

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNYCH VIED**

Inštitút medzinárodných štúdií

**Bakalárska práca**

**2020**

**Vanesa Vámosová**

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNYCH VIED**

Inštitút medzinárodných štúdií

**Televízia ako politický nástroj formovania spoločnosti  
v 60. rokoch 20. storočia v USA**

Bakalárska práca

Autor práce: Vanesa Vámosová

Študijný program: Medzinárodné teritoriálne štúdiá

Vedúci práce: PhDr. Petr Šafařík

Rok obhajoby: 2020

## **Prehlásenie**

1. Prehlasujem, že som predkladanú prácu spracovala samostatne a použila iba uvedené pramene a literatúru.
2. Prehlasujem, že práca nebola použitá k získaniu iného titulu.
3. Súhlasím s tým, aby práca bola sprístupnená pre študijné a výskumné účely.

Praha dňa 31.7.2020

Vanesa Vámosová

## **Bibliografický záznam**

VÁMOSOVÁ, Vanesa. *Televízia ako politický nástroj formovania spoločnosti v 60. rokoch 20. storočia v USA*. Praha, 2020. s. 37 Bakalárska práca (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálnych vied, Inštitút medzinárodných štúdií. Vedúci bakalárskej práce PhDr. Petr Šafařík

**Rozsah práce: 54 969**

## **Anotácia**

Predložená bakalárska práca sa zaoberá vplyvom televízie v Spojených štátoch amerických ako novovzniknutého média, ktoré bolo využívané ako nástroj za účelom získavania politickej podpory a ovplyvňovania politickej mienky voličov. Časový úsek, na ktorý je táto bakalárska práca zameraná, sú 60. roky 20. storočia. Práve toto obdobie sa vyznačovalo nárastom dôvery k televíznemu vysielaniu zo strany amerického obyvateľstva. Obrovskou výhodou televízie oproti printovým médiám a rozhlasu bola nielen rýchlosť poskytovania samotných informácií, ale aj príťažlivosť audiovizuálneho zážitku pre recipienta. TVs sa stala súčasťou bežnej americkej domácnosti. V čase prezidentských volieb, v roku 1960, uviedlo až 87% amerických voličov, že práve televízia bola pre nich prvotným zdrojom informácií. Televízne vysielanie značne ovplyvnilo predovšetkým obdobie volieb v rokoch 1960 a 1964. Táto bakalárska práca je založená na vybraných prípadoch, ktoré demonštrovali, že televízia sa stala politickým nástrojom za účelom formovania spoločnosti v 60. rokoch 20. storočia v Spojených štátoch amerických.

## **Annotation**

This bachelor thesis presents the influence of television in the United States of America as an emerging medium, which was used as a tool in order to gain political support and influence political opinion of the voters. The 1960s is the time period that this bachelor thesis is focused on. It was this period of time which was characterized by an increase of trust towards television broadcasting in American society. The great advantage television has is its not just its ability to deliver information quickly. Moreover, it presents audiovisual experience which is not possible from print media or radio at the same time. Television became an integral part of American households as well. During the 1960 presidential election, 87% of US voters confirmed that television had become their primary source of information. The nature of television broadcasting influenced the presidential election in 1960 and 1964. This bachelor's thesis is based on selected cases that showed that television became a political tool for shaping society in the 1960s in the United States.

## **Kľúčové slová**

Televízia, priamy prenos, prezidentská kampaň, prezidentské voľby, politické udalosti, Spojené štáty americké, vražda, vplyv

## **Keywords**

Television, live coverage, presidential campaign, presidential election, influence, political events, the United States of America, assassination

## **Title**

Television as a society shaping political tool in the U.S. of the 1960s.

Pod'akovanie:

Týmto sa chcem pod'akovať vedúcemu mojej práce PhDr. Petrovi Šafaříkovi a všetkým, ktorí mi s touto bakalárskou prácou pomohli.

# Obsah

<b>Úvod.....</b>	<b>2</b>
<b>1.Kapitola: Špecifiká masových médií.....</b>	<b>5</b>
<b>2.Kapitola: Prezidentské stratégie za účelom získavania podpory skrz televíziu.....</b>	<b>7</b>
2.1 John. F. Kennedy - prvý televízny prezident.....	10
2.2 Predvolebná stratégia prezidenta Johnsona, 1964.....	13
2.3 Televízne živé prenosy.....	16
<b>3.Kapitola: Zavraždenie prezidenta Kennedyho.....</b>	<b>18</b>
3.1 Televízne vysielanie po udalostiach v Dallase, 1963.....	19
3.2 Reakcie spoločnosti na smrť prezidenta Kennedyho.....	22
3.3 Prvá vražda zachytená v priamom prenose – Lee Harvey Oswald.....	25
<b>Záver.....</b>	<b>27</b>
<b>Summary.....</b>	<b>29</b>
<b>Zoznam použitej litertúry.....</b>	<b>31</b>



## Úvod

Začiatok 60. rokov 20. storočia bol historickým míľnikom vo vzťahu politika a médiá. Príčinou tejto zmeny bola práve televízia, ktorá sa stala dominantným médiom politickej komunikácie v spoločnosti. Dve dekády spätne americká spoločnosť prejavovala pomerne veľkú dôveru v politické inštitúcie a stranícky aparát. Po tom, čo televízia zaujala svoje dominantné postavenie, táto dôvera v inštitúcie a aparáty zoslabla. Jednou z príčin bola i schopnosť televízie zaujať a osloviť obrovské mediálne publikum, ktorému sa otvoril prístup k novým aktuálnym informáciám. Tento technologický progres umožnil predávanie informácií pútavým audiovizuálnym spôsobom priamo do domácností. Televíziu občania vnímali ako „*historicky nestranické médium*“ a politickí aktéri zas ako nástroj, vďaka ktorému môžu získať podporu svojich potenciálnych voličov.<sup>1</sup>

Táto bakalárska práca sa zaberá vybranými udalosťami zo 60. rokov 20. storočia v Spojených štátoch amerických, ktoré demonštrovali, že televízia v nich zohrávala rolu politického nástroja za účelom formovania spoločnosti. Schopnosť televízie, poskytnúť vizuálny a zvukový záznam v relatívne krátkom čase od uskutočnenia konkrétnych udalostí, jednoznačne ovplyvnil správanie sa jej publika. Škála všetkých udalostí sa žiaľ nedá zhrnúť do rozsahu bakalárskej práce, a práve preto som sa zamerala na spôsob, akým televíziu a súčasne priamy prenos v nej využili prezidenti John F. Kennedy a Lyndon B. Johnson.

Dané obdobie som zvolila na základe faktu, že práve 60. roky 20. storočia boli poznačené výrazným nárastom vplyvu televízie ako dominantného zdroja informácií v americkej spoločnosti. Napriek tomu, že televízia začala vysielat' Národné primárky už v roku 1952 až 51% voličov počas nasledujúcich prezidentských volieb v spomínanom roku potvrdilo, že televízia bola ich hlavným zdrojom získavania politických informácií. Naproti tomu až 87% voličov počas prezidentských volieb konaných v roku 1960 potvrdilo, že sa týmto zdrojom informácií stala práve televízia.<sup>2</sup>

Hlavným cieľom bakalárskej práce je skúmať či sa Johnovi F. Kennedymu a Lyndonovi B. Johnsonovi podarilo využiť novovzniknuté televízne médium k získaniu voličskej podpory

---

<sup>1</sup> Daniel C. Hallin a Paolo Mancini, eds., *Systémy médií v postmoderním svete* (Praha: Portál, s.r.o., 2008), 12.

<sup>2</sup> E.D.Dover, *Presidential Elections in the Television Age: 1960 – 1992*, (Praeger Publisher, 1994), 10.

a popularity. Hypotézou bakalárskej práce teda je, že televízia *bola využívaná, zo strany prezidentských kandidátov a následných prezidentov Johna F. Kennedyho a Lyndonna B. Johnsona, ako politický nástroj za účelom získavania podpory voličov v 60. rokoch 20. storočia v Spojených štátoch amerických*. Kľúčovou otázkou, ktorou sa budem zaoberať je: Bola televízia využívaná ako nástroj za účelom formovania spoločnosti v 60. rokoch 20. storočia v Spojených štátoch amerických zo strany Johna F. Kennedyho a Lyndona B. Johnsona? Ďalšími otázkami sú: Narastala sledovanosť televízneho vysielania počas štyroch prezidentských debát medzi Richardom Nixonom a Johnom F. Kennedym? Znamenala vražda prezidenta Kennedyho zmenu v televíznom vysielaní?

Metóda, ktorú som pri práci využila najviac je metóda opisná a súčasne som používala aj metódu analýzy udalostí, ktoré sa v období 60. rokov 20. storočia mediálne spracovali.

Literatúra, ktorá sa zaoberá fenoménom televízie ako média je pomerne rozsiahla, no jej počet je nižší v oblasti politickej relevantnosti v mnou vymedzenom období. Pramene, ku ktorým sa mi podarilo dostať pochádzali predovšetkým z elektronických databáz a knižníc. V istých pasážach využívam voľne prístupné články, príspevky zo stránky jfklibrary.com, predovšetkým s audiovizuálnym záznamom. Použitá literatúra je predovšetkým v anglickom jazyku.

Na úvod, pre lepšie uchopenie problematiky masových médií, bola veľmi nápomocná kniha od Jana Jiráka a Barbary Köpplovej *Masové média*, ktorá detailne, no prehľadne predstavuje špecifiká masových médií, popisuje ich rolu z hľadiska sociálno-vednej disciplíny.

Dve podstatné knihy boli: E. D. Dover, *Presidential Elections in the Television Age: 1960–1992* a Mary Ann Watson, *The Expanding Vista: American television in the Kennedy years*. Dover sa vo svojej knihe zaoberá vzťahom medzi televíznym vysielaním a prezidentskými voľbami. Predstavuje každého kandidáta samostatne od ich straníckej nominácie na post prezidenta, skrz prezidentské kampane až po inauguračné prejavy. Každého prezidenta následne hodnotí a delí ich do troch kategórií na základe prieskumov popularity. Pridanou hodnotou knihy, ktorú som značne v bakalárskej práci využila boli stratégie počas volebného súboja, predovšetkým z roku 1964.

Kniha od Mary Ann Watson sa zaoberá érou prezidenta Kennedyho takmer úplne z pohľadu americkej televízie. Podáva komplexný náhľad do prezidentovho tímu, predovšetkým do štábu, ktorý je zodpovedný za vyobrazenie prezidenta v žiadanom svetle. Obsahuje ale príliš veľké množstvo detailných informácií a dialógov, ktoré sa dajú

plnohodnotne využiť iba v častiach bakalárskej práci, ktorá sa zaoberá prezidentom Kennedym.

Štruktúra práce pozostáva z troch hlavných kapitol a následných podkapitol. V prvej kapitole som sa zamerala na špecifiká masových médií a ich spojitosť s politickým spektrom.

V druhej kapitole som sa zamerala na stratégie, ktoré spomenutí prezidentskí kandidáti využili na získanie voličskej podpory. Prvá podkapitola demonštruje význam historicky prvej odvysielanej debaty medzi prezidentskými kandidátmi – republikánskym kandidátom Richardom Nixonom a demokratickým Johnom F. Kennedym v roku 1960. Druhá podkapitola je venovaná predvolebnej kampani Lyndona B. Johnsona, ktorý sa uchádzal o znovuzvolenie za prezidenta v roku 1964. Tretia podkapitola sa zameriava na živé televízne vstupy oboch prezidentov a porovnáva ich.

Tretia kapitola a dve jej podkapitoly sú zamerané na vraždu prezidenta Johna F. Kennedyho v roku 1963. Túto udalosť som zvolila na základe toho, že sa stala prvou, ktorá bola oznámená v priamom televíznom vysielaní na stanici NBC a počas nasledujúcich dní bola dominantnou témou takmer nepretržite. Prvá podkapitola sa zameriava na samotnú vraždu prezidenta z 22. novembra roku 1963. Popisuje reakcie televíznych staníc, ktoré poskytovali informácie a správu Waltera Cronkita, moderátora stanice NBC, ktorý smrť prezidenta Kennedyho potvrdil. Druhá podkapitola zachytáva udalosti od oznámenia smrti prezidenta, počas nasledujúcich štyroch dní a reakcie verejnosti na samotnú smrť i na pohreb. Tretia podkapitola sa venuje smrti Lee Harveyho Oswalda, vraha prezidenta J. F. Kennedyho, ktorý bol v priamom televíznom prenose zastrelený.

# 1. Kapitola: Špecifiká masových médií

Vývoj ľudskej spoločnosti so sebou niesol obdobia rýchlejších či pomalších zmien. 20. storočie bolo nesmierne bohaté na spoločensky významné udalosti, ktoré otriasli celým svetom. 1. svetová vojna, celosvetová hospodárska kríza v roku 1929, ktorá nepochybne napomohla k eskalácii 2. svetovej vojny. Po jej skončení sa svet rozdelil na komunistický Východný blok a Západ. Spojené štáty americké a Sovietsky zväz sa stali superveľmocami, ktoré kontrolovali sféru svojho vlastného vplyvu.

Spoločnosť sa okrem týchto historických udalostí musela vysporiadať aj s neuveriteľne rýchlym rozvojom techniky a objavom nových technológií. Ľudstvu tieto objavy a vynálezy život síce uľahčovali, no zároveň umožnili aj globálne prepájania informácií, kultúr, poznatkov a mnohých ďalších aspektov modernej spoločnosti v celosvetovom meradle a to v oveľa rýchlejšom tempe, než ako tomu bolo doposiaľ. Rýchlosť a intenzita sociálneho kontaktu civilizácie rástla neuveriteľným tempom. To všetko sa dialo, a do dnešného dňa sa i deje, najmä vďaka technickému pokroku, ktorý vybudoval nový komunikačný kanál.

Nezastupiteľné miesto pri sprostredkovaní informácií tzv. mediácie začali zohrávať masové médiá. Keď v prvej polovici 20. storočia na scénu nastúpil film, následne rozhlas a televízia, bolo možné hovoriť o vrchole sociálneho významu masových médií. Podľa Jiráka a Köpplovej možno hovoriť o dobe, ktorá navzdory nástupu internetu a sieťovej komunikácie, trvá dodnes.<sup>3</sup>

Pojem masové médium, pod ktorým rozumieme tlač, rozhlas, film a televíziu boli neodmysliteľnou súčasťou každodenného života ľudí v rozvinutých krajinách. Ich význam spadal predovšetkým do kultúrnej, sociálnej, ekonomickej, športovej a politickej sféry. Boli dostupné širokej verejnosti, produkovali obsah, ktorý bol aktuálny, pravidelný a pre mediálne publikum, svojich recipientov, zaujímavý.<sup>4</sup> Publikom tak už nebol iba úzky

---

<sup>3</sup>Jan Jiráka a Köpplová Barbara, *Masová Média*, (Praha: Portál, 2015),13 , [http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=248e413e-2972-41bb-8453-4e63f7c6b3b9%40pdc-v-sessmgr05&ppid=pp\\_13&vid=0&format=EB#AN=1639924&db=nlebk](http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=248e413e-2972-41bb-8453-4e63f7c6b3b9%40pdc-v-sessmgr05&ppid=pp_13&vid=0&format=EB#AN=1639924&db=nlebk) (stiahnuté 18.5.2020).

<sup>4</sup>Jan Jiráka a Köpplová Barbara, *Masová Média*, (Praha: Portál, 2015),21 , [http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=248e413e-2972-41bb-8453-4e63f7c6b3b9%40pdc-v-sessmgr05&ppid=pp\\_13&vid=0&format=EB#AN=1639924&db=nlebk](http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=248e413e-2972-41bb-8453-4e63f7c6b3b9%40pdc-v-sessmgr05&ppid=pp_13&vid=0&format=EB#AN=1639924&db=nlebk) (stiahnuté 18.5.2020).

okruh lokálnych recipientov, ale obrovská masa, ktorej verejnú mienku mohli formovať osobnosti z rôznych oblastí života.

Médiá sa stali užitočným nástrojom aj pre politické subjekty, najmä v politickom boji v demokratických zriadeniach. Poskytli politikom priestor, ktorý im umožnil osloviť potenciálnych voličov, ponúknuť fakty, postoje a názory bez bezprostredného osobného kontaktu.<sup>5</sup>

Podľa Blumlera a Kavanagha vstupujú médiá do politického diania prinajmenšom tromi spôsobmi.

1. Ako mediálne produkty (reportáž, rozhovor, video atď.), ktoré ovplyvňujú reakcie verejnosti k politickým aktérom a témam.
2. Politickí aktéri si uvedomujú dosah médií na správanie užívateľov médií a to ich motivuje k tomu, aby sa pokúšali médiá ovplyvňovať vo svoj prospech.
3. Samotní zamestnanci médií vnímajú vlastný potenciál zasahovať do politického diania tým, že disponujú možnosťou ovplyvňovať politických aktérov a tým nadobúdajú moc.<sup>6</sup> Tak sa z médií postupne vyformoval vplyvný prostriedok politického boja.

Médiám je preto prisudzovaný značný vplyv na politické dianie, predovšetkým v súčasných demokraciách, nakoľko reprezentujú verejný, teda aj politický život. Práve touto reprezentáciou sa médiá stávajú i politickými aktérmi.<sup>7</sup>

V mediálnom priestore si v druhej polovici 20. storočia vydobyla dominantné postavenie televízia. Jej obrovskou výhodou oproti printovým médiám bola nielen rýchlosť poskytovania samotných informácií, ale aj prítlačivosť audiovizuálneho zážitku pre recipienta. Politické subjekty veľmi rýchlo pochopili výnimočnú silu tohto média. Televízia sa stala priestorom, o ktoré mal záujem takmer každý politický kandidát. V Spojených štátoch amerických v 60. rokoch 20. storočia boli dominantné tri televízne stanice: NBC, CBS a ABC, ktorých vlastníkom neboli konglomeráty. Všetky mali hierarchické usporiadanie, kde mal každý manažér pridelenú agendu. Filmové štúdiá

---

<sup>5</sup> Jan Jiráček a Köpplová Barbara, *Masová Média*, (Praha: Portál, 2015), 20, [http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=248e413e-2972-41bb-8453-4e63f7c6b3b9%40pdc-v-sessmgr05&ppid=pp\\_13&vid=0&format=EB#AN=1639924&db=nlebk](http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=248e413e-2972-41bb-8453-4e63f7c6b3b9%40pdc-v-sessmgr05&ppid=pp_13&vid=0&format=EB#AN=1639924&db=nlebk) (stiahnuté 18.5.2020).

<sup>6</sup> Jay G. Blumler, Dennis Kavanagh, „The Third age of Political Communication: Influences and Features. Political Communication“, *Political Communication* 16, č.3 (júl 1999): 209-230.

<sup>7</sup> Jan Jiráček a Köpplová Barbara, *Masová Média*, (Praha: Portál, 2015), 324-326, [http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=248e413e-2972-41bb-8453-4e63f7c6b3b9%40pdc-v-sessmgr05&ppid=pp\\_13&vid=0&format=EB#AN=1639924&db=nlebk](http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=248e413e-2972-41bb-8453-4e63f7c6b3b9%40pdc-v-sessmgr05&ppid=pp_13&vid=0&format=EB#AN=1639924&db=nlebk) (stiahnuté 18.5.2020).

a nezávislí filmoví producenti mali iba troch možných kupcov obsahu, ktorý mal byť odvysielaný. Televízne stanice spočiatku nedisponovali televíznym obsahom, ktorý by pritiahol pozornosť celého kultúrneho spektra americkej spoločnosti. Toto rozhodnutie vychádzalo z faktu, že bežná americká domácnosť disponovala prevažne jednou televíznou jednotkou, ktorú sledovalo viacero členov rodiny. Koncom 60. rokov malo 32.2% amerických rodín dokonca viac ako jeden televízor. Stanica CBS ako prvá začala s vysielaním programov, ktoré tvorili viac heterogénnu masovú kultúru, avšak obsah bol cielene zameraný na bielu strednú pracujúcu triedu.<sup>8</sup>

Narastajúci rozmach televízneho vysielania v 60. rokoch 20. storočia sa tak stal dominantným faktorom, ktorý určoval následné smerovanie médií. Politický kandidát sa síce nevzdal osobného kontaktu so svojimi voličmi, no televízia mu ponúkla možnosť osloviť z jedného miesta, v jednom okamihu obrovské množstvo svojich potenciálnych voličov v celej krajine.<sup>9</sup>

## **2.Kapitola: Prezidentské stratégie za účelom získavania podpory skrz televíziu**

Televízne stanice už začiatkom 60. rokov zaviedli zásadnú zmenu vo vysielaní s cieľom zvýšiť si popularitu u divákov, nakoľko zistili, že sledovanie politických správ je pre občanov veľmi lákavé. Ako je už vyššie spomenuté, v období 60. rokov boli v Spojených štátoch amerických k dispozícii len tri televízne kanály: ABC, NBC a CBS. Všetky tri televízne stanice zaviedli hlavnú zmenu vo vysielaní, ktorú predstavoval čas vyhradený televíznym správam, ktorý sa navýšil od pôvodného času o 15 minút.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup>Amanda D. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized, 2nd edition*, (NYU Press, 2014), 1-5, [https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctt9qfwq5.6.pdf?ab\\_segments=0%252Fbasic\\_SYC-5187%252Fcontrol](https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctt9qfwq5.6.pdf?ab_segments=0%252Fbasic_SYC-5187%252Fcontrol) (stiahnuté 31.7.2020).

<sup>9</sup> Jan Jiráček a Köpplová Barbara, *Masová Média*, (Praha: Portál, 2015),60 , [http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=248e413e-2972-41bb-8453-4e63f7c6b3b9%40pdc-v-sessmgr05&ppid=pp\\_13&vid=0&format=EB#AN=1639924&db=nlebk](http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=248e413e-2972-41bb-8453-4e63f7c6b3b9%40pdc-v-sessmgr05&ppid=pp_13&vid=0&format=EB#AN=1639924&db=nlebk) (stiahnuté 18.5.2020).

<sup>10</sup> Kristen Heflin, „The future will be televised: Newspaper Industry Voices and the Rise of television News“, *American Journalism Historians Association* 27, č.2 (2010): 91-92,

Následne sa v roku 1963 potvrdila prvou oficiálnou správou už vyššie spomínaná skutočnosť, že televízia je pre americkú spoločnosť najdominantnejším médiom, pokiaľ ide o získavanie správ a informácií.<sup>11</sup>

Prezidentské kampane predstavovali novú platformu, ktorú sa snažili televízne stanice využiť vo svoj prospech. Kampaň každého prezidentského nominanta sa prispôbuje situácii v krajine i vo svete. A to aj napriek tomu, že sa časom ich isté prvky stávajú očakávanými. To, čo bolo v roku 1960 v Spojených štátoch amerických veľmi odlišné od ktorýchkoľvek predchádzajúcich volieb, bola dominancia televízneho prenosu. Práve sila televízneho média sa stala aj nástrojom získavania preferencií voličov konkrétneho prezidentského kandidáta. Tým pádom bolo viac než očakávajúce, že sa americká spoločnosť zameria na predtým menej významné špecifiká konkrétneho prezidentského kandidáta. Nakoľko televízia disponuje audiovizuálnou schopnosťou je samozrejmé, že sa recipientom núkala možnosť vnímať omnoho viac primárnych médií – od mimiky, cez gestikuláciu, intonáciu, či postoj, čiže neverbálne prejavy. Tým sa prirodzene vytvára iný dojem u diváka - voliča. Vďaka tejto mimoriadnej možnosti, ktorú televízia ponúka, si mal volič po prvýkrát šancu vytvoriť dojem o prezidentskom kandidátovi v úplne novom meradle. Voliči si začali všímať prejav, reakcie a vitalitu kandidátov spoločne s ich postojmi a názormi. Práve preto začalo platiť, že špecifická rola televízie pozostáva v „personalizácii kampaní a zosilňovaní právomocí aktuálneho prezidenta.“<sup>12</sup> A práve vďaka vyššie spomenutej personalizácii politiky sa stala dominantným prostriedkom získavania voličskej podpory.

Prezidentské voľby patria v Spojených štátoch amerických k jedným z najsledovanejších udalostí televízneho vysielania. Prezident Spojených štátov amerických je vnímaný ako centrum politického diania – a to vrátane domácej i zahraničnej politiky. Politické spravodajstvo napomáha ku kreovaniu tejto role. Väčšina správ obsahuje informácie, ktoré komentujú prezidentovo počínanie v jeho úrade, či už v rámci domácej alebo zahraničnej politiky. Nie je ani ničím nezvyčajným, že vládne inštitúcie, vrátane Kongresu spojených štátov, sú vyobrazené ako konkrétne prekážky, ktoré musí prezident

---

<http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=6a22e8ea-ffc2-4c9f-860c-3ea094261dc7%40sdc-v-sessmgr02> (stiahnuté 2.1.2020).

<sup>11</sup> Kristen Heflin, „The future will be televised: Newspaper Industry Voices and the Rise of television News“, *American Journalism Historians Association* 27, č.2 (2010): 92,

<http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=6a22e8ea-ffc2-4c9f-860c-3ea094261dc7%40sdc-v-sessmgr02> (stiahnuté 2.1.2020).

<sup>12</sup>E. D. Dover, *Presidential Elections in the Television Age: 1960 – 1992*, (Praeger Publisher, 1994), 5-7.

počas svojho funkčného obdobia prekonať, aby naplnil sľuby, s ktorými vstupoval do úradu prezidenta. Práve toto už dnes zaužívané vnímanie americkej spoločnosti smerom k prezidentovi, ktoré mu dáva jeho mocenský status v politickom živote úzko súvisí s tým, že spoločnosť vníma jeho istú nadradenosť voči ostatným politickým inštitúciám. Taktiež sa to prejavuje v odvysielanom obsahu, na ktorý má prezident dosah, predovšetkým ak ide o znovuzvolenie, čím je využitá moc úradujúceho prezidenta.<sup>13</sup>

V roku 1960 vlastnilo už viac než 90% obyvateľov Spojených štátov amerických televízory vo svojej domácnosti. Televízia už teda bola hlavným zdrojom masmediálnych informácií. Po prvýkrát vôbec sa televízor stal stredobodom rodinného života. Tradične sa televízor nachádzal v obývacej izbe a celá rodina sa sústreďovala okolo neho. Diváci si sami určili jej podstatu.<sup>14</sup>

Prezidenti Kennedy a Johnson použili počas svojich predvolebných kampaní dva rôzne prístupy. John F. Kennedy ako prvý „televízny“ prezident, kládol na televízne vysielanie veľký dôraz, čo sa odzrkadlilo v prvej historickej vysielanej prezidentskej debате medzi ním a republikánskym kandidátom Nixonom. Od začiatku svojej funkcie v úrade prezidenta využíval televíziu ako nástroj využívaný vo svoj prospech – od inauguračného prejavu, cez Kubánsku krízu, kde otvorene potvrdil možný jadrový konflikt so Sovietskym zväzom, až po prejav v Berlíne. Ako „televízny“ prezident sa vryl do pamäte všetkých, ktorí po jeho zavraždení sledovali v priamom prenose prejav Waltera Cronkita, moderátora stanice NBC, ktorý pred celým národom a svetom oznámil jeho smrť. Lyndon B. Johnson využil stratégiu sily už úradujúceho prezidenta, ktorú ako viceprezident obdržal po zavraždení úradujúceho prezidenta Johna F. Kennedyho v roku 1963. Jeho „*the Rose Garden strategy*“ bola využitá ako jedna z prvých propagánd v politickom súboji proti Barrymu Goldwaterovi. Na rozdiel od Kennedyho však Lyndon B. Johnson využíval silu tohto média značne menej.

---

<sup>13</sup>E. D. Dover, *Presidential Elections in the Television Age: 1960 – 1992*, (Praeger Publisher, 1994), 5-7.

<sup>14</sup>E. D. Dover, *Presidential Elections in the Television Age: 1960 – 1992*, (Praeger Publisher, 1994), 5-7.



## 2.1 John. F. Kennedy - prvý televízny prezident

„Bez verejného súhlasu nemá žiadna televízna show hodnotu a žiaden politik nemôže existovať“

John F. Kennedy, 1959

Historicky prvá odvysielaná americká debata dvoch prezidentských kandidátov v roku 1960 sa stala legendárnou – nielen preto, že bola prvou svojho druhu, vysielaná v priamom televíznom prenose, ale svojou schopnosťou zaujať až 70 miliónov voličov, ktorí ju v daný večer sledovali. S nápadom odvyselať televíznu prezidentskú debatu prišiel guvernér štátu Illinois, Adlai E. Stevenson. Jej producentom pre televíznu stanicu CBS sa stal Don Hewitt. Hewitt následne tvrdil, že „nebolo podstatné, kto debatu vyhral alebo prehral. Debata poskytla J.F. Kennedymu možnosť dostať na sa národnú scénu.“<sup>15</sup>

John F. Kennedy bol mnohokrát varovaný svojimi poradcami, ak sa jednalo o vystupovanie na televíznych obrazovkách. On sám ale veril v svoju osobnú schopnosť vystupovať a zaujať v priamych prenosoch a v televízii, čo sa mu naozaj podarilo využiť v jeho vlastný prospech.<sup>16</sup> Kennedy sa deň pred plánovanou prezidentskou debatou stretol s producentmi, aby detailne prediskutovali priebeh debaty, či uhly, v ktorých budú kamery umiestnené. Tak sa mohol detailne pripraviť na to, aký dojem chcel vzbudiť. Obliekol si tmavomodrý oblek s modrou kravatou, čím pôsobil výraznejšie, keďže pozadie štúdia, v ktorom sa debata odohrávala bolo biele. Počas odpovedania sa vždy pozeral priamo do kamery, na publikum, ktoré ho sledovalo doma, čo vzbudzovalo dojem, že sa prihovára ku každému Američanovi priamo. Naopak Richard Nixon oblečený v šedom obleku nepôsobil

---

<sup>15</sup> Newton N. Minow a Craig L. LaMay. *Inside the Presidential Debates : Their Improbable Past and Promising Future* (University of Chicago Press, 2008),1.

<sup>16</sup>Ron Simon, „See How JFK Created a Presidency for the Television Age“, Time, 30. May 2017.

<http://time.com/4795637/jfk-television/> je to relevantní zdroj? Rozlišujete dobre medzi primární a sekundární literaturou?

natol'ko energicky, ba skôr vyčerpane, vzhľadom na jeho zdravotný stav a nedávny úraz kolena. Navyše, kameru ignoroval a jeho pohľad takmer vždy smeroval na Kennedyho.<sup>17</sup>

Podstata odvysielanej prezidentskej debaty bola zásadná pre rozhodnutie viac než 4 miliónov voličov, ktorí následne sympatizovali s Kennedym. Keď chceme porovnať silu televízneho média, postačujúce je zamerať sa na reakcie poslucháčov rádia – teda, celú debatu iba počuli. Väčšina týchto poslucháčov verila Nixonovi a zvolili si ho aj za svojho víťaza. Pre divákov priameho televízneho prenosu bol však jednoznačným víťazom Kennedy.<sup>18</sup>

Následne sa konali ďalšie tri televízne vysielané debaty medzi Kennedym a Nixonom. Priemerne 71 miliónov Američanov sledovalo každú jednu debatu a viac ako 115 miliónov sledovalo alebo počúvalo z rozhlasového prenosu aspoň istú časť z nich. Všetky štyri televízne vysielané debaty pritiahli pozornosť svojho publika o 20% viac než zábavné programy, ktoré boli debatami nahradené.<sup>19</sup>

Americké prezidentské voľby v roku 1960 boli jedny z najtesnejších v tamojšej histórii, keďže senátor Kennedy vyhral len o dve desatiny percenta. No tým, ako dokázal pracovať s médiami vtedajšej éry začali jeho preferencie narastať.<sup>20</sup>

Kennedyho inauguračný prejav sa stal druhým zásadným dôkazom toho, že televízia má schopnosť odovzdať svojmu publiku dva zásadné aspekty – vizuálny a zároveň hovorený prejav. Tento prejav bol, ak neberieme do úvahy samotný obsah, emotívny a osobný. Ak by nebol odvysielaný v priamom prenose vďaka televízii, tieto dva faktory by nehrali žiadnu rolu. Americká spoločnosť na tento inauguračný prejav reagovala vysokou mierou podpory. Na prvých priečkach toho, čo diváci zachytili bol prezidentov prejav, emocionálne gestá, mimika a štýl, spoločne s tónom hlasu. To všetko pridávalo jeho slovám oveľa väčšiu dôveryhodnosť. Kennedy vstupoval do politiky s veľkými cieľmi, o ktorých sám vedel, že sa zrejme nenaplnia počas jeho funkčného obdobia. Ponúkol však nádej na otvorenie nových tém – vieru v ľudské práva pre všetkých,

---

<sup>17</sup> Kathleen Hall Jamieson a David S. Birdsell, *Presidential Debates: The Challenge of Creating an Informed Electorate*, (New York: Oxford University Press 1990), 99-100., <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=5&sid=ce13e9f1-4bd2-48cc-9a73-979094b49753%40pdc-v-sessmgr06&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLHNoaWlmbGFuZz1jcyZzaXRIPWVob3N0LWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=143563&db=nlebk> (Stiahnuté 30.7.2020).

<sup>18</sup> Bob Schieffer, „John F. Kennedy: Our first television President“ CBS News, 27. May 2017 <https://www.cbsnews.com/news/john-f-kennedy-our-first-television-president/>

<sup>19</sup> Newton N. Minow a Craig L. LaMay. *Inside the Presidential Debates : Their Improbable Past and Promising Future* (University of Chicago Press, 2008), 4.

<sup>20</sup> „Politics on television“, [www.pbs.org](http://www.pbs.org), American Experience, <https://www.pbs.org/wgbh/americanexperience/features/jfk-presidential-politics/> (stiahnuté 2.1.2020).

podporovanie amerického hnutia za občianske práva, vesmírny program, nastolenie novej éry a generácie, ktorá bola poznačená vojnou. S tým bola spojená taktiež snaha podporiť slobodu za akýchkoľvek podmienok, no najmä neustúpiť v boji proti Sovietskemu zväzu, ktorého vnímal ako utláčateľa základných ľudských práv. Kennedyho „*New Frontier*“, s ktorou vstupoval do prezidentského úradu sa síce nenaplnila počas jeho úradujúceho obdobia, no časom sa takmer všetky jej časti naplnili. Od pristátia na Mesiaci, cez schválenie zákona o občianskych právach až po rozpad Sovietskeho zväzu.<sup>21/22</sup>

Prezidentovi Kennedymu sa darilo úspešne spolupracovať s televíziou počas celej svojej prezidentskej éry. Na získavanie preferencií a podpory zo strany voličov využíval dokonca aj svoj súkromný život. Obraz dokonalej americkej rodiny, ktorý navonok prezentoval, ho vykreslil ako dokonalého manžela a otca. Za podpory svojej manželky Jacquelline „Jackie“ Kennedy, ktorá bola vždy očarujúca a pred kamerami zdatná podobne ako samotný prezident, Kennedyho politický vplyv na spoločnosť značne narastal. Prvá dáma zorganizovala na Valentína v roku 1962 televízny špeciál s názvom „*A tour of the White House with Mrs. John F. Kennedy*“. Bolo to po prvýkrát kedy prvá dáma Spojených štátov amerických pozvala televízne kamery stanice CBS do Bieleho domu, aby im ukázala jeho interiérovú rekonštrukciu. Tento televízny špeciál pritiahol pozornosť viac než 80 miliónov divákov. Jackie Kennedy zaň dokonca získala cenu Emmy, za prínos k rozvoju televízie.<sup>23</sup>

Obdobie šesťdesiatych rokov Kennedyho v čase úradovania sprevádzali aj zásadné udalosti. Studená vojna eskalovala a postoj amerického prezidenta musel byť jasný a rozhodný. Presne takto Kennedy reagoval počas Kubánskej krízy v roku 1962, kedy Sovietsky zväz rozmiestnil jadrové rakety na Kube. Sovietsky zväz tým zdôvodňoval ochranu ostrova pred inváziou zo strany Spojených štátov amerických a rozmiestneniu ich jadrových zbraní v Turecku. Kennedy si uvedomoval závažnosť celej situácie i jej následkov, ktoré mohli nastať. Preto bolo nevyhnutné zaujať jasné stanovisko. To si uvedomovali aj obyvatelia Spojených štátov amerických, pretože svet nikdy predtým nečelil tak vážnej hrozbe vojnového konfliktu. Kennedyho prejav, v ktorom verejnosť informoval o rozmiestnených jadrových zbraniach bol jeho najťažšou skúškou, ktorej

---

<sup>21</sup> „President John F. Kennedy's Inaugural Address“, [www.youtube.com](http://www.youtube.com), <https://www.youtube.com/watch?v=PEC1C4p0k3E&t=402s> (stiahnuté 2.1.2020).

<sup>22</sup> E.D.Dover, *Presidential Elections in the Television Age: 1960 – 1992*, (Praeger Publisher, 1994), 4.

<sup>23</sup> JOHN F. KENNEDY PRESIDENTIAL LIBRARY AND MUSEUM „*Campaign of 1960*“, <https://www.jfklibrary.org/JFK/JFK-in-History/Campaign-of-1960.aspx>

doposiaľ čelil. Zvolil stratégiu, v ktorej televíziu použil ako nástroj nielen politický, ale aj diplomatický. Bol si vedomý, že jeho prejav, v ktorom vysloví svoje stanovisko bude počuť nielen Amerika, ale aj Sovietsky zväz. Rozhodol sa, že verejne počas priameho televízneho prenosu stanoví Sovietskemu zväzu ultimátum dokedy musí stiahnuť jadrové zbrane z Kuby. Nikita Sergejevič Chruščov, v tom čase na čele Sovietskeho zväzu, ultimátum prijal a hneď na druhý deň začali demontážne práce. Týmto bola hrozba jadrovej vojny ukončená.<sup>24</sup>

## 2.2 Predvolebná stratégia prezidenta Johnsona, 1964

„Riziká sú príliš vysoké na to, aby ste zostali doma“

„Daisy Girl“ volebná kampaň, 1964

Lyndon B. Johnson, ktorý v rokoch 1961 až 1963 zastával funkciu viceprezidenta Spojených štátov amerických počas obdobia úradu prezidenta Kennedyho prevzal úlohu prezidenta krajiny v období smútku a zmätenosti, ktorá nasledovala po smrti prezidenta Johna F. Kennedyho 22. novembra 1963. Napriek všetkým neprajným udalostiam sa prezidentovi Johnsonovi podarilo udržať si nomináciu kandidáta za demokratov do prezidentských volieb.

Aj keď bol Johnson v nezávideniahodnej situácii, počínal si navzdory tomu pomerne úspešne v jeho predvolebnej kampani v roku 1964. Vychádzal z Kennedyho agendy a snažil sa v nej reálne pokračovať, čo mu v značnej miere napomohlo k jeho zvoleniu za prezidenta v roku 1964. Lyndon B. Johnson, dokázal využiť svoje bývalé postavenie viceprezidenta Spojených štátov amerických. Bol osobou, vždy nápomocnou prezidentovi Kennedymu a taktiež bol veľmi podstatnou súčasťou jeho tímu. Podpora, ktorú Johnson prejavoval Kennedyho politike, mu tak vzápätí značne pomohla k nárastu sympatizantov z radu voličov i stranických demokratických kolegov. Politika prezidenta Johnsona, ktorá niesla názov „*the Great Society*“, vychádzala čiastočne aj z politiky bývalého prezidenta Kennedyho – „*the New Frontier*“. Práve táto kontinuita bola to, čo

---

<sup>24</sup>Mary Ann Watson, *The Expanding Vista: American television in the Kennedy years*, (Oxford University Press, 1990), 76-82.

krajina potrebovala, nakoľko občania Spojených štátov amerických sympatizovali s politikou „*the New Frontier*“.<sup>25</sup>

Vo volebnom roku 1964 sa o získanie republikánskej nominácie na prezidenta stretli kandidáti Barry Goldwater a Nelson Rockefeller. Nálady u republikánov však boli napäté, najmä ak išlo o nomináciu Goldwatera. Primárky vysielané televíznymi stanicami naživo z Kalifornie toto napätie ešte umocnili. Počas republikánskych primárok, teda udalosti, keď nominanti strany, ktorí sa budú uchádzať o úrad prezidenta prednesú reč, Barry Goldwater zaujal stanovisko, ktoré bolo následne mnohými vnímané ako extrémistické. Konkrétne išlo o výrok „*Ak ide o ochranu slobody, extrémizmus nie je žiadna nerest. Umiernenosť, v snahe o dosiahnutie spravodlivosti nie je žiadna mravnosť.*“<sup>26</sup> Práve tento výrok bol mnohými vnímaný veľmi negatívne. Zastával obhajobu extrémizmu a umocnil pocity neistoty v tých, ktorí neboli s jeho kandidatúrou do úradu prezidenta stotožnení. Navzdory tomu, že sa Nelson Rockefeller následne pokúsil získať umiernených republikánov na svoju stranu, stranícku podporu vo výške 51% hlasov získal Barry Goldwater. V televíznom vysielaní však neutíchali hlasy, ktoré Goldwatera označovali ako extrémistického kandidáta.<sup>27</sup>

Situácia sa vyostřila ešte viac po Goldwaterovom vyhlásení, v ktorom súhlasil s použitím jadrových zbraní ako konvenčných počas prebiehajúcej vojny vo Vietname. Toto vyhlásenie prišlo dva roky po Kubánskej kríze a vyvolalo značné znepokojenie. Johnsonov tím využil túto situáciu. S cieľom politického útoku na opozičného kandidáta vytvoril historicky prvú politickú reklamu s názvom „*Daisy girl*“. Navzdory tomu, že „*Daisy girl*“ bola stiahnutá z televízneho vysielania ešte v ten istý deň ako bola odvysielaná, znamenala pre Goldwatera značné škody. Práve tento spôsob získavania voličských preferencií a hlasov skrz politické reklamy odvysielané v televíznom prenose začal nový spôsob tvorby politických kampaní, ktoré budú v budúcnosti značne využívané. Touto politickou reklamou začali vznikať firmy, ktoré si budú politici v budúcnosti objednávať za účelom vytvárania celkového dojmu. Prezidentovi Johnsonovi sa tak podarilo vytvoriť dojem opatrného muža, zatiaľ čo senátor Goldwater pôsobil ľahkomyselne. Aj keď sa našlo pár ľudí, ktorým politická reklama prezidenta Johnsona prišla nevhodná najmä preto, že šírila strach a využila na to dokonca malé dievčatko, ktoré

<sup>25</sup> E.D.Dover, *Presidential Elections in the Television Age: 1960 – 1992*, (Praeger Publisher, 1994), 30.

<sup>26</sup> Bill Wilkinson, „On the Saying that “Extremism in Defense of Liberty is No Vice”“, Niska center, 5. Január 2016. <https://www.niskanencenter.org/on-the-saying-that-extremism-in-defense-of-liberty-is-no-vice/>.

<sup>27</sup> E.D.Dover, *Presidential Elections in the Television Age: 1960 – 1992*, (Praeger Publisher, 1994. 52-54.

bolo jej súčasťou. Koniec koncov výsledky priniesla presne také, ako sa od nej očakávalo.<sup>28</sup>

Lyndon B. Johnson dokázal využiť televízne médium k svojmu znovuzvoleniu niekoľkými rôznymi spôsobmi. Po prvé, jeho tzv. „*the Rose Garden*“ stratégia mu výrazne pomohla získať voličskú podporu na základe prezentovania samého seba už v pozícii úradujúceho prezidenta. Prezident Johnson, ako držiteľ tohto úradu bol považovaný za „silného“.<sup>29</sup> Prezentoval sa ako kandidát, ktorý nemusel tráviť príliš veľa času vo svojej kampani. Namiesto toho sa zameriaval na svoj úrad. Tento obraz, v ktorom ho vyobrazovala i televízia mal za následok nárast preferencií. Ak je stratégia „*the Rose Garden*“ využitá správne, dokáže garantovať podporu kandidátovi, ktorý už úrad prezidenta zastáva najmä tým, že svojho oponenta vykresľuje ako nedostatočne kompetentného. To má za následok menšie šance na získavanie voličských hlasov. Navyše, televízia zvykne silného úradujúceho prezidenta vykresľovať ako ochrancu „tradičných hodnôt“ a jeho oponenta do veľkej miery iba ako osobu, ktorá sa snaží získať mediálnu pozornosť. Týmto televízia svojmu publiku vysiela jasný signál na znovuzvolenie prezidenta v úrade. Ak už dokázal, že je silný líder, zaslúži si zastávať prezidentskú funkciu aj naďalej, čo televízia robila aj v prípade prezidenta Johnsona.<sup>30</sup>

Po druhé, Barry Goldwater bol v televíznom prenose často zobrazovaný ako „hovorca z pred-Eisenhowerovej éry“. Nezastával moderné smerovanie republikánskej strany, ktoré nastalo počas Eisenhowera. Dokonca sám nesúhlasil s niektorými krokmi, konkrétne so sociálnou bezpečnosťou, čo pre neho znamenalo veľký problém, nakoľko voliči republikánov tieto programy požadovali. Práve tento obraz politika, zastaraného republikána mal za následok veľkú stratu podpory zo strany voličov.<sup>31</sup>

Za tretie, médiá majú tendenciu poskytovať svojim príjemcom kontroverzné informácie za účelom zvyšovania sledovanosti. Rovnako tomu bolo aj počas Goldwaterovej kampane, keď sa predovšetkým televízii efektívne podarilo poukazovať na jeho extrémistické výroky a hodnoty, čím sa z neho stal veľmi nebezpečný politický element.<sup>32</sup> Republikánsky kandidát sa síce dožadoval televíznej debaty s jeho politickým

---

<sup>28</sup>Trevor Parry-Gilles, „1964- Three Ads from LBJ“, *Presidential Campaign Rhetoric*, 2. April 2011. <https://campaignrhetoric.wordpress.com/2011/04/22/1964-three-ads-from-lbj-taylor-sachs/>

<sup>30</sup>E.D.Dover, *Presidential Elections in the Television Age: 1960 – 1992*, (Praeger Publisher, 1994), 60-61.

<sup>31</sup>E.D.Dover, *Presidential Elections in the Television Age: 1960 – 1992*, (Praeger Publisher, 1994), Ibid., 63.

<sup>32</sup> E.D.Dover, *Presidential Elections in the Television Age: 1960 – 1992*, (Praeger Publisher, 1994), 63

súperom, no ten nikdy nesúhlasil.<sup>33</sup> V roku 1964 sa Barrymu Goldwaterovi nepodarilo dištancovať od tohto televíziou vytvoreného obrazu, čo mu nakoniec výrazne znížilo šance na úspech vo voľbách. Tieto voľby vyhral Lyndon B. Johnson so ziskom 61% hlasov.<sup>34</sup>

### 2.3. Televízne živé prenosy

Ako už bolo uvedené, prezident Kennedy je považovaný za prvého amerického prezidenta, ktorý dokázal reálne využiť televíziu ako mediálny nástroj vo svoj prospech. Počas svojej funkcie v úrade prezidenta poskytoval každých šesť dní živé televízne vystúpenia pre americké obyvateľstvo, alebo iné priame prenosy z konferencií. Prezidentovi Kennedymu sa podarilo získať si dominantné médium svojej éry a pracovať s ním v takej miere, že americkí občania mali po prvýkrát možnosť spoznať prezidenta aj v jeho súkromí.<sup>35</sup>

Televízia ako moderné a populárne médium poskytovala prezidentom možnosť zaujať pozornosť verejnosti k aktuálnym spoločenským situáciám takmer okamžite. Rýchlosť, ktorou mohli politici reagovať na aktuálne spoločenské situácie v televízii je neporovnateľná s akýmkoľvek printovým médium. Televízia si cielene budovala svoje výnimočné postavenie v mediálnej oblasti. Politici si tento fakt uvedomovali tiež. Preto vznikla vzájomná potreba spolupráce medzi televíziou a politikmi. Na základe prieskumu „vplyv televíznych vystúpení a zahraničných ciest na preferencie prezidenta“, <sup>36</sup> ktorý sa venoval televíznym prejavom prezidentov je možné tvrdiť, že prezident prinášajúci

---

<sup>33</sup> Nicole Hemmer, „The Dealers and the Darling: Conservative Media and the Candidacy of Barry Goldwater“ in „Barry Goldwater and the Remaking of the American Political Landscape Book“ ed. Elizabeth Tandy Shermer Published. (University of Arizona Press, 2013), 132, <http://www.jstor.com/stable/j.ctt1814f5p.9> (Stiahnuté 18.5.2020)

<sup>34</sup> E.D. Dover, *Presidential Elections in the Television Age: 1960 – 1992*, (Praeger Publisher, 1994), 74.

<sup>35</sup> Bob Schieffer, „John F. Kennedy: Our first television President“ CBS News, 27. May 2017 <https://www.cbsnews.com/news/john-f-kennedy-our-first-television-president/>

<sup>36</sup> v originálnom znení: „the impact of televised speeches and foreign travel on presidential approval“

informáciu k aktuálnym udalostiam je schopný zaujať pozornosť verejnosti, získať si jej podporu a súhlas.<sup>37</sup>

Prieskum ďalej priniesol zistenie, že prezidentské prejavy dosahujú signifikantný politický a pozitívny nárast verejnej podpory prezidenta a to až o 3 body v celkovom hodnotení. Je značne zrejmé, že aj keď sa udeje negatívna udalosť, ako napríklad fiasko počas invázie v Zátokke svíň roku 1961, verejným prejavom sa dokáže jej dopad zredukovať a neutralizovať. To sa podarilo aj prezidentovi Kennedymu, keď verejne priznal svoju zodpovednosť za túto neúspešnú inváziu.<sup>38</sup>

Prezident Kennedy pracoval s televíznym médiom v priemere viac ako prezident Johnson. Dokazuje to list prejavov v televíznom prenose. Celkový počet, je síce u prezidenta Johnsona vyšší (48 prejavov ku 19 prejavom), ale tento fakt sa dá veľmi jednoducho vysvetliť, ak berieme do úvahy počet aktívnych rokov vo funkcii prezidenta. Zatiaľ čo prezident Kennedy bol v úrade necelé 3 roky, prezident Johnson zotrval v tejto pozícii až 6 rokov.<sup>39</sup>

Najzásadnejší rozdiel medzi vstupmi do televíznych prenosov je v počte tých, ktoré boli odvysielané naživo. Zatiaľ čo prezident Kennedy mal aj počas svojho značne kratšieho funkčného obdobia týchto vstupov 11, prezident Johnson ich mal za dvojnásobne dlhšie funkčné obdobie len o jeden viac. Ročne je to teda v priemere 3.77 ku 2.36 v prospech prezidenta Kennedyho.<sup>40</sup>

Udalosti, ktoré sa udiali počas celého tohto desaťročia, nám ale naznačujú, že Kennedyho obdobie - od Kubánskej krízy cez eskaláciu k takmer jadrovému konfliktu medzi Spojenými štátmi americkými a Sovietskym zväzom, stavba Berlínskeho múru v roku 1961, invázia v Zálive svíň a už prebiehajúca vojna vo Vietname – boli udalosťami, na ktoré musel Kennedy reagovať okamžite.<sup>41</sup> Taktiež sa prezidentovi Kennedymu podarilo získať podporu občanov v období týchto kríz a predísť katastrofickým následkom. Niektorí súčasní autori ho ale napriek tomuto faktu vykresľujú ako osobu, ktorá ak by mala

---

<sup>37</sup>Dennis M. Simon a Charles W. Ostrom. "The impact of televised speeches and foreign travel on presidential approval", *The public opinion quarterly* 53, č. 1 (1989): 61- 63, <https://www.jstor.org/stable/2749239>.

<sup>38</sup>Dennis M. Simon a Charles W. Ostrom. "The impact of televised speeches and foreign travel on presidential approval", *The public opinion quarterly* 53, č. 1 (1989): 61- 63, <https://www.jstor.org/stable/2749239>.

<sup>39</sup> Dennis M. Simon a Charles W. Ostrom and Jr., "The impact of televised speeches and foreign travel on presidential approval", *The public opinion quarterly* 53, č. 1 (1989): 67, <https://www.jstor.org/stable/2749239>.

<sup>40</sup>Dennis M. Simon a Charles W. Ostrom and Jr., "The impact of televised speeches and foreign travel on presidential approval", *The public opinion quarterly* 53, č. 1 (1989): 67, <https://www.jstor.org/stable/2749239>.

<sup>41</sup>Gabriel Partos, *The world that came in from the cold: Perspectives from East and West on the Cold war* Royal (Institute of international affairs, 1993)., 73.



väčší celosvetový prehľad, tak by dokázala týmto krízam predísť už v zárodku a to znížovaním napätia medzi Spojenými štátmi americkými a Sovietskym zväzom.<sup>42</sup>

Prejavy prezidenta Johnsona sa zväčša týkali iba samotnej Vietnamskej vojny. Konkrétne 7 z jeho prejavov z roku 1965, kedy dochádzalo ku eskalácii konfliktu a v roku 1968 to boli dva, z ktorých oba boli len diplomatickými snahami o nastolenie mieru.<sup>43</sup>

### 3.Kapitola: Zavraždenie prezidenta Kennedyho

*„Šesť sekúnd v Dallase pred päťdesiatimi rokmi zmenilo spôsob, akým médiá fungovali  
a to aj o dekády neskôr“*

Reuters, 2013

22. november v roku 1963 sa zapísal nielen do amerických dejín ako tragický. Prezident Kennedy spolu so svojou manželkou Jackie Kennedy a viceprezidentom Lyndonom B. Johnsonom plánovali absolvovať dvojdňovú cestu, počas ktorej sa očakávala návšteva až piatich amerických miest. Texas patril k štátom, v ktorom sa v nasledujúcich prezidentských voľbách očakávala vysoká podpora demokratického kandidáta, a tak nikto nerátal s možnými nepríjemnosťami počas prezidentovej návštevy. Počas cesty, v ktorej sedeli v jednom aute prezident Kennedy s manželkou a senátorom Johnom Connallym, boli na nich vystrelené dva výstrely. Zasiahli senátora Connallyho a prezidenta Kennedyho, ktorý následne strelným zraneniam podľahol.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Erwin C. Hargrove, recenzia odborných prác: „*The Presidential Character*“, James David Barbe, a „*The Kennedy Promise In Search of Nixon*“, Bruce Mazlish Review, *American Journal of Political Science*, 17,č. 4 (1973): 827, (staženo 18.5.2020).

<sup>43</sup> Dennis M. Simon a Charles W. Ostrom, “The impact of televised speeches and foreign travel on presidential approval”, *The public opinion quarterly* 53, č. 1 (1989): 67, <https://www.jstor.org/stable/2749239>.

<sup>44</sup> Jeff Wallenfeldt, „Assasination of John F. Kennedy“, *Britannica*, 15. November 2019. <https://www.britannica.com/event/assassination-of-John-F-Kennedy>.

### 3.1 Televízne vysielanie po udalostiach v Dallase, 1963

*„moment, kedy dospela televízna generácia“*

Don Cheadle, 2013

Smrť prezidenta Kennedyho bola traumatickou udalosťou odvysielanou televíznym médiom, ktorá sa prirodzene podpísala na nálade občanov v krajine od udalostí z čias druhej svetovej vojny. Tieto dve historické skutočnosti majú jeden zásadný rozdiel. Zatiaľ čo sa informácie o vývoji počas vojny, situácii na frontoch, počtom zranených a padlých, porážkach a víťazstvách dostávali k príjemcom výhradne prostredníctvom rádiového rozhlasu a tlače, príchodom televízie boli občania už i vďaka televízneho prenosu svedkami jedného z najšokujúcejších okamihov amerických dejín. Je potrebné spomenúť, že informácia o nečakaných udalostiach v Dallase bola sprostredkovaná rádiovým médiom do desiatich minút, ale navzdory tomu neboli informácie dostačujúce, keďže sa spomínala iba tzv. „špeciálna guľka“, ktorá bola vystrelená. Následne, v priebehu tridsiatich minút po výstreloch, ktoré usmrtili prezidenta, boli televízne kamery podrobené ťažkej skúške, nakoľko ich schopnosť reagovať rýchlo a efektívne nebola dostačujúca a potrebovali viac času na začiatok natáčania. Práve z tohto chaosu a snahy zachytiť aspoň niečo zo sledu desivých udalostí vznikol „film, ktorý bol kompletne neupravený a nikto úprimne nevedel, čo na ňom bude“.<sup>45</sup> Takto túto situáciu komentovala televízna stanica v Dallase.<sup>46</sup>

Počas presunu do Parkland Memorial Hospital, sa na mieste nenachádzali žiadni novinári. To sa ale vývojom udalostí rýchlo zmenilo a televízne kamery detailne dokumentovali každú nasledujúcu udalosť. Z Dallasu sa tak šírili potvrdené i nepotvrdené informácie o pokuse zavraždiť prezidenta Kennedyho. No bol to práve Walter Cronkite, ktorý na stanici CBS oznámil prezidentovu smrť.<sup>47</sup> Vysielanie na stanici CBS bolo spočiatku prerušené krátkym vstupom s aktualitou „CBS NEWS BULLETIN“, ktorá

---

<sup>45</sup> Robert Llyod, „In death and in life, TV fixated on JFK“, Los Angeles Times, 25 Október 2013.  
<https://www.latimes.com/entertainment/tv/la-xpm-2013-oct-25-la-et-st-ca-jfk-tv-lloyd-essay-story.html>.

<sup>46</sup> Ibid.

<sup>47</sup> Robert Llyod, „In death and in life, TV fixated on JFK“, Los Angeles Times, 25 Október 2013.  
<https://www.latimes.com/entertainment/tv/la-xpm-2013-oct-25-la-et-st-ca-jfk-tv-lloyd-essay-story.html>.

informovala o troch výstreloch na prezidentovu autokolónu v centre Dallasu a prezidentov stav komentovala ako veľmi vážny. Tento vstup však neobsahoval žiadne vizuálne zábery, dokonca ani samotného moderátora. Následne, aj keď len na krátku dobu, pokračoval prerušený plánovaný program. Walter Cronkite, muž ktorý sa s prezidentom Kennedym, ešte v období keď bol senátorom, osobne poznal a v roku 1960 s ním robil televízny rozhovor tesne pred voľbami, sa zjavil na obrazovkách s fotografiou prezidentskej limuzíny tesne pred incidentom.<sup>48</sup> Do tohto momentu si nemal totiž nikto možnosť ani len predstaviť ako situácia vyzerala, okrem očitých svedkov prítomných v centre Dallasu. Trvalo približne hodinu od prvého vstupu „CBS NEWS BULLETIN“, keď sa ku Cronkitovi dostal list, ktorý obsahoval informáciu, že prezident Kennedy strelným zraneniam podľahol. Ubehlo 38 minút, kým sa informácia dostala do živého vysielania a všetci, ktorí v tom momente sledovali stanicu CBS boli svedkami tohto prvého oznámenia o úmrtí prezidenta prostredníctvom živého televízneho prenosu. Bolo to taktiež historicky prvýkrát, kedy emócie samotného moderátora dodávali tejto správe novú dimenziu. Na profesionálovi Cronkitovi bolo viditeľné, ako ho táto správa emočne zasiahla. Dokonca i tak veľmi skúsený moderátor, ktorým Cronkite v tej dobe už bol, dokázal len veľmi ťažko a len na pár stotín sekúnd udržať pohľad uprený do kamery. Taktiež si niekoľkokrát nasadil a následne zložil okuliare, zatiaľ čo mal pohľad odvrátený mimo televíznej kamery.<sup>49</sup> Práve jeho emócie vytvárali ten silný pocit kontaktu s divákmi, dôveryhodnosť a spojenie. Táto správa, súc prvou svojho druhu, dokazuje ako televízia vstúpila do politického a súkromného života ľudí. Človek, ktorý bol doteraz „iba“ moderátorom predčítal to, čo mal hovoriť sa zrazu stal nielen sprostredkovateľom tragickej udalosti, ale človekom, ktorý prežíval emócie veľmi podobné ako väčšina amerických obyvateľov pred televíznymi obrazovkami.<sup>50</sup> Cronkite ďalej informoval o tom, že viceprezident Lyndon B. Johnson veľmi pravdepodobne prevezme úrad prezidenta Spojených štátov amerických.<sup>51</sup> Po tomto šokujúcom oznámení zostali „milióny

---

<sup>48</sup> „INTERVIEW OF SENATOR JOHN F. KENNEDY BY WALTER CRONKITE, SEPTEMBER 19, 1960“ [www.jfklibrary.org](http://www.jfklibrary.org), <https://www.jfklibrary.org/archives/other-resources/john-f-kennedy-speeches/cronkite-interview-19600919> (stiahnuté 2.1.2020).

<sup>49</sup> „JFK assassination: Cronkite informs a shocked nation“, [www.youtube.com](http://www.youtube.com), <https://www.youtube.com/watch?v=6PXORQE5-CY> (stiahnuté 2.1.2020).

<sup>50</sup> Robert Lloyd, „In death and in life, TV fixated on JFK“, *Los Angeles Times*, 25 Október 2013. <https://www.latimes.com/entertainment/tv/la-xpm-2013-oct-25-la-et-st-ca-jfk-tv-lloyd-essay-story.html>.

<sup>51</sup> „JFK assassination: Cronkite informs a shocked nation“, [www.youtube.com](http://www.youtube.com), <https://www.youtube.com/watch?v=6PXORQE5-CY> (stiahnuté 2.1.2020).

Američanov prilepených ku svojim televízorom, pretože to bolo definitívne niečo, čo nikdy počas svojho života nezažili.“<sup>52</sup> Do hodiny od výstrelu sa aj vďaka televíznemu prenosu 68% amerických občanov dozvedelo o tragédii v Dallase.<sup>53</sup> Následne do dvoch hodín percentá oboznámených obyvateľov dosiahli úroveň 92% a to vďaka televíznemu a rozhlasovému prenosu.<sup>54</sup>

Televízia dosiahla svoj triumf, keď definitívne prekonala tlač, ktorá už od začiatku 60. rokov strácala na svojej dominantnosti. Televízny prenos aj naďalej sústredil väčšinu svojho vysielaného obsahu na tému zavraždenia prezidenta. To prakticky znamenalo, že americkému televíznemu publiku boli nasledujúce dni opakovane pripomínané fakty a pribúdali nové skutočnosti ohľadne prezidentovej vraždy. Prirodzene to viedlo k pocitu spolupatričnosti a smútku.

Dnes už neslávny Zapruder film, ktorý bol vytvorený z filmových okienok zachytených z miesta činu sa v podobe v akej ho vieme sledovať dnes, dostal na verejnosť až v roku 1975.<sup>55</sup> Ako prvý bol Zapruder film predaný magazínu Life a ten následne publikoval zachytené momenty, ktoré si sám určil. Magazín Life následne dva roky úzko spolupracoval s Warren Commission, komisiou, ktorú založil Lyndon B. Johnson 29. novembra, teda presne týždeň po prezidentovej vražde s účelom vyšetrenia vraždy.<sup>56</sup>

Všetky tri stanice: NBC, CBS a ABC vysielali počas celého víkendu informácie o vražde prezidenta Kennedyho takmer bez jedinej reklamy. Podľa zistených informácií stanica CBS vysielala nepretržite 55 hodín, ABC 60 hodín a NBC 71 hodín. To všetko len

---

<sup>52</sup>Tierney Sneed, "How John F. Kennedy's Assassination Changed Television Forever", U.S.News, 14. November, 2013. <https://www.usnews.com/news/articles/2013/11/14/how-john-f-kennedy-assassination-changed-television-forever>.

<sup>53</sup> Tierney Sneed, "How John F. Kennedy's Assassination Changed Television Forever", U.S.News, 14. November, 2013. <https://www.usnews.com/news/articles/2013/11/14/how-john-f-kennedy-assassination-changed-television-forever>.

<sup>54</sup> Tierney Sneed, "How John F. Kennedy's Assassination Changed Television Forever", U.S.News, 14. November, 2013. <https://www.usnews.com/news/articles/2013/11/14/how-john-f-kennedy-assassination-changed-television-forever.sves>

<sup>55</sup> Simon, Art. "The Zapruder Film", v *Dangerous Knowledge: The JFK Assassination in Art and Film*, ed. Simon Art (Temple University Press, 2013),54, [https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctt14bt3mf.7.pdf?ab\\_segments=0%252Fbasic\\_search%252Fcontrol&refreqid=excelsior%3Ad106930045c72836fe2cb52252c9f9a2](https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctt14bt3mf.7.pdf?ab_segments=0%252Fbasic_search%252Fcontrol&refreqid=excelsior%3Ad106930045c72836fe2cb52252c9f9a2) (stiahnuté 17.5.2020).

<sup>56</sup> Simon, Art. "The Zapruder Film", v *Dangerous Knowledge: The JFK Assassination in Art and Film*, ed. Simon Art (Temple University Press, 2013), 37, [https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctt14bt3mf.7.pdf?ab\\_segments=0%252Fbasic\\_search%252Fcontrol&refreqid=excelsior%3Ad106930045c72836fe2cb52252c9f9a2](https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctt14bt3mf.7.pdf?ab_segments=0%252Fbasic_search%252Fcontrol&refreqid=excelsior%3Ad106930045c72836fe2cb52252c9f9a2) (stiahnuté 17.5.2020).

počas štyroch dní.<sup>57</sup> Americkí občania si po Kennedyho smrti uvedomili, že televízia má parametre a schopnosti, ktoré jej predtým nikdy neprináležali. Taktiež je veľmi podstatné spomenúť počet zamestnancov, ktorí aktívne pracovali počas vyššie uvedených dní. V CBS sa na zhromažďovaní informácií, vytváraním textov a podieľaním sa na samotnom vysielaní zúčastňovalo 600 zamestnancov. ABC mala v službe 500 zamestnancov a NBC 400. Výška sumy, ktorá toto štvordňové vysielanie stanice stála sa vyšplhala od 30 do 35 miliónov dolárov. K dnešnému dňu sa suma odhaduje na viac než 225 miliónov dolárov.<sup>58</sup>

### 3.2 Reakcie spoločnosti na smrť prezidenta Kennedyho

*„We will never know if he would be a great president“*

Harris Wofford, 1963

Veľká Británia pripravila takmer okamžite program, ktorým vzdala poctu prezidentovi Kennedymu. Ten sa vysielal v sobotu 23. novembra a následne bol uvedený aj v Spojených štátoch amerických na stanici NBC s názvom „To bol týždeň“.<sup>59</sup> Toto gesto malo na amerických občanov silný emočný dopad. Host', ktorým bol moderátor David Frost vyjadril pocity zarmútenia a smútku, ktoré cítili v podstate všetci. Nešťastie komentoval slovami „bola to najmenej očakávaná udalosť, ktorá sa na svete mohla stať. Ak by zomrel ktokoľvek iný – Sir Winston Churchill, de Gaulle alebo Chruščov – bolo by to niečo, čo by sme nejako vedeli pochopiť, vysvetliť a možno i akceptovať. Ale to, že by mohol odísť Kennedy... nuž, my už proste na vraždy v civilizovanom svete neveríme.“<sup>60</sup> Ďalší hostia zosnulého prezidenta komentovali ako „príliš dokonalého, príliš dobrého na to, aby bol skutočný, ako ideál amerického štátnika s krásnou manželkou a skvelými

---

<sup>57</sup>Tierney Sneed, “How John F. Kennedy's Assassination Changed Television Forever”, U.S.News, 14. November, 2013. <https://www.usnews.com/news/articles/2013/11/14/how-john-f-kennedy-assassination-changed-television-forever>.

<sup>58</sup>Tierney Sneed, “How John F. Kennedy's Assassination Changed Television Forever”, U.S.News, 14. November, 2013. <https://www.usnews.com/news/articles/2013/11/14/how-john-f-kennedy-assassination-changed-television-forever>.

<sup>59</sup>V originálnom znení: „That was the week that it was“.

<sup>60</sup>Mary Ann Watson, *The Expanding Vista: American television in the Kennedy years*, (Oxford University Press, 1990), 221-222.

prejavmi a jednoduchými citátmi od Burkea a Shakespeara, ktorý vytváral z politiky poctivú profesiu prvýkrát po tridsiatich rokoch na Západe.“<sup>61</sup> Po skončení vysielania obdržala stanica NBC viac než tisíc ďakovných telefonátov od divákov, ktorí boli z programu dojatí. Následne vysielanie pokračovalo celonočným vysielaním, kedy sa občania zhromažďovali do zástupu v uliciach, aby vzdali česť pri prezidentovom katafalku. Ľudia stáli šesť, niektorí až osem hodín len kým sa dostali k rotunde. Viceprezidentka stanice NBC Julian Goodman vysvetlila, že všetci mali jednotný názor, aby vysielanie trvalo tak dlho ako bol prezident vo svojom úrade, a tak vytvorili program, ktorý zachytával všetky udalosti Kennedyho kariéry.<sup>62</sup>

Pohreb prezidenta Kennedyho sa uskutočnil 25. novembra 1963. Agentúra Nielsen ako jedna z hlavných poskytovateľov diváckych televíznych dát uskutočnila prieskum, v ktorom sa zaoberala počtom amerických domácností a ich aktívnou sledovanosťou televízie v rozmedzí štyroch dní a to od piatka 22. novembra 1963, kedy došlo k vražde do pondelka 25. novembra 1963, kedy sa konal pohreb zavraždeného prezidenta.

Následujúce údaje sa zameriavajú prirodzene na americké domácnosti, ktoré vlastnili televízor, čo spolu činilo 51,3 milióna domácností. Dňa 22. novembra 1963 si zaplo televíziu 45,4% amerických domácností po oznámení z Bieleho domu, že prezident je mŕtvy. 65,8% domácností malo televíziu zapnutú o 18:15 hod., kedy nový prezident Lyndon B. Johnson prehovoril ku občanom Spojených štátov amerických. Prezident Johnson zložil sľub na palube lietadla Air Force One a vyžiadal si tlačovú konferenciu, vrátane živého televízneho vstupu v momente, keď pristanú v Andrew Air Base. Následne počas pondelka 25. novembra 1963 aktívne sledovalo televízny prenos až 81 % amerických domácností, kedy sa rakva s prezidentom Kennedym dostavila na Airlington National Cemetery o 15:00 hod.<sup>63</sup> Zistilo sa, že viac než 93% amerických domácností sledovalo stanice ABC, NBC alebo CBS. Viac než polovica z týchto 93% občanov sledovala televízny prenos 13 hodín nepretržite, alebo aj dlhšie. Konkrétne, stanice ABC a CBS vysielali celý pochod od Bieleho domu až do Kapitulu.<sup>64</sup>

---

<sup>61</sup>Mary Ann Watson, *The Expanding Vista: American television in the Kennedy years*, (Oxford University Press, 1990), 221-222.

<sup>62</sup>Ibid.

<sup>63</sup>Mark Jurkowitz, „50 years ago, America turned on the television“, Pew Research, 22. November 2013. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2013/11/22/50-years-ago-america-turned-on-the-television/>.

<sup>64</sup>Tierney Sneed, „How John F. Kennedy's Assassination Changed Television Forever“, U.S.News, 14. November, 2013. <https://www.usnews.com/news/articles/2013/11/14/how-john-f-kennedy-assassination-changed-television-forever>.

Nielsenov prieskum dokumentoval stav, kedy americké domácnosti aktívne sledovali televízny prenos počas kľúčových udalostí v rozpätí dní 22. novembra až 25. novembra 1963. Nezávislá prieskumná agentúra NORC Chicagskej Univerzity sa zamerala na aktivitu občanov tesne po pohrebe prezidenta Kennedyho. 71% - 75% opýtaných odpovedalo, že sledovali televízny alebo počúvali rádiový prenos denne po dobu aspoň 5 hodín, viac než 40% respondentov po dobu aspoň 9 hodín. Tento prieskum bol taktiež zameraný na reakcie, ktoré zažívalo obyvateľstvo. Televízne vyobrazenie týchto štyroch dní, priame vstupy a celkový sled udalostí, ktorý začínal výstrelmi v Dallase na autokolónu až po pohreb prezidenta Kennedyho zanechali na obyvateľstve traumatické stopy. Konkrétne výsledky prieskumu NORC sú nasledujúce. Po streľbe na prezidenta Kennedyho 68% opýtaných odpovedalo, že pociťovali úzkosť a nervozitu, 48% malo problémy so spánkom a 43% respondentov malo problémy s príjmom potravy.<sup>65</sup>

Z preukázateľných zdrojov som si vybrala priamy prenos na stanici NBC v programe TODAY, ktorý ale nie je zverejnený v jeho pôvodnej dĺžke. Zachytáva najpodstatnejšie zstrihy zo dňa 25. novembra 1963. Zostrihy z prezidentovho pohrebu sú komentované, následne sú zobrazovaní občania, ktorí sa zoradili v kolóne, ktorá bola dlhá 9 míľ a očakávalo sa, že ľudia v uliciach zostanú až do ďalšieho rána. Ide ale najmä o komentár Martina Agronského, Washingtonského korešpondenta pre NBC. Celkový dojem, ktorý je badateľný na Agronskom, ale aj samotnom moderátorovi Hughovi Downsonovi naznačuje, že aj pre nich samotných to nie je ľahká úloha.

---

<sup>65</sup>Mark Jurkowitz, „50 years ago, America turned on the television“, Pew Research, 22. November 2013. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2013/11/22/50-years-ago-america-turned-on-the-television/>.

### 3.3 Prvá vražda zachytená v priamom prenose – Lee Harvey Oswald

*"This is when America became a TV nation"*

Newsmuseum official Patty Rhule

Dallas zostal naďalej centrom kde sa šírilo najviac nových informácií. Investigatívny tím, ktorý zhromažďoval informácie o podozrivom z vraždy prezidenta Kennedyho, Lee Harvey Oswalda, spolupracoval s mestskou políciou a médiami. Niektorí kritici však tvrdia, že tamojšia polícia využila tento incident, aby sa mediálne zviditeľnila a to tým, že poskytla médiám podrobnosti, ktoré prekračovali základné právo na informácie občana len preto, aby sa policajti objavili na televíznych obrazovkách. Dokonca začala kolovať správa, že „politika policajného oddelenia ponúka médiám nielen „otvorené dvere“, ale je až príliš „ukecaná“ “. <sup>66</sup>

Všetky tri televízie, NBC, CBS a ABC plánovali živý televízny vstup, keď sa mal Lee Harvey Oswald v sprievode polície premiestniť z mestskej väznice do okresnej. CBS a NBC boli pripravené dlhšiu dobu než stanica ABC, ktorá bola v porovnaní s nimi najmenej sledovanou. V krátkom slede pár sekúnd od momentu, kedy sa otvorili dvere výťahu, v ktorom bol obvinený Oswald sa zo spodnej časti kamery zjavil muž, ktorý k nemu pristúpil a vystrelil. Jediná stanica NBC premietala celú túto udalosť naživo. CBS začala priamy vstup až 2 sekundy po výstrele, nakoľko mala živý prenos z Hyannis Portu, kde sa v tom čase nachádzala Kennedyho rodina. ABC situáciu nestihla zachytiť, a tak odvysielala len rozhovory so svedkami. Celá „prvá vražda odvysielaná v priamom prenose“ sa odohrala len minúty pred začiatkom pochodu, ktorý skončil pochovaním prezidenta Kennedyho. Preto sa museli stanice orientovať práve na túto smútočnú udalosť a na istý čas odvrátiť pozornosť od chaosu v Dallase. Správa o úmrtí Lee Harvey Oswalda bola oznámená až po formálnom ukončení ceremónie. Následne sa začali zisťovať informácie o strelcovi, ktorým bol vlastník nočného klubu Jack Ruby. <sup>67</sup>

---

<sup>66</sup>Mary Ann Watson, *The Expanding Vista: American television in the Kennedy years*, (Oxford University Press, 1990),217-218.

<sup>67</sup>Mary Ann Watson, *The Expanding Vista: American television in the Kennedy years*, (Oxford University Press, 1990),217-218.



Samotné video o streľbe bolo odvysielané po prvýkrát počas NBC programu TODAY, ktorý je už spomenutý v predchádzajúcej podkapitole. Video sa podarilo odvyselať okrem jeho pôvodnej originálnej forme aj v spomalenej verzii.<sup>68</sup> Llewellyn Thompson, v tom čase ambasádor Spojených štátov amerických pre sovietske záležitosti, komentoval Oswaldovu vraždu slovami „...*d'alšia šokujúca vražda vzbudila pocit, že ste nemohli prestať pozerat' televíziu, pretože ste nevedeli, čo d'alšie sa ešte stane. Celá vec sa javila, akoby sa vymykala kontrole.*“<sup>69</sup>

---

<sup>68</sup> „Lee Harvey Oswald Shot On Camera“, [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=sjXRQXIBU3g),  
<https://www.youtube.com/watch?v=sjXRQXIBU3g> (stiahnuté 2.1.2020).

<sup>69</sup> Tierney Sneed, “How John F. Kennedy's Assassination Changed Television Forever”, U.S.News, 14. November, 2013.  
<https://www.usnews.com/news/articles/2013/11/14/how-john-f-kennedy-assassination-changed-television-forever>.

## Záver

Obdobie 60. rokov 20. storočia bolo výrazne poznačené dominanciou televízneho média na spoločnosť v Spojených štátoch amerických. Televízia sa stala prevažujúcim zdrojom získavania informácií pre amerických voličov, vďaka svojej schopnosti sprostredkovať audiovizuálny obsah vo veľmi krátkom čase. Práve tieto dva faktory sa podarili demokratickému kandidátovi Johnovi F. Kennedymu, následne prezidentovi Spojených štátov amerických využiť už počas predvolebnej kampane v roku 1960. Predovšetkým schopnosť prezidenta Kennedyho využiť televíziu ako médium malo za následok jeho zvolenie do úradu prezidenta, k čomu výrazne dopomohla prvá televízna odvysielaná debata s jeho protikandidátom, republikánskym kandidátom Richardom Nixonom. Voliči, ktorí túto debatu sledovali v značnej miere sympatizovali práve s demokratickým kandidátom, pričom voliči počúvajúci rádiový prenos boli ochotní dať svoj hlas Richardovi Nixonovi. Prezident Kennedy počas svojho funkčného obdobia v úrade prezidenta naďalej využíval televíziu vo svoj prospech. Využil i svoj súkromný život na získavanie voličských sympatizantov, k čomu mu značne dopomohla aj jeho manželka Jackie Kennedy a ich obraz dokonalej americkej rodiny.

Lyndon B. Johnson, ktorý po atentáte na prezidenta Kennedyho nastúpil do úradu prezidenta využil počas volebnej kampane v roku 1964 tzv. „*the Rose Garden*“ stratégiu, v ktorej sa mu podarilo vyobrazit' svojho protikandidáta v značne negatívnom svetle. K tomu mu dopomohlo i oponentovo extrémistické vyjadrenie, v ktorom súhlasil s použitím jadrových zbraní ako konvenčného nástroja v boji.

Prejavy prezidentov počas priameho prenosu slúžili ako prostriedok získavania voličskej podpory. Lyndon B. Johnson v porovnaní s Johnom F. Kennedym však za svoje funkčné obdobie nevyužil túto možnosť v tak značnej miere ako prezident Kennedy, ba dokonca dvojnásobne menej.

Éra prezidenta Kennedyho a jeho následná vražda však znamenala významný medzník v televíznom vysielaní. Od tohto momentu sa stali Spojené štáty americké televíznou krajinou. Tri americké stanice ABC, NBS a CBC sú hlavným zdrojom informácií, keďže sa televízia stala súčasťou amerických domácností. Po 22. novembri

1963, kedy bol prezident Kennedy v Dallaskom Texase zavraždený bolo televízne vysielanie takmer nepretržite zamerané na túto udalosť. Aj napriek tomu, že samotný akt nebol odvysielaný v priamom prenose časom priniesol dostatočné množstvo fotografií, ktoré boli neskôr vyskladané do Zapruder filmu. Historicky bolo po prvýkrát odvysielané prehlásenie moderátora stanice NBS Waltera Cronkita, ktorý americkej verejnosti oznámil smrť prezidenta. Taktiež Lee Harvey Oswald sa stal v deň prezidentovho pohrebu prvou osobou, ktorej vražda bola televíznymi kamerami zachytená v priamom prenose. Štatistiky ukázali, že až 92% amerických občanov sa do dvoch hodín vďaka televíznemu prenosu dozvedeli o tragickej udalosti. Nasledujúce dni vyššie zmienené stanice vysielali nepretržite a to od 55 až do 71 hodín. Práve bezprostredný vplyv, aký televízne vysielanie má na svoje publikum znamenalo, že je dodnes prezident Kennedy označovaný ako „televízny prezident“.

Hypotéza stanovená v úvode práce, že televízia *bola využívaná, zo strany prezidentských kandidátov a následných prezidentov Johna F. Kennedyho a Lyndonna B. Johnsona, ako politický nástroj za účelom získavania podpory voličov v 60. rokoch 20 storočia v Spojených štátoch amerických* bola v mojej bakalárskej práci potvrdená ako pravdivá. Televízia sa stala nástrojom formovania americkej spoločnosti zo strany Johna F. Kennedyho a Lyndona B. Johnsona, pretože obom prezidentom sa podarilo využiť televízny prenos vo svoj prospech. Štyri prezidentské debaty medzi Richardom Nixonom a Johnom F. Kennedym mali vysokú sledovanosť. Až 71 miliónov Američanov sledovalo každú jednu debatu a viac ako 115 miliónov Američanov sledovalo alebo počúvalo z rozhlasového prenosu aspoň istú časť z nich. Vražda prezidenta Kennedyho taktiež zaznamenala veľkú sledovanosť, nevynímajúc fakt, že americké stanice NBC, CBS a ABC takmer nepretržite počas štyroch dní od vraždy prezidenta vysielali bez jedinej reklamy, čo bolo do tohto momentu nevídané.

Zároveň som vo svojej bakalárskej práci uviedla aj nezastupiteľné miesto, ktoré televízia zohrala pri sprostredkovaní informácií pre amerických občanov pri dôležitých spoločenských udalostiach v USA ako sú voľby, kampane nevynímajúc.

Televízia tak poskytla priestor, v ktorom sa tábory volebných kandidátov budú stretávať pravidelne. Poskytla zároveň priestor pre ďalší nemenej významný fenomén, ktorý sa bude rozvíjať vďaka televíznemu médiu a to je politická reklama. Táto téma však sama osebe je tak rozsiahla, že by sa mohla stať námetom pre ďalšiu prácu.

## Summary

The era of the 1960s in the United States of America was marked by the dominance of television media with regard to American society. Television became a primary source of information for American voters thanks to its ability to convey audiovisual and video content simultaneously. At that time these two factors were used by the democratic candidate John F. Kennedy, soon the President of the United States of America, to succeed in the elections in the 1960s. President Kennedy's ability to use television in his favor resulted in his election as the President. The first televised debate with the republican candidate Richard Nixon is regarded as one of the most important events during the presidential campaign. It is measured, that voters who were watching the debate on the television sympathized with the democratic candidate, while on the other hand, those listening the debate in radio only were more willing to support Richard Nixon. President Kennedy continued to use television in his favor during his term as President of the United States. He also successfully used his private life to attract voters' support thanks to his wife Jackie Kennedy and their image of a perfect American family.

Lyndon B. Johnson, who, following the assassination of President Kennedy, took presidential office, used in the following presidential election campaign in 1964 the so called "*the Rose Garden strategy*", in which he managed to portray his counter-candidate in a largely negative light. This was possible due to his opponent's extremist quotes, in which he expressed a positive stand in regard of the use of nuclear weapons as a conventional tool in combat.

The speeches of the Presidents during the live broadcast served as a means of gaining voters' support. However, Lyndon B. Johnson, compared to John F. Kennedy, did not use this opportunity as significantly as President Kennedy did, nor even twice as much, during his terms in office.

President Kennedy's era and his subsequent assassination marked significant progress in television broadcasting. From this time, the United States started to be called a "*television country*". Three American stations ABC, NBC and CBS became the main source of information, making television the center of American households. After

President Kennedy's assassination in Dallas, Texas on November 22, 1963, television broadcasting focused on this event almost without any pause. Despite the fact, that the act itself had not been broadcasted live, in the following hours and days the television shared numerous photographs of the incident, which were eventually put together in Zapruder movie.

Walter Cronkite, was the one who announced live on television President Kennedy's death. It was historically the first announcement of its kind. Statistics have shown that 92% of US citizens were informed about a tragic event within two hours thanks to television broadcasting. The following days television stations broadcasted from 55 to 71 hours without any pause. Because of the immediate impact that television has resulted that President Kennedy is until today seen as the first televised President. Furthermore, Lee Harvey Oswald became the first person ever to be murdered live on television.

The hypothesis stated in the introduction of this bachelor thesis is that television was used a political tool by the candidates and later presidents John F. Kennedy and Lyndon B. Johnson in order to gain political support in the 1960s in the United States of America was proven to be true. Television has become an important tool in order to shape American society due to the fact, that both above mentioned presidents successfully used it in their advantage. Four presidential debates between Richard Nixon and John F. Kennedy had high viewership. More than 71 million Americans watched each presidential debate and more than 115 million Americans watched or listened at least some part of debates. The assassination of president Kennedy resulted in high viewership as well. All three broadcasting stations, NBC, CBS and ABC, were broadcasting non-stop, almost without any advertisement for four days since the murder.

Thus, the television provided space in which election candidate camps would meet regularly in the future. It also provided space for another equally important phenomenon that will be developed through television and that is political advertising. However, the political advertising itself is an immense field, and it could become a subject for further work on its own.

## Zoznam použitej literatúry:

Alysa Landry, „The Unfulfilled Promises of John F. Kennedy: He Vowed a New Frontier for Natives“, *Indian Country News*, 29. Máj 2017.

<https://newsmaven.io/indiancountrytoday/archive/the-unfulfilled-promises-of-john-f-kennedy-he-vowed-a-new-frontier-for-natives-aXVrqLjFZEGGc9ABIV-qjA>.

Amanda D. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized, 2nd edition*, (NYU Press, 2014), 1-5, [https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctt9qfwq5.6.pdf?ab\\_segments=0%252Fbasic\\_SYC-5187%252Fcontrol](https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctt9qfwq5.6.pdf?ab_segments=0%252Fbasic_SYC-5187%252Fcontrol) (stiahnuté 31.7.2020).

Bill Wilkinson, „On the Saying that “Extremism in Defense of Liberty is No Vice”, *Niskanen Center*, 5. Január 2016. <https://www.niskanencenter.org/on-the-saying-that-extremism-in-defense-of-liberty-is-no-vice/>.

Bob Schieffer, „John F. Kennedy: Our first television President“ *CBS News*, 27. Máj 2017 <https://www.cbsnews.com/news/john-f-kennedy-our-first-television-president/>.

Daniel C. Hallin a Paolo Mancini, eds., *Systémy médií v postmoderním svete* (Praha: Portál, s.r.o., 2008).

Dennis M. Simon a Charles W. Ostrom, “The impact of televised speeches and foreign travel on presidential approval”, *The public opinion quarterly* 53, č. 1 (1989): 58-82, <https://www.jstor.org/stable/2749239>.

Erwin C. Hargrove, recenzia odborných prác: „*The Presidential Character*“, James David Barbe, a „*The Kennedy Promise In Search of Nixon*“, Bruce Mazlish Review, *American Journal of Political Science*, 17,č. 4 (1973): 819-835, (staženo 18.5.2020).

E.D.Dover, *Presidential Elections in the Television Age: 1960 – 1992*, (Praeger Publisher, 1994).

Gabriel Partos, *The world that came in from the cold: Perspectives from East and West on the Cold war Royal* (Institute of international affairs, 1993).

Chris Jones, „The flight from Dallas“, *Esquire*, 16. September 2013.  
<https://www.esquire.com/news-politics/a24834/flight-from-dallas-1013/>

„INTERVIEW OF SENATOR JOHN F. KENNEDY BY WALTER CRONKITE, SEPTEMBER 19, 1960“ [www.jfklibrary.org](http://www.jfklibrary.org), <https://www.jfklibrary.org/archives/other-resources/john-f-kennedy-speeches/cronkite-interview-19600919> (stiahnuté 2.1.2020).

Jan Jiráček a Köppliová Barbara, *Masová Média*, (Praha: Portál, 2015),  
[http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=248e413e-2972-41bb-8453-4e63f7c6b3b9%40pdc-v-  
sessmgr05&ppid=pp\\_13&vid=0&format=EB#AN=1639924&db=nlebk](http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=248e413e-2972-41bb-8453-4e63f7c6b3b9%40pdc-v-<br/>sessmgr05&ppid=pp_13&vid=0&format=EB#AN=1639924&db=nlebk)  
(stiahnuté 18.5.2020).

Jeff Wallenfeldt, „Assasination of John F. Kennedy“, *Britannica*, 15. November 2019.  
<https://www.britannica.com/event/assassination-of-John-F-Kennedy>.

„JFK assassination: Cronkite informs a shocked nation“, [www.youtube.com](http://www.youtube.com),  
<https://www.youtube.com/watch?v=6PXORQE5-CY> (stiahnuté 2.1.2020).

JOHN F. KENNEDY PRESIDENTIAL LIBRARY AND MUSEUM „*Campaign of 1960*„  
<https://www.jfklibrary.org/JFK/JFK-in-History/Campaign-of-1960.aspx>.

Kathleen Hall Jamieson a David S. Birdsell, *Presidential Debates: The Challenge of Creating an Informed Electorate*, (New York: Oxford University Press 1990), 99-100.,  
[http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=5&sid=ce13e9f1-4bd2-48cc-9a73-979094b49753%40pdc-v-  
sessmgr06&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLHNoaWImbGFuZz1jcyZzaXRIPWVob3N0LW  
xpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=143563&db=nlebk](http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=5&sid=ce13e9f1-4bd2-48cc-9a73-979094b49753%40pdc-v-<br/>sessmgr06&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLHNoaWImbGFuZz1jcyZzaXRIPWVob3N0LW<br/>xpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=143563&db=nlebk) (Stiahnuté 30.7.2020).

Kristen Heflin, „The future will be televised: Newspaper Industry Voices and the Rise of television News“, *American Journalism Historians Association* 27, č.2 (2010): 87-110, <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=6a22e8ea-ffc2-4c9f-860c-3ea094261dc7%40sdc-v-sessmgr02> (stiahnuté 2.1.2020).

„Lee Harvey Oswald Shot On Camera“, [www.youtube.com](http://www.youtube.com), <https://www.youtube.com/watch?v=sjXRQXIBU3g> (stiahnuté 2.1.2020).

Mark Jurkowitz, „50 years ago, America turned on the television“, Pew Research, 22. November 2013. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2013/11/22/50-years-ago-america-turned-on-the-television/>.

Mary Ann Watson, *The Expanding Vista: American television in the Kennedy years*, (Oxford University Press, 1990).

Newton N. Minow a Craig L. LaMay. *Inside the Presidential Debates : Their Improbable Past and Promising Future* (University of Chicago Press, 2008).

Nicole Hemmer, „The Dealers and the Darling: Conservative Media and the Candidacy of Barry Goldwater“ in „Barry Goldwater and the Remaking of the American Political Landscape Book“ ed. Elizabeth Tandy Shermer Published. (University of Arizona Press, 2013), 114-143, <http://www.jstor.com/stable/j.ctt1814fsp.9> (Stiahnuté 18.5.2020)

„Politics on television“, [www.pbs.org](http://www.pbs.org), American Experience, <https://www.pbs.org/wgbh/americanexperience/features/jfk-presidential-politics/> (stiahnuté 2.1.2020).

„President John F. Kennedy's Inaugural Address“, [www.youtube.com](http://www.youtube.com), <https://www.youtube.com/watch?v=PEC1C4p0k3E&t=402s> (stiahnuté 2.1.2020).



Robert Lloyd, „In death and in life, TV fixated on JFK“, Los Angeles Times, 25 Október 2013. <https://www.latimes.com/entertainment/tv/la-xpm-2013-oct-25-la-et-st-ca-jfk-tv-lloyd-essay-story.html>.

Ron Simon, „See How JFK Created a Presidency for the Television Age“, *Time*, 30. Máj 2017. <http://time.com/4795637/jfk-television/>.

Simon, Art. "The Zapruder Film", v *Dangerous Knowledge: The JFK Assassination in Art and Film*, ed. Simon Art (Temple University Press, 2013), 35-54, (stiahnuté 17.5.2020).

Tierney Sneed, „How John F. Kennedy's Assassination Changed Television Forever“, U.S. News, 14. November, 2013. <https://www.usnews.com/news/articles/2013/11/14/how-john-f-kennedy-assassination-changed-television-forever>.

Trevor Parry-Gilles, „1964- Three Ads from LBJ“ Presidential Campaign Rhetoric, 2. Apríl 2011. <https://campaignrhetoric.wordpress.com/2011/04/22/1964-three-ads-from-lbj-taylor-sachs/>.

Dennis M. Simon a Charles W. Ostrom, „The impact of televised speeches and foreign travel on presidential approval“, *The public opinion quarterly* 53, č. 1 (1989): 58-82, <https://www.jstor.org/stable/2749239>.

<b>TEZE BAKALÁŘSKÉ PRÁCE</b>	
<b>Jméno:</b>	<b>Vanesa Vámosová</b>
<b>E-mail:</b>	<b>vanesa.vamosova@gmail.com</b>
<b>Studijní obor:</b>	<b>Medzinárodné teritoriálne štúdia</b>
<b>Semestr a školní rok zahájení práce:</b>	<b>letný, 2017/2018</b>
<b>Semestr a školní rok ukončení práce:</b>	<b>letný, 2019/2020</b>
<b>Vedoucí bakalářského semináře:</b>	<b>PhDr. Oldřich Tůma, Ph.D.</b>
<b>Vedoucí práce:</b>	<b>PhDr. Petr Šafařík</b>
<b>Název práce:</b>	<b>Televízia ako politický nástroj formovania spoločnosti v 60. rokoch 20. storočia v USA</b>
<b>Charakteristika tématu práce (max. 10 řádek):</b>	<b>Táto bakalárska práca je založená na vybraných prípadoch, ktoré demonštrovali, že televízia bola použitá ako politický prostriedok za účelom formovania spoločnosti v 60. rokoch 20. storočia v Spojených štátoch amerických. Taktiež schopnosť televízie poskytnúť vizuálny a zvukový obraz v relatívne krátkom čase od uskutočnenia konkrétnych udalostí jednoznačne ovplyvnil správanie jej publika – potencionálnych voličov. Mnou vymedzené obdobie som zvolila na základe faktu, že práve 60. roky 20. storočia boli poznačené výrazným nárastom vplyvu televízie ako primárneho zdroja informácií pre americkú spoločnosť.</b>
<b>Zdůvodnění úprav a změn tématu od zadání projektu do odevzdání práce (max. 10 řádek):</b>	<b>Téma bakalárskej práce sa od zadania výrazne nezmenilo. Najväčšia zmena nastala len pri konkrétnom výbere udalostí, ktorými sa v práci zaoberám. Na týchto udalostiach demonštrujem rolu televízie, ako novovzniknutého média, ktoré bolo politicky využívané ako nástroj získavania voličských hlasov a politickej podpory pre politických kandidátov Johna F. Kennedyho a Lyndona B. Johnsona. Následne sa práca zameriava predovšetkým na udalosti sprevádzajúce prezidenta Kennedyho počas jeho éry v úrade prezidenta a následne jeho zavraždenia v Dallase, Texase roku 1963.</b>
<b>Struktura práce (hlavní kapitoly obsahu):</b>	<p><b>1.Kapitola: Prezidentské stratégie za účelom získavania podpory skrz televíziu</b></p> <p>    <b>1.1 John. F. Kennedy - prvý televízny prezident</b></p> <p>    <b>1.2 Predvolebná stratégia prezidenta Johnsona, 1964</b></p> <p>    <b>1.3 Televízne živé prenosy</b></p> <p><b>2.Kapitola: Zavraždenie prezidenta Kennedyho</b></p> <p>    <b>2.1 Reakcie televízie na vraždu prezidenta Kennedyho</b></p> <p>    <b>2.2 Reakcie na smrť prezidenta Kennedyho</b></p> <p>    <b>2.3 Prvá vražda zachytená v priamom prenose – Lee Harvey Oswald</b></p>

**Prameny a literatura (výběrová bibliografie, max. 30 hlavních titulů):**

**Alysa Landry, „The Unfulfilled Promises of John F. Kennedy: He Vowed a New Frontier for Natives“, Indian Country News, 29. Máj 2017. <https://newsmaven.io/indiancountrytoday/archive/the-unfulfilled-promises-of-john-f-kennedy-he-vowed-a-new-frontier-for-natives-aXVrqLjFZEGGc9ABIV-qjA>**

**Bill Wilkinson, „On the Saying that “Extremism in Defense of Liberty is No Vice”“, Niskanen Center, 5. Január 2016. <https://www.niskanencenter.org/on-the-saying-that-extremism-in-defense-of-liberty-is-no-vice/>**

**Bob Schieffer, „John F. Kennedy: Our first television President“ CBS News, 27. Máj 2017 <https://www.cbsnews.com/news/john-f-kennedy-our-first-television-president/>**

**Daniel C. Hallin a Paolo Mancini, eds., Systémy médií v postmoderním světě (Praha: Portál, s.r.o., 2008).**

**E.D.Dover, Presidential Elections in the Television Age: 1960 – 1992, (Praeger Publisher, 1994).**

**„How JFK's Clever TV Strategies Helped Him Win the Election“, [www.youtube.com](http://www.youtube.com), <https://www.youtube.com/watch?v=GMWQnoDA0o8> (stiahnuté 2.1.2020).**

**Chris Jones, „ The flight from Dallas“, Esquire, 16. September 2013. <https://www.esquire.com/news-politics/a24834/flight-from-dallas-1013/>**

**„INTERVIEW OF SENATOR JOHN F. KENNEDY BY WALTER CRONKITE, SEPTEMBER 19, 1960“ [www.jfklibrary.org](http://www.jfklibrary.org), <https://www.jfklibrary.org/archives/other-resources/john-f-kennedy-speeches/cronkite-interview-19600919> (stiahnuté 2.1.2020).**

**Jeff Wallenfeldt, „Assasination of John F. Kennedy“, Britannica, 15. November 2019. <https://www.britannica.com/event/assassination-of-John-F-Kennedy>**

**„JFK assassination: Cronkite informs a shocked nation“, [www.youtube.com](http://www.youtube.com), <https://www.youtube.com/watch?v=6PXORQE5-CY> (stiahnuté 2.1.2020).**

**JOHN F. KENNEDY PRESIDENTIAL LIBRARY AND MUSEUM „Campaign of 1960,, <https://www.jfklibrary.org/JFK/JFK-in-History/Campaign-of-1960.aspx>**

**Jon Herzkovitz, „How the JFK assassination transformed media coverage „, Reuters, 21. November 2013. <https://www.reuters.com/article/us-usa-jfk-media-idUSBRE9AK11N20131121>**

**Kristen Heflin, „The future will be televised: Newspaper Industry Voices and the Rise of television News“, American Journalism Historians Association 27, č.2 (2010): 87-110, <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=6a22e8ea-ffc2-4c9f-860c-3ea094261dc7%40sdc-v-sessmgr02> (stiahnuté 2.1.2020).**

**„Lee Harvey Oswald Shot On Camera“, [www.youtube.com](http://www.youtube.com), <https://www.youtube.com/watch?v=sjXRQXIBU3g> (stiahnuté 2.1.2020).**

Mark Jurkowitz, „50 years ago, America turned on the television“, Pew Research, 22. November 2013. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2013/11/22/50-years-ago-america-turned-on-the-television/>

Mary Ann Watson, *The Expanding Vista: American television in the Kennedy years*, (Oxford University Press, 1990).

„Politics on television“, [www.pbs.org](http://www.pbs.org), American Experience, <https://www.pbs.org/wgbh/americalexperience/features/jfk-presidential-politics/> (stiahnute 2.1.2020).

Robert A. Caro, „The transition“, *New Yorker*, 26. Marec 2016. <https://www.newyorker.com/magazine/2012/04/02/the-transition>

Robert Llyod, „In death and in life, TV fixated on JFK“, *Los Angeles Times*, 25 Október 2013. <https://www.latimes.com/entertainment/tv/la-xpm-2013-oct-25-la-et-st-ca-jfk-tv-lloyd-essay-story.html>

Ron Simon, „See How JFK Created a Presidency for the Television Age“, *Time*, 30. Máj 2017. <http://time.com/4795637/jfk-television/>

Tierney Sneed, „How John F. Kennedy's Assassination Changed Television Forever“, *U.S. News*, 14. November, 2013. <https://www.usnews.com/news/articles/2013/11/14/how-john-f-kennedy-assassination-changed-television-forever>

Trevor Parry-Gilles, „1964- Three Ads from LBJ“ *Presidential Campaign Rhetoric*, 2. April 2011. <https://campaignrhetoric.wordpress.com/2011/04/22/1964-three-ads-from-lbj-taylor-sachs/>

**Podpis studenta a datum**

**Vanesa Vámosová, 31.07.2020**

Schváleno	Datum	Podpis
Vedoucí práce		
Vedoucí bakalářského semináře		
Garant oboru		

