *The New York Times*. 04. 11.2012 (<http://nyti.ms/VrGfkw>, 4. 12. 2012).

Wortham, Jenna (2012). Campaigns Use Social Media to Lure Younger Voters. *The New York Times*. 07. 10. 2012 (<http://nyti.ms/SMln0o>, 5. 11. 2012).

Agenda The Wall Street Journal

Albergotti, Reed (2012). The Power of the. 0000055% Swing Voter. *The Wall Street Journal*. 6. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/10LT3q>, 11. 2. 2013).

Bandavid, Naftali (2012) Vote Changes Spark Duel. *The Wall Street Journal*. 9. 9. 2012 (<http://bit.ly/ZDja0s>, 1. 2. 2013).

Banchero, Stephanie (2012). Schools Face Test From Voters. *The Wall Street Journal*. 22. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/Uuah6I>, 1. 2. 2013).

Bendavid, Naftali (2012). Bill Clinton to Take Center Stage. *The Wall Street Journal*. 4. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/Q3LDIs>, 1. 2. 2013).

Bendavid, Naftali - Favole, Jared (2012). Platform Change on Status of Jerusalem Sparks Debate. *The Wall Street Journal*. 5. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/Q3LBQQ>, 1. 2. 2013).

Campo- Flores, Arian (2012). Medicare Fails to Sway Senior Voters. *The Wall Street Journal*. 29. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/Scsj99>, 1. 2. 2013).

Campo-Flores, Arian (2012). A Generational Divide for Florida's Cuban-American Voters. *The Wall Street Journal*. 6. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/10lJUx5>, 11. 2. 2013).

Carlton, Jim (2012). A House Race Reflects Shift in California. *The Wall Street Journal*. 21. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/VqXseK>, 1. 2. 2013).

Clarke, Laura - Day, Matt (2012). Presidential Election Could Leave Gold Bugs Disappointed. *The Wall Street Journal*. 2. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/12Su0PZ>, 11. 2. 2013).

De Avila, Joseph- Nahmias, Laura (2012). McMahon Wrestles for Votes. *The Wall Street Journal*. 26. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/RZjHIB>, 1. 2. 2013).

Du Pont, Pete (2012). The Election Isn't Over. *The Wall Street Journal*. 27. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/12ALlfe>, 1. 2. 2013).

Favole, Jared A. - Lee, Carol E. - Meckler, Laura (2012). Obama Moves Speech Indoors as Democrats Prepare for Day Two. *The Wall Street Journal*. 05. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/R8ol49>, 1. 2. 2013).

Finley, Allysaia(2012). Mr. Johnson Goes to Washington. *The Wall Street Journal*. 20. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/PINYco>, 1. 2. 2013).

Hayashi, Yuka - Warnock, Eleanor (2012). Obama vs. Romney — and Japan. *The Wall Street Journal*. 6. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/13EiSoL>, 11. 2. 2013).

Henninger, Daniel (2012). It's Always the Economy, Stupid. *The Wall Street Journal*. 27. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/11M1ZII>, 1. 2. 2013).

Hood, Janet- Yadron, Danny (2012). Medicare Fails to Sway Senior Voters. *The Wall Street Journal*. 29. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/TPPqLI>, 1. 2. 2013).

Johnson, Keith (2012). Look for Duel on Energy in Debates. *The Wall Street Journal*. 1. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/V9sgzm>, 1. 2. 2013).

Jones, Ashby (2012). Voters in Four States to Vote on Same-Sex Marriage. *The Wall Street Journal*. 6. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/15SdMcE>, 11. 2. 2013).

Jones, Ashley (2012). If Recounts are Needed, Expect Lengthy Delays. *The Wall Street Journal*. 6. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/ZHHnTs>, 11. 2. 2013).

Kendall, Brent (2012). Justices Refuse to Curb Early Voting in Ohio. *The Wall Street Journal*. 16. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/V4Jb1q2>, 1. 2. 2013).

King, Neil Jr. (2012). On One Ohio Street, Voters Weary of Election Promises. *The Wall Street Journal*. 26. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/QZWX3V>, 1. 2. 2013).

King, Neil Jr. (2012). Dead Heat for Romney, Obama. *The Wall Street Journal*. 22. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/VqXseK>, 1. 2. 2013).

King, Neil Jr. (2012). Cheers, Questions at a Viewing Party. *The Wall Street Journal*. *The Wall Street Journal*. 05. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/SGQOt5>, 1. 2. 2013).

King, Neil Jr. (2012). Obama Holds Lead in Three Key States. *The Wall Street Journal*. 14. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/R0iysh>, 1. 2. 2013).

King, Neil Jr. (2012). Lost in Translation: GOP Struggles With Hispanics, GAO Says. *The Wall Street Journal*. 03. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/SfeMli>, 1. 2. 2013).

Lamar, Mia - Prior, Anna - Kamp, Jon (2012). Healthcare, Financials, Defense in the Cross-Hairs as Voters Head to Polls. *The Wall Street Journal*. 6. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/12SrV6L>, 11. 2. 2013).

Lauria, Joe (2012). U. N. Stalemate on Damascus Clouds Meeting. *The Wall Street Journal*. 23. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/Z7iHPN>, 1. 2. 2013).

Lee, Carol E. - Reddy, Sudeep - White, Joseph B. (2012). Campaigns Exchange Barbs on China Trade. *The Wall Street Journal*. 17. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/11t7URt>, 1. 2. 2013).

Lee, Carol E. - Reddy, Sudeep - White, Joseph B. (2012). Campaigns Exchange Barbs on China Trade. *The Wall Street Journal*. 17. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/RjLo78>, 1. 2. 2013).

Lee, Carol E. - Solom, Jay (2012). Obama Seeks Arab Spring 'Reform'. *The Wall Street Journal*. 25. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/P0zeQ2>, 1. 2. 2013).

Lee, Carol E. (2012). Obama Calls Leaders of Egypt, Libya. *The Wall Street Journal*. 14. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/QQNvF0>, 1. 2. 2013).

Lee, Carol E. - Hook, Janet (2012). Rivals Duel in Final Face-Off. *The Wall Street Journal*. 23. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/RpFALe>, 1. 2. 2013).

Lee, Carol E. – Hook, Janet - O’Connor, Patrick (2012). Candidates Tangle in Fractious Debate. *The Wall Street Journal*. 17. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/V4JbyI>, 1. 2. 2013).

Lee, Carol E. - Meckler, Laura (2012). Candidates Zero In on Women Voters. *The Wall Street Journal*. 18. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/OJNqRW>, 1. 2. 2013).

Loftus, Peter (2012). Stock Futures Drop as Election Results Roll In. *The Wall Street Journal*. 6. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/1862vF6>, 11. 2. 2013).

Lynley, Matthew (2012). President Obama Is Back on Reddit. *The Wall Street Journal*. 6. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/128Jlbk>, 11. 2. 2013).

Maher, Kris (2012). Pennsylvania High Court Orders Voter-ID Review. *The Wall Street Journal*. 18. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/T0qGjw>, 1. 2. 2013).

Maher, Kris (2012). State Judge Blocks Voter-ID Legislation. *The Wall Street Journal*. 2. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/O2qcq0>, 1. 2. 2013).

Marfil, Jude (2012). Obama Campaign Schedule. *The Wall Street Journal*. 1. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/ZXgxRP>, 11. 2. 2013).

McKinnon, John D. – Murray, Sara (2012). Romney Offers New Tax Details. *The Wall Street Journal*. 21. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/ONb4IJ>, 1. 2. 2013).

McKinnon, John D. - O'Connor (2012). Romney Is Tested By Virginia Ballot, GAO Says. *The Wall Street Journal*. 04. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/R4xEC3>, 1. 2. 2013).

McKinnon, John D. (2012). Ad Attacks Romney on Taxes, Secret Video *The Wall Street Journal*. 24. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/P0zeQ2>, 1. 2. 2013).

McKinnon, John D. (2012). Party Cites Romneys' Charity. *The Wall Street Journal*. 23. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/PP2Kum>, 1. 2. 2013).

Meckler, Laura - Nelson McCain, Coleen (2012). Romney's Calls for Change Prompt an Obama Warning. *The Wall Street Journal*. 25. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/QZWX3V>, 1. 2. 2013).

Meckler, Laura - Nelson McCain, Collen- Hook, Janet (2012). Romney Slams Obama Over Embassy Seib, Gerald F. (2012). Political Perceptions: In New Swing State Math, Obama Retains an Advantage. *The Wall Street Journal*. 25. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/QStxW5>, 1. 2. 2013).

Meckler, Laura - Nelson, Coleen McCain- Hook, Janet (2012). Romney Slams Obama Over Embassy Attacks. *The Wall Street Journal*. 12. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/Pbo-ikq>, 1. 2. 2013).

Mitchel, Josh (2012). Midwest Jobless Rates Shape Electoral Map. *The Wall Street Journal*. 20. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/WNxxfa1>, 2. 2013).

Mitchell, Josh (2012). Hiring Fails to Improve in Many Swing States. *The Wall Street Journal*. 21. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/Vmz9uJ>, 1. 2. 2013).

Mitnick, Joshua - Solom, Jay (2012). Israel Blasts U. S. Over Iran. *The Wall Street Journal*. 12. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/10JKJHh>, 1. 2. 2013).

Mullins, Brody - Pasztor, Andy (2012). Controllers Boost Giving to Democrats. *The Wall Street Journal*. 13. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/TQCHad>, 1. 2. 2013).

Mundy, Ailcia (2012). In Late Boost, Unions Chipped In More for Convention. *The Wall Street Journal*. 06. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/TrXSxR>, 1. 2. 2013).

Mundy. Alicia (2012). Women PACs See Surge In Giving. *The Wall Street Journal*. 26. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/R40LBh>, 1. 2. 2013).

Murray, Sara - Lee.E. Carol (2012). Romney, Obama Hone Their Debate Messages *The Wall Street Journal*. 15. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/TW6zm2>, 1. 2. 2013).

Murray, Sara - Paleta, Damian (2012). Romney Rally Turns Into Hurricane Relief Effort. *The Wall Street Journal*. 30. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/ZPjvfi>, 1. 2. 2013).

Murray, Sara- Paleta, Damian (2012). Romney Team Preps to Fill a Cabinet. *The Wall Street Journal*. 11. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/QMSKQj>, 1. 2. 2013).

Nelson McCain, Coleen (2012). Romney Stresses 'Big Ideas' as Obama Takes to Airwaves. *The Wall Street Journal*. 26. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/RQJGw5>, 1. 2. 2013).

Nelson, Colleen McCain (2012). Obama, Romney Enjoy Some Comic Relief. *The Wall Street Journal*. 19. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/TxgYPH>, 1. 2. 2013).

Nelson, Colleen McCain (2012). Pennsylvania: Last-Minute Game-Changer?. *The Wall Street Journal*. 21. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/Rmqo1m>, 1. 2. 2013).

Neusner, Noam (2012). Noam Neusner: The Firm of B. Obama & Associates. *The Wall Street Journal*. 21. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/RY6T20>, 1. 2. 2013).

Nicholas, Peter (2012). Obama's September Campaign Take: \$181 Million. *The Wall Street Journal*. 08. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/VJwf4h>, 1. 2. 2013).

Nicholas, Peter (2012). Poll: Colorado Race Deadlocked. *The Wall Street Journal*. 25. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/RYUWWt>, 1. 2. 2013).

Nicholas, Peter (2012). Romney Presses Edge After Obama Stumble. *The Wall Street Journal*. 5. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/UCIn6M>, 1. 2. 2013).

Nicholas, Peter - Lee. Carol E. (2012). Obama Is Urged to Get Tough. *The Wall Street Journal*. 8. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/RMhPyS>, 1. 2. 2013).

Nichols, Peter (2012). Poll: Colorado Race Deadlocked. *The Wall Street Journal*. 25. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/RYUWWt>, 1. 2. 2013).

Noona, Peggy (2012). Noonan: Romney Deflates the President. *The Wall Street Journal*. 12. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/Q1p4kU>, 1. 2. 2013).

Noonan, Peggy (2012). The Romney Campaign Needs a New CEO. *The Wall Street Journal*. 21. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/UCIn6M>, 1. 2. 2013).

Nutting, Rex (2012). The Whoppers of Election 2012. *The Wall Street Journal*. 4. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/ZVVEY1>, 11. 2. 2013).

O'Connor, Patrick - Nelson, Colleen McCain (2012). Romney Seeks Traction in Swing States. *The Wall Street Journal*. 14. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/R7oujg>, 1. 2. 2013).

O'Connor, Patrick - King, Neil Jr. (2012). Poll: Obama Leads in Wisconsin, Iowa. *The Wall Street Journal*. 09. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/Ub8QtC>, 1. 2. 2013).

O'Connor, Patrick- Lee. Carol E. (2012). Candidates Battle to Lock Up Key States. *The Wall Street Journal*. 23. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/PPu1AD>, 1. 2. 2013).

O'Connor, Patrick- Nelson McCain, Nelson (2012). Romney Plans New Focus on Swing States. *The Wall Street Journal*. 20. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/OH1MOt>, 1. 2. 2013).

Paleta, Damian (2012). Jobs Gauge Carries Election Clout. *The Wall Street Journal*. 7. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/P6dCFQ>, 1. 2. 2013).

Paleta, Damian (2012). Jobs Gauge Carries Election Clout. *The Wall Street Journal*. 20. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/RcnCfb> 1. 2. 2013).

Paleta, Damian - Meckler, Laura (2012). Economy Claims Campaigns' Focus. *The Wall Street Journal*. 07. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/NYW3mF>, 1. 2. 2013).

Paletta ,Damian - Meckler, Laura - (2012). White House Considers New Tax Breaks. *Wall Street Journal*. 26. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/SI3ZvT>, 1. 2. 2013).

Paletta ,Damian (2012). China Fumes Over 'Bashing ' *The Wall Street Journal*. 17. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/WYG65Y>, 1. 2. 2013).

Paletta ,Damian - McKinnon, John (2012). Did Biden Open Door for Tweak in Tax Talks? *The Wall Street Journal*. 11. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/TbJHiM>, 1. 2. 2013).

Paletta, Damian - Radnofsky, Louise (2012). Welfare Shift Should Be Put Before Congress, GAO Says. *The Wall Street Journal*. 04. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/Q4gzTg>, 1. 2. 2013).

Paletta, Damian - Zibel, Alan (2012). GOP Aims to Refocus Campaign on Economy . *The Wall Street Journal*. 23. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/SmFwzA>, 1. 2. 2013).

Peterson, Kristina - Paletta, Damian (2012). Timing Raises Bank's Political Profile. *The Wall Street Journal*. 13. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/10ki6sR>, 1. 2. 2013).

Radnofsky, Louise (2012). Health Firms Size Up Election Outcomes. *The Wall Street Journal*. 26. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/12QvA4S>, 1. 2. 2013).

Reedy, Sudeep (2012). Tallying President Obama's Jobs Record. *The Wall Street Journal*. 2. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/11PGyFo>, 11. 2. 2013).

Rockoff, Jonathan D. (2012). Why Men Might Yell at the TV on Election Night. *The Wall Street Journal*. 5. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/ZVWm7G>, 11. 2. 2013).

Russolillo, Steven - Zen, Min (2012). Survey Says: Romney Would Be Better for Stocks. *The Wall Street Journal*. 6. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/ZQ6LF3>, 11. 2. 2013).

Russolillo, Steven (2012). Election-Day Rally Nice, But Tomorrow Matters More. *The Wall Street Journal*. 6. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/Y6O4wt>, 11. 2. 2013).

Russolillo, Steven (2012). Stock Futures Drop as Election Results Roll In. *The Wall Street Journal*. 6. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/11O81J3>, 11. 2. 2013).

Russolillo, Steven (2012). Stocks Tumble: Wall Street Getting Antsy Ahead of Election. *The Wall Street Journal*. 2. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/10IJ1Ve>, 11. 2. 2013).

Russolillo, Steven (2012). Watchdog Sees 'Friction and Confusion' Over ID Law in Philadelphia. *The Wall Street Journal*. 1. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/11uRGar>, 11. 2. 2013).

Russolillo, Steven (2012). What an Obama Win May Mean for Stocks. *The Wall Street Journal*. 6. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/11uRkR3>, 11. 2. 2013).

Scaggs, Alexandra (2012). Wall Street Strategists: Stocks Will Rally After Election. *The Wall Street Journal*. 5. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/Y6PRRZ>, 11. 2. 2013).

Seib, Gerald F. (2012). A Debate Aimed at the Center, Minus the Fireworks. *The Wall Street Journal*. 05. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/QRSt35>. 2. 2013).

Seib, Gerald F. (2012). A Lively Debate Again Changes Campaign's Arc. *The Wall Street Journal*. 17. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/Rz03fJ>. 2. 2013).

Seib, Gerald F. (2012). Key to Victory? Who Has the Best Ground Game. *The Wall Street Journal*. 8. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/TmBeIQ>. 2. 2. 2013).

Seib, Gerald F. (2012). Three Reasons the 2012 Race Could Still Change. *The Wall Street Journal*. 24. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/11M17DX>, 1. 2. 2013).

Seib, Gerald F. (2012). Why the Race Tightened Up. *The Wall Street Journal*. 22. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/UtxxSq>. 2. 2013).

Schatz, Amy- Vranica, Suzanne (2012). Swing-State Stations Are Election Winners. *The Wall Street Journal*. 09. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/P90Keo>, 1. 2. 2013).

Solomon, Jay- Langley, Monica (2012). Obama Takes Responsibility for Libya. *The Wall Street Journal*. 17. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/U1xoVR>, 1. 2. 2013).

Taranto, James (2012). Madonna and Obama. *The Wall Street Journal*. 26. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/11tajeO>, 1. 2. 2013).

Tracy, Tennille (2012). Campaigns Spar Over Coal's Future. *The Wall Street Journal*. 23. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/PYWNtf>, 1. 2. 2013).

Vinga, Paul (2012 Markets Hub: Obama? Romney? May Not Matter for Stocks in 2013. *The Wall Street Journal*. 2. 11. 2012 (<http://bit.ly/11uTujz>, 11. 2. 2013).

Vinga, Paul (2012). If It Wasn't the Ohio Report. *The Wall Street Journal*. 6. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/ZXhIAB>, 11. 2. 2013).

Vinga, Paul (2012). If It Wasn't the Ohio Report. *The Wall Street Journal*. 6. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/ZXhIAB>, 11. 2. 2013).

Vinga, Paul (2012). Visit to Battered Garden State Boosts Obama Reelection Odds. *The Wall Street Journal*. 6. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/Y6PRRZ>, 11. 2. 2013).

Vinga, Paul (2012). Stocks Surge, Possibly On Bad Ohio Polling Data. *The Wall Street Journal*. 6. 11. 2012 (<http://on.wsj.com/128IsQc>, 11. 2. 2013).

Wessel, David (2012). Putting Fiscal Policies Under the Microscope *The Wall Street Journal*. 10. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/UILEUU>, 1. 2. 2013).

Wessel, David (2012). Race's Role in Economic Fate. *The Wall Street Journal*. 20. 09. 2012 (<http://on.wsj.com/OH1Pd4>, 1. 2. 2013).

Wessel, David (2012). Top Budget Democrat Calls to Extend Payroll-Tax Cut. *Wall Street Journal*. 19. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/Ugi9sd>, 1. 2. 2013).

Williamson, Elizabeth (2012). Campaigns Plan Around Sandy. *Wall Street Journal*. 27. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/URXoDI>, 1. 2. 2013).

Williamson, Elizabeth (2012). Surrogates Then - and Defenders Now. *The Wall Street Journal*. 6. 9. 2012 (<http://on.wsj.com/OT0fXy>, 1. 2. 2013).

Yadron, Danny (2012). Ohio Vote Rules, the Macks, Democrats' Take. *The Wall Street Journal*. 5. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/TbQusb>, 1. 2. 2013).

Zweig, Jason (2012). The Winner for Investors Is. *The Wall Street Journal*. 22. 10. 2012 (<http://on.wsj.com/PINVNB>, 1. 2. 2013).

Resumé

Agenda setting, which is concerned on the influence between the media, the public and the political agenda has been frequently studied in recent studies. Quantitative content analysis is usually used to analyze this influence. The aim of this thesis is to determine agenda setting in context of the U. S. presidential campaign in 2012. Two presidential candidates Barack Obama and Mitt Romney were chosen as representatives of the political agenda. The New York Times and The Wall Street Journal were selected as representatives of media agenda due to their seriousness. USA Today was selected as the third representative of media agenda in order to consider one of tabloids. These newspapers was monitored in their online version. The research presented in this thesis tries to verify correlation between both political agendas of Barack Obama and Mitt Romney, between all media agendas of The New York Times, The Wall Street Journal and USA Today and between political and media agendas. Moreover, this study aims to answer which subjects were given the most attention. This work presents a methodology of quantitative content analysis which was used for data evaluation. Based on the above analysis, data were analyzed and research questions have been answered. The results show that most of the observed agendas were correlated. The correlation was verified between the agendas of all periodic, agendas between Barack Obama and The New York Times, respectively Barack Obama and The Wall Street Journal. The correlation between Mitt Romney's agenda and agendas of The Wall Street Journal and USA Today was confirmed. It was confirmed that the agenda of both studied candidates was correlated. Correlation of other agendas has not been verified. The most frequent topics of individual agendas have been also presented.

Přílohy

Tabulky četností výskytů sdělení a jejich statistické vyhodnocení

Téma	Září		Říjen		Listopad (1. týden)		Celkově	
	B. Obama	USA Today	B. Obama	USA Today	B. Obama	USA Today	B. Obama	USA Today
Amer. hodnoty								
Ekonomika	2	5	3	16	3	4	8	25
Daňová reforma	3	2					3	2
Imigrační reforma			1	2	1	1	2	3
Mitt Romney	3	11	1	5	4	6	8	22
Nezaměstnanost			4	8	6	1	10	9
Státy Unie			10	16			10	16
Zdravotnictví	3	2					3	2
Ženská práva			1	1			1	1
Rozsah výběru n	4		6		4		8	
Výběr. korelační koef. r	0		0,75		0,07		0,76	
Statistika T	-		-		-		2,909	
Kritická hodnota $t_{n-2} (\alpha = 0,05)$	-		-		-		2,447	

Tabulka 1: Vztah kandidátské agendy B. Obamy a mediální agendy USA Today

Téma	Září		Říjen		Listopad (1. týden)		Celkově	
	B. Obama	New York Times	B. Obama	New York Times	B. Obama	New York Times	B. Obama	New York Times
Amer. hodnoty					1	1	1	1
Ekonomika	2	3	3	1	2	5	7	9
Daňová reforma			2	2	1	1	3	3
Imigrační reforma	1	1	1	2	2	1	4	4
Mitt Romney	3	16	4	19	3	10	10	45
Nezaměstnanost			3	5	5	3	8	8
Reforma školství			2	2	2	1	4	3
Zdravotnictví			4	1	2	2	6	3
Ženská práva			1	5	1	1	2	6
Rozsah výběru n	3		8		9		9	
Výběr. korelační koef. r	0,92		0,41		0,43		0,72	
Statistika T	-		-		-		2,781	
Kritická hodnota	-		-		-		2,365	
$t_{n-2}(\alpha = 0,05)$								

Tabulka 2: Vztah kandidátské agendy B. Obamy a mediální agendy The New York Times

Téma	Září		Říjen		Listopad (1. týden)		Celkově	
	B. Obama	Wall Street J.	B. Obama	Wall Street J.	B. Obama	Wall Street J.	B. Obama	Wall Street J.
Ekonomika	2	10	3	6	2	9	7	25
Daňová reforma	3	3	2	5			5	8
Imigr. reforma	1	6	1	1	2	1	4	8
Mitt Romney	3	10	4	6	3	5	10	21
Nezaměstnanost			3	1	5	1	8	2
Reforma školství	2	1			2	1	4	2
Státy Unie	1	15	1	14			2	29
Zdravotnictví	3	3	4	1	2	1	9	5
Ženská práva			1	2			1	2
Rozsah výběru	7		8		6		9	
Výběr. korelační koef. r	-0,44		-0,23		-0,20		0,07	
Statistika T	-		-		-		0,192	
Kritická hodnota	-		-		-		2,365	
$t_{n-2}(\alpha = 0,05)$								

Tabulka 3: Vztah kandidátské agendy B. Obamy a mediální agendy The Wall Street Journal

Téma	Září		Říjen		Listopad (1. týden)		Celkově	
	M. Romney	USA Today	M. Romney	USA Today	M. Romney	USA Today	M. Romney	USA Today
Ekonomika	9	5	10	16	3	4	22	25
Daňová reforma	1	2					1	2
Imigr. reforma			1	2	1	1	2	3
B. Obama	3	18					3	18
Nezaměstnanost			4	8	6	1	10	9
Vláda	1	5	1	5			2	9
Zdravotnictví	2	2					2	2
Rozsah výběru n	5		4		3		7	
Výběr. korelační koeficient r	0,11		0,98		-0,11		0,78	
Statistika T	-		-		-		2,759	
Kritická hodnota $t_{n-2}(\alpha = 0,05)$	-		-		-		2,571	

Tabulka 4: Vztah kandidátské agendy M. Romneyho a mediální agendy USA Today

Téma	Září		Říjen		Listopad (1. týden)		Celkově	
	M. Romney	New York Times	M. Romney	New York Times	M. Romney	New York Times	M. Romney	New York Times
Amer. hodnoty					5	1	5	1
Bouře Sandy			2	5			2	5
Ekonomika	9	3	10	1	3	5	22	9
Imigr. reforma			1	2	1	1	2	3
B. Obama	3	14					3	14
Nezaměstnanost			4	5	6	3	6	3
Reforma školství			3	2	1	2	4	4
Rozsah výběru n	2		5		5		7	
Výběr. korelační koeficient r	-1		-0,45		0,17		0,26	
Statistika T	-		-		-		0,608	
Kritická hodnota $t_{n-2}(\alpha = 0,05)$	-		-		-		2,571	

Tabulka 5: Vztah kandidátské agendy M. Romneyho a mediální agendy The New York Times

Téma	Září		Říjen		Listopad (1. týden)		Celkově	
	M. Romney	Wall Street Journal	M. Romney	Wall Street Journal	M. Romney	Wall Street Journal	M. Romney	Wall Street Journal
Ekonomika	9	9	10	6	3	9	22	24
Daňová reforma	1	3					1	3
Energie			1	1			1	1
Imigr. reforma			1	1	1	1	2	2
B. Obama	3	6					3	6
Nezaměstnanost	6	3	4	2	6	1	16	6
Reforma školství					1	1	1	1
Vláda					2	1	2	1
Zdravotnictví	2	3					2	3
Rozsah výběru n	5		4		5		9	
Výběr. korelační koeficient r	0,72		0,99		0,11		0,87	
Statistika T	-		-		-		4,728	
Kritická hodnota $t_{n-2}(\alpha = 0,05)$	-		-		-		2,365	

Tabulka 6: Vztah kandidátské agendy M. Romneyho a mediální agendy The Wall Street Journal

Téma	Září					
	USA Today	New York Times	New York Times	Wall Street Journal	Wall Street Journal	USA Today
Ekonomika	5	3	3	10	9	5
Daňová reforma					3	2
Imigr. reforma	4	1	1	3		
B. Obama	18	14	14	6	6	18
M. Romney	11	16	16	10	10	11
Státy Unie					15	11
Volby					1	3
Zahraniční pol.	7	10	10	1	1	7
Zdravotnictví	2	5	5	3	3	2
Rozsah výběru n	6		6		8	
Výběr. korelační koeficient r	0,80		0,28		0,49	
Statistika T	-		-		-	
Kritická hodnota $t_{n-2}(\alpha = 0,05)$	-		-		-	

Tabulka 7: Vzájemný vztah mediálních agend sledovaných deníků v září

Téma	Říjen					
	USA Today	New York Times	New York Times	Wall Street Journal	Wall Street Journal	USA Today
Ekonomika	16	1	1	6	6	16
Daňová reforma			2	5		
Televizní debata			10	8		
Financ. kampaně	3	4	4	2		
Imigr. reforma	2	2			1	2
B. Obama	4	21	21	7	7	4
Nezaměstnanost	8	5	5	1	1	8
M. Romney	12	19	19	6	6	12
Bouře Sandy	6	5	5	7	7	6
Státy Unie	16	3	3	15	14	16
Volby					6	8
Zahraniční pol.	5	9	9	5	5	5
Zdravotnictví			1	1		
Ženská práva	1	5	5	2	2	1
Rozsah výběru n	10		12		10	
Výběr. korelační koeficient r	-0,08		0,16		0,64	
Statistika T	-		-		-	
Kritická hodnota $t_{n-2}(\alpha = 0,05)$	-		-		-	

Tabulka 8: Vzájemný vztah mediálních agend sledovaných deníků v říjnu

Téma	Listopad (1. týden)					
	USA Today	New York Times	New York Times	Wall Street Journal	Wall Street Journal	USA Today
Ekonomika	4	5	5	9	9	4
Imigr. reforma	1	1	1	1	1	1
B. Obama	6	11	11	5	5	6
Nezaměstnanost			3	1	1	1
M. Romney	6	10	10	5	5	6
Bouře Sandy	1	7				
Státy Unie	9	10	10	5	5	9
Vláda	2	5	5	1		
Zahraniční pol.			3	1		
Zdravotnictví			2	1		
Rozsah výběru n	7		9		6	
Výběr. korelační koeficient r	0,78		0,60		0,55	
Statistika T	-		-		-	
Kritická hodnota $t_{n-2}(\alpha = 0,05)$	-		-		-	

Tabulka 9: Vzájemný vztah mediálních agend sledovaných deníků v listopadu

Téma	Celkově za celé sledované období					
	USA Today	New York Times	New York Times	Wall Street Journal	Wall Street Journal	USA Today
Ekonomika	29	14	9	25	24	25
Daňová reforma			2	5	3	2
Televizní debata			10	8		
Financ. kampaně	3	4	4	2		
Imigr. reforma	7	4	2	4	2	3
B. Obama	28	46	46	18	18	28
Nezaměstnanost	8	5	8	2	2	9
M. Romney	29	45	45	21	21	29
Bouře Sandy	8	19	5	7	7	6
Státy Unie	25	13	13	20	34	44
Volby					7	11
Vláda	2	5	5	1		
Zahraniční pol.	12	19	22	7	6	12
Zdravotnictví	2	5	8	5	3	2
Ženská práva	1	5			2	1
Rozsah výběru n	12		14		12	
Výběr. korelační koeficient r	0,75		0,61		0,97	
Statistika T	3,625		2,67		11,932	
Kritická hodnota $t_{n-2}(\alpha = 0,05)$	2,228		2,16		2,228	

Tabulka 10: Vzájemný vztah mediálních agend sledovaných deníků v říjnu

Téma	Celkově za celé sledované období			
	B. Obama	Deníky	M. Romney	Deníky
Amer. hodnoty			5	1
Ekonomika	22	59	66	58
Daňová reforma	11	13	2	5
Energie			1	1
Imigr. reforma	10	15	6	8
B. Obama			9	38
Nezaměstnanost	18	17	32	18
M. Romney	28	88		
Bouře Sandy			2	5
Státy Unie	12	45		
Vláda			4	10
Reforma školství	8	5	5	5
Zdravotnictví	18	10	4	5
Ženská práva	4	9		
Rozsah výběru n	9		11	
Výběr. korelační koeficient r	0,79		0,84	
Statistika T	3,365		4,707	
Kritická hodnota $t_{n-2}(\alpha = 0,05)$	2,365		2,262	

Tabulka 11: Vzájemný vztah agend kandidátů a všech deníků jako celku

Téma	Září		Říjen		Listopad (1. týden)		Celkově	
	B. Obama	M. Romney	B. Obama	M. Romney	B. Obama	M. Romney	B. Obama	M. Romney
Amer. hodnoty	5	8	7	6	1	5	13	19
Daňová reforma	3	1					3	1
Ekonomika	2	9	3	9	2	3	7	21
Imigr. reforma			1	1	2	1	3	2
Mediálně známá osobnost			2	3			2	3
Nezaměstnanost	7	6	3	4	5	6	15	16
Vláda					2	2	2	2
Vzdělání			2	3			2	3
Zdravotnictví	3	2	4	4			7	6
Rozsah výběru n	5		7		5		9	
Výběr. korelační koeficient r	0,18		0,52		0,49		0,81	
Statistika T	-		-		-		3,690	
Kritická hodnota $t_{n-2}(\alpha = 0,05)$	-		-		-		2,365	

Tabulka 12: Vzájemný vztah agend obou kandidátů