

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Bakalářská práce

2020

Vendula Mrázková

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Mediální obraz Adama Vojtěcha: Ken ze SuperStar
nebo ministr zdravotnictví ČR?**

Bakalářská práce

Autor práce: Vendula Mrázková

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: Mgr. Veronika Macková

Rok obhajoby: 2020

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 20. května 2020

Vendula Mrázková

Bibliografický záznam

MRÁZKOVÁ, Vendula. *Mediální obraz Adama Vojtěcha: Ken ze SuperStar nebo ministr zdravotnictví ČR?* Praha, 2020. 42 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Veronika Macková.

Rozsah práce: 74 007 znaků

Anotace

Tato bakalářská práce má za cíl porovnat proměnu mediálního obrazu současného ministra zdravotnictví Adama Vojtěcha jako začínajícího zpěváka v období od ledna do prosince roku 2005 s obdobím v letech 2017–2018, zejména s jeho působením v roli ministra zdravotnictví. Pomocí kvalitativní obsahové analýzy budou hodnoceny články nejčtenějšího bulvárního celostátního deníku Blesk s nejčtenějším takzvaně seriózním celostátním deníkem MF Dnes.

Vojtěchův mediální obraz se začal vytvářet v roce 2005, kdy se jako osmnáctiletý student zúčastnil hudební talentové soutěže televize Nova Česko hledá SuperStar a probojoval se mezi padesátku nejlepších. Pro svůj líbivý vzhled tam získal od moderátorky přezdívku Ken, pod kterou je známý dodnes.

O dvanáct let později se v médiích začalo jeho jméno objevovat znovu, tentokrát již v oblasti politiky. Pracoval jako odborník pro zdravotnictví a poradce na Ministerstvu financí ČR, později byl navržen na post ministra zdravotnictví do vlády Andreje Babiše.

Tato práce se v teoretické části zabývá také popisem klíčových termínů a pojmů, v analytické části porovnává rozdíly mezi příspěvky MF Dnes a Blesku.

Annotation

The aim of this thesis is to compare the change of media image of current Minister of Health of Czech Republic Adam Vojtěch as a budding singer in the period from January to December 2005 with the period of 2017–2018, especially with his work already as a Minister of Health. With the help of a qualitative content analysis, the articles of the most read tabloid daily journal Blesk with the most read so-called serious daily journal MF Dnes will be evaluated.

Vojtěch's media image began to shape in the year 2005, when he as an eighteen-year-old student participated in the music talent competition Česko hledá SuperStar (based on Pop Idol) broadcasted by TV Nova, and fought his way up into the top 50. For his pleasant appearance, he received the nickname Ken from the presenter, under which he is still known until today.

Twelve years later, his name begins to reappear in the media, this time in connection with politics. First, he worked as a health expert and advisor at the Ministry of Finance, later he was nominated for the post of Minister of Health into the government of prime minister Andrej Babiš.

In the theoreticalanalytical part, this work deals with the description of key terms and concepts, the analytical part compares the differences between the contributions of MF Dnes and Blesk.

Klíčová slova

Adam Vojtěch, ministr zdravotnictví, SuperStar, mediální obraz

Keywords

Adam Vojtěch, Minister of Health, SuperStar, media image

Title

Media image of Adam Vojtěch: Ken from SuperStar or Czech Minister of Health?

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala těm, kteří mi byli při tvorbě této práce nápomocni. Můj dík patří zejména vedoucí práce Mgr. Veronice Mackové za odborné vedení a cenné rady při konzultacích a Mgr. Zdeňce Pavlíčkové za velkou podporu, pomoc a trpělivost.

Obsah

Úvod.....	2
1 Teoretická část.....	4
1.1 Zpravodajské hodnoty	4
1.2 Agenda setting.....	5
1.3 Rámcování.....	7
1.4 Celebritizace.....	8
1.4.1 Zobrazování politiků v médiích	10
1.4.2 Kdo je Adam Vojtěch.....	10
1.5 Bulvarizace.....	12
1.6. Popis zkoumaných médií	13
1.6.1 Mladá Fronta Dnes	14
1.6.2 Blesk.....	15
2 Metodologická část	17
2.1 Kvalitativní obsahová analýza	17
2.2 Zkoumaný vzorek a výzkumná otázka.....	17
3 Analytická část.....	19
3.1 Adam Vojtěch v roli soutěžícího v SuperStar – v deníku MF Dnes	19
3.2 Adam Vojtěch v roli soutěžícího v SuperStar – v deníku Blesk.....	22
3.3 Adam Vojtěch v roli ministra zdravotnictví – v deníku MF Dnes	24
3.4 Adam Vojtěch v roli ministra zdravotnictví – v deníku Blesk.....	28
Závěr	32

Úvod

Jako téma své bakalářské práce jsem zvolila mediální obraz současného ministra zdravotnictví České republiky Adama Vojtěcha.

Adam Vojtěch začal média zajímat poprvé v počátku roku 2005, kdy televizní stanice Nova nasadila do vysílání druhý ročník pěvecké talentové soutěže Česko hledá SuperStar. První ročník byl u divácké obce velmi oblíbený, vítězkou se stala Aneta Langerová, která ještě v témže roce 2004 získala Českého slavíka v kategorii Objev roku. Z prvního ročníku se etablovalo ještě několik známých jmen, například Sámer Issa, Tomáš Savka nebo Šárka Vaňková. Druhý rok byl už na výrobu populárních hvězdiček chudší, ani vítěz tohoto kola Vlastimil Horváth se nestal příliš slavným (Rohál, 2005).

Adam Vojtěch, tehdy neznámý osmnáctiletý mladík, se v této soutěži probojoval do padesátky nejlepších. Pro svůj vzhled získal od moderátorky Ladislavy Něrgešové přezdívku Ken, kterou novináři nadále přebírají. Přestože byl porotou chválen za svou vizáž, ale také za příjemné, skromné vystupování a dobrý zpěv, do top dvanáctky se mu již postoupit nepodařilo. Jeho vystoupení popisuje také Robert Rohál v knize věnované tomuto ročníku soutěže Šance zvaná Super Star: *„Pak přišel na řadu Ken, občanským jménem Adam Vojtěch (18) z Českých Budějovic. Velice civilně, a přitom s citem zazpíval Can You Feel The Love Tonight od Eltona Johna a bylo z toho rázem jedno z nejpříjemnějších vystoupení. I když by si mohl z fleku vydělávat jako top model, na nic si nehrál a i v rozhovorech působil skromně a zcela bez afektu.“* (Rohál, 2005: 44).

O necelých jedenáct let později se Vojtěchovo jméno začíná v médiích objevovat znovu – nikoliv však ve spojení se zpěvem či hudbou, jak by se mohlo očekávat. V roce 2016 to bylo pouze několik zmínek jeho jména spojeného s funkcí tajemníka ministra financí, či odborníka přes zdravotnictví na Ministerstvu financí ČR. Od poloviny roku 2017 se v tisku vyskytuje o poznání častěji, v oblasti politiky vystupuje jako mladý kandidát na post ministra zdravotnictví za stranu ANO ve vládě Andreje Babiše. V prosinci roku 2017 je jmenován ministrem zdravotnictví České republiky.

Ještě jako student zastával Vojtěch v letech 2010–2012 funkci starosty ve Spolku českých právníků Všehrd (adamvojtech.cz, 2019), který pořádal přednášky pro studenty. Jedno takové setkání bylo pro budoucnost Vojtěcha klíčové. Setkal se zde s Andrejem Babišem,

který v té chvíli vstupoval do politiky (irozhlas.cz, 2017). Od června 2014, kdy nastoupil Babiš na post ministra financí, působil Vojtěch jako jeho tajemník, a to až do roku 2017.

Cílem mé práce je zmapovat a porovnat proměnu mediálního obrazu Adama Vojtěcha jako začínajícího zpěváka v období od ledna do prosince roku 2005 s obdobím od června roku 2017 do prosince roku 2018, zejména s jeho působením v roli ministra zdravotnictví. Zároveň budu srovnávat články nejčtenějšího bulvárního celostátního deníku Blesk s nejčtenějším takzvaně seriózním celostátním deníkem MF Dnes.

V teoretické kapitole vysvětlím pojmy zpravodajské hodnoty, tedy za jakých podmínek se z události stane zpráva zajímavá pro média, nastolování agendy, rámcování, celebritizace a bulvarizace, představím, kdo je Adam Vojtěch. Popíšu také zkoumaná periodika MF Dnes a Blesk.

V metodologické části této práce popíšu kvalitativní obsahovou analýzu včetně popisu zkoumaného vzorku a položení výzkumné otázky.

V samotné analytické části pak pro získání mediálního obrazu rozeberu jednotlivé články, které zvolené deníky věnovaly Vojtěchovi v období SuperStar a později v době jeho vstupu do politiky a nástupu do funkce ministra zdravotnictví. Pozornost budu věnovat textům, titulkům, oslovením zkoumané osoby a také tomu, zda se tzv. seriózní deník neblíží bulvárnímu, tedy zda u něj nedochází k prvkům bulvarizace.

1 Teoretická část

1.1 Zpravodajské hodnoty

Zpravodajské hodnoty jsou faktory, které rozhodují o tom, zda se daná událost promění ve zprávu masových médií a zda bude zařazena do zpravodajství mainstreamových médií.

Mezi tyto faktory patří zejména hodnoty informační kvality zprávy, které určují, zda je daná informace pro příjemce důležitá a užitečná. Samotný pojem „zpravodajské hodnoty“ použil jako první v roce 1922 americký filozof a novinář Walter Lippmann ve své knize Veřejné mínění (v originále Public Opinion). Podle něj jsou zpravodajské hodnoty následující: jednoznačnost události, překvapení, prostorová blízkost, osobní zaujetí a konflikt (Lippmann, 2015).

Dvojice norských sociálních vědců Johan Galtung a Marie Rugeová vydala studii The Structure of Foreign News (1965), ve které vytyčili a pojmenovali dvanáct zpravodajských hodnot. K jejich stanovení využili metaforu světa se všemi událostmi, které se v něm odehrávají, a nepřetržitého rozhlasového vysílání, které se odehrává najednou na několika vlnových délkách:

1. Absolutní intenzita: „Pokud je frekvence signálu mimo dosah, nebude zaznamenán.“
2. Vzdělání intenzity: „Čím silnější je signál a čím větší je jeho amplituda, tím pravděpodobněji bude zaznamenán jako hoden poslechu.“
3. Jednoznačnost: „Čím čistší a jednoznačnější je signál (čím méně šumu v něm je), tím je pravděpodobnější, že bude zaznamenán jako hoden poslechu.“
4. Kulturní blízkost, relevance: „Čím smysluplnější je signál, tím je pravděpodobnější, že bude zaznamenán jako hodný poslechu.“
5. Soulad, předvídatelnost, požadavek: „Čím víc je signál ve shodě s mentálním obrazem toho, co člověk očekává, tím je pravděpodobnější, že bude zaznamenán jako hoden poslechu.“
6. Nepředvídatelnost, překvapivost, nedostatek: „Čím neočekávanější je signál, tím je pravděpodobnější, že bude rozpoznán jako hoden poslechu.“
7. Kontinuita: „Čím častěji a silněji je signál zachycován, tím je pravděpodobnější, že bude zachycován i nadále jako hoden poslechu.“
8. Kompozice: „Čím častěji a silněji je signál zachycován, tím je pravděpodobnější, že bude příště jako hoden poslechu zachycen úplně odlišný druh signálu.“

9. Vztah k elitním národům: „Čím více se událost týká elitních národů, tím spíše bude zařazena do zpráv.“
10. Vztah k elitním osobám: „Čím víc se událost týká elitních lidí, tím spíš bude zařazena do zpráv.“
11. Vztah k jednotlivcům, personalizace: „Čím více se dá o události hovořit v individuálních pojmech, jako o důsledcích chování jednotlivců, tím spíše bude zahrnuta do zpráv.“
12. Negativismus: „Čím negativnější je událost ve svých důsledcích, tím spíš bude zahrnuta do zpráv.“

Galtung a Rugeová (1965) těmito dvanácti základními faktory, neboli zpravodajskými hodnotami stanovili, jaké události se dostanou do zpráv a jaké nikoliv. Pokud je v události zkombinováno více hodnot najednou, má větší šanci, že se dostane do zájmu novinářů a médií (Galtung a Ruge, 1965).

1.2 Agenda setting

Anglický pojem agenda setting značí proces prosazování nebo vylučování určitých témat ve veřejném diskurzu. V mediálních studiích můžeme říci, že se zabývá vlivem masových médií na veřejnost. Média tak mají schopnost společnosti určovat důležitost či podřadnost situací a jednotlivých témat. „*Téměř jediným relativně metodicky prokázaným dlouhodobým účinkem je schopnost médií nastolovat témata – agenda setting.*” (Trampota, 2010: 239).

Průkopníky agendy setting jsou američtí mediologové Maxwell McCombs a Donald Shaw. Výzkum této problematiky zahájili v 60. letech 20. století. Zkoumáním vztahů mezi tématy v mediálních obsazích v rámci předvolební prezidentské kampaně a vnímáním jejich důležitosti veřejností tehdy prokázali silnou souvstažnost mezi agendou médií a agendou veřejnou. Výzkumem prokázali, že nejvlivnější roli mají televizní zpravodajství a tisk (McCombs, 2009).

Samotný vznik teorie nastolování agendy lze zařadit až do 70. let 20. století. V té době již byl poukázován mocný vliv médií na příjemce, jež v opakovaném a dlouhodobě nastoleném horizontu vydávají určitá témata, jež příjemce pak přebírá do své mysli. Míra jakou se média věnují určitým tématům, ovlivňuje vnímání důležitosti těchto témat konečnými příjemci (Trampota, 2010).

Podle McCombse (2009) je na základě získaných poznatků o účincích nastolování témat možné říci, že novináři značným způsobem ovlivňují to, jaké představy a názory o světě bude mít jejich publikum. Tvrdí také, že je tento vliv neúmyslným vedlejším produktem potřeby diváka, čtenáře či posluchače soustředit se pouze na několik málo témat. Zprávy v televizi i v tisku mají vždy jen omezený prostor a zveřejňují tedy pouze zlomek z událostí, které se každý den staly a jsou dostupné. „*Lidé mají své názory na mnoho věcí, ale jen málo témat je skutečně zajímavá. Role zpravodajských médií při nastolování agendy tkví v ovlivňování významnosti témat, tedy v ovlivňování toho, zda podstatnému množství lidí bude skutečně stát za to si na dané téma vůbec vytvořit svůj vlastní názor.*“ (McCombs, 2009: 27).

V politické otázce lze říci, že média zde působí jako aktivní činitelé definující důležitost a význam témat, jejichž klíčový výběr a způsob interpretace politických informací závisí na potřebném cíli. Média výběrem nejzajímavějších a nejpřínosnějších témat plní svoji základní úlohu přesvědčit publikum. Veřejnost tak do jisté míry přijímá mediální agendu za svou. Předkládané události považují za důležité právě proto, že jsou interpretovány médii (Nečas a Škodová, 2009).

V procesu agendy setting Trampota (2006) rozlišuje 3 hlavní oblasti:

- Veřejnou agendu

Veřejnou agendu zastupují témata, která jsou vnímána ve své důležitosti širokou veřejností. Takovou agendu lze měřit výzkumem veřejného mínění.

- Mediální agendu

Mediální agenda představuje témata, která jsou intenzivně obsazena v mediálním procesu. Lze je indexovat obsahovou analýzou.

- Politickou agendu

Politická agenda přibližuje politické akce, do kterých lze zařadit např. návrhy zákonů. Měří se sledováním těchto úkonů.

Řada výzkumných studií sledovala provázanost všech tří agend v oblasti vzájemného vlivu. „*Za nejčastější směr vlivu je považován vliv politické agendy na agendu mediální a posléze její schopnost ovlivňovat agendu veřejnou.*“ (Trampota, 2006: 114).

Funkce agendy setting hraje důležitou roli také při komunikaci zdravotnických témat, kterými se budeme v analytické části druhého zkoumaného období zabývat. Lze sem

zahrnout téma zákazu kouření, užívání alkoholu, nedostačující péče v LDN pro seniory atd. Média potřebná témata dokážou vyzdvihnout nad ta ostatní a tím buď podpoří vývoj veřejného mínění, nebo naopak dokážou vyvolat negativní postoj veřejnosti, například k různým zdravotnickým zařízením, chystaným změnám ve zdravotnické péči a podobně. Média tak slouží jako katalyzátor řešení klíčových událostí získáním zájmu veřejnosti. „Zpravodajská média a mediální obsahy ovlivňují vnímání, postoje a chování veřejnosti ve vztahu ke zdraví a zdravotním zařízením.“ (Obregon, 2012: 195–196).

1.3 Rámcování

Rámcování lze označit jako koncept, se kterým pracuje oblast sociálních věd a psychologie. Až postupem času se pozornost přesunula i do oblasti mediálních studií, kde začala zkoumat: „... jak jsou jednotlivé události v médiích zarámovány, co je zdůrazněno, co naopak zamlčeno.“ (Trampota, 2010: 243). Červenka (2008) uvádí, že se jedná o strukturované rámce, které napomáhají interpretaci světa (Červenka, 2008). Podle McCombse (2009) znamená rámcování výběr a zdůraznění konkrétních atributů v mediální agendě. Konkrétní atributy vytvářejí tzv. dominantní rámce, které mají vliv na to, jakým způsobem publikum přemýšlí o nastolených tématech (McCombs, 2009).

Podle amerického profesora Roberta M. Entmana rámcování značí „...vybírání některých aspektů pozorované reality a udělení jim větší významnosti v komunikovaném textu, a to způsobem podporujícím určitou definici problému, příčinnou interpretaci, morální hodnocení nebo doporučení řešení popsané skutečnosti.“ (Entman, 1993: 30–31).

Proces rámcování lze tedy hodnotit jako selekci aspektů událostí, kterým různé použité prostředky přiřazují a zvyšují význam nebo řadí události na určitou stranu škály hodnocení. Při rozboru je nutné vnímat četnost prezentování témat veřejnosti v jejich důležitosti, v jejich obsahu a rámcování. Tyto rámce pak jsou veřejností chápány jako zásadní (Trampota, 2010).

Kvalita rámcování je postavena na správném výběru a zdůraznění konkrétních atributů v mediální agendě, které se upřednostňují před jinými a vytváří dominantní vzorce. Neméně důležité atributy jsou potlačovány, ba dokonce i plně vynechány. Toto „zvýznamňování“ ovlivňuje příjem u publika, proto je důležité správné použití vhodných rámců interpretace informací (Tabery, 2008). Do jaké míry však je publikem rámec přijímán, není dosud známo. Každopádně je u každého zvoleného tématu důležité nejen nalézt správné aspekty, ale následně i způsoby, jak je vyzdvihnout a zvýznamnit. Faktory,

které se na postavení rámců podílejí, jsou pak spatřovány nejen u „...podavatelů, v mediálních textech, u příjemců i v kultuře samotné. Jedno konkrétní téma lze zpracovat různými pojetími – různým rámcováním.“ (Trampota, 2006: 122).

Samotné rámcování mediálních obsahů lze charakterizovat jako epizodické či tematické. Epizodické rámcování využívá konkrétních příkladů, aby mohlo prezentovat veřejná témata na pozadí konkrétních událostí. Tím přenáší zodpovědnost v zobrazované problematice na skupiny či jednotlivce. Tematické rámcování naopak uvádí téma v širších souvislostech a hlubším kontextu, čímž přesouvá zodpovědnost za danou problematiku na sociopolitické síly (Trampota, 2006).

Z těchto důvodů novináři volí záměrně rámce, aby dopad na příjemce byl co největší. Využívají k tomu vhodnou slovní zásobu, fotografie, grafiku a pečlivě vybrané určité atributy (Reinecke a Oliver, 2013).

1.4 Celebritizace

Celebritizace pochází z latinského slova *celebritas*, což značí množství, velký počet nebo slávu. V Oxfordském slovníku se Simpson (1989) zmiňuje o původním významu ze 17. století doslova: postavení či situace, v níž se o dotyčném hodně mluví, sláva, proslulost. V současnosti je význam slova *celebrita* vztažen na slavnou osobu (Simpson, Weiner, 1989).

Franklin (1999) tvrdí, že „...*celebrita je typickým představitelem neautentického a umělého produktu populární kultury.*“ (Franklin, 1999: 35).

Také Boorstin (1961) nabízí svérázný popis tohoto slova: „*Celebrita je známá proto, že je známá.*“ (Boorstin, 1961: 58). Daniel Boorstin (2006) dále uvádí, že „...*nyň je již obtížné vybavit si časy, kdy ještě síň slávy byla pouze metaforou a její obyvatelé byli vybráni historickými událostmi a procesy, nikoli jakousi ad hoc komisí jmenovanou proto, aby volila mezi nejznámějšími jmény z médií.*“ (Boorstin, 2006: 72).

Do síně slávy museli za proslulostí lidé projít cestou, která byla zdlouhavá, pomalá a přirozená. Do veřejného mínění se tak dostali díky svému talentu či odvaze. Pro vyjádření úcty a uznání člověka byl pak užíván výraz „skvělý člověk“ (great man) nebo věta „je nejlepší“ (he's the greatest). Ke konci 19. století se situace změnila. Pomocí rozvoje vědy a techniky se změnil i proces uznávání člověka. Nešlo již o „získávání slávy“, nýbrž o „její vytvoření“. Člověk si dokázal „proslulost“ či „věhlas“ („wellknownness“)

vykonstruovat. Tohoto faktu si všimli politici a začali ho využívat pro svůj prospěch (Hanzel, 2009).

Celebritizace je pojmem, jež označuje rostoucí počet celebrit nejen v politice přesouváním zájmu politických stran jako celku na jedince. Důsledkem tohoto procesu je pak rostoucí význam jednotlivců z pohledu politických stran a voličů, které angažují ve volebních kampaních, kandidují do voleb, vyjadřují se k politickým otázkám. Následným rozvojem společenského a kulturního života se postupně začala utvářet tzv. kultura celebrit, jež je závislá nejen na médiích, ale i na konzumentech. „*Naše schopnost zaplňovat svou mysl více a více ‚velkými jmény‘ zvýšila naši poptávku po ‚velkých jménech‘ a naši svolnost zaměřovat ‚velká jména‘ za ‚velké lidi‘. Tím, že jsme si spletli naše schopnosti s našimi potřebami, jsme tak zaplnili náš svět umělou slávou.*” (Boorstin, 2006: 73). V Boorstinově teorii je výraz „velké jméno” termínem pro celebrity, které nerozšiřují naše obzory, protože jsou odrazem našich idejí, a výraz „velcí lidé” je u něho termínem pro hrdiny.

Podle finského politologa Lauri Kravonena (2007) rozlišujeme čtyři typy politických celebrit:

Celebrita – politický kandidát. Jedná se o celebritu v pravém slova smyslu, která je známá v nepolitické aktivitě. Politickou stranou je do kandidátní listiny nasazena úmyslně. Její přítomnost přitahuje voličovu pozornost a zvyšuje volební účast.

Celebrita – politický podnikatel. Jde o osobu, která je již známá z politického života, ale primárně se jedná o úspěšného podnikatele. Celebritou se stává v momentě, kdy svou komunikaci cíleně uplatňuje vůči voličům.

Celebrita – politik. Je člověk, který je již v politice a celebritou se stává zpětně, díky jeho vlivu na voliče, řešení politických kauz atd.

Celebrita – politický advokát. Jedná se o osobu, která se vyjadřuje ke konkrétním politickým návrhům a otázkám. Za pomoci kampaně podporuje řešení politických otázek. Neusiluje o zvolení. Většinou se jedná o osobu placenou nějakou politickou stranou či politikem (Kravonen in politickymarketing.cz, 2020).

1.4.1 Zobrazení politiků v médiích

Současný vztah médií k realitě všedního života a jeho bulvarizaci zasahuje i politickou sféru, kde ztrácí mediální průmysl zájem o hlubší smysluplnost a pravdivost zpravodajství, odklání se od objektivitu zpráv a vytváří si své cesty pro zábavnější pojetí politiky dostupné širší veřejnosti a postavené na personalizaci a dramatinaci politiky.

Média se uchylují k ověřeným způsobům zachycování zpráv, k nimž využívají tzv. personalizace politiky. Odklání se od všeobecných témat dané politické strany a kladou důraz na vykreslení obrazu individuálního subjektu veřejnosti, jež danou politickou stranu zastupuje (Burton a Jirák, 2001).

Samotná personalizace politiky je pro větší působení na čtenářskou veřejnost posílená o koncept dramatinace, který emocionálním obrazem dokresluje politickou scénu. Dramatinaci politiky se čtenáři seznamují s osobními konflikty mezi politiky. Zachycené nekontrolovatelné okamžiky chování politiků přibližují čtenářům v podobě slovních přestřelek, pocitů radosti, zklamání či překvapení. Relevantní politické diskuze a vystoupení jsou tak odsunuty do pozadí. Veřejnosti je podáván zábavný obraz politické scény bez hlubší informační hodnoty. V důsledku výše zmíněných skutečností dochází k depolitizaci zobrazované politiky a k celkové trivializaci politických témat, což je znakem politického zpravodajství (Jirák a Köpplová, 2009).

Kasl Kollmannová trefně tvrdí, že: *„...politika se stává nekonečným televizním seriálem, který namísto rozhodovacích procesů ukazuje pouze chytlavé a dramatinované příběhy, jejichž cílem je zobrazovat konkrétní osoby v co největším možném čase a prostoru, aniž by bylo prozrazeno cokoli důležitého.“* (Kasl Kollmannová, 2012: 11). Politický mediální marketing tedy nemá za cíl zobrazit politika jako oblíbenou a vnitřně silnou osobnost, ale pouze vytvořit jeho pozitivní mediální obraz. Jeho součástí je zveřejnit zejména politikův soukromý život, s jeho všedními problémy, zájmy a starostmi. Tím se ze vzdáleného, nedostupného politika stává člověk „jako my“, může se čtenáři jevit sympatičtější, blížeji a dokáže tak budovat image lídra, který povede společnost správným směrem a určuje sociální normy (Kasl Kollmannová, 2012).

1.4.2 Kdo je Adam Vojtěch

Adam Vojtěch se narodil 2. října 1986 v Českých Budějovicích. Od dětství se věnoval hudbě, studoval na základní umělecké škole zpěv, klavír a herectví. Začátek sólové kariéry

lze u Vojtěcha datovat k roku 1998, kdy začal účinkovat v dětských muzikálech a v muzikálu Romeo a Julie. V roce 2003 se jako student školou povinný zúčastnil soutěže uměleckých škol v sólovém zpěvu pořádané Ministerstvem školství ČR. Za vítězství v celostátním kole získal titul Talent Jihočeského kraje. Mezi jeho další úspěchy na hudebním poli zmiňme například účast v soutěži mladých zpěváků Zlínalent, kde se stal finalistou a jeho skladba Stín mokrých řas se probojovala do semifinále autorské soutěže tohoto festivalu (osobnosti.cz, 2020).

Příležitostně také hostoval v českobudějovických tanečních orchestrech Valdaband a Fordance Orchestr či zpíval se swingovým orchestrem Metroklub Big Band. S hercem a režisérem Jiřím Mádlem měli svůj pořad Totalpařbashow aneb show k stání (Blesk, 29. 7. 2005, s. 13).

Za vyvrcholení Vojtěchovy pěvecké kariéry lze považovat účast v top padesátce druhého ročníku televizní soutěže Česko hledá SuperStar v roce 2005. Díky jeho vzhledu a také proto, že vystupoval následně po blond'até dívce Světlaně Šáchové, dostal od moderátorky Něrgešové přezdívku Ken. Se Světlanou tedy vytvořili pomyslný pár Barbie a Ken (MF Dnes Víkend, 12. 3. 2005, s. 8).

Pro svou budoucnost však Adam Vojtěch zpěv nezvolil. Rozhodl se studovat právo na Právnické fakultě Univerzity Karlovy v Praze, na Fakultě sociálních věd Karlovy Univerzity absolvoval i mediální studia, kde získal druhý titul Mgr. V roce 2018 získal titul MHA - Master of Healthcare Administration na pražském Advance Healthcare Management Institute. Od roku 2017 studuje doktorské studium na 1. lékařské fakultě Univerzity Karlovy v Praze (adamvojtech.cz, 2019).

Už během studií na vysokých školách se aktivně angažoval např. v Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR ve Výboru pro vědu, vzdělávání, mládež a tělovýchovu, v komisi pro sdělovací prostředky. V letech 2010–2012 působil jako starosta ve Spolku českých právníků Všehrd (adamvojtech.cz, 2019), který pořádal přednášky pro studenty. Jedno takové setkání bylo pro budoucnost Vojtěcha klíčové. Setkal se zde s Andrejem Babišem, který v té chvíli vstupoval do politiky (irozhlas.cz, 2017).

Po ukončení vysoké školy Vojtěch pracoval v letech 2013–2014 jako právník ve společnosti MAFRA. Od června 2014, kdy nastoupil Andrej Babiš na post ministra financí, působil Adam Vojtěch jako jeho tajemník až do roku 2017. Působil také jako člen dozorčích rad České průmyslové zdravotní pojišťovny a Všeobecné zdravotní pojišťovny.

Od října 2017 je poslancem Parlamentu ČR a 13. prosince 2017 byl jmenován ministrem zdravotnictví na Ministerstvu zdravotnictví ČR, kde nahradil Miroslava Ludvíka (adamvojtech.cz, 2019).

Již v pozici tajemníka u Babiše se začal Vojtěch blíže seznamovat s problematikou zdravotnictví, srovnával určité prvky českého zdravotního systému s podobnými prvky v zahraničí a vytvářel si ucelený pohled na tuto problematiku. Byl pověřen sestavením celé zdravotnické části volebního programu ANO (Zdravotnictví a medicína, 2018).

1.5 Bulvarizace

„Bulvarizací se zjednodušeně řečeno rozumějí ekonomické změny v chování médií, a to především proces marketizace mediálních organizací, komercializace mediálních aktivit a unifikace mediálních produktů.“ (Osvaldová a kol., 2016: 11). Jejím výsledkem je dílo určené k veřejnému využití převážně v periodickém tisku, v novinách, v televizi či na internetu, které již ve svém kodexu nemá prioritu věcně a spolehlivě informovat veřejnost, ale chce především zvýšit čtenářský zájem bez ohledu na prostředky, jakými tento zájem získává. Jinými slovy lze bulvarizaci definovat jako postupné mazání hranic mezi tzv. seriózním tiskem, který do hloubky zpracovává národní i mezinárodní události, politiku a obchod, a bulvárem, jež preferuje zveřejňovat témata zabývající se skandály, zločiny, soukromým životem celebrit i obyčejných lidí či sportem (Osvaldová a kol., 2016).

Lze tedy říci, že bulvarizace je proces, který se projevuje úbytkem závažných zpráv z domova a ze zahraničí a kdy naopak přibývají zprávy nezpravodajského charakteru, společenská témata. Bulvární média chtějí nabídnout zejména emoce, chtějí čtenáře nebo diváka pobavit, šokovat, dojmout nebo rozhořčit. Cílem bulvárních článků je předkládat fakta, nikoliv zapojovat čtenáře. Z této charakteristiky samotný čtenář vychází spíše jako pasivní příjemce informací, který zároveň plně ztrácí schopnost a možnost do zmiňované problematiky jakkoliv proniknout. Na druhé straně bulvarizace svým širším oslovením veřejnosti přináší orientaci ve spleťtém světě politiky či ekonomiky (Osvaldová a kol., 2016).

Samotná bulvarizace však není procesem, který by probíhal nahodile. Jedním z důvodů vzniklé a rychle se šířící bulvarizace českého tisku je tlak zájmových struktur a politických skupin mediálního průmyslu na žurnalisty, jež vyvolal každodenní urputný boj za výdělků, za snahu mít co nejnižší investice do kvalifikovaných pracovníků (Volek, 2010) a soupeření o čtenáře, posluchače či diváka. Malý český mediální trh s nedostatečně velkou

a silnou českou ekonomickou a kulturní elitou nedokáže tomuto tlaku čelit a podporovat hodnotné printy a televizní kanály s politickými, ekonomickými, společenskými a kulturními tématy a sociálními změnami. V důsledku vzájemného soupeření mediálního trhu pak čtenář v českých kontextech postrádá informační hodnotu, která je potlačena přemírou použitých promyšlených aspektů, jako jsou senzacechtivost, personalizace či jiné zábavné charakteristiky s mnoha barevnými efekty a bohatou grafikou. Bulvární tisk se dále vyznačuje nedodržováním hranic privátní sféry, přináší tajně pořízené fotografie, které doplňují velké titulky s krátkými články napsané nespisovným jazykem a přeplněné emotivními výkřiky, které přináší pocity pohoršení, šoku, odpudivosti, děsu či dojemné sounáležitosti (Osvaldová a kol., 2016).

Bulvarizace se vyskytuje na dvou úrovních. Tou první je růst podílu čtenářů bulvárních titulů na deníkovém trhu. Na druhé úrovni se jedná o obsah médií s proměnou typů událostí, které se do nich dostávají. Obsahově nyní mnohem více než dříve kladou bulvární plátky velmi silný důraz na vizuální prvky jako jsou fotografie, infografika, velikost a barevnost titulků. Zabývají se mnohem více takzvanými soft news, což jsou zajímavosti ze světa celebrit, nadčasové příběhy a události, kterým můžeme říkat „perličky“ (Povolný in em.muni.cz, 2009).

Ve finální podobě je však bulvarizace již natolik silná, že její existence je neohrožená, neboť pokud vědomě nelže, je nejen pro samotné novináře, ale i pro čtenáře indikátorem demokracie a svobody projevu (Osvaldová a kol., 2016).

1.6. Popis zkoumaných médií

Pro vyhotovení mediálního obrazu jsem zvolila MF Dnes jako zástupce seriózního tisku a zároveň druhý nejčtenější deník a Blesk jako zástupce bulvárního tisku a také nejčtenější deník v České republice.

Pro přehled uvádím údaje z výzkumu MEDIA PROJEKT o čtenosti těchto deníků za období šesti měsíců obou zkoumaných období (viz. Tabulka č. 1). Z výzkumu vyplývá, že Blesk je stále na prvním místě, přestože mu během třinácti let ubylo více než 300 000 čtenářů. U MF Dnes je úbytek ještě razantnější, zde se čtenost snížila téměř o 400 000.

Tabulka č. 1: Čtenost celostátních deníků Blesk a MF Dnes

Čtenost celostátních deníků	4.Q.2004 + 1.Q. 2005	4.Q 2017 + 1.Q.2018
BLESK (bez Nedělního Blesku)	1 536 000	1 227 000
MF DNES	959 000	572 000

Zdroj: unievydavatelu.cz , 2005 a 2018

1.6.1 Mladá Fronta Dnes

S myšlenkou na vytvoření vlastního nakladatelství, časopisů a tiskárny přišla v době okupace ilegální skupina Hnutí mládeže za svobodu. Chtěla tak poskytnout mladým spisovatelům, básníkům, kritikům a novinářům prostor, ve kterém by mohli nezávisle sloužit zájmům mladé generace. V období posledních bojů druhé světové války v pražských ulicích v tiskárně v Panské 8 zrealizovala nestranická skupina levicově orientovaných intelektuálů vedená básníkem Jaromírem Hořcem a dalšími aktivisty, např. kritikem Sergejem Machoninem, režisérem Janem Grossmannem či básníkem Františkem Listopadem, první výtisk poválečného svobodného deníku Mladé Fronty, který byl listem mladé generace sdružené v Československém svazu mládeže. V ulicích se výtisk objevil 9. května 1945. Jaromír Hořec, který se stal nejmladším šéfredaktorem a zároveň prvním ředitelem vydavatelství, udržel nestrannost deníku do roku 1950. Následným znárodněním podniků došlo v roce 1953 k zestátnění tiskáren a převedení vydavatelství pod Ústřední výbor Československého svazu mládeže (mf.cz, 2020).

Zprvu byl deník vydáván v počtu 80 000 výtisků denně. Postupem času se z něj stal čtvrtý nejprodávanější deník. Proto rostl i jeho denní náklad. Obsah témat a článků byl postupně rozšiřován z 28 na 34 stran. Silný vliv deníku nebyl oslaben ani v nestabilních letech 1968 a 1989, pouze se na jeho tématech a pohledech odrazila přízpusobivost doby. V éře komunismu byl deník Mladá Fronta až do roku 1990 orgánem Ústředního výboru Socialistického svazu mládeže. Přesto se již od 20. listopadu 1989 redaktoři snažili o pravdivé zobrazování událostí, bez ohledu na to, že spousta článků byla ještě v tomto období cenzurována. Na začátku 90. let 20. století se vláda rozhodla o převedení veškerého majetku KSČ a SSM pod správu státu. Od 1. září 1990 byl deník převeden z vlivu ÚV SSM pod vydavatelství Mladá Fronta a téhož roku pod aktivitou redaktorů deníku pod nově založenou akciovou společností MaF, a.s. Ta během krátké doby navýšila základní jmění na padesátinásobek. Privatizace tohoto nakladatelství a její předání firmě MaF a.s. za 195.000 Kč byla prvním vytunelováním státního majetku, protože tehdejší hodnota nakladatelství činila až 2 miliardy korun (denikreferendum.cz, 2010).

MaF a.s. společně s francouzskou firmou Socpresse vytvořila roku 1991 společnost MaFra a.s. Francouzská společnost postupně navýšila podíl ve společnosti a v roce 1994 ji prodala německému koncernu Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft mbH. (RBDV), který následně odkoupil všechny ostatní menší podíly a od roku 1995 byl jejím jediným vlastníkem. Od roku 2013 přechází vydavatelství Mladá Fronta do majetku firmy MAFRA a.s., která již v té době vlastnila Lidové noviny. Krátce poté z funkce šéfredaktora odešel Robert Čásenský (mediar.cz, 2013), který zde působil od roku 2001 a šéfoval od roku 2006. Na jeho místo nastoupila Sabina Slonková, která však setrvala pouze půl roku. Od července 2014 je šéfredaktorem Jaroslav Plesl, novinář, který mimo jiné působil též v Hospodářských či Lidových novinách, časopisech Týden a Reflex (idnes.cz, 2014). Současná Mladá Fronta DNES je uváděna jako největší seriózní deník v České republice, který přináší čtenářům aktuální a kvalitní zpravodajství. Vychází v průměrném nákladu 133 624 výtisků denně (abccr.cz, 2019). Mezi rubriky deníku lze zařadit například ekonomiku, události z domova a ze světa, kulturu a sport. Součástí deníku jsou každý den tyto časopisy: v pondělí – Ona DNES, v úterý – Auto DNES, ve středu – Doma DNES, ve čtvrtek – Magazín DNES + TV, v pátek – Rodina DNES, v sobotu – Víkend DNES a měsíčník CITY LIFE (mfdnes.cz, 2020).

1.6.2 Blesk

Deník Blesk je od roku 2002 nejprodávanějším a nejčtenějším celostátním deníkem v České republice. Nevyhýbá se žádným bulvárním tématům, senzacím či zajímavostem z domova i ze zahraničí. Krátké texty, výrazné titulky, velké množství barevných fotografií či jednoduchý jazyk jen potvrzují charakteristiku bulvární tiskoviny. Vychází v regionálních mutacích Praha, Praha a střední Čechy, jižní Čechy, východní Čechy, severní Čechy, západní Čechy, Brno a okolí, jižní Morava a severní Morava (unievydavatelu.cz, 2019).

První číslo Blesku vyšlo v roce 1992 ve vlastnictví švýcarské společnosti Ringier, která ve své zemi vydávala obdobný deník Blick a která se rozhodla přenést koncept bulvárního deníku do českých zemí. Již na konci téhož roku vydavatelství Ringier začalo své služby pro české čtenáře rozšiřovat. Tak z produkce vydavatelství vychází televizní magazín a v březnu 1993 i Nedělní Blesk. Společnost Ringier si za všech okolností držela na českém trhu své dominantní postavení. Deníky, které by její postavení mohly ohrozit, řešila skoupením a následným zrušením. Takto odstranila v roce 1996 konkurenceschopný

deník *Expres* a *Super*. Deník *Aha*, jež vznikl v roce 2006, byl též již v roce 2007 pod vedením švýcarské společnosti. V roce 2010 se vydavatelství Ringier spojilo se společností Axel Springer, jedním z největších německých vydavatelství. Od roku 2014 vlastní Blesk společnost CZECH NEWS CENTER a. s. s akcionáři Danielem Křetínským a Patrikem Tkáčem (cncenter.cz, 2019). Stávajícím šéfredaktorem je Radek Lain, pro CZECH NEWS CENTER pracující již od roku 1994 (linkedin.com, 2020). Průměrný denní tištěný náklad Blesku je 223 294 kusů (abccr.cz, 2019).

Dnes do skupiny Blesk patří na dvacet dalších titulů: páteční Blesk s přílohou, Blesk magazín, Nedělní Blesk s TV programem, týdeník Blesk pro ženy, měsíčníky Blesk zdraví, Blesk křížovky, Blesk Vaše recepty a Blesk hobby (cncenter.cz, 2020).

2 Metodologická část

2.1 Kvalitativní obsahová analýza

Kvalitativní výzkum je definován jako nenumernický výzkum, jenž pracuje s tzv. měkkými daty, která jsou většinou tvořena dlouhými slovními výpověďmi, zápisy či vyobrazeními. Na rozdíl od dat tvrdých, která jsou hodnocena jako kvantitativní, přesná, vědecká či důvěryhodná, jsou měkká data mnohými považována za citlivá, kontextová či jemná (Sedláková, 2014). Kvalitativní výzkum si své rovnocenné postavení s kvantitativním musel postupně vybudovávat. Dříve byl brán pouze jako doplněk kvantitativních výzkumných metod. Dodnes není vymezen jediný správný způsob tvorby kvalitativního výzkumu a záleží pouze na osobě badatele, jak sesbíraná data zpracuje (Hendl, 2016). Výhodou kvantitativní metody je jistě také to, že v případě, kdy se v průběhu výzkumu objeví neočekávané či nové informace, může výzkumník proniknout hlouběji do daného problému. Tato flexibilita umožňuje vůči novým podnětům větší otevřenost, nicméně oproti kvalitativní metodě je možné zpracovat pouze menší vzorek či počet případů (Trampota a Vojtěchovská 2010). Jan Hendl (2016) ve své knize Kvalitativní výzkum tvrdí, že hlavní výhodou této metody je získávání podrobného popisu a vhledu během výzkumu jedince či události v jejich přirozeném prostředí, možnost dobře reagovat na místní podmínky a situace a vyhledávat příčinné souvislosti. Mezi nevýhody kvalitativního výzkumu řadí Hendl např. časovou náročnost sběru dat a jejich následnou analýzu a také to, že získaný výsledek nelze vždy zobecnit do jiného prostředí a na celou populaci (Hendl, 2016).

Cílem kvalitativního výzkumu by mělo být porozumění zkoumané sociální situace a následné vytvoření teorie o ní (Hendl, 2016).

2.2 Zkoumaný vzorek a výzkumná otázka

Zkoumané období je rozděleno do dvou částí. První částí byla doba vysílání druhé řady soutěže Česko hledá SuperStar a krátké období po jejím skončení, kdy média ještě některým mediálně zajímavým účastníkům věnovala pozornost, tedy od konce ledna do konce července 2005. Druhou částí je období těsně před zvolením Vojtěcha na post ministra zdravotnictví a rok po jeho nástupu do funkce, tedy od června 2017 do konce roku 2018.

Obě tato období jsou porovnávána z českých deníků MF Dnes, jako zástupce seriózní tiskoviny a Blesk, jako zástupce bulvárního periodika.

Výzkumný vzorek, který byl prováděn za pomoci vyhledávací databáze Newton MediaSearch, tvořilo za období SuperStar celkem 27 příspěvků, což je 11 příspěvků z databáze Blesku a 16 příspěvků z databáze MF Dnes. Ve druhém zkoumaném období, tedy období polické kariéry Adama Vojtěcha, bylo zkoumáno celkově 228 článků, z toho z MF Dnes 184 článků a z Blesku 44 článků.

Pro rychlou identifikaci použitého textu z příspěvků byla v bakalářské práci použita jména redaktorů a datum publikování příspěvku. Zkoumané příspěvky se v roce 2005 vztahují pouze k jednomu tématu, tedy k průběhu druhého ročníku pěvecké soutěže SuperStar. V druhém období od června 2017 až do prosince 2018 se zabývají již širším spektrem témat týkajících se politické kariéry Adam Vojtěcha.

Před započítáním kvalitativního výzkumu je vždy třeba položit si výzkumnou otázku. Trampota s Vojtěchovskou tvrdí, že kvalitativní metody výzkumu se ptají zejména otázkou *Jak?* (Trampota a Vojtěchovská, 2010). V bakalářské práci se pokusím odpovědět na otázku: Jak se proměnil mediální obraz Adama Vojtěcha ve stanoveném časovém období? Dále se v analytické části budu věnovat těmto otázkám: Jakým tématům se věnuje bulvární tisk a jaká témata volí tisk seriózní?

3 Analytická část

3.1 Adam Vojtěch v roli soutěžícího v SuperStar – v deníku MF Dnes

V průběhu šesti měsíců prvního sledovaného období roku 2005 věnovala MF Dnes prostor finálovému soutěžícímu Adamu Vojtěchovi celkem v šestnácti článcích.

První zmínka se objevila v období finálního výběru padesátky nejúspěšnějších účastníků soutěže SuperStar, kdy proběhla krátká poznámka i o jihočeském rodákovi Vojtěchovi (Šumberová, MF Dnes, 14. 2. 2005). O tři dny později vyhází rozsáhlejší článek, který přibližuje čtenářům informace o jeho studiu, zájmech a o celkovém osobním pohledu na průběh soutěže a porotu (Třeček, MF Dnes, 17. 2. 2005).

V několika článcích je vyzdvihován spíše Vojtěchův vzhled než jeho pěvecké kvality. Samotným důkazem je výrok členky poroty soutěže Gabriely Osvaldové na jeho pěvecký výkon s písní Eltona Johna Can You Feel the Love Tonight: *„Příjemně se mi to poslouchalo. Jinak já s vámi mám problém, že jste pro mě prototyp. Kdyby se do vesmíru posílal obrázek mladého zdravého pozemšťana bílé rasy, celkem dokonalého, tak vy byste tam mohl být. Takový plakát. Ale dneska jste byl docela milý plakát.“* (Kábrt, MF Dnes, 14. 3. 2005). Směr, který tento výrok udal, představoval v tisku MF Dnes Vojtěcha jako **kultivovaného mladíka**, který si jako úspěšný účastník soutěže z pěveckého klání odnesl přezdívku **Ken**. Tato přezdívka vznikla díky moderátorce tohoto kola SuperStar Ladislavě Něrgešové: *„Moderátorka Ladka Něrgešová se nás (Vojtěcha a soutěžící Světlany Šáchové, pozn. autora) zeptala, jestli nejsme sourozenci, a pak nás překřtila na Barbie a Kena,”* popisuje Vojtěch. *„Moc nadšený z toho nejsem...“* (Moravec, MF Dnes, 12. 3. 2005). Přezdívka se v tisku i dalších médiích velmi rychle ujala a s Vojtěchem je spojována ještě i později během jeho politické kariéry.

Na druhou stranu přibližuje MF Dnes hudebně nadaného Adam Vojtěcha jako **zpěváka** tanečního orchestru Metroclub (Třeček, MF Dnes, 17. 2. 2005) a jako **skladatele**, kterému texty k písním píše jeho kamarád a spolužák ze školy, herec, režisér a scénárista Jiří Mádl. Ten, jako slavnější, též předává Vojtěchovi zkušenosti, jak se vyrovnat se slávou (Hejdová, MF Dnes, 26. 2. 2005). O začínající slávě se Vojtěch zmiňuje v jihočeské mutaci deníku v článku *„Středoškoláci míří do šoubyznysu“*: *„Už mě lidé také poznávají na ulicích. Já si to zatím užívám. Je mi to docela příjemné. Když mě někdo zastaví, tak si s ním povídám.“* (Hrdina, MF Dnes, 1. 4. 2005).

V neposlední řadě je MF Dnes Vojtěch představován jako **budoucí právník**, protože v rámci osobních perspektiv sám student Biskupského gymnázia z Českých Budějovic uvádí zcela jasný směr dalšího studia. Uvědomuje si nejistotu v profesním uplatnění, pokud by zvolil studium umělecké školy. Na otázku, kam půjde po maturitě, odpovídá: „*Možná na práva. Rozhodně ne na Akademii múzických umění. Prosadit se zpěvem je víc o štěstí než o škole. Spíš to budu dělat jako profesionálního koníčka a vystuduji školu, která mi nabídne jistější uplatnění.*” (Třeček, MF Dnes, 17. 2. 2005).

Z jednotlivých článků MF Dnes vychází jako člověk, který **má hudební talent**: Adam Vojtěch, rodák z Včelné u Českých Budějovic, je čtenářům představen jako ten, který: „*...prý už zpívá od malička. I nyní se učí zpěv v Českých Budějovicích a v Praze. Navíc hraje na klavír a klávesy.*“ (Třeček, MF Dnes, 17. 2. 2005). Zúčastnil se pěvecké soutěže Zlínalent a celostátního kola soutěže lidových škol umění. Pravidelně vystupuje v českobudějovickém kulturním domě Metropol s tanečním orchestrem Metroclub (Třeček, MF Dnes, 17. 2. 2005).

Díky úspěchům v hudební oblasti získal zdravé sebevědomí a víru ve svůj pěvecký talent. Ztratil zábrany vystoupit před dav lidí a bez problému s nimi navázat kontakt. „*Vzhled je sice důležitý, ale chci dokázat, že něco umím. Druhý Julian? (Julian Záhorovský je další hezoun v SuperStar, pozn. autora) To by pro mě byla ostuda. Myslím, že zpívám líp.*” dodává Vojtěch (Moravec, MF Dnes 12. 3. 2005).

Jediný jihočeský zástupce mezi padesátkou úspěšných soutěžících je v tisku zobrazen jako **komunikativní, nekonfliktní, skromný**. Kultivovanost projevu a nevnucování svých názorů davu je patrná i z odpovědi na otázku, proč by měli lidé volit právě jeho: „*Pokud si budou myslet, že by mě měli zvolit, tak ať tak učiní. Já se budu snažit dělat to nejlepší, co umím.*” (nesignováno, MF Dnes, 19. 2. 2005).

Jeho mírná povaha, vnímající hlouběji hudební projev, je základem úspěšné komunikace s kolegy. „*Při korepeticích se s člověkem, který nás doprovázel na klavír, dalo bez problému dohodnout a také ostatní bylo v pohodě,*” hodnotil Vojtěch spolupráci s týmem odborníků soutěže (Třeček, MF Dnes, 12. 3. 2005).

Zároveň je zmiňován jako ten, který díky svým zkušenostem z jiných pěveckých soutěží, nemá problémy vyjít s porotou složenou ze slavných osobností hudební branže, což ukazuje na vyspělou osobnost teprve osmnáctiletého studenta. (Třeček, MF Dnes,

17. 2. 2005). Sám si věří, skromně však říká: „*Jak dopadnu, uvidíme. Myslím si, že tam určité šance jsou.*” (Třeček, MF Dnes, 12. 3. 2005).

Je **oblíbený** mezi mladými lidmi, porotou i ostatními soutěžícími: Zpočátku MF Dnes zmiňuje oblíbenost zatím neznámého Adama Vojtěcha pouze mezi studenty Biskupského gymnázia v Českých Budějovicích a přibližuje přátelský vztah zejména s dlouholetým kamarádem Jiřím Mádlem, s nímž sdílí lavici od primy (Třeček, MF Dnes, 17. 2. 2005).

I přestože Adam Vojtěch nepostoupil do finále, začala jeho popularita stoupat a nenápadný osmnáctiletý student, alias Ken, se pomalu dostával do povědomí širší veřejnosti.

MF Dnes v prvním sledovaném období poskytla prostor k přiblížení celé atmosféry soutěže nejen v hlavním vydání, ale také v příloze Víkend, články o Adamu Vojtěchovi se objevily zejména v regionálních mutacích, konkrétně Jižní Čechy. Čtenáři zde mohli nalézt nejen podrobný harmonogram soutěže, ale i rozhovory se soutěžícími, s porotou a s dalšími zajímavými lidmi, kteří jsou nějakým způsobem na soutěžící navázáni. Redaktoři také srovnávají sledovaný ročník SuperStar s tím předchozím.

Po zhodnocení článků Vladimíry Šumberové, Čeňka Třečka, Kateřiny Hejdové, Martina Moravce, Jana Kábrta, Karla Hrdiny či Barbory Žehanové, můžeme říci, že ke svému vyjádření využívají spisovné češtiny, staví interpretaci informací na jednoduchých větách a krátkých souvětích, do textů vkládají hovorové obraty či přímou řeč. I přes viditelné využívání některých bulvárních prvků nelze říci, že by redaktoři MF Dnes využívali pouze lexikum charakteristické pro bulvár. Dokazují to bohaté jazykové prostředky a užívaná širší slovní zásoby, která obsahuje v převážné míře slova spisovná a neutrální. Samotný text je často doplněn o přímou řeč, která jednotlivé články oživuje a čtenáři přibližuje názor či myšlenku zkoumaného subjektu. Často jsou také používány metafory či metaforická přirovnání, které mají zvyšovat emoce a vyvolávat určité asociace: „...‘štěrbiná‘ u vás znamená hezká holka...” (Hejdová, MF Dnes, 26. 2. 2005), „...zatím se nechová jako výstřední hvězda...” (Hejdová, MF Dnes, 26. 2. 2005), „...trochu to na mě působilo jako troubení jelena v říji...” (Šumberová, MF Dnes, 9. 4. 2005).

Pro zlehčení situace či dosažení humorného účinku využívá bulvární tisk často tzv. ironie. Také MF Dnes využívá ve svých textech ironii ke zpestření zobrazované situace, například: „...máte na svou vizáž zbrojní pas?”, „...od dívky s postavou modelky jsem čekala daleko horší zpěv.” (Moravec, MF Dnes, 12. 3. 2005).

Přestože je MF Dnes stále považována za seriózní deník, názvy i obsahy mnohých článků se blíží spíše tisku bulvárnímu. Například: „*Zpívat budou Barbie, Ken a romská miss*“, „*Zítřka v SuperStar zazpívá Jihočechem*“, „*Zpívala Miss i sestra loňské finalistky*“, „*V tábořském Mileniu zazpívá Ken*“. Redaktoři seriózní tiskoviny by měli uvádět skutečná jména soutěžících, a ne jejich přezdívky či je titulovat názvy, které se soutěži nemají nic společného a to jen proto, aby křiklavým titulkem upoutali zájem čtenářů.

3.2 Adam Vojtěch v roli soutěžícího v SuperStar – v deníku Blesk

Oproti předpokladu, že se budou monitoringu průběhu soutěže SuperStar a samotnému soutěžícímu s číslem 4438 Adamovi Vojtěchovi věnovat více bulvární média, bylo během sledovaného období v Blesku publikováno o pět článků méně než v MF Dnes.

Články redaktorů Blesku se primárně zabývají Vojtěchovou vizáží, publikují citace porotců, které jeho vzhled vychvalují, jako by pěkná tvář a postava byly v této soutěži přednější či důležitější, než umět dobře zpívat. Patrné je to například z výroků členky poroty Gabriely Osvaldové, která po Vojtěchově vystoupení prohlásila: „*Je to nespravedlivé vůči nám menším a ošklivějším, takže jestli chcete mít Barbie a Kena, nebudeme dělit pár.*“ Obdobně reagovala i na pěvecký výkon Světlany Šáchové neboli soutěžící s nabytou přezdívkou Barbie: „*Musím vás pustit, protože by mi řekli, že jsem stará závistivá řepa!*“ (Kožušník, Blesk, 31. 1. 2005).

Vojtěch je rázem představován jako **hezoun, sympatický dlouhán a sexidol**.

Již od prvního článku sledujícího průběh SuperStar, je postava Adama Vojtěcha spojena s další soutěžící - Světlanou Šáchovou jako Barbie a to opět jen kvůli jejich vzhledu, přestože se před soutěží neznali, ani během ní si neprojevovali vzájemné sympatie: „*...s kolegyní »Barbie« Světlanou Šáchovou (21), která přišla bez »Kena« Adama Vojtěcha (18)...*“ (Kožušník, Blesk, 3. 3. 2005), „*...Adam »Ken« Vojtěch se jen tak mimoděk podivil, že by snad měl být za hezouna...*“ (Kožušník, Blesk, 14. 3. 2005).

Stejný styl novinářům vydržel i poté, co Vojtěch i Šáchová ze soutěže vypadli. Zdá se, že se automaticky předpokládalo, že porotou vytvořený pár hezkých mladých soutěžících přeroste ve vztah i ve skutečném životě. Některé články pak plné překvapení tuto domněnku vyvracely: „*...»Ken« Adam Vojtěch si našel novou »Barbie«...*“ (vp, Blesk, 19.4.2005) či „*...Adam Vojtěch, známý z druhé řady soutěže Česko hledá SuperStar coby hezoun Ken, se totiž proti očekávání nedal dohromady s »Barbie« Světlanou Šáchovou...*“ (hec, Blesk, 29.7.2005). Také nepostoupení Vojtěcha do dalšího kola soutěže bylo

spojováno s již dřívějším odchodem Šáchové a uvedeno větou: „*Pozadu za svou kolegyní »Barbie« ze SuperStar nezůstal »Ken« Adam Vojtěch...*“ (vp, Blesk, 8.4.2005).

Přezdívka Ken se stala tak známou a u novinářů oblíbenou, že samotné jméno Adama Vojtěcha bylo bráno jen jako doplňující informace, kterou již nebylo třeba v titulcích uvádět. V článcích byl zmiňován jako **Ken ze SuperStar Adam Vojtěch, Ken Adam Vojtěch** nebo dokonce **Adam Ken Vojtěch**: „...*Adama »Kena« Vojtěcha přišel podpořit i spolužák Jirka Mádl...*“ (Kožušník, Blesk, 15. 3. 2005).

Vojtěch však z této přezdívky nadšený nebyl, pravděpodobně by byl raději chválen za svůj hudební výkon a ne za líbivý vzhled. Sám se vyjádřil takto: „...*cítím, že Ken a Adam se nemají moc rádi, tak zůstávám Adamem Vojtěchem...*“ (Graclík, Blesk, 17. 5. 2005).

Dominantnost informací o Vojtěchovi jako **hezounovi Kenovi** jen okrajově dovoluje Blesku v jednom příspěvku představit Vojtěcha jako zpěváka, který je ovlivňován svými idoly Robbie Williamsem, skupinou Beatles a Frankem Sinatrou (Kožušník, Blesk, 11. 3. 2005).

Blesk, který se ve většině zkoumaných článků v tomto období zaměřoval na vizáž, jej neopomene představit též jako **manekýna** procházejícího se po přehlídkovém molu na módní přehlídce. Nadpis článku „*»Ken« odhalil chlupaté nohy*“ a vyjádření jedné z divaček: „...*má skvěle chlupaté nohy...*“ (Pohanková, Blesk, 8. 4. 2005) jen podtrhnul bulvární zaměření tohoto deníku. Titulek se snaží upoutat pozornost čtenáře nabízením irelevantních informací, které nemají nic společného s talentovou pěveckou soutěží.

Ke konečnému dokreslení bulvárního pohledu na Adama Vojtěcha lze zařadit i obraz Vojtěcha jako **účastníka večírků**, který dokáže rozvířit zábavu. Tomuto tématu je od redaktora Kožušníka věnován podrobný článek, ve kterém je vykreslen jako člověk, který se rád zúčastní jakékoliv party, kde alkohol teče proudem a kde si ho může dopřát přímo z lahve (Kožušník, Blesk, 29. 3. 2005).

V tomto sledovaném období jsou články Blesku krátké, zaměřené spíše na emoční projevy soutěžících a poroty, nastolují čtenářům povrchní informace, zábavu či senzaci, jak je ostatně pro bulvární deník typické. Po analýze článků redaktorů Marka Kožušníka, Miroslava Graclíka, Veroniky Pohánkové a Ondřeje Požára je možno říci, že úroveň obsahu, skladba textu a pravopisu jsou na poměrně nízké úrovni. Pro články je charakteristická omezenost slovní zásoby bez bohatosti jazykových prostředků, jsou používána slova běžné mluvy, slangová, hovorová. Jsou to například: „...*nepařím, byl bych*

úplně grogy....” (Kožušník, Blesk, 29. 3. 2005), „*esemesky*“, „*cédéčko*“, „*profík*“ (Kožušník, Blesk, 15. 3. 2005), „*netrumfla*“ (Kožušník, Blesk, 14. 3. 2005), nebo „*sexidol*“ (Graclík, Blesk, 17. 5. 2005).

Pro emoční umocnění zobrazovaného tématu jsou užita ve velké míře slova citově zabarvená: „... *nastoupila »Barbie« Světlana Šáchová a hned za ní hezounek »Ken« Adam Vojtěch*“ (Kožušník, Blesk, 31. 1. 2005), „*mlad'ouunká sestra*“ (Kožušník, Blesk, 14. 3. 2005) a slova zdobnělá: „...*dojala národ upřímnými slzičkami...*“ či „...*zdravotní sestřičkou...*“ (Kožušník, Blesk, 14. 3. 2005).

Texty Blesku jsou v zásadě postaveny na jednoduchých oznamovacích větách, které jsou často zakončeny mnohdy nevhodně použitým vykřičníkem: „*Čtvrtá semifinálová desítka svedla vyrovnanou bitvu o postup do vytouženého finále!*“ (Kožušník, Blesk, 14. 3. 2005).

Za zmínku stojí také špatné skloňování hojně používané Vojtěchovy přezdívky. U fotografie z módní přehlídky je chybně uvedeno „*nohy Kenyho*“, místo gramaticky správného *nohy Kena* (vp, Blesk, 8. 4. 2005).

Články s nedůstojnými titulky, jejichž úlohou je pouze přitáhnout čtenářovu pozornost jako například: „*Barbie a Ken rozpálili Osvaldovou*“, „*Ken odhalil chlupaté nohy*“, „*Chlastali do 8 hodin ráno*“, „*Kde kdo s kým*“ či „*Ken nemá Adama rád*“, také jen potvrzují bulvární zaměření Blesku.

3.3 Adam Vojtěch v roli ministra zdravotnictví – v deníku MF Dnes

Celkem 184 zkoumaných příspěvků z let 2017 až 2018 obsahují širší spektrum témat o Adamu Vojtěchovi jako o mladém politikovi, kterému je však ještě v průběhu sledovaného období připomínána jak účast v show SuperStar v roce 2005, tak i jeho tam nabytá **přezdívka Ken**: „...*zazpíval si v soutěži Česko hledá SuperStar, ale absolvoval i dvě vysoké školy a pracuje jako tajemník ministra financí...*“ (Marek, MF Dnes, 27. 6. 2017) či listopadový článek: „...*mohl zazářit jako zpěvák, mikrofon a fanynky však vyměnil za sako a kancelářský stůl. Přesto zůstala vysokému blond'ákovi přezdívka Ken, kterou si vysloužil před 12 lety v pěvecké soutěži...*“ (Machačová, MF Dnes, 15. 11. 2017). Podle názoru redaktora Ondřeje Leinerta ještě však ani v únoru 2018 není Vojtěch již jako ministr zdravotnictví považován za experta ve svém oboru. Působí na něj jako **politický zajíc**, kterého veřejnost bere stále spíše jako umělce, než jako ministra: „...*je vnímán spíš jako zpěvák, který se kdysi zúčastnil Česko hledá SuperStar, než odborník na zdravotnictví.*“ (Leinert, MF Dnes, 16. 2. 2018). Ve stejném příspěvku autor také hodnotí

Vojtěchovu práci na ministerstvu jako ne příliš zajímavou a srovnává ji s videoklipem, který má Vojtěch umístěný na YouTube: „*Studentským klipem k osm let staré besídkové písni Declaration zaujal český internet – aspoň co do sledovanosti na YouTube – víc než skoro všemi svými ministerskými výstupy dohromady.*“ (Leinert, MF Dnes, 16. 2. 2018).

Z několika příspěvků MF Dnes je také zřetelná oblíbenost začínajícího politika u premiéra Andreje Babiše. Je zmíněn také jako **Babišův kůň** (Marek, MF Dnes, 8. 11. 2017). „...*Adam Vojtěch je mladý člověk, děláme spolu zdravotnictví, narodil se na jihu Čech, hraje tady v kapele, je známý,*“ (Marek, MF Dnes, 27.6.2017) přibližoval Babiš Vojtěcha čtenářům, když přemýšlel, zda se stane jihočeským volebním lídrem a nahradí tak poslankyni Radku Maxovou. V článku pod titulkem „**Nábor do vlády**“ je Vojtěch jako kandidát na ministra zdravotnictví představen již jako **poradce Andreje Babiše** (Leinert, MF Dnes, 2. 11. 2017). Redaktor Petr Kolář ve svém politickém diáři dokonce tvrdí, že: „...*se Andrej Babiš ‚zamiloval‘ do Adama Vojtěcha...*“ (Kolář, MF Dnes, 29. 3. 2018). „*Jedenatřicetiletý právník se v posledních letech dostal do přízně Andreje Babiše, když mu radil na ministerstvu financí.*“ (Srňka, MF Dnes, 28. 11. 2017), „... *informace zaznívají také z okolí ministra zdravotnictví Adama Vojtěcha, jehož si Babiš v poslední době oblíbil.*“ (Leinert, MF Dnes, 7. 4. 2018). Premiér chválou směrem k Vojtěchovi, již jako ministrovi zdravotnictví, nešetří: „*Velice dobře si počíná! Velice dobře.*“ (Kolář, MF Dnes, 21. 2. 2018), „*Ministr zdravotnictví funguje velice dobře. Adam Vojtěch dělá velice dobrou práci a konečně ten resort začal někdo řídit,*“ tvrdí Andrej Babiš (Kolář, MF Dnes, 12. 4. 2018). Zajímavá je také zmínka o tom, že Vojtěch na Babišových předvolebních mítincích zpíval: „*Šéfa ANO doprovázel i v předvolební kampani, mítinky oživoval svým pěveckým vystoupením.*“ (Machačová, MF Dnes, 15. 11. 2017).

V jihočeské mutaci deníku, v článku s titulkem „**Prorazil jako zpívající Ken. Ted' se věnuje zdravotnictví**“ označuje redaktorka Vojtěcha jako **kandidáta na post ministra zdravotnictví**, viz. Obrázek č. 1. Tuto funkci by přijal, čeká však na nabídku, která zatím nepřišla. Nicméně je s ní pravděpodobně seznámen, jelikož je připraven vzdát se funkcí ve správních radách dvou zdravotních pojišťoven (Machačová, MF Dnes, 15. 11. 2017).

Obrázek č. 1: Článek MF Dnes, kde je Adam Vojtěch označen jako kandidát na ministra zdravotnictví

Prorazil jako zpívající Ken. Ted' se věnuje zdravotnictví

ČESKÉ BUDEJOVICE Mohl zazářit jako zpěvák, mikrofon a fanynky však vyměnil za sako a kancelářský stůl. Přesto zůstala vysokému blondákoví přezdívka Ken, kterou si vysloužil před 12 lety v pěvecké soutěži SuperStar. Sice nevyhrál, ale lidé si ho zapamatovali. A možná právě to mu pomohlo při letošních parlamentních volbách. Od října je Adam Vojtěch poslancem, do Sněmovny se dostal ze třetího místa jihočeské kandidátky hnutí ANO jako nestraník.

Do politiky už nahlédl, když v roce 2014 nastoupil na ministerstvo financí za Andrejem Babišem, kde pracoval až donedávna jako poradce ministra se zaměřením na financování zdravotnictví. Šéfa ANO doporoval i v předvolební kampani, mitekny oživoval svým pěveckým vystoupením.

Než se dostal na ministerstvo, vystudoval právnickou fakultu a mediální studia v Praze.

„Trochu mě překvapilo, že šel pracovat zrovna na ministerstvo, ani

nevím, že by měl politické ambice. Čekal bych, že bude získávat praxi jako právník, jinak si na spolupráci s ním stěžovat nemůžu, je to profesionál a dobře zpívá,“ prozradil kapelník Jiří Prajer z budejovické skupiny Metroklub Big Band, kde Vojtěch vystupoval zhruba 10 let.

Chodil i do pěveckého sboru Jitřenka, kde jej bývalí členové popisují jako přátelského, pečlivého a cílevědomého kluka. „Nezkažil žádnou stranu. Do politiky se podle mě svoji povahou nehodí,“ zminila jedna z bývalých zpěvaček sboru.

Pokončení studii rodák ze Včelně pracoval rok jako korporátní právník, ale pak přišla lákavá nabídka. „V době, kdy jsem při studiu vedl Spolek právníků Všehrd, tak jsem se seznámil s Andrejem Babišem. Pořádali jsme přednášky a on byl jedním z přednášejících. Posléze se mi ozval, zřejmě na mě dostal doporučení a šel jsem pracovat na ministerstvo,“ popsal 31letý absolvent práv.

Jako poradce ministra se zabýval hlavně financováním zdravotnictví,

Představujeme Jihočeští poslance



Kdo bude reprezentovat Jihočeský kraj ve Sněmovně? MF DNES představuje všech 13 poslanců. Každý den najdete jeden profil.

Dnes: Adam Vojtěch (ANO)

Zitra: Jan Zahradník (ODS)

Už vyšlo: Jan Bartošek (KDU-ČSL), Jan Bauer (ODS), Vojtěch Filip (KSCM), Lukáš Kolář (Piráti), Roman Kubíček, Jan Kubík, Radka Maxová, Karel Tureček (všichni ANO), Milošlav Rozner (SPD), František Vlácha (TOP 09), Ondřej Veselý (ČSSD)

akčlov s touto oblastí do té doby neměl žádné zkušenosti. „Když někdo učí 30 let, tak také znamená, že bude rozumět školství, aniž bych chtěl někoho urazit. Zdravotnictví je hodně o finančních tocích, právní úpravě a systémových otázkách. V tom mi pomáhá moje vzdělání. To je oblast, kterou nutně nemusí fešit někdo se zdravotnickým vzděláním,“ brání se poslanec, jenž chce mandát vykonávat na plný úvazek.

Také proto odešel z ministerstva a zároveň se chce vzdát svých funkcí například ve správní radě Všeobecné zdravotní pojišťovny nebo dozorčí radě České průmyslové zdravotní pojišťovny.

Bude z něj ministr?

O Vojtěchovi se mluví v poslední době i jako o kandidátovi na post ministra zdravotnictví. Funkci by neodmítl, ale nabídku ještě nedostal. Určitě chce být minimálně členem sněmovního výboru pro zdravotnictví. Jeho předseda už poslední čtyři roky s Vojtěchem spolupracoval.

„Do problematiky zdravotnictví se dostal poměrně rychle, ačkoli není z oboru. Má jasno v tom, co jsou priority a jak zreformovat české zdravotnictví. Pracovalo se mi s ním velmi dobře a jsem přesvědčen, že budoucí premiér by měl uvažovat o Adamu Vojtěchovi jako o ministru zdravotnictví,“ zhodnotil jeho působení šéf výboru pro zdravotnictví Rostislav Vyzula (ANO).

Vojtěch v uplynulých letech navštěvoval české nemocnice a diskutoval s jejich řediteli. Jak sám zmiňuje, chtěl by se zasadit o elektronizaci zdravotnictví, novou úpravu regulace úhrad zdravotnických prostředků či podpořit nový zákon o zdravotních pojišťovnách.

O politických funkcích prý nikdy neuvažoval. „Jsem stále nestraník a nepřišel jsem před třemi a půl lety na ministerstvo jako stranický nominant. Ze budu kandidovat, jsem se rozhodl teprve před půl rokem a nečekal jsem, že to takhle dopadne. Zatím jsem neuvažoval, jestli bych

Adam Vojtěch (31 let)

Narodil se 2. října 1986 v Budějovicích, kde vystudoval Biskupské gymnázium. Na ZUŠ se věnoval 13 let zpěvu, hře na klavír a hře v hudbě. Působil v řadě pěveckých souborů, zpíval v muzikálech, vydal i sólovou desku. Na UK v Praze absolvoval Právnickou fakultu a mediální studia na Fakultě sociálních věd. Rok po studiích pracoval jako právník. Od června 2014 byl poradcem ministra financí. Je svobodný a má přítelkyni.

do hnutí ANO vstoupil,“ uvedl. I když by se z jeho slov mohlo zdát, že už bude vidět jen v poslanecké lavici, Jihočeši ho mohou potkat na plesech, kde zpívá s kapelou For-dance Orchestra či Valda Bandem.

„Svého času jsem o profesní dráze zpěváka uvažoval, ale pak jsem zjistil jako koníček a odpočinek od práce,“ doplnil Vojtěch. – **Márketa Machačová**

Zdroj: MF Dnes, 15. 11. 2017

Jako vhodného a schopného kandidáta jej shledává i šéf výboru pro zdravotnictví Rostislav Vyzula z ANO, který shrnuje, proč by se měl právě Vojtěch stát ministrem: „*Do problematiky zdravotnictví se dostal poměrně rychle, ačkoli není z oboru. Má jasno v tom, co jsou priority a jak zreformovat české zdravotnictví.*“ (Machačová, MF Dnes, 15.11.2017). Naopak bývalá zpěvačka sboru Jitřenka, ve kterém působil i Vojtěch, si nemyslí, že by byl tím pravým člověkem pro politiku: „*Do politiky se podle mě svoji povahou nehodí.*“ (Machačová, MF Dnes, 15.11.2017). Ostatní členové sboru jej popisují jako „*...přátelského, pečlivého a cílevědomého kluka.*“ (Machačová, MF Dnes, 15. 11. 2017).

Od počátku prosince 2017 označují všechny příspěvky Adama Vojtěcha již jako **ministra zdravotnictví**, jmenován do funkce byl 13. 12. 2017.

Článek, který seznamuje čtenáře s personálním obsazením nové vlády, zmiňuje, že Vojtěch nikdy nepracoval ve zdravotnictví, nemá ani lékařské vzdělání a postrádá zkušenosti s vedením lidí. I přesto si údajně získal respekt ředitelů nemocnic a náměstků ministerstva zdravotnictví a to tím, že začal prověřovat jejich nákupy. Touto aktivitou si podle novinářů vybuďoval image **dobrého hospodáře** (MF Dnes, 13. 12. 2017).

Většina příspěvků během období působení Adama Vojtěcha na ministerstvu zdravotnictví ve zkoumaném období, tedy až do konce roku 2018, mapuje konkrétní kroky reformy

zdravotnictví. Jedná se zejména o témata kontrol hospodaření nemocnic a samotného ministerstva zdravotnictví, e-Receptu, snižování počtu lůžek v nemocnicích a rušení nemocnic, protikuřácký zákon, nedostatek lékařů, platy zdravotnických pracovníků a odvolávání ředitelů některých nemocnic z funkcí.

Reportér Ondřej Leinert tvrdí, že Vojtěch odvolává ředitele jednotlivých nemocnic bez zjevných důvodů, spíše jen z politických pohnutek. Při předávání výpovědi řediteli Ostravské fakultní nemocnice a zároveň svému předchůdci na ministerstvu zdravotnictví Svatoplukovi Němečkovi nepůsobil příliš sebejistě, prý: „...*působil dojemem studenta, který se snaží obhájit nepřiliš valnou práci.*“ (Leinert, MF Dnes, 16. 2. 2018).

MF Dnes v tomto období nejčastěji prezentuje Vojtěcha zejména jako **nového ministra zdravotnictví, ministra zdravotnictví** či **šéfa resortu**.

V květnu a červnu 2018 se sledované příspěvky věnovaly zejména vládě v demisi, řešily, zda Babišův kabinet získá důvěru. Zejména komunisté měli jako jeden ze svých hlavních požadavků výměnu ministra zdravotnictví. Adam Vojtěch jim na této pozici nesvědčil, považovali ho za velmi slabého, nedůvěryhodného a tvrdili, že většina jeho poradců byli zaměstnanci farmaceutických firem. Předseda KSČM Vojtěch Filip dokonce v rozhovoru pro MF Dnes uvádí, že chce konec „*nepolitických politiků*“, tedy těch, kteří ničí Českou republiku (Pospíšilová, Leinert, MF Dnes, 19. 5. 2018). I v těchto článkách je znovu zopakován fakt, že Vojtěch je **oblíbenec Babiše** a není tedy v plánu k nějaké personální výměně přistupovat. Premiér opět svého ministra chválí: „*Pan ministr je dobrý ministr. Řeší tam věci, které nikdo neřešil. Například už přidělil dotace, když si chce někdo otevřít zubní ordinaci. Řeší věci za pochodu, ten resort nikdy nikdo neřídil. Tedy respektive ho řídil ten Richelieu zezadu. Samozřejmě, když pan ministr popraví některé šnajdroidy, tak je velký řev. Myslím, že to dělá velice dobře.*“ (Kolář, MF Dnes, 17. 5. 2018).

Zajímavou zmínku o stranické příslušnosti Vojtěcha uvádí Sobotní zápisník z Malé Strany: „*ODS vyloučila ze svých řad Adama Vojtěcha, ministra zdravotnictví za hnutí ANO. Je zvláštní, že to neudělala, už když vstupoval do první Babišovy vlády, ale zejména tehdy, když už loni v říjnu kandidoval za ANO v parlamentních volbách. Podle stanov ODS dokonce kandidaturou za jiný subjekt členství v této straně automaticky zaniká, takže Fialovi lidé asi slavně vyhodili člověka, který už tři čtvrtě roku členem ODS není.*“ (Korecký, MF Dnes, 30. 6. 2018). V dalším Sobotním zápisníku kritizuje Miroslav Korecký Vojtěchovy plány o omezení prodeje alkoholu na některých místech, o vyšším

zdanění alkoholu, sladkých a tučných jídel. O ministrovi se vyjádřil takto: „*Zpod andělské tvářičky ministra vyčuhuje pěkný sociálněinženýrský rarach.*“ (Korecký, MF Dnes, 10. 11. 2018).

Přestože se stále ještě MF Dnes profiluje jako bulvární periodikum, některé titulky nejsou od těch z Blesku příliš odlišné. Například použití otazníků u titulků na úvodní straně deníku: „*Malá porodnice? Zrušeno, jed'te jinam*“ (Bezděková Zahradnická, MF Dnes, 6. 12. 2017) nebo „*Demise? Nevadí*“ (Srňka, MF Dnes, 13. 2. 2018). Vykřičník, také typický pro nadpisy bulvárního tisku, se v tomto sledovaném období nevyskytuje v žádném titulku zkoumaných článků. Dále redaktori frekventovaně vytváří krátké, expresivní titulky bez slovesa, které jsou pro bulvární novinářinu typické: „*Průšvih Bulovka*“ (Valášek, Zahradnická, MF Dnes, 22. 10. 2018) nebo „*V konopném ráji*“ (Tomanka, MF Dnes, 13. 11. 2018).

Za zmínku stojí také omyl redaktorky Veroniky Novákové, která v článku z ledna 2018, tedy v době, kdy se již několik měsíců objevovalo v médiích jméno Adama Vojtěcha, přehodila jeho křestní jméno a příjmení: „*Šéf resortu Vojtěch Adam (ANO) potvrdil, že první rok eReceptu bude sice pro lékaře povinný, ale bez pokut. Už předložil zákon, který má výjimku garantovat. ,Chtěl bych uklidnit pacienty, že eRecept funguje, a pokud by byl nějaký problém, pacient dostane listinný recept, takže se ke svému léku vždy dostane,‘ ujistil Adam.*“ (Horáková, MF Dnes, 4. 1. 2018). Tato chyba by v seriózním deníku, kdy každý článek před tiskem prochází korekturou, neměla nastat.

V souhrnu tedy příspěvky MF Dnes v počátcích politického období zobrazují Vojtěcha zejména jako mladého politika s hudební minulostí, zdůrazňují jeho napojení na Andreje Babiše, nicméně jeho kompetence v oblasti zdravotnické agendy cíleně nezpochybnují.

3.4 Adam Vojtěch v roli ministra zdravotnictví – v deníku Blesk

Bulvární Blesk se nezaobírá politickými kauzami tak často a tak do hloubky, řeší je jen povrchně. Oproti MF Dnes, která v tomto sledovaném období obsahovala 184 příspěvků s klíčovými slovy Adam Vojtěch, jich má Blesk více než čtyřikrát méně – pouhých 44. Pro skupinu svých čtenářů se snaží vybírat zejména témata skandální, která podporuje údernými titulky často zakončenými vykřičníkem nebo otazníkem: „*Ukecal prezidenta, vláda bude dřív!*“ (Renovica, Blesk, 29. 11. 2017), „*Stát má určovat i tloušťku lidí?*“ (Belica, Blesk, 14. 9. 2017).

Také Blesk ještě i po 12 letech od Vojtěchovy účasti v reality show Česko hledá SuperStar v roce 2005 zmiňuje tuto skutečnost v několika svých článcích či titulcích. Například krátký článek pod titulkem „**Superstar u Babiše**“, viz. Obrázek č. 2, (ČTK, Blesk, 2. 12. 2017) upozorňuje na Vojtěchovu účast v soutěži. Na rozdíl od MF Dnes, připomenul Blesk přezdívku Ken jen ve třech příspěvcích. A to při představování nového Babišova kabinetu v článku „**Ode dneška tu vládneme my!**“ (Kopřiva, Blesk, 13. 12. 2017), stejně tak koncem června 2018 při sestavení nové vlády po získání důvěry (Kopřiva, Blesk, 23. 6. 2018). Nakonec v příspěvku „**Premiér ČR: je drahý!**“, ve kterém se řeší majetkové příznání politiků. V odstavci s podtitulkem „**Kenovi zmizela hypotéka!**“ se vysvětluje, proč Vojtěch již neuvádí hypotéku ve výši 2,3 milionu korun, kterou ještě před pár měsíci při nástupu do Sněmovny měl. Jeho přezdívka je zde vysvětlena takto: „...*ministr zdravotnictví Adam Vojtěch, někdy kvůli své mužné kráse nazývaný Ken...*“ (Kopřiva, Blesk, 27. 7. 2018).

Obrázek č. 2: Článek Blesku, ve kterém se připomíná Vojtěchova účast v soutěži SuperStar



Zdroj: Blesk, 2. 12. 2017

Překvapující také je, že zde prakticky nenalezneme tak jako v MF Dnes často zmiňovanou Vojtěchovu oblíbenost u premiéra. A to i přes bulvární zaměření Blesku a fakt, že na rozdíl od MF Dnes není ve vlastnictví Agrofertu. Ve dvou příspěvcích je zmínka pouze o tom, že je **poradcem Andreje Babiše pro zdravotnictví** (Kopřiva, Blesk, 12. 9. 2017 a ČTK, Blesk, 2. 12. 2017). Jen jeden článek nazvaný „**Protikuřáka bych neměnil! ...ono se to nějak usadí**“ cituje vyjádření samotného Vojtěcha, který si pochvaluje, že jej premiér podporuje a důvěřuje mu: „*Mám jeho podporu a ve všech změnách mi důvěřoval,*“ (Kopřiva, Blesk, 22. 2. 2018).

Nejvíce příspěvků ve sledovaném období podle očekávání představuje Adama Vojtěcha jako **ministra zdravotnictví**. Je uváděn jako **nejmladší ministr ve vládě**, ale zároveň jako ten pravý pro výkon této funkce: „*I když je nejmladším z vládních ministrů, je prý Adam Vojtěch mužem na svém místě.*“ (Kopřiva, Blesk, 22. 2. 2018).

Snaha o transparentnost hospodaření ministerstva zdravotnictví a nemocnic vysloužila Adamu Vojtěchovi další přezdívku **král čistek** (Brunclíková, Blesk, 1. 12. 2018). Trestní oznámení na hospodaření na Ministerstvu zdravotnictví a realizované hloubkové kontroly veřejných zakázek, kontroly tendrů na dodávky služeb do nemocnic a kontroly samotného hospodaření nemocnic ukončily činnost několika zaměstnanců ministerstva zdravotnictví a ředitelů některých významných českých nemocnic.

Stejně tak jako v roce 2005 články Blesku přitahují čtenářovu pozornost zejména velkými fotografiemi či kratšími, expresivnějšími a velkým fontem vyvedenými barevnými titulky. Jak již bylo zmíněno často ukončené vykřičníkem či otazníkem pro upoutání pozornosti. Co se týče výběru témat, velmi často bulvární novináři volili témata, která jsou pro jejich čtenářskou skupinu zajímavá – zdražení alkoholu a cigaret. Zároveň s použitím hovorové češtiny vznikl titulek: „**Chlastáme (skoro) 2krát víc ...než před 30 lety**“ (Vetkovská, Blesk, 7. 11. 2018). Zajímavý je také pokus o rým v titulku článku, který se věnuje faktu, že ministři museli na příkaz premiéra Andreje Babiše dva dny před Vánoci do práce již v 6.30: „**Andiček nastavil krutý budíček**“ (Veinlich, Kopřiva, Blesk, 23. 12. 2017).

Zatímco přezdívka Ken se Vojtěcha drží i po dvanácti letech, redaktoři Blesku se kompletně obměnili. Ani jeden z nich v roce 2005 pro Blesk nepsal. Nicméně Jakub Kopřiva, Klára Brunclíková, Tomáš Belica, Vera Renovica a Jakub Veinlich používají stejně tak jako jejich kolegové v roce 2005 shodné prvky typické pro bulvár: velké, barevné, chytlavé nadpisy, krátké články, které do hloubky nerozebírají danou problematiku, velké množství fotografií, důraz na nepodstatné detaily, které s probíraným tématem nemají nic společného. Například v článku, který zabírá celou stranu deníku a je přepisem rozhovoru Vojtěcha s redaktorem Kopřivou, je ve výřezu fotografie ministry nohy s popisem: „*Barevné ponožky pana ministra*“ (Kopřiva, Blesk, 22. 2. 2018), viz Obrázek č. 3.

Novinář Karel Hvizďala trefně uvádí pět znaků, které vyjadřují sociální funkci bulvárních novin ve společnosti: „*Zaprvé seznamují lidi, kteří většinou moc nečtou, s nejdůležitějšími politickými problémy v přiměřeně zjednodušené formě. Zadruhé přinášejí bezplatný právní*

a sociální servis pro nemajetné vrstvy společnosti, které nemají na právníky. Zatřetí stimuluji kult úspěšnosti. Začtvrté kanalizují neukojenou potřebu po krvi a sexu u některých skupin obyvatelstva. Zapáté mívají nejlépe redakčně zpracované sportovní rubriky, které někdy tvoří až polovinu rozsahu novin.“ (Hvížďala, 2011: 80).

Obrázek č. 3: Článek Blesku, ve kterém je i přes snahu o seriózní rozhovor zdůrazněná barevná ponožka ministra zdravotnictví



Zdroj: Blesk, 22. 2. 2018

Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo porovnat mediální obraz Adama Vojtěcha ve dvou časových úsecích. Prvním bylo sedmiměsíční období roku 2005, ve kterém se Vojtěch jako osmnáctiletý student gymnázia přihlásil do pěvecké talentové soutěže Česko hledá SuperStar. Druhé období nastalo o dvanáct let později, kdy se jako mladý právník a poradce premiéra Andreje Babiše stal nejmladším členem vlády jako ministr zdravotnictví. Zdrojem pro výzkum mediálního obrazu byly dva nejčtenější české deníky MF Dnes a Blesk, které měly pomoci v posouzení rozdílu mezi tzv. seriózními a bulvárními příspěvky. V průběhu výzkumu se však ukázalo, že i MF Dnes, stále považovaná za seriózní tiskovinu, vykazuje jisté prvky bulvarizace. To je v souladu s tvrzením Jiráka s Köpplovou (2009), že po roce 1989 dochází v České republice ke stírání rozdílů mezi bulvárním a takzvaným seriózním tiskem. Ten používá stejných nebo velmi podobných grafických a výrazových prostředků, používá barevné fotografie, píše o soukromí politiků či jiných veřejně známých lidí, zjednodušuje, emocionalizuje. Zaměřuje se zejména na domácí události, personalizuje politické dění a inklinuje ke krácení zpráv či dokonce k vulgarizaci slovníku. Hlavním důvodem je konkurenční boj, ve kterém se majitelé snaží snižovat náklady a zvyšovat prodeje jak koncovým čtenářům, tak inzerentům (Jiráka a Köpplová, 2009). Také Hvižďala (2001) je toho názoru, že v Čechách chybí seriózní neboli prestižní noviny, s výjimkou Hospodářských novin, které se jim přibližují. Dodává, že u nás existuje pouze bulvár a nově vzniklý formát, který nazval pop-novinami. Ty „se tváří jako prestižní noviny, ale míra zjednodušení, titulky, velikost fotografií a jazyk, stejně jako míchání informací s dráždivými příběhy je již zřetelně přibližuje bulváru.“ (Hvižďala, 2011: 82).

Výzkumná otázka položená v metodologické části zněla: **Jak se proměnil mediální obraz Adama Vojtěcha ve stanoveném časovém období?** Je zřejmé, že mediální obraz se nutně změnil s rolemi, ve kterých Vojtěch v tisku vystupuje. V roce 2005, kdy ještě nikdo netušil, že se z hudebně nadaného mladíka za pár let stane člen vlády, je zdůrazňován zejména jeho vzhled, díky němuž získal pověstnou přezdívku Ken. Zmiňuje se také jeho příjemné vystupování a nekonfliktní povaha, často je dáván do spojitosti se spolužákem z gymnázia Jiřím Mádlem a se soutěžící Světlanou Šáchovou, přezdívanou Barbie. Novináři nešetřili ani expresivními výrazy jako hezounek či sexidol. Tato pojmenování byla v letech 2017–2018, tedy ve druhém sledovaném období, nahrazena zejména

oslovením spojeným s výkonem funkce ministra zdravotnictví. Zkraje je ještě užíván pojem zpěvák, často také právník, později je nejfrekventovanějším oslovením ministr zdravotnictví, ministr zdravotnictví v demisi, nový ministr zdravotnictví či šéf resortu. Často je připomínáno Vojtěchovo mládí, ať už jeho popisem jako nejmladšího člena vlády nebo přímou zmínkou o jeho věku. Ale ani v těchto letech se redaktoři neostýchali použít expresivnější výrazy. Například: politický zajíc, Babišův oblíbenec či vysoký blondák. Přezdívka Ken mu zůstala dodnes a přesto, že ji sám v oblibě nemá, se jí zřejmě již nikdy nezbaví.

Další otázkou, na kterou měla práce najít odpověď, byla: **Jakým tématům se věnuje bulvární tisk a jaká témata volí tisk seriózní?** Jak je zmíněno výše, je patrné, že dochází ke stírání rozdílu mezi bulvárním a seriózním tiskem. Mnohá témata či výrazy jsou pro obě periodika totožná, a to zejména v období SuperStar, tedy spojená se zábavou. Politická témata jsou zpracována redaktory MF Dnes většinou ještě znatelně odlišně, než jak jsou prezentována v Blesku. Nejsou to jen povrchní, irelevantní informace, ale jdou více do hloubky a předávají čtenáři vše podstatné. Články nejsou doplněny takovým množstvím fotografií, podtitulků a výkřiků na přitáhnutí pozornosti, jako má Blesk.

Lze tedy říci, že ačkoliv dochází k postupné bulvarizaci MF Dnes, její redaktoři jsou ještě schopni sepsat články a názory odpovídající seriózní tiskovině.

Mediální obraz Adama Vojtěcha se v prvním zkoumaném období profiloval spíše pozitivně, byl novináři rámcován jako sympatický a nadaný student gymnázia z jižních Čech. Ve druhém zkoumaném období již nebyl jeho obraz pouze pozitivní, deníky upozorňovaly na jeho minulost spojenou se soutěží SuperStar, která se nehodí do světa politiky, hodnotily jeho věk a kritizovaly oblíbenost u Andreje Babiše. V několika z uvedených článků zazněla kritika či negativní hodnocení Vojtěchovy práce na ministerstvu spojené s odvoláváním ředitelů některých nemocnic. Tato hodnocení byla spojena právě s jeho nezkušeností a nízkým věkem.

Summary

The aim of this bachelor thesis was to compare the media image of Adam Vojtěch in two time periods. The first was the seven-month long period in 2005, in which Vojtěch, as an eighteen-year-old high school student, entered a talent competition Česko hledá SuperStar (based on Pop Idol). The second period came twelve years later, when Vojtěch as a young

lawyer and adviser to Prime Minister Andrej Babiš became the youngest member of the government as a Minister of Health.

The source for the research of the media image were two most read Czech dailies, MF Dnes and Blesk, which were to evaluate the difference between the so-called serious and tabloid press. During the research, however, it turned out that even MF Dnes, still considered a serious publication, shows certain elements of tabloidization. This is in line with Jirák and Köpplová's (2009) statement, that after 1989 the differences between the tabloids and the so-called serious press were blurred in the Czech Republic. The main reason is the competitive struggle, where owners try to reduce costs and increase sales to both end readers and advertisers (Jirák and Köpplová, 2009). Hvižd'ala (2011) is also of the opinion that the Czech Republic lacks a serious or prestigious newspaper, with the exception of Hospodářské noviny, which is approaching them. (Hvižd'ala, 2011).

The research question posed in the methodological part was: **How did the media image of Adam Vojtěch change in the set time period?** It is obvious that the media image has necessarily changed with the roles in which Vojtěch appears in the press. In 2005, when no one had any idea that a musically gifted young man would become a member of the government in a few years, his appearance was emphasized, thanks to which he received the famous nickname Ken. Mentioned are also his pleasant performance and non-conflicting temper. He was often associated with his high school classmate Jiří Mádl and the contestant Světlana Šáchová, nicknamed Barbie. The journalists did not spare expressive words such as cute or sexidol. These names were replaced in the years 2017 - 2018, in the second monitored period, mainly by the names associated with the function of the Minister of Health. The term singer is often used at the beginning, often also a lawyer, later the most frequent name is Minister of Health, the Minister of Health in resignation, the new Minister of Health or the head of the department. Vojtěch's youth is often mentioned, either by the description as a youngest member of the government or by a direct mention of his age. But even in those years, editors were not ashamed to use more expressive terms. For example: a political hare, Babiš's favorite or a tall blond boy. The nickname Ken has remained to this day, and even though Vojtěch doesn't like it himself, he will probably never get rid of it again.

Another question that the work was to find an answer to was: **What topics does the tabloid press deal with and what topics does the press choose seriously?** As mentioned

above, it is clear that the distinction between tabloids and serious press is blurring. Many topics or expressions are the same for both periodicals, especially in the SuperStar period, ie. associated with entertainment. Political topics are dealt with by the editors of MF Dnes, usually still noticeably differently than they are presented in Blesk. It is not just superficial, irrelevant information, but it goes more in depth and conveys all the essentials to the reader. Serious press articles are not accompanied by as many photographs, captions, and screams to attract attention as Blesk has.

Thus, it can be said that although there is a gradual tabloidization of MF Dnes, its editors are still able to write articles and opinions corresponding to a serious publication.

Adam Vojtěch's media image was rather positive in the first period, he was framed by journalists as a sympathetic and talented high school student from southern Bohemia. In the second period, his image was no longer only positive, the dailies drew attention to his SuperStar past, which does not fit into the world of politics, evaluated his youth and criticized the popularity by Andrej Babiš. In several of these articles, criticism or a negative assessment of Vojtěch's work at the ministry was made in connection with the dismissal of the directors of some Czech hospitals. These evaluations were associated with his inexperience and young age.

Použitá literatura

KNIHY:

BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace (Grada). ISBN 978-80-247-3028-8.

BOORSTIN, Daniel J, *From hero to celebrity: The human pseudo-event*, V: Marshall, P. David; *The celebrity culture reader*, New York: Routledge, 2006; ISBN 9780415337922

BOORSTIN, Daniel J., *The Image, or, What Happened to the American Dream*, London: Weidenfeld and Nicolson, 1961

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. Studium. ISBN 80-85947-67-6.

ČERVENKA, Jan. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008. ISBN 978-80-7330-151-4.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9.

HVÍŽĎALA, Karel. *Mardata: vzpoury v žurnalistice: dějiny rozhovoru a další texty o médiích 2006-2011*. Praha: Portál, 2011. ISBN 978-807-3678-517.

JIRÁK, Jan a Barbora KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.

KASL KOLLMANNOVÁ, Denisa. *Zveřejněné soukromí: utváření obrazu soukromého života politiků v médiích*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2012. Politika a společnost. ISBN 978-80-7325-294-6.

LIPPMANN, Walter. *Veřejné mínění*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0939-3.

MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy - masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.

OBREGON, Rafael. a Silvio R. WAISBORD. *The handbook of global health communication*. Malden, MA: Wiley-Blackwell. Handbooks in communication and media, 2012. ISBN 978-111-8241-905.

OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3229-2.

REINECKE, Leonard a Mary Beth OLIVER, ed. *The Routledge handbook of media use and well-being: international perspectives on theory and research on positive media effects*. New York: Routledge, 2017. ISBN 978-1-138-88658-2.

ROHÁL, Robert. *Šance zvaná Super Star*. Praha: Petrklíč, 2005. ISBN 80-7229-126-2

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada Publishing, 2014. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3568-9.

SIMPSON, J. A. a E. S. C. WEINER, ed. *The Oxford English dictionary*. 2nd ed. Oxford: Clarendon Press, 2004. ISBN 0-19-861213-3.

TABERY, P.: *První a druhý stupeň nastolování agendy (agenda-setting), rámcování (framing) a vypíchnutí (priming)*. In *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Ed. M. Škodová, Praha, Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008, ISBN 978-80-7330-151-4.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8.

VOLEK, Jaromír. *Commercialization and Tabloidization of Czech Quality Press In Three Professional Dilemmas of Czech Newspaper Editors: Twenty Years After the Collapse of the Old Media System*. Communication Today, Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie, I., 2010. ISSN 1338-130X. 2010.

PERIODIKA:

Blesk. Praha: Czech News Center, 1992-. ISSN 1210 - 5333.

Zdravotnictví a medicína. Praha: MF Medical, 2014-. ISSN 2336-2987. 1/2018, str. 12 - 15.

Journal of Communication ENTMAN, R. M.: *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm.*, roč. 43, č. 4, 1993, s. 51-58. Citováno dle: ŠAŠEK, Petr. *Rámcování tématu státního zadlužování v agendě MF DNES a Práva před volbami do Poslanecké sněmovny 2010* [online]. 2012 [cit. 2020-02-05]. FSV UK. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/93700>. Vedoucí práce Alice Němcová Tejkalová.

Journal of Peace Research: GALTUNG, Johan, RUGE, Mari Holmboe: *The Structure of Foreign News: The Presentation of Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspaper*. In, vol. 2, no. 1, 1965. Pp. 64-91.

ELEKTRONICKÉ ZDROJE:

ABC ČR, [online], [cit. 23. 3. 2020]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?filterYear=2019&filterMonth=6>

Adam Vojtěch, [online], [cit. 8. 10. 2019]. Dostupné z: http://www.adamvojtech.cz/#o_me

Czech news center, [online], [cit. 23. 10. 2019]. Dostupné z: <https://www.cncenter.cz/clanek/1327/historie>

Czech news center, [online], [cit. 10. 2. 2020]. Dostupné z: <https://www.cncenter.cz/clanek/1323/o-nas>

Deník referendum, [online], [cit. 23. 10. 2019]. Dostupné z: <http://denikreferendum.cz/clanek/3457-mlada-fronta-dnes-si-pripomina-65-vyroci-vzniku>)

iDNES, [online], [cit. 25. 3. 2020]. Dostupné z: https://zpravy.idnes.cz/sabina-slonkova-mf-dnes-0vz-/domaci.aspx?c=A140630_135102_domaci_hro

Institut politického marketingu, Slovník politického marketingu: Celebritizace. [online], [cit. 30. 1. 2020]. Dostupné z: <http://politickymarketing.com/glossary/celebritizace>

iROZHLAS, [online], [cit. 17. 4. 2020]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/jsem-rad-ze-mi-babis-dal-sanci-nebudu-ale-jeho-loutka-rika-mlady-poslanec_1711061300_kno

Linked in, [online], [cit. 25. 3. 2020]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/in/radek-lain-119399a7/?originalSubdomain=cz>

Media projekt 2005, [online], [cit. 23. 10. 2019]. Dostupné z: [www.unievydavatelu.cz › download](http://www.unievydavatelu.cz/download)

MF Dnes [online], [cit. 3. 3. 2020]. Dostupné z: <https://www.mfdnes.cz/>

Mediář, [online], [cit. 23. 3. 2020] <https://www.mediar.cz/sefredaktor-mf-dnes-robert-casensky-ve-funkci-konci/>

Mladá fronta [online], [cit. 3. 3. 2020]. Dostupné z: <https://www.mf.cz/o-spolecnosti/historie-spolecnosti/>

Osobnosti, [online], [cit. 30. 1. 2020]; Dostupné z: <https://zivotopis.osobnosti.cz/adam-vojtech.php>

Unie vydavatelů, [online], [cit. 23. 10. 2019]. Dostupné z: http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/clenove_jejich_tituly?titul-detail=548

Unie vydavatelů, čtenost deníků 2018, [online], [cit. 23. 10. 2019]. Dostupné z:
http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/medialni_data/vyzkum_ctenosti

Masarykova univerzita, zprávy z MUNI, [online], [cit. 7. 3. 2020]. Dostupné z:
<https://www.em.muni.cz/udalosti/1567-trampota-bulvarizace-medii-je-uz-prilis-daleko>

DIPLOMOVÉ PRÁCE:

HANZEL, Petr. *Konstrukce celebrit v českém tisku v rámci medializace soutěže Česko hledá SuperStar* [online]. Praha, 2009 [cit. 2020-02-05]. FSV UK. Dostupné z:
<https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/8001132983>. Vedoucí práce Irena Reifová.

Teze bakalářské práce

SCHVÁLENO

Prof. 18.6.19

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:									
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Vendula Mrázková	Razítko podatelny: <table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"> Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd </td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;">10 -05- 2019 -1-</td> </tr> <tr> <td>Čj:</td> <td style="text-align: center;">48 Příloh:</td> </tr> <tr> <td>Přiděleno:</td> <td></td> </tr> </table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	10 -05- 2019 -1-	Čj:	48 Příloh:	Přiděleno:	
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd									
Došlo dne:		10 -05- 2019 -1-							
Čj:		48 Příloh:							
Přiděleno:									
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2017									
E-mail diplomantky/diplomanta: venam@seznam.cz									
Studijní obor/forma studia: Mediální studia / kombinované									
Předpokládaný název práce v češtině: Mediální obraz Adama Vojtěcha: Ken ze Super Star nebo ministr zdravotnictví ČR?									
Předpokládaný název práce v angličtině: Media image of Adam Vojtěch: Ken from Super Star or Czech Minister of Health?									
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013): (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve po dvou semestrech</u> od schválení tezí) LS 2019/2020									
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): Jako téma své bakalářské práce jsem zvolila mediální obraz současného ministra zdravotnictví ČR Mgr. et Mgr. Adama Vojtěcha, MHA. Jeho mediální obraz se začal vytvářet v roce 2005, kdy se zúčastnil druhého ročníku talentové soutěže Česko hledá Super Star a probojoval se mezi padesátku nejlepších. Pro svůj vzhled tam získal od jednoho z porotců přezdívku Ken, která se ho drží dodnes. O necelých deset let později se Vojtěchovo jméno začíná v médiích objevovat znovu – tentokrát už v oblasti politiky ve spojení s Andrejem Babišem. Roku 2017 je Vojtěch jmenován ministrem zdravotnictví České republiky. Cílem mé práce je tedy zmapovat a porovnat vývoj a proměnu mediálního obrazu Adama Vojtěcha jako osmnáctiletého začínajícího zpěváka od počátku roku 2005, až po kauzy spojené s politikou v letech 2014 - 2018. Zároveň budu srovnávat pohled nejčtenějšího bulvárního celostátního deníku Blesk s nejčtenějším nebulvárním celostátním deníkem MF Dnes.									
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): Úvod 1. Teoretická část 1.1 Celebritizace 1.2 Agenda setting 1.3 Rámcování 1.4 Zobrazování politiků v médiích 1.5 Kdo je Adam Vojtěch? 1.6 Popis zkoumaných médií 2. Metodologická část 2.1 Kvalitativní obsahová analýza 2.2 Analýza mediálních obsahů 3. Analytická část 3.1 Adam Vojtěch v roli soutěžícího v Super Star – mediální obsahy z Blesku 3.2 Adam Vojtěch v roli soutěžícího v Super Star – mediální obsahy z MF Dnes 3.3 Adam Vojtěch v roli ministra zdravotnictví – mediální obsahy z Blesku 3.4 Adam Vojtěch v roli ministra zdravotnictví – mediální obsahy z MF Dnes Závěr									

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Kvalitativní obsahová analýza – analyzovat budu mediální obraz Adama Vojtěcha v čase, ale porovnáím i rozdíly mezi bulvárním a nebulvárním periodikem.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada Publishing, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. – Kniha seznamuje čtenáře s metodologií a empirickým výzkumem sociálních věd, provádí jej jeho jednotlivými fázemi. Autorka představuje nejčastěji užívané postupy ve výzkumech médií.

MCCOMBS, Maxwell E. Agenda setting: nastolování agendy - masová média a veřejné mínění. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2. – Kniha autora, který je zakladatelem teorií nastolování agendy, představuje nejkompexnější pohled na současný stav teorií a výzkumů nastolování agendy a podrobně se věnuje jejímu vývoji v celosvětovém kontextu.

ŠKODOVÁ, Markéta, Vlastimil NEČAS a Jan ČERVENKA. Veřejná a mediální agenda: komparativní analýza tematizace veřejné sféry. Praha: Professional Publishing, 2009. ISBN 978-80-7431-009-6. - Kniha popisuje úvod do teorie nastolování agendy a jejího zasazení do kontextů studia účinků masových médií. Představuje analýzy dat získaných v průběhu šetření – v 1. pol. r. 2008.

OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ. Co je bulvár, co je bulvarizace. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3229-2. - Monografie o bulváru je zaměřena na obtížné definování tohoto fenoménu, na jeho historii i současnost. Několik autorů a autorek popisuje svoji zkušenost s bulvárem a bulvárními médii.

KASL KOLLMANOVÁ, Denisa. Zveřejněné soukromí: Utváření obrazu soukromého života politiků v médiích. Praha: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2012. ISBN 978-80-7325-294-6. Autorka v knize seznamuje čtenáře s tím, jak politický marketing, který se promítá do soukromí politiků, ovlivňuje jejich obraz, a jak do tohoto procesu zasahují média.

Diplomové práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

Analýza mediálního obrazu kandidáta na prezidenta 2018 Mirka Topolánka - Andrea Čandová; 2018; vedoucí práce: Mgr. Otto Eibl, Ph.D.; MÚ Brno

Manipulace v českých médiích? Obsahová analýza článků o Andreji Babišovi ve vybraných celostátních denících - Petra Šrámková; 2016; vedoucí práce Mgr. Zbyněk Vlasák; UK

Proměny mediálního obrazu Stanislava Grosse - Barbora Fimanová; 2016; vedoucí práce PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D.; UK

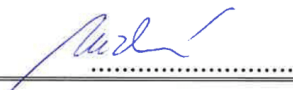
Popularizace (a tzv. bulvarizace) českých deníků v letech 2010 - 2015 (příklad Mladá fronta Dnes a Lidové noviny) - Gabriela Kabátková; 2016, vedoucí práce doc. PhDr. Barbora Osvaldová; UK

Mediální obraz Andreje Babiše v denících MF Dnes a Hospodářské noviny - Bc. Kristýna Hloušková; 2016; vedoucí práce Mgr. et Mgr. Marína Urbániková, Ph.D., MÚ Brno

Srovnání mediálního obrazu smrti Karla Svobody v Mladé frontě DNES a Blesku - Žaneta Dernerová; 2014; vedoucí práce doc. PhDr. Jan Halada, CSc, UK

Datum / Podpis studenta/ky

10.5.2019



TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:	
Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:	
Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:	
Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.	
Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.	
<i>Hg. Veronika Maclová</i>	<i>10.5.2019 Maclová</i>
Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga	Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU ÚVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE SCHVALUJE NA IKSŽ VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Čtenost celostátních deníků (tabulka)

Příloha č. 2: MF Dnes, 15. 11. 2017 (obrázek)

Příloha č. 3: Blesk, 2. 12. 2017 (obrázek)

Příloha č. 4: Blesk, 22. 2. 2018 (obrázek)