

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Bakalářská práce

2022

Lucie Hegerová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Prezentace výsledků amerických prezidentských voleb
z roku 2020 v médiích**

Bakalářská práce

Autor práce: Lucie Hegerová

Studijní program: Komunikační studia

Vedoucí práce: Mgr. Marcela Konrádová, Ph.D.

Rok obhajoby: 2022

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 2. 5. 2022

Lucie Hegerová

Bibliografický záznam

HEGEROVÁ, Lucie. *Prezentace výsledků amerických prezidentských voleb z roku 2020 v médiích*. Praha, 2022. 95 s. Bakalářská práce práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Marcela Konrádová, Ph.D.

Rozsah práce: 84 013 znaků

Abstrakt

Tato bakalářská práce pojednává o tom, jak čtyři vybraná americká média – The New York Times, Washington Post, CNN a FOX News informovala o výsledcích amerických prezidentských voleb z roku 2020. Tyto volby byly svými okolnostmi (pandemie Covidu-19) průběhem i následným konflikty ohledně jejich výsledků v mnohém specifické. Tento text se zaměřuje zejména na témata, o kterých jednotlivá média ve spojitosti s volbami informovala a také možný vztah mezi jejich politickou inklinací a způsobem, jakým informovala o jednotlivých kandidátech. Za tímto účelem byla využita kombinace kvantitativní a kvalitativní obsahové analýzy, která umožnila nashromáždění dostatečného množství dat pro komparaci a zároveň zachycení latentních významů a zásadního kontextu. Autorka vycházela z několika základních mediálních teorií, zejména potom normativní teorie médií a teorií věnujících se účinkům médií, konkrétně těm souvisejícím se zpravodajstvím a publicistikou. V práci je také popsán americký mediální trh a proces volby prezidenta USA a jeho funkcí, jež jsou kontextem důležitým pro pochopení role médií při informování o výsledcích voleb a politické situaci v zemi. Výsledkem práce je shrnutí základních událostí týkajících se boje o výsledky voleb a jejich zobrazení a také porovnání rozdílných interpretací ve zkoumaných médiích.

Abstract

This bachelor's thesis deals with how four selected American media – The New York Times, Washington Post, CNN and FOX News reported on the results of the US presidential election in 2020. These elections were by their circumstances (Covid-19 pandemic), the process and subsequent conflicts regarding their results specific in many ways. This text focuses mainly on the topics that the media reported on in connection with the elections, as well as the possible relationship between their political inclination and the way in which they

reported on individual candidates. For this purpose, a combination of quantitative and qualitative content analysis was used, which allowed the collection of sufficient data for comparison and at the same time capture latent meanings and fundamental context. The author relied on several basic media theories, especially the normative media theory and theories dealing with the effects of the media, specifically those related to news. The thesis also describes the American media market and the process of electing the US President and his functions, which are a context important for understanding the role of the media in informing about the election results and the political situation in the country. The result of the work is a summary of the events concerning the fight for the election results and their image in media, as well as a comparison of different interpretations in examined media.

Klíčová slova

USA, volby, výsledky, obsahová analýza, média, Donald Trump, Joe Biden

Keywords

USA, elections, results, content analysis, media, Donald Trump, Joe Biden

Title/název práce

Prezentace výsledků amerických prezidentských voleb z roku 2020 v médiích

Presentation of the results of the US presidential election of 2020 in the media

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí své práce Mgr. Marcele Konrádové, Ph.D. za pečlivé komentáře, cenné rady a konzultace, které mi v průběhu psaní práce poskytovala a které pro mě byly velkou pomocí i inspirací. Dále děkuji své rodině – Tamaře, Honzovi a Benovi za veškerou podporu.

Obsah

1	Úvod	11
2	Teoretická část	13
2.1	<i>Masová média</i>	13
2.2	<i>Účinky médií</i>	14
2.2.1	Získávání informací ze zpravodajství	16
2.2.2	Agenda-setting.....	17
2.2.3	Rámování	18
2.2.4	Veřejné mínění, postoje a nálady.....	19
2.3	<i>Normativní teorie médií</i>	20
2.3.1	Čtyři teorie tisku	20
2.3.2	Veřejný zájem	21
3	Deskriptivní část	24
3.1	<i>Masová média v USA</i>	24
3.1.1	Americký mediální systém	24
3.1.2	Charakteristika vybraných médií	25
3.2	<i>Prezident v USA</i>	30
3.2.1	Funkce.....	30
3.2.2	Volby.....	30
3.3	<i>Průběh voleb v roce 2020</i>	32
3.3.1	Okolnosti voleb.....	32
3.3.2	Průběh voleb a jejich výsledky.....	34
4	Metodologie výzkumu	37
4.1	<i>Cíl výzkumu</i>	37
4.2	<i>Výzkumné otázky</i>	37

4.3	<i>Výzkumné metody</i>	41
4.3.1	Kvantitativní obsahová analýza	41
4.3.2	Kvalitativní obsahová analýza.....	43
4.4	<i>Výzkumný vzorek</i>	46
4.5	<i>Kódovací kniha</i>	47
5	Výzkumná část	48
5.1	<i>Prezentace výsledků amerických voleb v médiích</i>	48
5.1.1	První období.....	48
5.1.2	Druhé období.....	52
5.1.3	Třetí období	55
5.1.4	Souhrn zjištění	57
5.2	<i>Obraz kandidátů v jednotlivých médiích</i>	58
5.2.1	The New York Times	60
5.2.2	Washington Post.....	61
5.2.3	CNN	61
5.2.4	FOX News.....	62
5.2.5	Shrnutí analýzy	63
5.3	<i>Diskuse závěrů</i>	65
5.3.1	Limity výzkumu	66
5.3.2	Další možností výzkumu	67
6	Závěr	68
7	Přílohy	71
8	Použité zdroje	76
8.1	<i>Literatura</i>	76
8.2	<i>Elektronické zdroje</i>	80

8.3	<i>Primární analyzované zdroje</i>	87
9	Teze bakalářské diplomové práce	93

1 Úvod

Už Lazarsfeld a jeho spolupracovníci si byli při svém výzkumu ve 40. letech vědomi faktu, že samotné výsledky voleb nejsou příliš bohaté na empirický materiál vypovídající o názorech voličů a že pro pochopení fungování voleb je nutné zkoumat i další aspekty vstupující do tohoto procesu (1968). V druhé polovině 20. století se postupně začala pozornost stále více zaměřovat na média a jejich roli v procesu voleb. V roce 1971 prohlásil americký expert a tvůrce volebních strategií Roger Ailes, že se jsme svědky začátku „zcela nového způsobu, jakým budeme od teď volit“ (American politics quarterly, 1971). Podotýká také, že budoucí kandidáti budou muset být nejen silnými osobnostmi, ale zároveň také účinkujícími v představení, kterým se živě přenášené a komentované volby díky rozvoji médií stanou. Nástup nových médií a zejména sociálních sítí (tzv. Web 2.0) přináší do fenoménu medializace voleb, stejně jako do množství jiných společenských oblastí, zcela nový prvek. Výzkumníci se začínají zaměřovat na působení kandidátů a politiků na platformách jako je Facebook nebo Instagram, který se stává novým nástrojem jejich komunikace s publiky, avšak pro většinu voličů zůstávají primárním zdrojem informací o politice a veřejném dění stále tradiční masová média (Statista, 2020), která budou předmětem zkoumání v této práci.

Text se věnuje prezentaci výsledků amerických prezidentských voleb v roce 2020, které byly svým průběhem i následným vývojem ojedinělé. Interpretace a způsob, jakým vybraná média o této události informovala, byly pro případné reakce a přijetí nebo nepřijetí výsledku veřejností zcela zásadní. Hlavním cílem práce je zanalyzovat jednotlivé příspěvky, která tradiční média publikovala o výsledcích voleb a porovnat vybraná média napříč tak, aby bylo možné popsat jejich podobnosti a odlišnosti a případný dopad na interpretaci volebních výsledků. Za tímto účelem byla vybrána čtyři nejsledovanější zpravodajská média v USA – The New York Times, Washington Post, CNN a FOX News. K naplnění daného cíle byla využita

kombinace metody kvalitativní a kvantitativní obsahové analýzy, která zajistí nashromáždění dostatečného množství dat k analýze a komparaci mezi médii, avšak umožní také zachycení některých latentních významů a jejich kontextualizaci. Součástí práce je také část věnující se odlišnému přístupu médií k jednotlivým kandidátům na základě jejich politické inklinace, která je zachycena pomocí sběru dat o pozitivních a negativních zmínkách v jejich příspěvcích.

V první části práce bude nastíněna současná teorie věnující se roli médií v politice a jejich možným účinkům na společnost včetně vysvětlení některých základních pojmů a přístupů. V následující části budou popsány americké mediální a politické reálie, ve kterých se volby v roce 2020 udály, jejich kontext, průběh a výsledky. Čtvrtá kapitola se věnuje metodologii práce a popsání výzkumných cílů, otázek a konkrétních metod využitých k jejich zodpovězení. V poslední části práce jsou popsána a interpretována získaná data a vyhodnoceny výzkumné otázky.

Závěrem práce je zjištění, že prezentace a interpretace volebních výsledků napříč zkoumanými médii byla velice odlišná, lišily se také jejich postupy a způsob, jakým o událostech spojenými s volbami informovala, se ukázal jako úzce propojen s jejich politickou inklinací. Výzkum se z důvodu rozsahu práce nevěnuje období před volbami a je limitován pouze na čas mezi volebním dnem a oficiálním nástupem nového prezidenta, kdy bylo informování o výsledcích logicky nejsilnější.

Autorka se v práci odchyluje od teze zejména strukturou práce, některé podkapitoly byly doplněny či přejmenovány pro větší přehlednost. V práci také nebyly využity dvě knihy¹ z předpokládané literatury, které se pro téma ukázaly jako nadbytečné.

¹ Média dnes: reflexe mediality, médií a mediálních obsahů a Sémiotika v teorii a praxi.

2 Teoretická část

2.1 Masová média

Jak již bylo nastíněno v úvodu, výzkum bude zaměřen na roli tradičních masových médií, tedy tisku a televize ve volbách. Ta mají oproti jiným druhům médií svá specifika, jež ovlivňují způsob, jakým informují a která budou představena v následující kapitole.

Pojem masové médium se ve veřejném prostoru objevuje zcela běžně a skrývá se za ním obvykle periodický tisk, rozhlasové a televizní vysílání a v dnešní době také veřejně dostupná sdělení na internetu. Tato média mají několik základních společných rysů. Tím prvním je všeobecná dostupnost média, dále stravitelnost obsahu, kontinuálnost dodávky obsahů, a nakonec závislost existence tohoto typu médií na zájmu a potřebách samotných uživatelů (Jirák a Köppelová, 2015, s. 18–19).

Prvopočátek vzniku masových médií lze dosledovat až do druhé poloviny 15. století a je spojen s užíváním knihtisku a osobou Johanese Gutenberga. Postupně se tato technika začala rozšiřovat a přispěla k usnadnění přenosu i zachování informací. Do britských kolonií v Severní Americe se tento trend dostával postupně, první americké noviny datujeme do roku 1690, kdy začal v Bostonu tiskař Benjamin Harris vydávat list *Public Occurrences, Both Foreign and Domestic* (Bednařík et al., 2011, s. 38–41). V průběhu následujících let se tisk bleskově rozvíjí, v 18. století je součástí velkých politických změn a již v této době začínáme mluvit o jeho možných účincích a síle. Během občanské války v Americe se noviny postupně stávají nástrojem politického boje (Blanchard, 2013, s.15). Jaká důležitost jim byla přikládána můžeme vidět i v Ústavě a Listině práv Spojených států, kde se v prvním dodatku explicitně zdůrazňuje právo občanů na tisk bez cenzury (Bill of rights, 1791). Z tisku se tak postupně stává nejen výdobytek nových technologií, ale součást společenského života s důležitou úlohou v

politickém boji. Také počátky komercializace tisku můžeme nalézt v USA. V roce 1833 začíná Benjamin Day vydávat list The New York Sun a volí zcela jinou strategii, než byla do té doby běžná. Svoje noviny prodává velice levně, díky tomu již po 2 letech existence dosahuje náklad 20 tisíc výtisků, což je zhruba dvakrát více než ostatní noviny ve Spojených státech. Své příjmy staví na reklamě, která je díky velkému dosahu žádaná (Blanchard, 2013, s.16).

Na konci 19. století se začínají objevovat i nová média. V roce 1920 je poprvé ve Spojených státech spuštěna stanice KDKA, která vysílá nejen hudbu, ale například i výsledky prezidentských voleb. Už o rok později je na území USA 32 stanic (Hilmes a Loviglio, 2002, s.115).² Po druhé světové válce zažívá boom také televize. V roce 1954 je zahájen prodej barevných televizorů v USA a během několika málo let se jejich počet v domácnostech přehoupnul z několika tisíců na desítky milionů (Bednařík et al., 2011, s. 246). Dnes je ve Spojených státech asi 121 milionů televizorů, což vychází na cca 1 televizi na 3 obyvatele (Statista, 2022) a průměrná doba strávená denně u sledování televize je 229 minut (Statista, 2022). Nejnovějším zástupcem masových médií je internet, který se stává zejména pro mladší generace primárním zdrojem informací, a i když je jeho vymezení mnohem složitější, než u klasických vysílacích médií jako je rozhlas a televize, jeho role coby masového média je v dnešní době neopomenutelná (Ohiagu, 2011, s. 1–3).

2.2 Účinky médií

Tato práce se věnuje masovým médiím v USA, konkrétně tedy periodickému tisku a televiznímu vysílání a jejich specifické roli v období prezidentských voleb. Výzkum je založen

² V podobné době dochází rovněž k rozvoji filmu, k jehož průkopníkům patří zejména bratři Lumiérové. V roce 1912 vzniká slavný Hollywood, který je do dnešní doby nejznámějším filmovým studiem a film se postupně stává dalším masovým médiem s potenciálem ovlivňovat společenské dění (Williams, 2005, s. 52).

na předpokladu, že masová média mají významný účinek na společnost a jejich podíl na vnímání politické reality je nezanedbatelný. Konkrétním účinkům a jejich regulaci budou věnovány následující kapitoly.

Odborníci i laici rádi spekulují o účincích médií. Jejich vnímání se v průběhu času výrazně proměňovalo. Příklad nových technologií a nových médií přinesl vždy i vlnu strachu a nejistoty, co tyto vymoženosti způsobí společnosti. Dnes již ikonické články publikované v době rozšíření barevného televizního vysílání varující před škodlivostí televize a upozorňující na nebezpečí, že lidé už od ní nebudou schopni vstát, se nám dnes mohou zdát úsměvné (Keith et al. 1986). Je ale jakousi lidskou přirozeností mít strach z neznámého a podobné debaty zažíváme i dnes ve spojitosti s internetem a sociálními sítěmi. Předvídat dlouhodobé dopady je v podstatě nemožné a musíme obvykle nejprve počkat, než se začnou alespoň částečně projevat a teprve potom s nimi můžeme začít jako společnost pracovat (Gunn et al., 2013).

Nejde ale pouze o negativní účinky. Ještě v druhé polovině 20. století část lidí i akademiků věřila, že jedním z účinků televize může být smazání sociálních rozdílů na úrovni států, ale také světa. Tyto predikce se sice zcela nenaplnily, zato množství jiných ano a v průběhu rozvoje masových médií jsme mohli pozorovat jejich úlohu a účinky v různých oblastech lidského života (Higgins, 1999).

Působení médií lze dělit do různých kategorií a typologií, jednou z nich je rozčlenění na účinky, které mají média na jednotlivce či na menší skupiny a na účinky, které mají na velké skupiny lidí, či celé společnosti. Sledovat účinky médií na jednotlivce je obvykle snadnější a ověřit kauzální vztah u krátkodobých účinků médií pomocí experimentu může být relativně efektivní. Při snaze o nalezení účinků na celé společnosti je provedení experimentu nemožné a musíme se tak obvykle spolehnout na jiné, složitější metody dokazování (Potter, 2012, s. 85, 237).

Jednou z oblastí, ve kterých se účinky projevují na celospolečenské úrovni je podle McQuaila (2009, s. 518) zpravodajství, veřejné mínění a politická komunikace. V této práci se budeme věnovat zejména účinkům v oblasti informování ve zpravodajství, rámování, agenda-settingu a vlivu na veřejné mínění, postoje a nálady.

2.2.1 Získávání informací ze zpravodajství

První z účinků, kterým je záhodno se věnovat, je získávání znalostí ze zpravodajství. Už Walter Lippman (1922, s.5) popisoval fakt, že lidé nejednají na základě toho, co se stalo, ale podle toho, co si myslí, že se stalo. A tento trend se ještě znásobuje ve světě přesyceném informacemi, v době informačních a hybridních válek (Tumber, Webster, 2006, s.4).

Média mají tedy vliv na způsob vnímání událostí. Z výzkumů zároveň vyplývá, že existuje několik základních kategorií, kterými se publikum při přijímání informací ze zpravodajství řídí.

Publikum vnímá, zda se jich prezentované události přímo dotýkají a hodnotí, jestli se zprávy týkají jich osobně anebo například lidí u moci. Přirozeně vnímáme jako důležitější otázky, které se mohou přímo dotknout našich životů (Jensen, 1998, s. 427–455). Pocit, že se nás ale nějaká událost či téma týká nemusí vždy odpovídat realitě. Toho jsou si vědomi například i populističtí politici, kteří této tendence využívají v procesu sekuritizace, kdy z určitého tématu udělají otázku bezpečnosti, která může vést ke změně chování voličů a růstu politických bodů (Stuhlík, Krčál, 2019, s. 1).

Dalším hlediskem je čas, ve kterém si všímáme, zda se nás událost dotýká v současnosti, minulosti či budoucnosti. Lidé mají tendenci jako nejzásadnější vnímat otázky týkající se současného dění či blízké budoucnosti. Témata spojená s minulostí či dalekou

budoucností nejsou vnímána jako natolik důležitá a je jim obecně přikládána menší pozornost (Jensen, 1998, s. 427–455).

Posledním faktorem je identita; publika se totiž při sledování dění mohou s událostmi, místy či lidmi identifikovat nebo se od nich distancovat (Jensen, 1998, s. 427-455). S tímto pracují média například při uvádění příkladů či konkrétních lidských příběhů, které jsou pro publikum mnohem lépe představitelné a snadněji se s událostmi identifikují. Všechny tyto aspekty zásadně ovlivňují způsob, jakým přijímáme informace ze zpravodajství a jak s nimi dále pracujeme.

2.2.2 Agenda-setting

S problematikou informování o politických událostech, které tvoří většinu obsahu zpravodajství úzce souvisí otázka nastolování témat. Tento termín nejvíce rozšířili McCombs a Shaw (1972), když se snažili popsat fakt, že média ovlivňují spíše o čem přemýšlíme, než způsob, jakým tak činíme. Témata, o kterých se nemluví a o kterých veřejnost neví, pro ni podle nich neexistují. Přisuzování důležitosti jednotlivým otázkám vychází z kombinace postojů a názorů politiků, médií a veřejnosti, přičemž každá skupina se dále dělí na menší fragmenty s rozdílnými zájmy, a tedy i rozdílnými otázkami a tématy, které považuje za důležité a hodné celospolečenské pozornosti.

I když už se jedná o známý, a nejen v mediálních studiích využívaný, koncept, jednotná definice a ustálené paradigma neexistují. Většinou jsou prvky této teorie aplikovány v širších výzkumech a její výsledky jsou obvykle značně deskriptivní (Majone, 2006).

V případě masové komunikace v období voleb je otázka nastolování témat zcela klíčová, jelikož „o politických cílech vstupujících do voleb a o politicích, kteří tyto cíle chtějí uskutečňovat, se voliči dozívají především z masových médií,“ (Schulz et al. 2004, s. 27).

V počátcích výzkumu nastolování agendy byly zkoumány dvě oblasti komunikačního řetězce: mediální obsahy a mediální příjemci. V současných výzkumech už je pozornost většinou zaměřena pouze na samotné obsahy a účinek agenda-settingu, tedy ovlivňování veřejné diskuse nastolováním konkrétních témat, je dopředu předpokládán (Trampota, Vojtěchovská, 2010, s. 242).

2.2.3 Rámování

Koncept mediálního rámování (framing) se poprvé objevuje na přelomu 80. a 90. let minulého století. Částečně navazuje a rozšiřuje teorie agenda-settingu, když se kromě korelace mezi obsahy a názory publika začíná věnovat i dalším aspektům (Trampota, Vojtěchovská, 2010, s. 243). Nahrazuje dosavadní paradigma o objektivitě médií, když tvrdí, že publikum se při přebírání informací neřídí pouze individuálními aspekty, ale velkou roli hraje způsob, jakým média informaci předávají a do jakého žurnalistického rámce ji zasazují. Konkrétní rámec závisí například na tom, jaké využívá médium či novinář zdroje, konkrétní titulky, vizuální či audiovizuální doprovod a mnoho dalších (Tannen, 1993, s. 14–40).

Jedná se o kompletní balíček informací, který doprovází fakta a zásadním způsobem ovlivňuje, jakou formou budou dané události vnímány. Zdá se to jako logické, každopádně do té doby se do určité míry předpokládalo, že je možné předávat informace jako fakta, koncept rámování nám ale ukazuje, že i když se snažíme o naprostou objektivitu, ze samotné podstaty médií a zejména těch masových se lze jen těžko vyhnout zařazení informací do rámce, ve kterém je média prezentují (Reese et al., 2003, s. 9–103).

Tankard ve své práci tvrdí, že „studium mediálních rámců a rámování nám může pomoci odhalit a prozkoumat zásadní bod procesu názorové změny“ (2001). Porozumění způsobu rámování prezidentských voleb nebo témat s nimi spojených může být dalším prvkem

pochopení fungování masových médií v USA, jejich role v demokratickém procesu a celkových nálad v jedněch z nejsledovanějších voleb v historii (Deadline, 2020).

2.2.4 Veřejné mínění, postoje a nálady

V sociologii mínění definujeme jako „reflektované vyjádření člověka k určitým jevům, zahrnující širokou paletu pocitů, domněnek atd., které mají do určité míry hodnotící charakter“ (Červenka a Kunštát, 2006, s. 9). V současné době je tento pojem obvykle využíván pro souhrnné označení názorů, postojů a hodnocení veřejnosti vztahující se ke konkrétním tématům (Reifová, 2004, s. 144–145).

V každém politickém režimu je názor veřejnosti zásadní. Už ve starověku si byli vládci vědomi důležitosti nálady občanů. Jestliže byli lidé nespokojení, pro elity bylo vždy mnohem náročnější stát spravovat. Citát „chléb a hry“, který připomíná důležitost naplnění primárních potřeb, vyplnění času a také zábavu, tuto myšlenku dokonale vystihuje (Ftorek, 2012, s. 35).

Média mohou fungovat oběma směry. Na jednu stranu mohou být těmi, kdo prezentují veřejné mínění, například ve spolupráci s výzkumnými agenturami, které pomocí dotazování zpracovávají studie o názorech a postojích veřejnosti. Na druhou stranu mohou být těmi, kdo názory svého publika do jisté míry formují například tím, jak rámuje témata, nebo jakým způsobem interpretují jednotlivé události. Z této skutečnosti vyplývá důležitost role médií v komunikaci mezi politiky a občany. Jsou to média, která předávají názor veřejnosti elitám a které jej mohou využít k tvorbě své strategie, a jsou to média, která mohou do jisté míry ovlivňovat, jaká témata budou součástí veřejné diskuse.

2.3 Normativní teorie médií

Tato práce se věnuje zejména vztahu mezi politikou, celkovým společenským naladěním a médii. Při přemýšlení nad tímto tématem obvykle čekáme od médií určitou společenskou odpovědnost a předpokládáme chování plynoucí z normativních závazků, které s médii neformálně vytváříme. Tyto charakteristiky se ale v průběhu času a také v kontextu země a systému, které zkoumáme, mohou výrazně lišit (Street, 2011).

2.3.1 Čtyři teorie tisku

V období po druhé světové válce byla zveřejněna kniha Čtyři teorie tisku (Siebert et al., 1956), která se snažila vytvořit typologii systémů na základě vztahu mezi společností a médii, konkrétně tedy tiskem.

- **Autoritářská teorie** existuje ve společnostech, kde jsou média podřízena represivním režimům. Neexistuje zde svoboda projevu, naopak je však velice častá cenzura. Média slouží zejména jako prostředek režimu pro šíření jeho myšlenek a propagandy. Typickým příkladem mohou být média v Německu během 2. světové války.
- **Sovětská teorie** tvrdí, že médium má sloužit zejména lidu a proletariátu. Mělo by se ucházet o minimalizování, v ideálním případě naprosté smazání, společenských rozdílů. K tomu může napomáhat například edukace nebo socializace občanů.
- **Liberální teorie**, v jejímž středu stojí svoboda jako nejdůležitější hodnota, je obrazem tehdejšího amerického mediálního systému. V oblasti médií popisuje jako základní svobodu projevu a také svobodu vlastnictví médií, která jsou v předchozích dvou teoriích omezená. Otázkou zde samozřejmě zůstává hranice svobody v případě, kdy svoboda jednoho člověka omezuje jiného.

- Poslední je **teorie společenské odpovědnosti**, která popisuje média na jednu stranu jako ekonomické subjekty usilující o vlastní zisk, na druhou stranu ale zdůrazňuje jejich společenskou úlohu a přisuzuje jim určitou odpovědnost, tedy ohraničuje jejich svobodu do té míry, do níž je to prospěšné společnosti jako celku.

Na tento text postupně navazovali další autoři. K nejvýznamnějšímu přepracování poté došlo Hallinem a Mancinim (2004), když navrhli tři modely ideálních typů založených na komparativní analýze různých mediálních systémů. První je liberální model, ve kterém hraje hlavní roli trh a ekonomické zájmy, druhý je demokratický model, kde vedle sebe koexistují komerční ale také politická média. Poslední je polarizovaný pluralistický model, ve kterém jsou média součástí politiky.

Americký mediální systém je charakteristický svým tržně-ekonomickým zaměřením a velkým důrazem na svobodu vlastnictví a slova. Tyto aspekty definují způsob fungování mediálních organizací a také publikovaný obsah (Curran, 2011). V teorii Sieberta (1956) odpovídá americkému systému liberální teorie, která v podstatě přesně kopíruje jeho základní charakteristiky. U Hallina a Manciniho (2004) je shodně liberální model, který je založený na americkém a částečně britském příkladu. Bližší charakteristika amerického mediálního systému a jeho praktického fungování bude provedena v další kapitole.

2.3.2 Veřejný zájem

Již od samotného počátku rozvoje masových médií si byli lidé vědomi jejich velké síly a návaznosti na politiku a společenské dění. Jako společnost máme od médií určitá normativní očekávání, která ale většinou nejsou nijak zavázána plnit. Vychází to z hledání rovnováhy mezi odpovědností a svobodou projevu. Přesto ale můžeme ve fungování médií od historie po

současnost pozorovat množství nepsaných závazků, kterými se média obecně řídí bez nutnosti jejich přímého vymáhání zákonem. Zdrojem těchto závazků mohou být například mediální trh, veřejnost nebo profesní teorie a praxe (McQuail, 2009, s. 176).

Jedním z hlavních aspektů, v jehož jménu uplatňujeme normativní teorii médií, je veřejný zájem. Mediální instituce i jednotlivci by měli jednat ve veřejném zájmu, který můžeme definovat jako stav, ve kterém se jedná ve prospěch společnosti jako celku a kolektivního dobra (Brants, 1998, s. 51-54). Z toho logicky vyplývá několik otázek:

- Existuje nějaký společný zájem pro všechny členy společnosti?
- Jak jej určíme?
- A pokud neexistuje, vystačíme si s veřejným zájmem jako se zájmem většiny?

Odpovědi na tyto otázky se v různých teoriích liší a přesně definovat, co je veřejný zájem, je v podstatě nemožné. Dostaneme-li se ke složitějším tématům, obzvláště těm souvisejícím s politikou, narazíme na nesoulad. Existují ale oblasti, kde se v průběhu času ustálila charakteristika veřejného zájmu a jak se vzdalujeme od teorie a přibližujeme se k praktickému životu, nalezneme několik bodů, které jsou obecně přijímané jako hlavní kritéria a požadavky veřejného zájmu vůči médiím v euroamerickém kontextu. Podle McQuaila (2009, s. 178) jsou to:

- Svoboda vyjádření
- Pluralita vlastnictví médií
- Rozmanitost informací, názorů a kultury
- Podpora veřejného pořádku a bezpečnosti státu
- Široký (téměř celoplošný) dosah
- Kvalita informací a kultury dostupné pro veřejnost
- Přiměřená podpora demokratického politického systému

- Respekt vůči individuálním a obecným lidským právům
- Neublížení společnosti ani jednotlivcům, neurážení

Když tedy mluvíme o chování médií, institucí i jednotlivců v rámci normativní teorie, je zřejmé, že určitému druhu regulace se nelze vyhnout. Vědomi si síly a možných účinků médií se jako společnost shodujeme na nutnosti částečného omezení svobody médií, jestliže to může pomoci dosažení veřejného zájmu, zejména ve výše zmíněných bodech.

3 Deskriptivní část

3.1 Masová média v USA

Demokratický proces a zejména zastupitelská demokracie předpokládá, že jednotliví občané mají schopnost volit vhodné úředníky zastupující v politice jejich zájmy. V praxi vyžaduje tato rozhodovací schopnost řadu institucionálních opatření, včetně svobodných a pravidelných voleb, přítomnosti silných politických stran a, což je pro tuto práci obzvláště důležité, mediálního systému, který poskytuje dostatečný přísun relevantních informací schopných upoutat pohledy poměrně nepozorných občanů (Curran, 2011).

3.1.1 Americký mediální systém

Po vítězství Donalda Trumpa v roce 2016 se ve Spojených státech začalo mluvit o krizi tradičních masových médií a selhání tamního mediálního systému. Donald Trump dostal velice nadprůměrné množství mediálního prostoru a z výzkumů vyplývá, že to byla zejména média, která jeho kandidaturu legitimizovala a velkým dílem přispěla k jeho vítězství (Patterson, 2016). Velká pozornost věnována Trumpovi nebyla chybou jednotlivých novinářů či redakcí, vychází ze samotné podstaty amerického mediálního systému (Graber, 2010, s. 4).

V USA jsou veškerá média soukromá – jak tisk, tak televize a rozhlas. V evropském kontextu jsme většinou zvyklí na soukromý tisk, ale část televizního i rozhlasového vysílání byla vždy propojena se státem. Z počátku to bylo zejména z technických důvodů, zavedená tradice se ale nezměnila ani po technologickém pokroku a rozšíření soukromých médií. Oproti tomu Američané jsou velice citliví na otázku vlastnictví médií a jakákoliv linka ke státu je vnímána jako možné ohrožení jejich svobody.

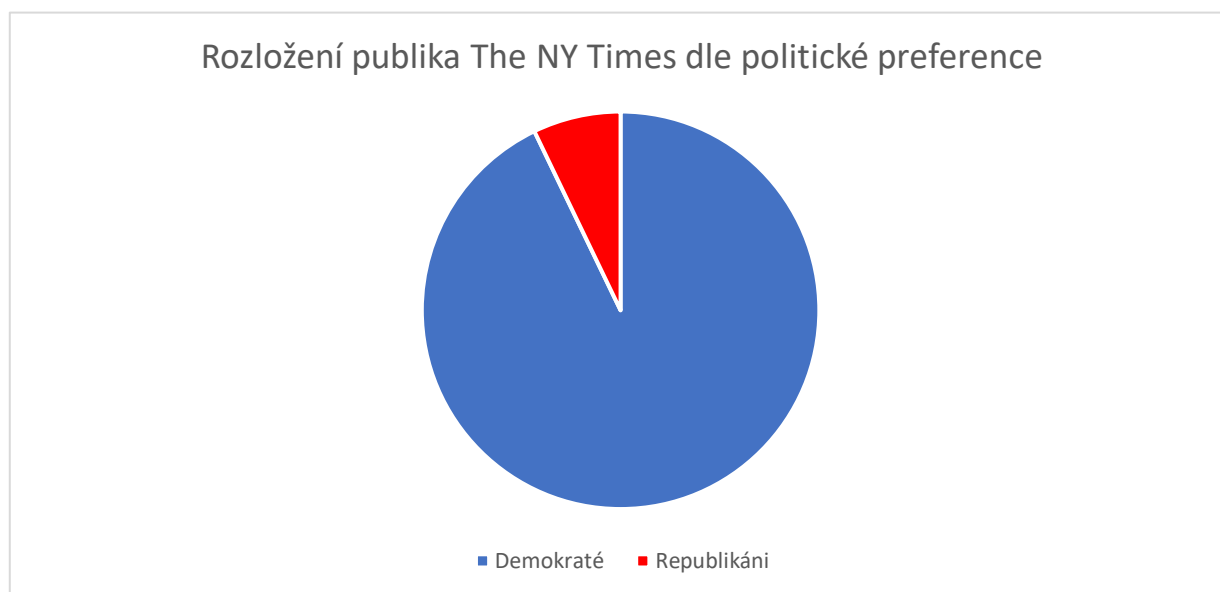
Se svobodou plynoucí z naprosté nezávislosti ale přichází otázka získávání peněz. Média v USA jsou ve většině případů naprosto závislá na příjmech z reklam, výjimku tvoří některý tisk, který staví své příjmy na předplatných. Sledovanost znamená zisk, a proto se může stát, že média nebudou události hodnotit podle politické důležitosti, dopadů nebo jiných hodnot, ale jednoduše podle toho, zda dokážou přitáhnout pozornost publika (Janda, 1998, s. 119).

Tak jako si Spojené státy zakládají na soukromém vlastnictví médií, jejich požadavek na nestrannost, který se často zmiňuje v českém kontextu, je odlišný. Média se často relativně otevřeně hlásí ke své politické inklinaci. Je to samozřejmě zapříčiněno i politickým systémem, který není klasicky stranický, jako ho známe v Evropě, ale stojí proti sobě dvě velké strany pokrývající veškeré spektrum politických i společenských otázek. Jestliže jste demokrat, váš názor a pohled na věci bude do určité míry odlišný, než když jste republikán. A podle toho si budete vybírat média, která budete konzumovat. Přirozeně si totiž volíme média, která rámuji informace dle našeho přesvědčení a potvrzují tak naše názory. V sociální psychologii tento fenomén nazýváme konfirmační zkreslení (Pohl, 2004, s. 79–97). Ze střeoevropského pohledu se může zdát otevřená či neskrývaná podpora určitého kandidáta či politické strany pro médium zcela nevhodná; může za to jistě špatná zkušenost s propagandou a stranickým tiskem, která v nás někdy vyvolává až určitou posedlost objektivitou a nestranností. Do jaké míry jsou však tyto hodnoty reálně naplnitelné lze jen těžko odhadnout.

3.1.2 Charakteristika vybraných médií

Do analýzy byla zvolena čtyři americká zpravodajská média s největším dosahem ve Spojených státech. Dvě z nich spadají do kategorie tisku a dvě do kategorie televize, což nám umožní srovnání nejen napříč jednotlivými médii, ale také jejich typy (Statista, 2018).

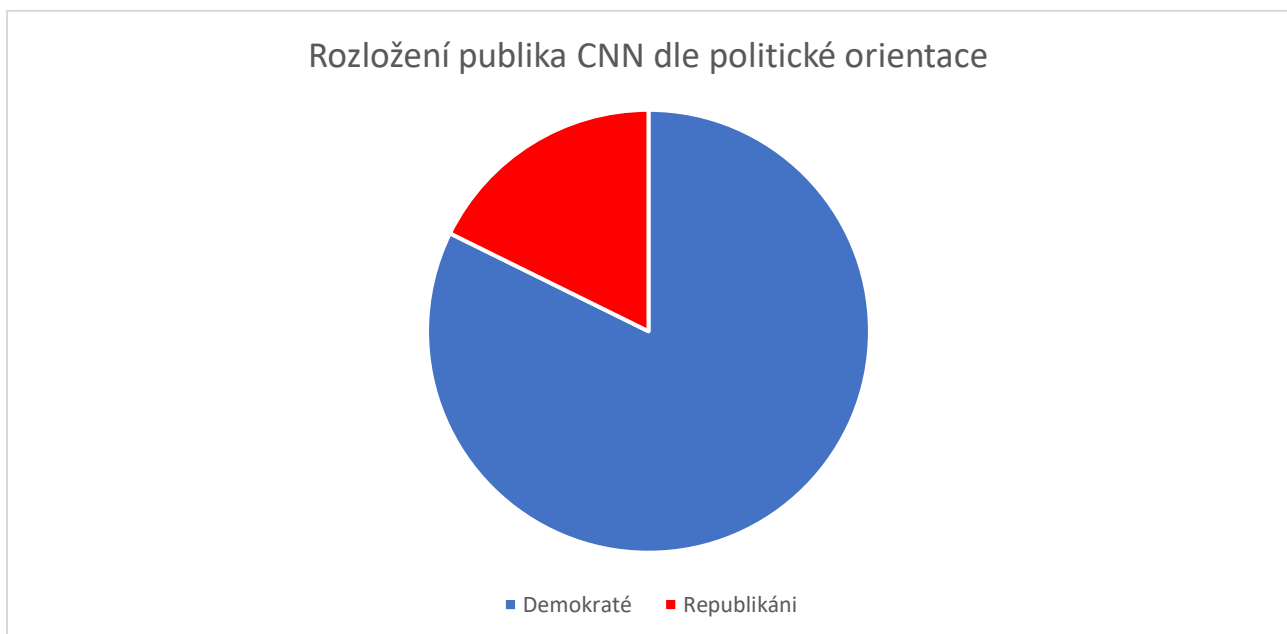
Médiem s největším dosahem (26 % celkového publika) je **The New York Times** (Statista, 2018). Mezi vybraným vzorkem se jedná o nejstarší médium, tento deník byl založen již v roce 1851. K jednomu z jeho nejvýznamnějších počínů patří publikace takzvaných Pentagon Papers, které odhalovaly některé, do té doby tajné, okolnosti působení USA za války ve Vietnamu. Za tuto sérii článků nakonec The New York Times získal i Pulitzerovu cenu. V dnešní době má deník těchto nejprestižnějších novinářských cen přes 120. Většinovým vlastníkem deníku je již od roku 1896 rodina Ochs-Sulzberger. Z počátku se deník prezentoval jako konzervativní, v dnešní době tvoří většinu jeho publika voliči Demokratické strany, 91 % osob, které jej uvedly jako primární zdroj informací o politice se zároveň považuje za demokrata či stranu volí (Pew Research Center, 2019). Stejný výzkum také uvádí, že 63 % z těchto respondentů je mladších 50 let a cca 7 z 10 dosáhlo alespoň bakalářského stupně vzdělání.



Graf 1: Rozložení publika The New York Times dle politické orientace

Zdroj: Pew Research Center, 2019

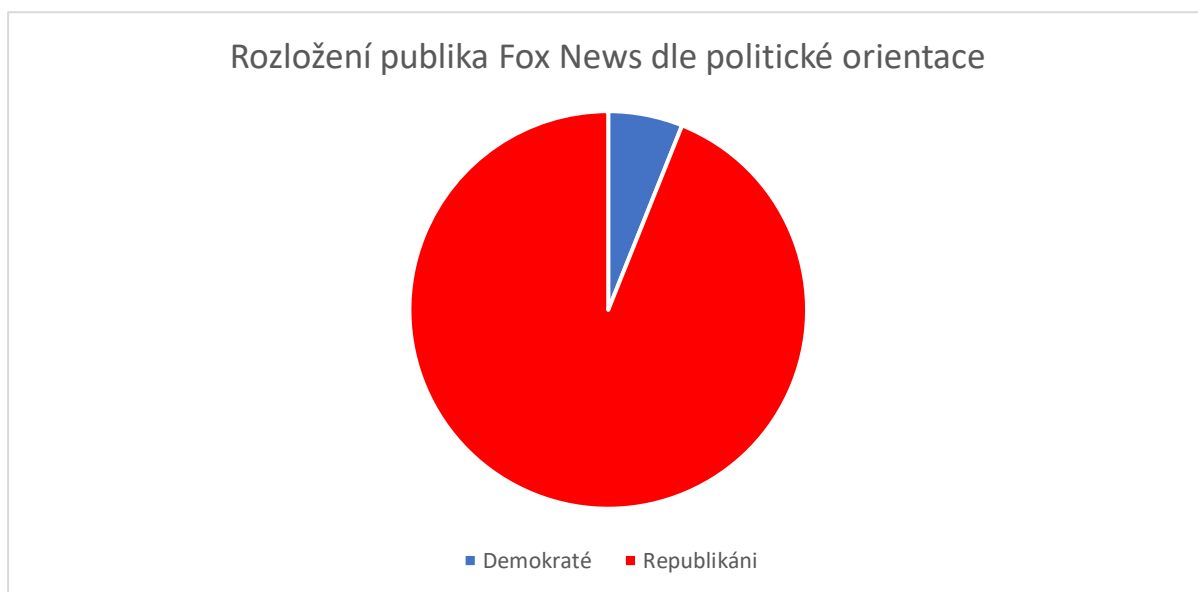
Na druhém místě je **CNN** s dosahem 25 %. Tato kabelová televize byla založena americkým businessmanem Tedem Turnerem a poprvé vysílala v roce 1980 (Barkin, 2003, s. 104-109). Do nejširšího povědomí se dostala během války v Perském zálivu. V té době totiž dokázala s bezprecedentní profesionalitou a přesností informovat zevnitř Iráku, přinesla několik živých vysílání přímo z bojů, a i díky tomu se stala hlavním zdrojem informací o tamním dění pro celý svět. V některých chvílích CNN sledovala až miliarda diváků (Rohwer, 2001, s. 20–35). Byla také první stanicí, která 11. září 2001 informovala o teroristických útocích na mrakodrapy v centru New Yorku. Co se týče publika, 79 % diváků, které označují CNN za svůj primární zdroj informací o politice, je zároveň demokraty nebo voliči Demokratické strany, 4 z 10 mají dosažené vysokoškolské vzdělání a nejvíce (37 %) je sledován věkovou kategorií mezi 30 a 49 lety. Jestliže se budeme věnovat i etniku, tak 52 % diváků můžeme zařadit mezi „white“, 21 % „black“ a 15 % „hispanic“, což dělá ze CNN médium s nejrovnoměrnějším pokrytím mezi všemi etniky (Pew Research Center, 2019).



Graf 2: Rozložení publika CNN dle politické orientace (Pew Research Center, 2019).

Zdroj: Pew Research Center, 2019

Dalším médiem je televize **Fox News** (s dosahem 22 % celkového publika). Byla založena v roce 1996 mediálním magnátem Rupertem Murdochem, který již od roku 1972 přispívá na politické kampaně Republikánské strany a je otevřeným fanouškem prezidentů Reagana, Bushe či Trumpa. Původně se dokonce snažil o koupi CNN, a když se mu to nepodařilo vytvořil vlastní platformu, kterou nazýval jakousi liberální alternativou (Britannica, 2022). V posledních letech byla stanice cílem kritiky kvůli kauzám spojeným se sexuálními obtěžováními, jejich součástí byl například i dlouholetý šéf stanice Roger Ailese (Huffpost, 2016). Pokud se podíváme na publikum, 93 % diváků je členem strany nebo volí republikány, zhruba jedna třetina je starší 65 let a vysokoškolské vzdělání má 27 % diváků. Co se týče etnika, 87 % diváků je zařazeno do kategorie „white“ (Pew Research Center, 2019).

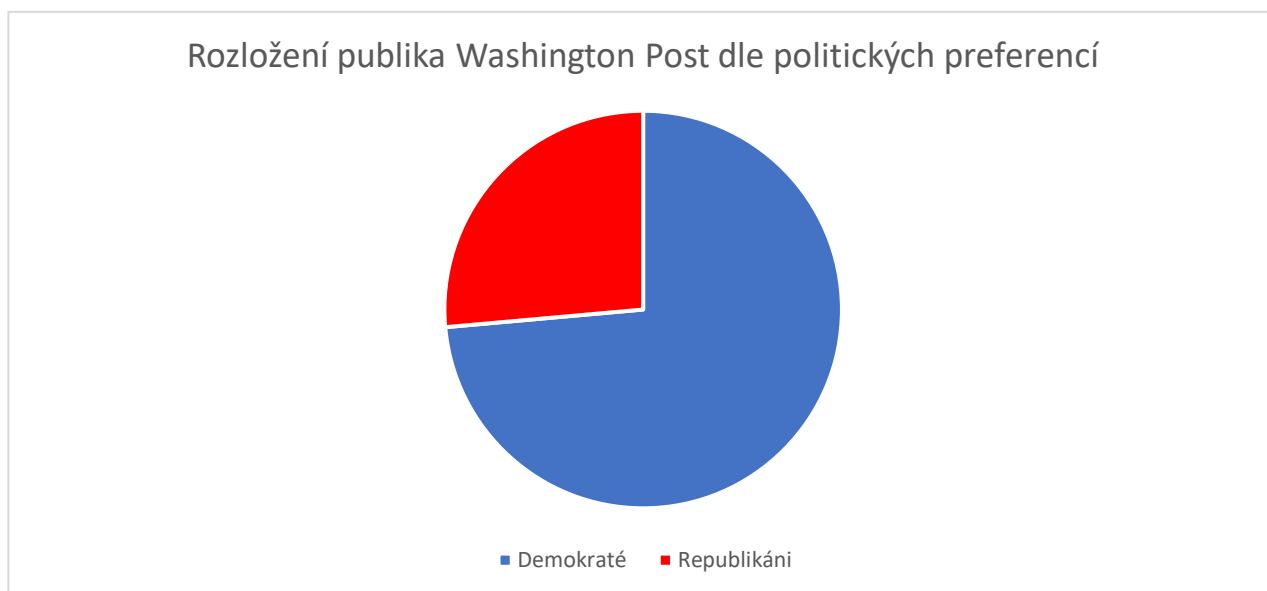


Graf 3: Rozložení publika FOX News dle politické orientace

Zdroj: Pew Research Center, 2019

Posledním médiem v námi zvoleném vzorku je **Washington Post** s celkovým dosahem 21 %. Tento deník byl založen v roce 1877 Stilsonem Hutchinsem. Během svého pobytu v USA

do něj přispíval například i T.G. Masaryk (Preclík, 2019, s. 124–128). Od roku 2013 je jeho majitelem Jeff Bezos, zakladatel a většinový vlastník Amazonu (Britannica, 2022). V roce 2014 se také objevila zpráva, že má Amazon smlouvu s CIA v hodnotě 600 milionů dolarů, v jejímž rámci má pro vládní agenturu vybudovat privátní cloud. Tato informace u některých novinářů i veřejnosti vyvolával otázku střetu zájmů (Government Executive, 2014). Podíváme-li se na publikum, asi jednu třetinu tvoří osoby ve věku 18 až 34 let (Statista, 2018) a více než dvě třetiny publika se považuje za demokraty nebo demokratickou stranu volí (Pew Research Center, 2020).



Graf 4: Rozložení publika Washington Post dle politické orientace

Zdroj: Pew Research Center, 2019

Je tedy zřetelné, že mezi vybranými médii se nachází tři, jejichž publikem jsou primárně osoby příklánějící se k Demokratické straně. Čtvrté médium Fox News má naopak nejvíce vyhraněné publikum, které je tvořeno primárně bílým, starším obyvatelstvem volícím republikány.

3.2 Prezident v USA

3.2.1 Funkce

Spojené státy americké obvykle označujeme za prezidentskou republiku, prezident je zde hlavou výkonné moci, má v kompetenci jmenování členů vlády a připadá mu množství exekutivních funkcí jako tvorba zahraniční politiky, velitelství ozbrojených sil nebo role manažera národního hospodářství (U. S. Constitution, 1788).

V otázce důležitosti tohoto úřadu nám může pomoci také typologie popsaná Hagerem a Sullivanem (1994), kteří vymezují dvě základní kategorie, dle kterých lze dělit postavení prezidenta. Tím prvním je presidency-centered systém, ve kterém vnímám jako důležitý samotný úřad prezidenta a příušného politika bez ohledu na konkrétní osobnosti. Druhý je president-centered systém, v němž jsou vyzdvihovány schopnosti, charakter a politika konkrétního jednotlivce a prezidenta. Pokud jde o Spojené státy, většinu jejich historie bychom je mohli zařadit do druhé kategorie.

3.2.2 Volby

V rámci tohoto výzkumu bude pozornost zaměřena na 2 největší americká politická uskupení – Demokratickou stranu a Republikánskou stranu. Do voleb vstupují i další kandidáti, v roce 2020 to byla například Jo Jorgensen z Libertariánské strany nebo Howie Howkins ze strany Zelených. Tito kandidáti ale obvykle nezískávají více než desetiny procent, případně menší jednotky. V případě voleb v roce 2020 to bylo 1,2 % a 0,3 % (Ballotpedia, 2021). Z tohoto důvodu jim ve výzkumu nebude věnována větší pozornost.

Prezidentem se může stát jakýkoliv občan starší 35 let, který žil alespoň 14 let na území státu. Existují ale také neformální požadavky – až do zvolení B. Obamy v roce 2008 byla až na

výjimky tradice bílých protestantských anglosaských prezidentů, většinou ženatých a se zkušeností v politice (Křtěnová, 2016).

Co se týče volby, prezident je v USA volen nepřímo. Nejprve se koná nominační fáze, obvykle začíná cca rok před volbami, tedy v lednu nebo únoru. Prvním krokem jsou takzvané primárky, ve kterých občané volí svého nominanta do voleb (obvykle musí být členy strany). Primárky jsou organizované na úrovni jednotlivých států. Poté se koná celostranický sjezd, na kterém se sjedou delegáti států a volí podle výsledku ve svém regionu, zároveň jsou přítomni takzvaní superdelegáti (v případě demokratů) u republikánů jsou to poté předsedové a místopředsedové strany ve státě, kteří nejsou vázáni výsledkem voleb v jejich svého státě. Na konci této nominační fáze, standardně na konci srpna, je vybrán jeden kandidát z každého uskupení (Křtěnová, 2016).

Další fází je samotné hlasování voličů, to začíná vždy v úterý po prvním listopadovém pondělí v takzvaný volební den, který v roce 2020 vycházel na 3. listopad. Většina států ale umožňuje odevzdání hlasu 4 až 50 dnů před těmito volbami. Voliči v tomto případě nehlasují pro konkrétní kandidáty, nýbrž pro volitele – jedná se o významné osobnosti v jednotlivých státech, které předem deklarují, pro koho budou hlasovat. Dle získaného počtu volitelů se dá již v této fázi odvodit, kdo volby vyhrál (U.S. Constitution, 1788). Pro hlasování není nutné docházet přímo do volební místnosti, existuje možnost korespondenčního hlasování poprvé využitého již při občanské válce (Wayback Maschine, 2020). To umožňuje občanům odeslat svůj hlas zdarma poštou (THE CANVASS, 2011).

Čímž se dostáváme do finální fáze v prosinci, během níž probíhá celostátní sjezd volitelů, kteří ve veřejném hlasování potvrdí výsledek voleb ve svém státě a oficiálně tak zvolí prezidenta. Na konci ledna poté probíhá inaugurace a oficiální nástup nového prezidenta do úřadu (Křtěnová, 2016).

3.3 Průběh voleb v roce 2020

Volby v roce 2020 byly v mnoha směrech specifické a vymykaly se obvyklému průběhu. Po čtyřech letech, kdy byl prezident Trumpa u moci, byl znovu vybrán jako republikánský kandidát do voleb. Jedná se o relativně tradiční postup, ze 45 dosavadních prezidentů (nepočítáme-li Joe Bidena, který ještě neměl šanci být zvolen podruhé) jich 31 sloužilo dvě volební období. Praxe je tedy taková, že ve většině případů, kdy jdou do voleb dosavadní prezidenti, svůj druhý mandát obhájí (US House of Representatives, 2022). Proti Trumpovi nastoupil bývalý viceprezident Obamy, již zmíněný demokrat Joe Biden.

3.3.1 Okolnosti voleb

Od momentu vyhlášení vítězů primárek³ byla kampaň vyhrocená. Na jaře roku 2020 probíhaly po celých Spojených státech protesty spojené s hnutím Black Lives Matter (Los Angeles Times, 2020). Jednalo se o vlnu demonstrací a stávek spuštěnou smrtí George Floyd a který zemřel na udušení následkem policejního zákroku, při kterém mu jeden ze strážníků⁴ klečel více než 9 minut na krku (CNN, 2020). I v této otázce byli Joe Biden a tehdejší prezident Donald Trump rozdělení. Zatímco Biden toto hnutí upozorňující na institucionální rasismus veřejně podporoval, Trump vystupoval veřejně proti hnutí, které nazval „symbolem nenávisti“ (BBC, 2020) a několik protestů bylo na jeho popud násilně potlačeno. V pozdějších volbách hlasovalo 85 % černošského obyvatelstva pro Bidena a nabízí se tedy otázka, do jaké míry bylo toto jejich rozhodnutí ovlivněno i otevřením otázky rasismu v USA a přístupem obou kandidátů k němu (Diggitt Magazine, 2021).

³ Z důvodu rozsahu a cíle výzkumu se práce nezabývá americkými primárkami.

⁴ Policista Derek Chauvin byl v roce 2021 za tento čin odsouzen k 22,5 letům vězení (CTV News, 2021).

Druhým neobvyklým faktorem v průběhu voleb byla pandemie covidu 19, kvůli které se například rušila většina velkých shromáždění, jež jsou tradiční součástí amerických voleb (The NY Times, 2020). Každý z kandidátů zaujal k otázce opačný postoj. Úřadující prezident Trump v lednu 2020 na otázku, zda je znepokojen prvním případem viru v USA, odpověděl: „Ne. Vůbec ne. A my to máme zcela pod kontrolou. Je to jedna osoba, která přichází z Číny, a my to máme pod kontrolou. Bude to v pohodě,“⁵ (CNBC, 2020). Skepsi vyjadřoval Trump i k nošení roušek, které doporučovala Světová zdravotnická organizace: „Nemyslím si, že to budu dělat... Přemýšlím, nosit roušku, když zdravím prezidenty, premiéry, diktátory, krále, královny. Nevím, nějak to pro sebe nevidím. Já jen, já prostě ne“⁶ (The Guardian, 2020). Biden zaujal opačný postoj. Během své volební kampaně zrušil většinu velkých shromáždění (Vox, 2020) a veřejně vyzýval k nošení roušek a osobní odpovědnosti (KFF, 2020).

Volební programy obou kandidátů, jejichž detailní shrnutí je zpracováno v příloze č. 1 a v příloze č. 2 na straně 70–73, byly velice odlišné. Zatímco 5 z 6 programových priorit Joe Bidena bylo zaměřeno na boj s pandemií covidu 19, tedy zejména ochranu obyvatel a zdravotnictví, a poslední šestý na vztahy s Čínou, v programu Donalda Trumpa se objevovala témata jako migrace, korupce, policejní systém, pracovní trh, vztahy s Čínou či vzdělávání (Ballotpedia, 2020). Volební programy odpovídaly obvyklé demokratické levicovější a republikánské pravicové politice a klasickým tématům těchto stran viz zmíněné přílohy.

V době protestů hnutí Black Lives Matter, počátku pandemie koronaviru a blížících se voleb se ve spojitosti s americkou společností stále častěji zmiňuje fenomén polarizace. Ta

⁵ Překlad autorky. V originále: „No. Not at all. And– we’re– we have it totally under control. It’s one person coming in from China, and we have it under control. It’s—going to be just fine.“

⁶ Překlad autorky. V originále a celém znění: „I don’t think I’m going to be doing it ... I don’t know, somehow sitting in the Oval Office behind that beautiful Resolute desk, the great Resolute desk. I think wearing a face mask as I greet presidents, prime ministers, dictators, kings, queens. I don’t know, somehow I don’t see it for myself. I just, I just don’t.“

spočívá v rozdělení občanů a politických elit na opačné póly názorového spektra, spojeném s neschopností dosažení kompromisu (Iyengar, 2021), která se projevuje také na úrovni médií, jak bylo nastíněno v předešlé kapitole.

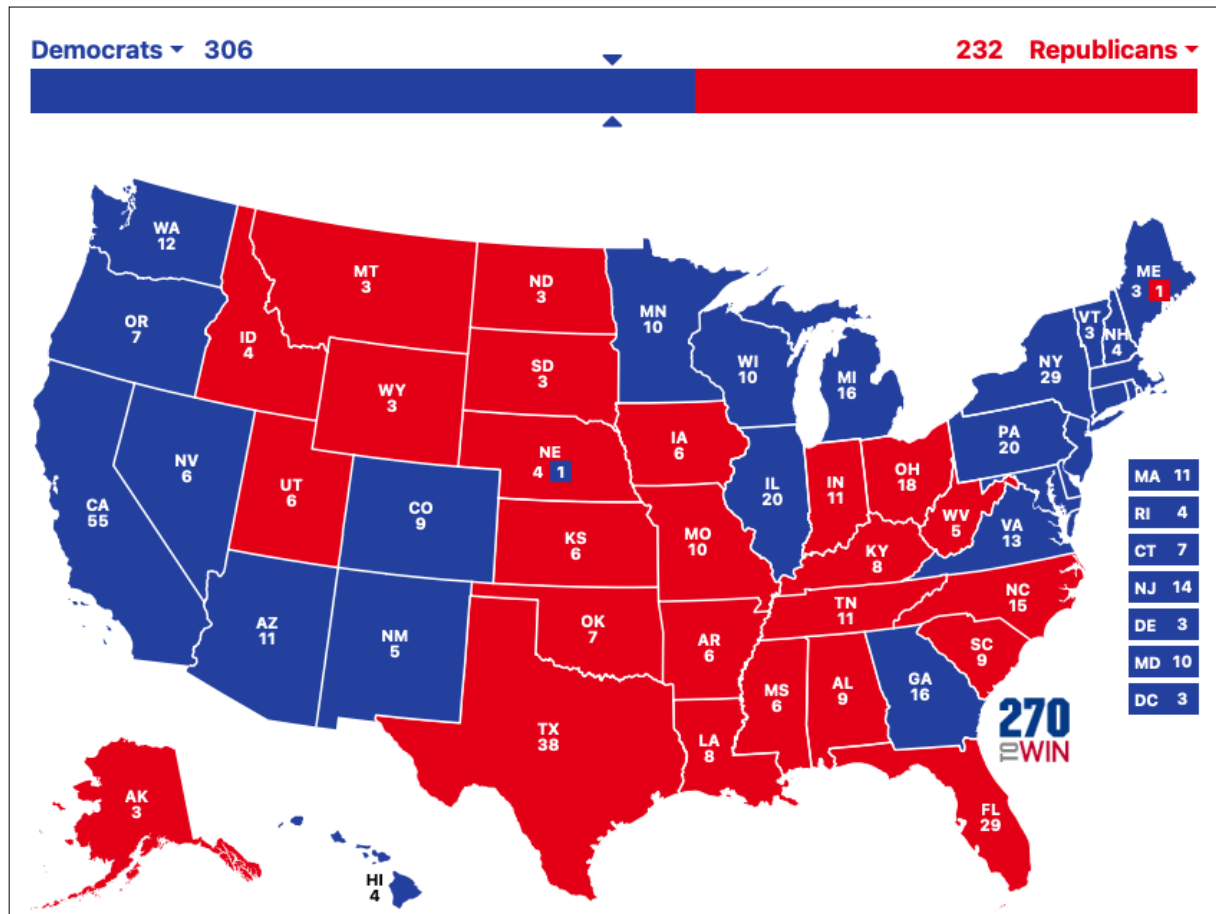
3.3.2 Průběh voleb a jejich výsledky

Volební průzkumy a předpovědi v médiích se často lišily a bylo jasné, že výsledek bude těsný. Od počátku panoval strach z chaosu a nepokojů, které by během sčítání hlasů, které začalo 4. listopadu, tedy den po volebním dni, mohly vypuknout. Částečně se tyto obavy naplnily ve chvíli, kdy se začal projevovat rozdílný poměr prezenčních a korespondenčních hlasů odevzdaných pro oba kandidáty. V průběhu součtu hlasů odevzdaných na místě bylo naznačováno vyšší procento pro Trumpa, když se pak ale sečetly i korespondenční hlasy, poměr se obrátil ve prospěch Bidena (FiveThirtyEight, 2020). To vyvolalo u některých voličů nejistotu a začali zpochybňovat férovost voleb.

Ke státům, ve kterých nejsou voliči tradičně vyhraněni a ve kterých se rozhodují volby, patřily Michigan, Wisconsin, Pensylvánie, Nevada, Georgie, Arizona a Severní Karolína. V těchto státech se většinou vyhlašují vítězové až jako poslední a jedná se o nejsledovanější regiony. Ve volbách 2020 nakonec ve všech zmíněných kromě Severní Karolíny zvítězil Biden. Trump ale tyto výsledky nechtěl přijmout a ještě v průběhu sčítání vyzýval k přerušení součtu korespondenčních hlasů, které považoval za neplatné či zfalšované (Vox, 2020). V některých státech pak dokonce začal usilovat o podání žalob a přepočítání hlasů (Referendum, 2020).

V průběhu soboty 7. listopadu začala velká americká média oznamovat vítěze voleb. I když ještě nebyly sečteny všechny hlasy, Joe Biden měl v té době už dostatek volitelů, aby mohl Trumpa porazit (CNN International, 2020). Trump s výsledkem stále nesouhlasil a

celkově on a jeho tým podali 56 podnětů v celkem 7 státech na přehodnocení počtu hlasů (The Guardian, 2020).



Obrázek 1: Výsledky prezidentských voleb v USA v roce 2020

Zdroj: 270toWin, 2021

14. prosince proběhl sjezd volitelů, na kterém bylo potvrzeno Bidenovo vítězství. V té době stále probíhalo oficiální řízení o výsledcích voleb v některých státech, všechny ale nakonec skončily uznáním původních počtů či jen drobnými úpravami, které Bidenovo vítězství nijak neohrozily.

6. ledna 2021 byly výsledky schváleny Kongresem, ve stejné době promlouval před budovou Trump ke svým podporovatelům a vyzval je k vyjádření nesouhlasu. Po projevu dav

vtrhnul do budovy Kapitolu, kde došlo k množství výtržností. Zaměstnanci a politici byli evakuováni a došlo k pěti úmrtím mezi demonstranty i policií (Český rozhlas, 2021). Následující den oznámil Trump na svém Twitteru, že uznává výsledky voleb a svou porážku a že 20. ledna dojde k předání moci novému prezidentovi (ABC News, 2021). K inauguraci v tento den skutečně došlo, Trump opustil Bílý dům a Biden se stal oficiálně 46. prezidentem Spojených států (E15, 2021).

4 Metodologie výzkumu

Jak masová média plní svou informační roli při volbách je jednou ze základních oblastí jejich výzkumu. Ten se přitom může ubírat třemi základními směry podle svého cíle a využití. Tím prvním je orientace na poskytování politických rad, dalším je snaha o vědecké poznání a přinášení nových poznatků, a nakonec pomoc při odhalování a řešení celospolečenských problémů či otázek (Schulz, 2004, s. 27). Dle cíle a případné objednávky se poté mění výzkumný design a konkrétní cíle výzkumu.

4.1 Cíl výzkumu

Cílem empirické části této práce je prozkoumat vliv amerického tisku a televize během prezidentských voleb v roce 2020 a porovnat konkrétní média v jejich informování o této otázce. Jeho snahou není formulovat konkrétní politická doporučení, ale vědecké poznání, které může být při zasazení do širšího společenského kontextu jedním z fragmentů nutných pro vysvětlení některých aktuálních společenských otázek a problémů. Důraz bude kladen na jednotlivé rozdíly a případné dopady, které tato rozdílnost může mít na publikum a náladu ve společnosti. Součástí práce je také celkové zasazení prezidentských voleb do kontextu obecného vývoje médií a jejich informování o politice, případně odpovědnosti vůči veřejnosti.

4.2 Výzkumné otázky

Na základě cíle výzkumu a teoretického základu představeného ve 2. kapitole jsou definovány tyto výzkumné otázky.

HVO1: Jak se vyvíjelo v čase informování o výsledcích voleb?

První hlavní výzkumná otázka se soustředí zejména na způsoby, jakými jednotlivá média informovala o průběhu voleb a jaká témata v různou dobu zdůrazňovala, případně jak informovala o šancích na vítězství u jednotlivých kandidátů v první fázi voleb a poté o uznání legitimacy výsledků po jejich oficiálním vyhlášení.

Tato problematika je ovlivněna povahou volebního systému v USA, který kombinuje prvky přímé a nepřímé volby prezidenta. Celý volební systém je rozdělen do několika etap a mezi začátkem voleb a oficiálním vyhlášením výsledků je několik mezistupňů a událostí, které mohou ovlivnit informování o průběhu voleb, jak bylo zmíněno ve 3. kapitole.

Proto bylo zkoumané období pro účely této bakalářské práce rozděleno do tří částí. První je počáteční fáze voleb, tedy období mezi 3. listopadem 2020, kdy byly volby oficiálně započaty, a 30. listopadem 2020. Druhou fází je období mezi 1. prosincem 2020, kdy bylo oficiálně oznámeno vítězství J. Bidena, a 7. lednem 2021, kdy tehdejší prezident D. Trump poprvé uznal výsledky voleb. Poslední zkoumané období je mezi 8. a 20. lednem 2021, kdy došlo k inauguraci nového prezidenta Bidena.

VVO1: Docházela vybraná média ve stejnou dobu ke stejným závěrům?

V případě první vedlejší otázky se výzkum soustředí na komparaci prezentovaných výsledků voleb v procentech a zejména na jejich interpretaci. Jestliže média neinformovala o výsledcích stejně, nebo ze stejných výsledků vyvozovala jiné závěry, co se týče šancí na vítězství, lze nalézt nějaký bod zlomu, kdy došlo ke sjednocení postojů médií?

Vzhledem k povaze výzkumného vzorku lze provést komparaci nejen na úrovni jednotlivých médií, ale také mezi tiskem a televizí.

HVO2: Byla v rámci informování viditelná rozdílnost u médií, která referovala o názorově spřízněném kandidátovi?

Druhá hlavní otázka je navázána na samotnou povahu médií v USA, která se více či méně otevřeně hlásí k jednotlivým politickým frakcím. Většinu redakcí a médií lze zařadit do republikánské či demokratické skupiny. Přičemž CNN, The New York Times a Washington post řadíme mezi média nakloněná demokratickému kandidátovi Joe Bidenovi a FOX News naopak republikánovi Donaldu Trumpovi. Tato otázka se tedy soustředí na možnou spojitost mezi vlastníkem médií, případně jeho vztahy s jednotlivými kandidáty a také tématy, která se v rámci příspěvků objevují.

Témata byla rozdělena do tří základních kategorií podle metodologie využití McCombsem v jeho výkumu voleb ve Španělsku v roce 1997. První jsou společná či obecná témata týkající se voleb druhou kategorií jsou témata spojená s Donaldem Trumpem, přičemž hlavním vstupním zdrojem byl oficiální volební program kandidáta (viz příloha 1 a příloha 2 na straně 71–75) a stejný postup byl využit také u třetí kategorie obsahující témata Joe Bidena.

V první kategorii obecných témat byl definován:

- Průběh voleb (technická stránka – systém sčítání hlasů, situace ve volebních místnostech atd.)
- Průběžné výsledky v jednotlivých státech
- Finální výsledky voleb
- Protesty proti výsledkům
- Právní a symbolické kroky proti Donaldu Trumpovi
- Předání moci a nový kabinet
- Rozdělená společnost a polarizace

V kategorii témat v programu Donalda Trumpu byl identifikován (BBC, 2020):

- Návrat k předcovidové síle ekonomiky
- Ukončení závislosti na Číně a podpora americké výroby
- Postavení USA na první místo v jejich zahraniční politice a upevnění jejich suverenity
- Postavení zdi⁷ a omezení migrace
- Snížení nákladů na léky a zrušení Zákona o dostupné péči
- Podpora americké energetiky
- Databáze pro zaznamenání policejních pochybení
- Ochrana druhého dodatku Ústavy zaručujícího právo na zbraň

V kategorii témat v programu Joe Bidena nalezneme (Joe Biden.com, 2020):

- Boj s koronavirem
- Zvýšení minimální mzdy
- Investice v zelené energetice
- Reforma kriminálního systému
- Klimatická změna
- Znovuobnovení americké reputace v oblasti zahraniční politiky
- Rozšíření Obama Care
- Zrušení Trumpových opatření v oblasti migrace
- Reforma školského systému

⁷ Jednalo se o zeď na hranicích USA a Mexika. V roce 2020 měřila cca 1000 km a Donald Trump se již během svého prvního funkčního období zasadil o její rozšiřování za účelem omezení nelegální migrace (BBC,2020).

Tato témata byla zanesena do kódovací knihy (viz strana 75), přičemž překrývající se kategorie byly zobecněny a zaneseny pouze jednou pod stejným kódem.

VVO2: Jaký byl poměr negativních a pozitivních zmínek o kandidátech v jednotlivých médiích?

V rámci vedlejší výzkumné otázky bude zaměřena pozornost na pozitivitu či negativitu jednotlivých příspěvků týkajících se prezidentských voleb a zejména tedy prezidentských kandidátů. Jak již bylo zmíněno, média v USA více či méně otevřeně inklinují k určitým politickým názorům. Jaký byl ale celkový poměr pozitivních a negativních příspěvků o jednotlivých kandidátech? A měnil se tento poměr v různých fázích námi zvoleného období?

4.3 Výzkumné metody

Při odpovídání na stanovené výzkumné otázky bude využito více metod. V první části práce budou využity kvantitativní metody, které nám pomohou lépe zmapovat složité struktury a díky komplexnímu sběru dat bude možné provést objektivní komparaci mezi jednotlivými médii. V druhé části textu budou aplikovány kvalitativní metody zkoumání, které nám umožní zkoumat některé latentní významy a širší kontext situace v USA během prezidentských voleb v roce 2020.

4.3.1 Kvantitativní obsahová analýza

Analýza mediálních obsahů patří k jednomu ze základních postupů při výzkumu mediální komunikace. K zodpovězení první výzkumné otázky bude využita kvantitativní obsahová analýza, která „zkoumá, jakými tématy se média zabývají a jak velký prostor jim

věnují, je schopna popsat proměnu v delším časovém horizontu a umožňuje snadné srovnávání různých typů médií“ (Trampota, Vojtěchovská, 2010, s. 99). Metodu lze rozčlenit do šesti základních fází výzkumného procesu: výzkumné téma, operacionalizace, plánování a organizace, přípravná a ověřovací fáze, sběr dat, vyhodnocení (Schulz et al. 2004, s. 31).

Pro zpracování velkého množství dat a jejich analýzu je vhodné zvolit kódování. Jedná se o postup, v rámci kterého, jsou nejprve mediální obsahy rozděleny na kódovací jednotky, které jsou následně rozřazeny dle předem určených kategorií. Data se poté zanáší do kódovacích knihy a výsledky analýzy jsou nejčastěji zpracovány dalšími statistickými metodami. Využité proměnné se dělí do dvou základních skupin. První z nich jsou identifikační proměnné, které slouží k popisu příspěvků. Druhým typem jsou analytické proměnné, které slouží k zodpovězení výzkumných otázek (Schulz et al. 2004, s. 43).

S ohledem na cíl práce a definované výzkumné otázky budou využity proměnné:

- **Datum** – konkrétní den, kdy došlo k publikaci příspěvku
- **Období** – jak bylo zmíněno u výzkumné otázky, zkoumané období bude rozděleno na 3 období:
 - **Období 1:** 3. 11. – 30. 11. 2020 – od počátku hlasování do definitivního sečtení hlasů
 - **Období 2:** 1. 12. 2020 – 7. 1. 2021 – od vyhlášení výsledků voleb po jejich uznání tehdejším prezidentem ve funkci Donaldem Trumpem
 - **Období 3:** 8.1. – 20.1. 2021 – období od uznání legitimacy voleb po inauguraci Joe Bidena novým prezidentem
- **Médium** – **The New York Times, Washington Post, FOX News, CNN**
- **Politická inklinace publika** – demokraté, republikáni

- **Druh příspěvku** – tisk, televize
- **Délka příspěvku** – počet znaků, počet minut
- **Žánr příspěvku** – reportáž, zpráva, komentář, rozhovor
- **Téma** – může se jednat o obecná témata týkající se průběhu voleb, ale také konkrétní politická témata definována dle volebních programů obou kandidátů
- **Prezentovaný výsledek** – volební výsledek Trumpa/Bidena

I když je kvantitativní obsahová analýza hojně využívanou metodou a je ceněna pro svůj objektivní postup, existuje vůči ní také množství výhrad. Tou hlavní je, že sice dokáže poskytnout „tvrdá“ data, chybí ale vysvětlení a zařazení do širších souvislostí a její objektivita je ve výsledku sice větší než u jiných metod, rozhodně však ne úplná. V našem případě bude využita k zodpovězení první hlavní výzkumné otázky a první vedlejší výzkumné otázky. Proto se doporučuje využívat ji ve spojení s dalšími metodami, které tyto nedostatky alespoň částečně pokryjí (Trampota, Vojtěchovská, 2010, s. 110). V případě této práce bude doplněna kvalitativní obsahovou analýzou, která bude vycházet ze stejných dat, při jejich analýze bude však využívat jiné postupy právě pro doplnění chybějícího kontextu a zachycení latentních významů.

4.3.2 Kvalitativní obsahová analýza

K zodpovězení druhé vedlejší výzkumné otázky bude využita kvalitativní obsahová analýza, která pomůže doplnit interpretaci textu, kterou nelze obsáhnout klasickou kvantitativní metodou. Analýza bude zaměřena zejména na způsob, jakým jednotlivá média informovala o kandidátech a zda existuje spojitost mezi způsobem informování a politickou inklinací média.

Hsieh a Sannon (2005) vysvětlují tři možné přístupy a postupy v kvalitativní obsahové analýze. Tím prvním je konvenční přístup, který začíná čtením textu a snaží se objevit vzorce nebo popsat nové fenomény vyhledáváním klíčových slov a myšlenek. Řízený přístup je charakteristický využitím existující teorie, která je nekompletní nebo je nutné její hlubší rozpracování. Poslední souhrnný přístup využívá kvantitativního vyhledání určitých klíčových slov nebo textových obsahů a snaží se popsat jejich kontext nebo specifické využití. V našem případě bude aplikován souhrnný přístup, na jehož základě se budeme snažit vyhodnotit celkové vyznění textů ve prospěch jednotlivých kandidátů.

U příspěvků bude věnována pozornost pozitivitě či negativitě sdělení příspěvků o dvou kandidátech, které bude rozděleno dle škály PANAS vytvořené Crafordem a Henryovou (2004). Tato škála definuje dva základní druhy možných sentimentů ve zmínkách o konkrétních tématech – pozitivní a negativní.

V případě pozitivního vyznění zmínky o tématu se v textu objevují vyjádření:

- Aktivity
- Bdělosti
- Pozornosti
- Odhodlání
- Nadšení
- Inspirace
- Zájmu
- Hrdosti
- Síly

Například: "Vítězství Bidena odstartovalo veselé oslavy ve městech směřujících k demokracii.

Ve Washingtonu proudili lidé do ulic poblíž Bílého domu, jásali a troubili v autech ozdobených

americkými vlajkami“⁸ (The New York Times, 7.11. 2020) či „Je to fascinující, protože prezident od prvního dne pracuje pro Američany. Dělá něco, co posouvá naše zájmy, a má pozoruhodnou schopnost přimět nás čelit dynamice v tomto národě, kterou je třeba napravit.“⁹ (FOX News, 20.11.2021).

Negativní zmínky o tématu jsou specifické přítomností pocitu:

- Strachu
- Nervozity
- Podrážděnosti
- Nepřátelství
- Provinilosti
- Zahanbení
- Rozrušení

Například: „On (Trump pozn. autorky) není natolik schopný, aby se vypořádal s krizí, která zachvátila tuto zemi. O číslech nemluví jen sám o sobě. Takový je a to je špatné. Vždy lhal, když prohrál,“¹⁰(CNN, 11.11.2020) nebo „Pamatujte, Biden, demokraté slíbili, že vzkřísí útok Obamovy administrativy na náboženskou svobodu,“¹¹ (FOX News, 14.11.2020).

Hlavními limity kvalitativního výzkumu jsou podle Hendla (1999, s. 52) menší zobecnitelnost výsledků výzkumů na jinou populaci či jiné prostředí, náročnost vytvářet na

⁸ Vlastní překlad autorky. V originále: „Mr. Biden’s victory, which came 48 years to the day after he was first elected to the United States Senate, set off jubilant celebrations in Democratic-leaning cities. In Washington, people streamed into the streets near the White House and cheered as cars bearing American flags drove by honking.“

⁹ Vlastní překlad autorky. V originále: „I have to tell you, it’s fascinating because the president has been working from the day one for american people. He is doing something futhers our interests and he’s got this remarkable ability of having us face a dynamic in this nation that needs to be fixed.“

¹⁰ Vlastní překlad autorky. V originále: „He is not capable to deal with the crisis overwhelming this country. He doesnt talk about numbers only himself. Thats who he is and its ugly. He's always lied when he loss“

¹¹ Vlastní překlad autorky. V originále: „Remember Biden, democrats have vowed to resurrect Obama administrations attack on on religious freedom.“

základě kvalitativních dat predikce, problematické potvrzování teorií a hypotéz, časová náročnost provedení výzkumu a také ovlivnitelnost výzkumu osobou, která jej provádí na základě jeho preferencí či vnímání tématu.

4.4 Výzkumný vzorek

V rámci analýzy budou zkoumána čtyři média v časovém období mezi 3. listopadem 2020 a 20. lednem 2021. U deníku The New York Times a Washington Post byly vybrány pouze články publikované v internetové verzi média, přičemž hlavním zdrojem byly online archivy obou deníků.

U CNN a Fox News byly zkoumány jejich hlavní zpravodajské relace v primetimu, tedy v čase mezi 19:00 a 22:00 (Mediaguru, 2022). V případě Fox News se jedná o pořad Hannity, který je vysílán každý všední den od 21:00 do 22:00 a který se s průměrem 4,4 miliony diváků stal také nesledovanějším pořadem na kabelových televizích v roce 2020 (Fox News, 2020). Pro analýzu zpráv CNN byl vybrán pořad Cuomo Prime Time, který byl vysílán ve stejném čase jako pořad Hannity, tedy každý všední den od 21:00 do 22:00. Pořady byly často srovnávány a bylo obecně známé, že se jedná o velké konkurenty; v roce 2020 měl Cuomo Prime Time průměrnou sledovanost 1,8 milionu diváků a byl neúspěšnějším pořadem této stanice (Fox News, 2020).

Při identifikaci relevantních článků a televizních reportáží byla při vyhledávání využita klíčová slova „Biden“, „Trump“, „Election“ a „White House“.

4.5 Kódovací kniha

Při analýze mediálních obsahů publikovaných v průběhu prezidentských voleb byl využit postup kódování. V jeho průběhu jsou jednotlivé obsahy děleny na takzvané kódovací jednotky, v tomto případě jsou to jednotlivé články, případně reportáže a ty jsou dále řazeny do různých předem definovaných kategorií, přičemž jsou jim přiřazovány kódy, které jednotlivé kategorie pro zjednodušení zastupují. Získaná data se zanáší do kódovací knihy (viz příloha 3) a vyhodnocují rozdílnými statistickými metodami (Schulz et al. 2004).

5 Výzkumná část

Do výzkumu bylo dle zadaného období a klíčových slov vybráno celkem 568 příspěvků. Největší podíl tvoří články deníku The New York Times, kterých bylo zařazeno 191, druhý deník Washington Post je reprezentován 117 články. Jestliže se zaměříme na televizní vysílání, k analýze bylo vybráno 135 příspěvků stanice FOX News a 125 stanice CNN viz tabulka 1.

Médium	Počet příspěvků	V procentech
NY Times	191	34 %
Washington Post	117	21 %
CNN	125	22 %
FOX News	135	24 %
Celkem	568	100 %

Tabulka 1: Počet příspěvků jednotlivých médií ve výzkumu

Zdroj: Vlastní tabulka

5.1 Prezentace výsledků amerických voleb v médiích

Cílem této podkapitoly bude zodpovězení HVO1 a VVO1, které se zabývají celkovým obrazem prezidentských voleb a jeho vývojem v jednotlivých médiích. Pro tyto účely bylo období rozděleno na tři části, které budou postupně analyzovány.

5.1.1 První období

Toto období obsahuje celkem 268 jednotek viz tabulka 2 a jedná se tak o období s největší frekvencí příspěvků. Začíná dne 3. 11. 2020, tedy v takzvaný volební den a končí dne 30. 11. 2020.

Médium	Počet příspěvků	V procentech
NY Times	81	30 %
Washington Post	67	25 %
CNN	51	19 %
FOX News	69	26 %
Celkem	268	100 %

Tabulka 2: Počet příspěvků jednotlivých médií v prvním období

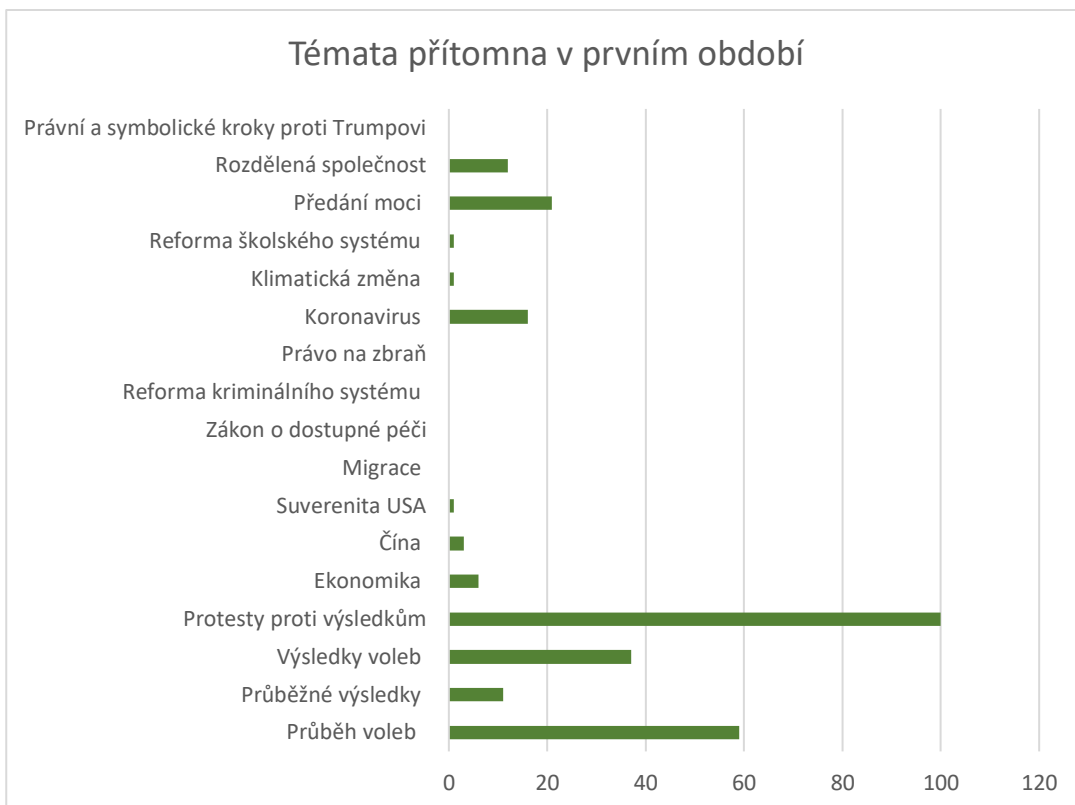
Zdroj: Vlastní tabulka

Již první den můžeme u médií pozorovat příspěvky předpovídající problematické vyhodnocení výsledků voleb. Washington Post 4. 11. informuje, že se tehdejší prezident Trump prohlásil za vítěze a naznačuje podvody ve sčítání hlasů. FOX News ve stejný den vysílá reportáž o zkorumpovaných institucích, kde obviňuje Demokratickou stranu z podvodů ve volbách a odkazuje se na záběry z volebních místností. Následující den informují New York Times o snižujících se šancích pro znovuzvolení Donalda Trumpa a jeho snaze o napadení výsledků. FOX News ve stejný den znovu vysílá reportáž o důkazech podvodů ve volebních místnostech a o Trumpově prohlášení ohledně soudního procesu kvůli údajnému ukradení voleb demokraty. Dne 7. 11. je v médiích oficiálně oznámeno vítězství Joe Bidena, FOX News je z velkých médií poslední televizí, která výsledek oznamuje, zhruba 15 minut po všech ostatních a tohoto faktu si všímají i ostatní média, která skutečnost komentují. Komentátoři FOX News ale vítězství neoznačují za definitivní a zdůrazňují nutnost průběh voleb přezkoumat.

Následující dny byl hlavním tématem Trumpův právní boj proti výsledkům, CNN to komentovala se slovy, že „...když se Trumpovi nelíbí výsledky voleb, rozpláče se“ (11. 11. 2020). Naopak FOX News popisovala jeho právní žaloby za „boj za integritu voleb“ (11.11. 2020). 17. listopadu se objevuje ve vysílání obou zkoumaných televizních stanic informace, že

členové Republikánské strany v Michiganu nepotvrdili výsledky tamních voleb. CNN to komentuje slovy, že jde o „poslední snahy Trumpa zvrátit výsledky“ a zdůrazňuje, že se jedná pouze o dočasný stav, který bude brzo zvrácen. Následující den FOX News vysílá dva rozhovory, ve kterých zaznívá, že republikáni, kteří odmítli potvrdit výsledky voleb kvůli údajným zásadním pochybením (například tvrdili, že bylo volebními komisemi doporučováno, koho volit atd.), se stali terčem útoků médií i obyvatel Michiganu a že jejich děti mohou být potenciálně v ohrožení. První období končí 30. 11., tedy dnem, kdy Arizona a Wisconsin oficiálně potvrzuje výsledky voleb ve svých státech a Joe Biden tak má dostatek nutných a potvrzených hlasů k vítězství, jak informuje Washington Post.

Nejpočetněji zastoupeným tématem v tomto období napříč médii jsou protesty proti výsledkům voleb (viz graf 5). Témata týkající se volebních programů či konkrétní situace v zemi, netýkajících se voleb, se objevují minimálně. V několika článcích je zmíněna zhoršující se koronavirová situace či rozdílné přístupy dvou kandidátů, téma protestů proti výsledkům a průběh voleb na druhém místě však zcela dominují.



Graf 5: Témata zobrazovaná médii v prvním období

Zdroj: Vlastní graf

Média v tomto období často publikují v pravidelných rubrikách věnujících se volbám, například NY Times zveřejňuje veškeré články v rámci sekce Election 2020. V případě FOX News můžeme v prvním období pozorovat několik témat, či oblastí, jež jsou pravidelnou součástí prvních minut pořadu a jsou specifické vlastní grafikou a obsahem. Jedná se například o rubriku „Corrupt institutions“, „The corrupt media mob“, „Media hypocrisy“ nebo „Count every legal vote“. Tato témata se objevují pravidelně a jejich náplň je v průběhu celého prvního období velice obdobná, pouze se mění některé příklady či konkrétní náplň doplňující reportáže nebo rozhovory.

První měsíc od počátku voleb je typický rozdílným přístupem jednotlivých médií. Zatímco The NY Times, Washington Post a CNN oficiálně uznávají legitimitu voleb, FOX News

pravidelně vysílá reportáže věnující se údajným podvodům při volbách a zdůrazňuje důležitost boje proti těmto nesrovnalostem.

5.1.2 Druhé období

V období od 1. 12. 2020 do 7. 1. 2021 bylo publikováno celkem 178 příspěvků vybraných pro analýzu.

Médium	Počet příspěvků	V procentech
NY Times	62	36 %
Washington Post	29	17 %
CNN	42	24 %
FOX News	40	23 %
Celkem	173	100 %

Tabulka 3: Počet příspěvků jednotlivých médií v druhém období

Zdroj: Vlastní tabulka

Prvních 14 dní se nese zejména ve znamení pokračujících žalob ze strany Trumpa na průběh voleb. Na Fox News se mezi 1. a 7. prosincem objevuje 11 příspěvků věnujících se důkazům o údajných nesrovnalostech potvrzujících absenci integrity voleb. Média 4. 12. také informují o vzrůstajícím počtu nesrovnalostí v procesu sčítání hlasů v Georgii, která je jedním ze států, kde probíhá přezkum na základě Trumpovy žaloby. Ostatní média o těchto skutečnostech neinformují a až 7. 12. se v NY Times objevuje zpráva, že žaloba byla zamítnuta a výsledky oficiálně potvrzeny.

Dne 14. 12. probíhá sjezd volitelů, na kterém jsou výsledky voleb stvrzeny a veškeré procesy věnující se přezkumu voleb jsou oficiálně ukončeny. Tyto informace se objevují na

CNN ve dvou příspěvcích s tím, že bylo oficiálně stvrzeno Bidenovo vítězství a zbývající čas pořadu je věnován koronavirové situaci a vývoji vakcín. V obou analyzovaných denících se tato informace objevuje následující den. Večerní program FOX News o této události informuje ve spojitosti s Bidenovým proslovem v půlminutové reportáži a ve zbylé části večerního zpravodajství vysílá reportáže věnující se údajnému útoku médií na příznivce Donalda Trumpa.

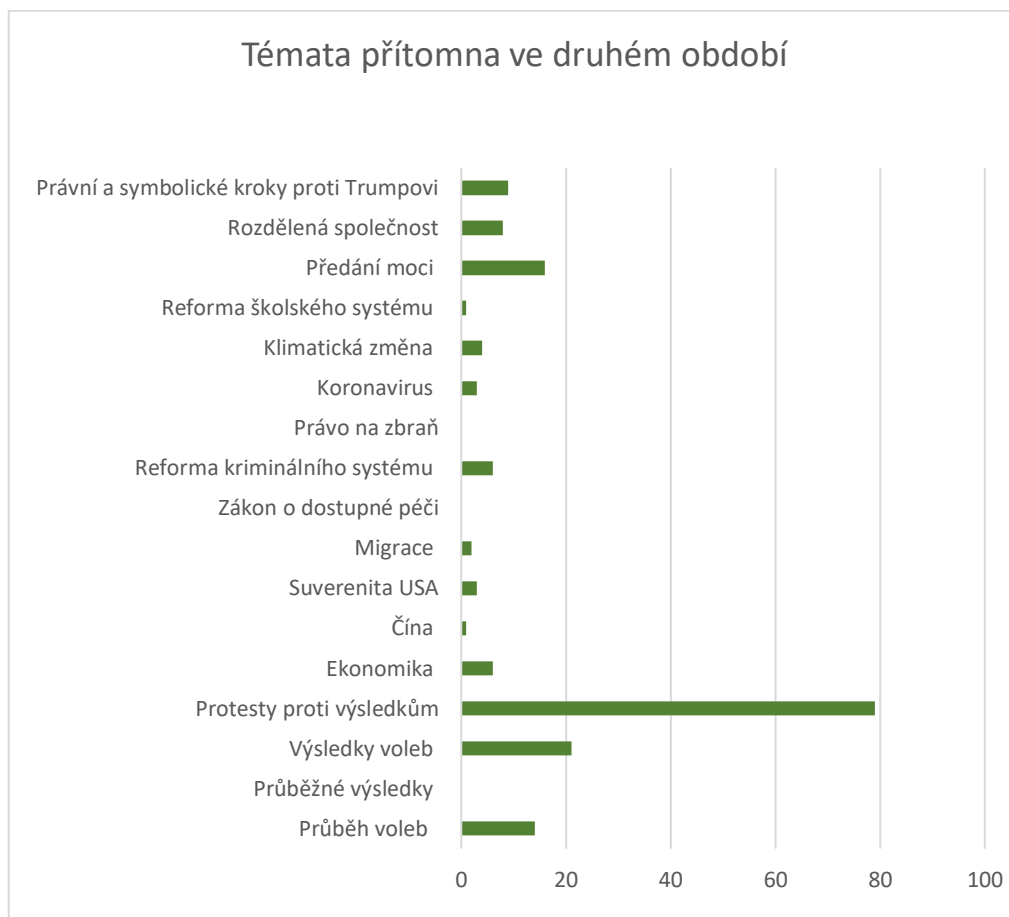
V období vánočních svátků publikují média v omezeném režimu a neobjevují se žádné nové informace. Po Novém roce a s blížícím se datem, kdy má výsledky voleb schválit také Kongres se začínají objevovat články věnující se počtu členů Republikánské strany, kteří budou či nebudou hlasovat pro potvrzení Bidenova vítězství. Dne 6. 1. 2021, kdy mělo k tomuto hlasování dojít, zaútočily skupiny demonstrantů na budovu Kapitolu,¹² tedy sídlo amerického Kongresu. Vzhledem k rychlosti útoku a nejasnostem, co se skutečně stalo, je většina médií v den událostí spíše opatrná, CNN informuje, že se zákonodárci znovu sešli k sečtení hlasů, které je živě vysíláno a že se mezi demokraty zvedají hlasy požadující aktivaci 25. dodatku¹³ Ústavy. Následující den vystoupil prezident Trump a poprvé uznal výsledek voleb, o čemž informovala všechna média. FOX News zdůrazňovala Trumpovu žádost o sjednocení a kritizovala levici za násilnou rétoriku. CNN informovala o „čtyřech mrtvých po útoku na Kapitol iniciovaném Trumpem“ a o počátku oficiálního vyšetřování jeho role v celé záležitosti (6.1.2020).

Jestliže se zaměříme na témata, která byla nejčastěji zmiňována médii v jejich příspěvcích, 46 % obsahu věnujícího se volbám či kandidátům bylo zaměřeno na protesty a soudní procesy související s výsledky voleb a jejich průběhem, dále to byly samotné výsledky

¹² Stalo se tak po projevu Donalda Trumpa, který znovu zmiňoval ukradení voleb a podvod ze strany demokratů. Na základě tohoto projevu a následného vývoje byl Trumpovi zablokován účet na Twitteru a později také znovu čelil impeachmentu.

¹³ Na jeho základě je možné odvolat prezidenta USA z důvodu jeho fyzické či psychické neschopnosti vykonávat úřad (U.S. Constitution, 1788)

a téma předání moci či nového Bidenova kabinetu (viz graf 6). Objevuje se také několik článků popisujících úzkost národa, nejistotu a téma rozdělené a polarizované společnosti. Do pozadí se také částečně dostává otázka koronaviru, a naopak vystupuje otázka reformy kriminálního systému, jehož selhání je dáváno do souvislosti s útokem na budovu Kongresu.



Graf 6: Témata zobrazovaná médii ve druhém období

Zdroj: Vlastní graf

Druhé období je specifické vysokou mírou informování o soudních procesech a projednávání výsledku. Stejně jako v prvním období se FOX News odlišuje interpretací některých událostí. Velkou část svého večerního vysílání věnuje předkládání důkazů ve formě kamerových záběrů či svědeckých výpovědí, které mají poukazovat na diskreditaci voleb. Tyto

materiály se v ostatních zkoumaných médiích neobjevují a CNN i oba deníky se začínají zaměřovat i na programovou část a dopady voleb, přičemž vítězství Joe Bidena prezentují jako definitivní ještě před sjezdem volitelů a potvrzení Kongresem.

5.1.3 Třetí období

V čase od 8. do 20. ledna 2021, kdy došlo k inauguraci Joe Bidena a opuštění Bílého domu Donaldem Trumpem, bylo publikováno celkem 127 příspěvků zařazených do výzkumu.

Médium	Počet příspěvků	V procentech
NY Times	48	38 %
Washington Post	21	17 %
CNN	32	25 %
FOX News	26	20 %
Celkem	127	100 %

Tabulka 4: Počet příspěvků jednotlivých médií ve třetím období

Zdroj: Vlastní tabulka

V tomto období je již definitivně jasné, že dojde k předání moci. Sám Trump se částečně přesouvá do pozadí, což je dáno i faktem, že Twitter přistupuje ke smazání jeho účtu a trvalé blokaci, jak o tom informuje CNN. Komentátor televize FOX News se k tomu vyjadřuje slovy: „Je to neuvěřitelné. A tato cenzura a nehorázná nespravedlnost a nečestnost, kterou prezident Trump musel posledních 5 let snášet, je důvod, proč jsme tam, kde právě teď jsme“ (8. 1. 2021). Tato blokáce vyvolává světovou diskuzi týkající se hranice svobody slova a nutné regulace prováděné sociálními sítěmi.

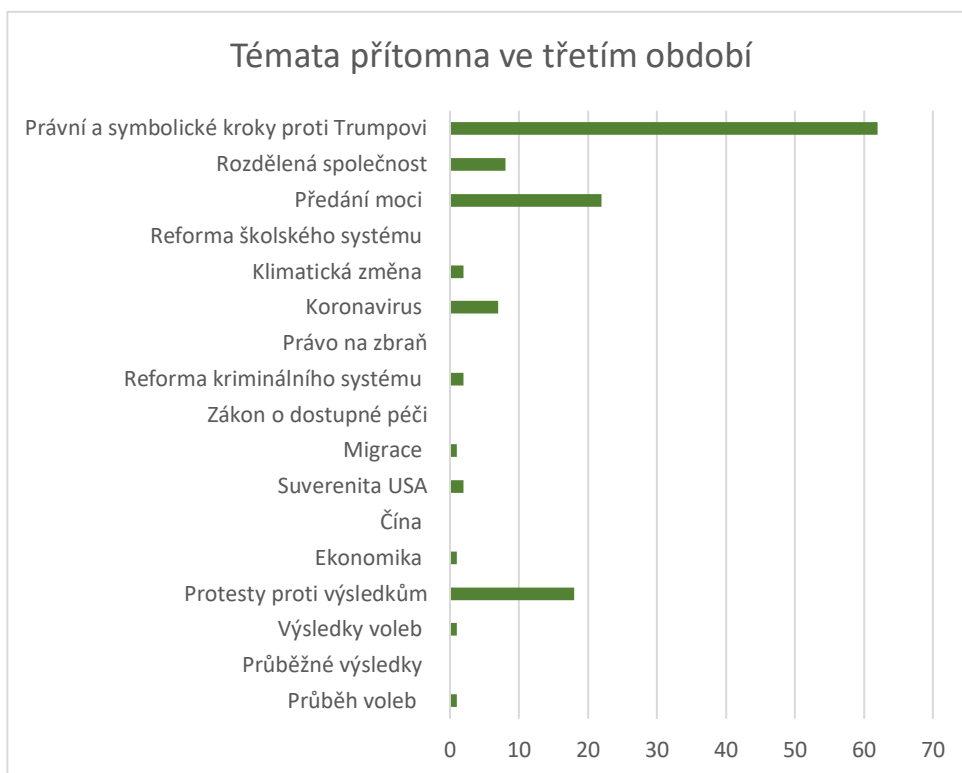
Ihned po útoku na Kapitol začínají média informovat o možnosti druhého impeachmentu prezidenta Trumpa. Washington Post ve svém článku informuje, že pro prezidenta jsou možné jen dva scénáře: znovu čelit impeachmentu, nebo odejít z funkce předčasně. Stejně tak deník NY Times, který v titulku z 9. 1. píše, že jsou demokraté připraveni k impeachmentu Trumpa z důvodu jeho iniciování útoku na Kapitol. V následujících dnech jsou do médií také zváni různí experti vykládající Ústavu a možnost impeachmentu na prezidenta, který již není ve funkci. Situace vrcholí 13. 1., kdy je Trump oficiálně obžalován,¹⁴ o čemž FOX News reportuje jako o „zneužití procesu a o impulsivním jednání demokratů.“

Dne 20. 1. 2021 dochází k inauguraci nového prezidenta Joe Bidena. Celý proces je z důvodu strachu z dalších nepokojů bedlivě sledován, nakonec ale probíhá v poklidu a média informují o prvních podepsaných dokumentech a odchodu Donalda Trumpa.

Poslední tři týdny před inaugurací je hlavním tématem médií již zmiňovaný impeachment a další právní či symbolické kroky mířící proti Donaldu Trumpovi. Objevuje se také téma předání moci, podoby nového kabinetu, ale třetím nejčastějším tématem jsou stále protesty proti výsledkům a otázky ohledně celkové legitimacy voleb (viz graf 7).

Celkově je poslední období specifické největší shodou v tématech, o kterých jednotlivá média informují, i když, podobně jako v celém zkoumaném období, můžeme pozorovat výraznou rozdílnost ve způsobu, jakým jednotlivá média události interpretují. Mění se také celková atmosféra, počáteční agresivita příspěvků mírně klesá a některé texty volí analytičtější způsoby informování, což můžeme pozorovat například i na výběru hostů do rozhovorů. Stále je přítomno i téma rozdělené společnosti, které zdůrazňují všechna zkoumaná média, i když znovu musíme konstatovat, že důvody tohoto rozdělení popisují v jiných faktorech.

¹⁴ K procesu impeachmentu nakonec skutečně v polovině ledna 2021 dochází, Trump však není shledán vinným z podněcování ke vzpouře, když pro něj hlasuje pouze 57 senátorů z potřebných 67, kteří tvoří dvoutřetinovou většinu (Aktuálně, 2021).



Graf 7: Témata zobrazována médii ve třetím období

Zdroj: Vlastní graf

5.1.4 Souhrn zjištění

Cílem této podkapitoly bylo zodpovězení HVO1: Jak se vyvíjelo v čase informování o výsledcích voleb a VVO1: Docházela vybraná média ve stejnou dobu ke stejným závěrům.

Jestliže se zaměříme na první zmíněnou otázku, z výzkumu vyplývá, že se vývoj zcela lišil u různých médií. Hledat tedy společnou linku propojující všechna média a generalizovat tak výsledky na celý mediální trh je značně obtížné. Rozdělení autorky na tři období na základě zásadních událostí ale přeci jen ukázalo několik specifík a bodů zlomu, kdy se informování o výsledcích voleb proměňovalo. Jak bylo zmíněno již v kapitole o volebním systému, proces volby prezidenta USA je členěn do několika etap, která s sebou přináší určitá specifika. První týdny po volbách jsou běžně spjaty s oznámením vítěze a přípravou na oficiální zvolení

sjezdem volitelů. V případě voleb v roce 2020 byly první týdny definovány bojem o volební výsledky. Zpravodajství i publicistika byly výrazně agresivnější než v jiných obdobích a mezi médií nepanovala shoda na tom, kdo by měl být příštím legitimním prezidentem. Způsob informování se postupně vyvíjí, v druhém období se proměňují zejména nejčastěji zobrazovaná témata. Média upouští od konkrétních kauz a věnují se spíše obecnému tématu spojenému s protesty proti volbám a méně již výsledkům v konkrétních státech nebo soudním procesům s nimi spjatými. V posledním zkoumaném období se mění tón, který média využívají. Po útoku na Kapitol a šoku, který pro Američany představoval, se celá diskuze umírňuje. Nástup Joe Bidena k moci je již jasný a o výsledcích jako takových se informuje již méně. Pozornost se opět přesouvá k jiným tématům zejména k důsledkům výsledků voleb a následného vývoje včetně již mnohokrát zmiňované polarizace společnosti.

Odpověď na VVO1 se ukázala jasnější, než autorka předpokládala. Z analýzy vyplývá, že média docházela ve stejných momentech, se shodnými informacemi ke zcela odlišným závěrům. Interpretace výsledků voleb se značně lišila zejména mezi FOX News a zbylými třemi médii. Zatímco CNN, The NY Times a Washington Post zakládaly své informování o vítězi voleb na oficiálních výsledcích, či politických aktech, jakým je například sjezd volitelů, či uznání výsledků voleb Kongresem, FOX News v těchto chvílích neuznávala legitimitu procesu a nepřikládala událostem váhu, jelikož je interpretovala jako podvodné či nespravedlivé.

5.2 Obraz kandidátů v jednotlivých médiích

Do výzkumu byla vybraná čtyři nejsledovanější zpravodajská média rozdělena do dvou skupin dle politické inklinace. FOX News byla zařazena mezi média spřízněná s Republikánskou stranou a Donaldem Trumpem, naopak zbylá tři média byla vyhodnocena jako nakloněná

Demokratické straně a Joe Bidenovi. Analýzou dat na základě politické inklinace bude v této podkapitole zodpovězena HVO2 a VVO2.

Ve způsobu informování byla viditelná rozdílnost v případě všech médií. Společným rysem tří médií s politickou inklinací k Joe Bidenovi byla výrazná kritika Donalda Trumpa jako jednotlivce. Naopak u FOX News byla kritika směřována častěji na širší skupiny – demokraty, média, levici. I když Joe Biden v množství příspěvků figuroval, jeho obraz byl většinou skládán na základě spojitosti s více aktéry. Tento fenomén můžeme pozorovat například na již zmíněných pravidelných rubrikách stanice – „Corrupt institutions“, „The corrupt media mob“ nebo „Media hypocrisy“ viz obrázek 2. Jedná se o reportáže, rozhovory či komentáře týkající se stejného tématu – zkorumpovaných institucí a médií, která pracují ve prospěch Demokratické strany a Joe Bidena a útočí na Donalda Trumpa, což je dáváno do spojitosti s jeho prohrou a neúspěchy.



Obrázek 2: Ukázka z reportáže v pořadu Hannity na FOX News

Zdroj: FOX News, Hannity, 9. 11. 2020 (0:04:27)

5.2.1 The New York Times

Při bližším pohledu na konkrétní média a jejich prezentaci dvou kandidátů (viz graf 8) můžeme pozorovat jasné rozdělení. V článkách **The New York Times** převažují negativní zmínky o Donaldu Trumpovi, které se objevují v 50 % zkoumaného obsahu, nejčastěji v souvislosti s tématy protestů proti výsledkům voleb a kroky proti osobě Trumpa. Objevují se i články o konkrétních programových bodech a tématech například o koronavirové krizi, či fenoménu rozdělené společnosti, kde je Donald Trump vykreslován jako viník či jsou přítomny vyjádření strachu a zahanbení, jako v případě titulku z 16. 11. 2020: „Trump, snaží se udržet u moci, fandí nepokojům a konspiračním teoriím“.¹⁵ Zmínky jsou ale až na několik výjimek přítomna až v těle článků a titulky jsou spíše neutrální. Negativní zmínky o Joe Bidenovi nalezneme pouze v 5 % článků – nejčastěji se jedná o citace prohlášení republikánů či Donalda Trumpa v rozhovorech a proslovech. Naopak pozitivní zmínky o Donaldu Trumpovi tvoří 4 % a o Joe Bidenovi 24 % (nejčastěji za přítomnosti vyjádření vítězství, odhodlání či naděje viz obrázek 3).



Obrázek 3: Titulek The New York Times ze 7. listopadu 2020

Zdroj: The New York Times, 7. 11. 2020

¹⁵ Vlastní překlad autorky.

5.2.2 Washington Post

V případě **Washington Post** lze nalézt množství shodných projevů jako u předchozího média. Negativní zmínky o Donaldu Trumpovi jsou přítomny ve 44 % obsahu, zatímco počet, těch zmiňujících jeho protikandidáta, je zanedbatelný. Oproti tomu pozitivních zmínek o Joe Bidenovi nalezneme 24 % a o Donaldu Trumpovi pouze 4 %. Okolnosti přítomnosti zmínek jsou velice podobné jako u The NY Times – tedy spojení Donalda Trumpa spíše s negativními tématy a jeho vykreslení jako viníka společenské krize, ve které se země nachází (viz obrázek 4). Naopak Joe Biden je popisován jako možná naděje na lepší fungování státu a společnosti.



Obrázek 4: Titulek Washington Post ze 7. prosince 2020

Zdroj: Washington Post, 7. 12. 2020

5.2.3 CNN

V případě třetího zkoumaného média – stanice **CNN** jsou negativní zmínky o Donaldu Trumpovi přítomny v 74 % obsahu zařazeného do výzkumu, o Joe Bidenovi v 1 %. Příspěvky jsou viditelně agresivnější, vyskytuje se v nich množství sarkastických poznámek či přímých útoků. Nutno zdůraznit, že se jedná o publicistický pořad, a dává proto větší smysl srovnávat jej s komentáři a názory v tisku či se stejným formátem na stanici FOX News. Zjednodušení a stereotypizaci v kritice Donalda Trumpa můžeme pozorovat například v pojmenování „Retrumplicans“, kterým v CNN označují podporovatele Trumpa v Republikánské straně (viz

obrázek 5). Pozitivní zmínky o Joe Bidenovi neobsahuje více než 17 % článků, což je méně než u dvou zkoumaných deníků, ty o Donaldu Trumpovi netvoří ani 1 %.



Obrázek 5: Ukázka z rozhovoru s Amy Klobuchar na téma útoku na Kapitol

Zdroj: CNN, Cuomo Prime Time, 7.1. 2021 (0:16:59)

5.2.4 FOX News

FOX News je médium definované jako inklinující k Donaldu Trumpovi a výrazně se to projevuje i v obsahu pozitivních zmínek o něm v tomto médiu, které se objevují v 27 % příspěvků. Trump je prezentován jako bojovník za legitimitu voleb, v průběhu celého prvního i druhého období je pravidelným hostem pořadu novinářky Kayleigh McEnany, která komentovala situaci kolem Trumpových právních kroků k napadení výsledků (viz obrázek 6) a které ve stejné době působila jako tisková mluvčí Bílého domu. Pozitivní zmínky o Joe Bidenovi neobsahuje ani 1 % případů, zato negativní zmínky 39 % článků.



Obrázek 6: Ukázka z rozhovoru s Kayleigh McEnany
na téma Trumpových právních kroků proti výsledkům voleb

Zdroj: FOX News, Hannity, 12. 11. 2020 (0:06:17)

5.2.5 Shrnutí analýzy

Celkově se tedy analýzou příspěvků z pohledu informování o jednotlivých kandidátech potvrdil předpoklad o zásadním dopadu jejich politické inklinace, čímž byla zodpovězena HVO2: Byla v rámci informování viditelná rozdílnost u médií, která referovala o názorově spřízněném kandidátovi. Média nakloněná Demokratické straně informovala spíše kriticky vůči Donaldu Trumpovi a Joe Biden byl zmiňován v pozitivní rovině a obráceně. Biden byl ale celkově v médiích zmiňován méně, což může být dáno tím, že Trump byl ve zkoumaném období prezidentem a byla na něj tedy upřena větší pozornost.

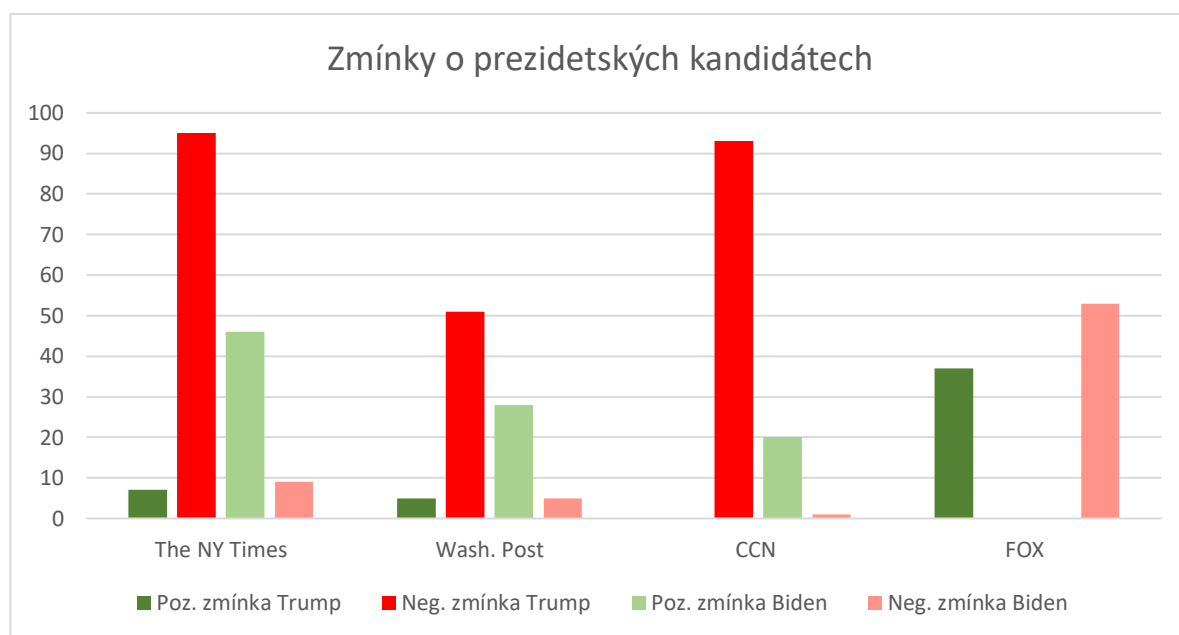
Na VVO2 – jaký byl poměr negativních a pozitivních zmínek o kandidátech v jednotlivých médiích bylo zodpovězeno v předcházející kapitole u popisů jednotlivých médií a shrnutí je přiloženo také v tabulce 5.

	Poz. zmínka Trump	Neg. zmínka Trump	Poz. zmínka Biden	Neg. zmínka Biden
The NY Times	7	95	46	9
Washington Post	5	51	28	5
CCN	0	93	20	1
FOX News	37	0	0	53

Tabulka 5: Počet zmínek o jednotlivých kandidátech v médiích

Zdroj: Vlastní tabulka

Z výzkumu také vyplývá, že v médiích převažují obecně negativní zmínky a vzhledem k faktu, že do výběrového vzorku byla zařazena tři média nakloněná Demokratické straně, je celkový počet zmínek o Trumpovi o více než o polovinu větší.



Graf 8: Zmínky o prezidentských kandidátech v jednotlivých médiích

Zdroj: Vlastní graf

5.3 Diskuse závěrů

V teoretické části práce bylo nastíněno, proč máme jako společnost od médií v rámci politického procesu určitá očekávání a jaké jsou v dnešní době základní koncepty využívané při zkoumání médií. Normativní teorie médií umožňuje definovat chování médií, které je pro společnost výhodné a které je určitým způsobem nežádoucí. Zjistit konkrétní velikost dopadů způsobu informování o výsledcích prezidentských voleb není v rozsahu této práce možné. Na základě existující teorie a zjištěných okolností lze ale definovat předpoklad, který by bylo možné potvrdit či rozvést v další práci.

Základními účinky definovanými v této práci bylo získávání informací ze zpravodajství jako základní aspekt jejich fungování, agenda-setting, rámování a působení na veřejné mínění posoje a nálady viz podkapitola 2.2. Dle zjištěných skutečností se informace, které jednotlivá média prezentují zásadním způsobem liší. Tento fakt sám o sobě nemusí být škodlivý, jestliže se jednotlivé stanice či deníky soustředí na jiná témata, vzniká díky tomu rozmanitost a tento efekt je jistě žádoucí. V případě médií v USA se ale jedná o jinou situaci. Média dle výzkumu o některých zcela objektivních událostech vůbec neinformují a jestliže se již objeví ve všech médiích jsou interpretována zcela jiným způsobem. Tento fenomén může podporovat efekt konfirmačního zkreslení, o kterém se v dnešní době začíná ve spojitosti s polarizovanou společností diskutuje, či teorie ozvěnové komory, která je ale v dnešní době častěji spojována s komunikací na sociálních sítích (Garimella, 2018).

Pojem konfirmační zkreslení je obvykle v psychologické literatuře definován následovně: „Tendence zdůrazňovat a věřit zkušenostem, které podporují názory člověka, a ignorovat nebo diskreditovat ty, které tak nečiní,“ (Mahoney, 1977, s. 167). Jakmile propojíme toto zkreslení v lidském myšlení s faktem, že se základní skutečnosti, jako jsou výsledky voleb, interpretují u různých médií opačným způsobem, můžeme se dostat do situace, kdy ve

společnosti fungují média popisujících zcela odlišnou verzi politické reality, která se stává realitou jejich publik. Jestliže se jedná o tak významná média, jaká byla zkoumána v tomto výzkumu, tedy nejvyhledávanější zdroje informací, nacházíme se v situaci, kdy jsou různým nezanedbatelně velkým částem společnosti prezentovány odlišné verze dění v jejich zemi. Projevem takto vyhocené situace a frustrovaných občanů může být například i událost, jakou byl útok na Kapitol v lednu 2021 (Britannica, 2022). Samozřejmě se nejedná o jediný efekt, ovlivňující společenské rozdělení nejen USA (Qureshi, 2022). A míra, do jaké je tento fenomén na polarizaci společnosti podílí, může být předmětem dalšího zkoumání.

5.3.1 Limity výzkumu

Prvním z limitů tohoto výzkumu byla absence dat o skutečném množství diváků, kteří sledovali dané pořady a četli zkoumané články. V případě výzkumného vzorku v televizním vysílání došlo ke značnému zúžení na jediný pořad z celé nabídky, který je sice na dané stanici nejsledovanější, poskytuje ale do určité míry specifické informace a nemusí se v něm objevovat vše, o čem celkově daná stanice informuje. Dalším limitem vzorku byla nevyváženost v rámci politické inklinace. Autorka se snažila nalézt další médium s výrazným dosahem a blízkostí k Republikánské straně, ale v kontextu USA nebylo nalezeno a některé výsledky výzkumu proto nebylo možné generalizovat.

Obecně vnímá autorka jako nedostatek výzkumu v této oblasti nízké propojování potenciálně souvisejících efektů a fenoménů z různých výzkumných oborů jako jsou mediální vědy, psychologie, sociologie či politologie. Výzkumy jsou obvykle zaměřeny jedním směrem a není v nich dostatečně zachycena komplexnost a propojenost, která je pro podobná témata typická.

5.3.2 Další možností výzkumu

Výzkum se také z důvodu rozsahu nevěnoval období před vyhlášením výsledků a volební kampani, která do určité míry předurčovala, jakým způsobem bude o volbách informováno a v jaké se ponesou atmosféře. Prostorem pro další zkoumání jsou jistě i konkrétní prostředky využívané médii při informování událostech. Nabízí se například pragmalingvistická analýza¹⁶, která by mohla doplnit další kontext týkající se jazykové části projevu a možných motivací či cílů médií a konkrétních novinářů, moderátorů či reportérů.

Další proměnou hrající roli je výběr hostů médii, kterému se tento výzkum nevěnoval, ale který do určité míry definuje, s jakými tématy budou události spojovány či jakým budou doplněny komentářem. Hosté navíc musí ještě méně než mediální profesionálové dodržovat snahu o nestrannost či objektivitu, a o to více se v jejich projevu promítá vlastní pozice a interpretace událostí. Ve sledovaných médiích byla viditelná minimální snaha o zapojení hostů či respondentů s jiným názorem či opačnou politickou inklinací, který by do zpráv přinesl nutný náhled na věc. Otázka efektu tohoto fenoménu tedy stále zůstává otevřená dalšímu zkoumání.

¹⁶ Definice například viz Machová a Švehlová, str. 137, 2001

6 Závěr

Americké prezidentské volby v roce 2020 byly v mnohých ohledech specifické – probíhaly uprostřed světové pandemie, předcházely jim nebývalé nepokoje, které doprovázelo násilí a protesty proti vládě a média se výrazně přiklonila na stranu jednoho z kandidátů. Z výzkumu jasně vyplývá, že otázka politického přesvědčení úzce souvisí s preferovaným médiem. Tento jev je již popsán v teoriích z různých oblastí humanitních věd –teorie konfirmačního zkreslení, ozvěnová komora atd.

Často zmiňovaná polarizace americké společnosti se projevila ve způsobu, jakým média o volbách informovala. FOX News rámovala většinu událostí ve prospěch Donalda Trumpa a situace, které by jej stavěly do špatného světla naopak nezmiňovala. Tři zbylá média stejně informovala o Joe Bidenovi, i když každé médium se lišilo například v konkrétních tématech, či v otázkách, na které se zaměřovala. I když sledovaná média popisovala stejné události, jejich interpretace byla značně odlišná, což může mít za důsledek zmiňovanou polarizaci či nepochopení druhé strany, které jsou prezentovány stejné informace, ale v odlišeném kontextu.

V tématech, která byla s volbami spojena, se ukázalo velice nízké množství příspěvků věnujících se konkrétním otázkám, či programovým bodům a aktuálním společenským problémům (výjimku tvořil koronavirus, který byl také významnou dělící čarou mezi oběma kandidáty z důvodu jejich odlišného přístupu).

Po vyhlášení výsledků a nástupu Joe Bidena k moci prezident často zmiňoval potřebu sjednocení země a překonání některých bariér, které vytvořily kontroverzní otázky. Velkou roli v této snaze jistě hrají média, která, jak potvrdil i výzkum, informují velice odlišně a pro diváky

se potom může stát situace velice nepřehlednou či nepochopitelnou, zejména pokud ji sleduje z české perspektivy, který na takto otevřeně politickou žurnalistiku není zvyklý.

Summary

The US presidential election in 2020 was specific in many ways - in the midst of a global pandemic, preceded by unprecedented riots accompanied by violence and protests against the government, and the media sided with one of the candidates. Research makes it clear that the issue of political beliefs is closely linked to the preferred medium. This phenomenon is already described in theories from various fields of humanities – theory of confirmatory bias, echo chamber, etc.

The mentioned polarization of American society was reflected in the way the media reported on the election. FOX News framed most of the events in favor of Donald Trump and did not mention situations that would put him in a bad light. The other three media reported on Joe Biden in the same way, although each medium differed, for example, in specific topics or in the issues it focused on. Although the monitored media described the same events, their interpretations were quite different, which may result in the aforementioned polarization or misunderstanding of the other party, which is presented with the same information but in a different context.

The topics related to the elections showed a very low number of contributions dealing with specific issues or program items and current societal issues (with the exception of coronavirus, which was also a significant dividing line between the two candidates due to their different approach).

7 Přílohy

Seznam příloh:

Příloha 1: Programové priority Donalda Trumpa pro prezidentské volby 2020

Příloha 2: Programové priority Joe Bidena pro prezidentské volby 2020

Příloha 3: Kódovací kniha

Příloha 1: Programové priority Donalda Trumpa pro prezidentské volby 2020

Zdroj: Ballotpedia, 2020

Programové priority Donalda Trumpa pro prezidentské volby 2020	
Pracovní místa	Vytvoření 10 milionů nových pracovních míst za 10 měsíců
	Vytvoření 1 milion nových malých podniků
	Snížení daní
	Uzákonění Fair Trade nabídky, které chrání americká pracovní místa
	Daňové dobropisy „Vyrobeno v Americe“.
	Pokračování v deregulační agendě pro energetickou nezávislost
Covid 19	Vyvinutí vakcínu do konce roku 2020
	Návrat k normálu v roce 2021
	Výroba všech důležitých léků a potřeb pro zdravotnické pracovníky v USA
	Doplnění zásob a příprava se na budoucí pandemii
Konec závislosti na Číně	Návrat 1 milionu pracovních míst ve výrobě z Číny
	Daňové úlevy pro společnosti, které přinášejí pracovní místa z Číny
	Umožnění 100 % odpočtů výdajů pro základní průmyslová odvětví, která přivádějí zpět svou výrobu do Spojených států
	Žádné federální smlouvy pro společnosti, které outsourcují do Číny
	Čína plně odpovědnou za to, že umožnila šíření viru po celém světě
Zdravotní péče	Snížení cen léků na předpis
	Vrácení kontroly nad systémem zdravotní péče pacientům a lékařům
	Nižší pojistné na zdravotní pojištění
	Ochrana sociálního zabezpečení a zdravotní péče

	Ochrana veteránů a poskytování prvotřídní zdravotní péči a služeb
Vzdělání	Možnost volby školy každému dítěti v Americe
	Výuka americké výjimečnosti
Korupce	Revize fungování a procesů v Kongresu
	Konec byrokratické vládní šikany občanů USA a malých podniků
	Odhalení peněžní stezky Washingtonu a delegování pravomocí zpět lidem a státům
	Vyčerpání globalistické bažiny tím, že se ujmete mezinárodních organizací, které ubližují americkým občanům
Policie	Vyšší financování a více policistů
	Zvýšení trestních postihů za útoky na policisty
	Stáhání přestřelek jako činů domácího terorismu
	Dovedení násilných extremistických skupin jako ANTIFA před soud
Migrace	Zablokování možnosti sociálního zabezpečení financovaného daňovými poplatníky, zdravotní péči a bezplatného školného na vysoké škole pro nelegální přistěhovalce
	Povinná deportace pro neobčanské členy gangu
	Likvidace sítě pro obchodování s lidmi
	Zákaz americkým společnostem nahrazovat občany Spojených států zahraničními pracovníky s nižšími náklady
	Důraz na schopnost užít se pro přistěhovalce
Inovace	Stálá lidská přítomnost na Měsíci a první pilotovaná mise na Mars
	Vybudování největšího systému infrastruktury na světě, vítězství závodu o 5G a vytvoření národní vysokorychlostní bezdrátové internetové sítě
	Vedení světa v přístupu k nejčistší pitné vodě a nejčistšímu vzduchu
	Spolupráce s ostatními národy na vyčištění oceánů naší planety
Zahraniční politika	Zastavení nekonečné války a příchod amerických jednotek domů
	Požadavek, aby spojenci zaplatili spravedlivý podíl
	Udržení a rozšiřování bezkonkurenční vojenské síly Ameriky
	Likvidace globálního terorismu, který ohrožuje Američany
	Vybudování systému kybernetické obrany a systému protiraketové obrany

Příloha 2: Programové priority Joe Bidena pro prezidentské volby 2020

Zdroj: Ballotpedia, 2020

Programové priority Joe Bidena pro prezidentské volby 2020	
Testování (Covid 19)	Zdvojnásobení počtu testovacích webů.
	Investice do testování nové generace, včetně domácích testů a okamžitých testů, abychom mohli naši testovací kapacitu rozšířit o řády.
	Založení U.S. Public Health Jobs Corps, abychom mobilizovali alespoň 100 000 Američanů po celé zemi s podporou důvěryhodných místních organizací v nejvíce ohrožených komunitách, aby prováděli kulturně kompetentní přístupy ke sledování kontaktů a ochraně ohrožených populací.
Osobní ochranné prostředky (Covid 19)	Joe Biden převezme odpovědnost, spíše než ponechání, aby se státy, města, kmeny musely starat samy o sebe. Biden se zaměří se na výrobu většího množství kritických zásob ve Spojených státech.
	Bude plně využít zákon o obranné výrobě k nastartování výroby roušek, obličejových štítů a dalších ochranných prostředků tak, aby vnitrostátní nabídka osobních ochranných prostředků převýšila poptávku a naše sklady a zásoby – zejména v těžce zasažených oblastech, které slouží neúměrně zranitelnému obyvatelstvu – byly plně doplněny.
Formulace jasných pokynů, jak zvládat pandemii	Vytvoření obnovitelného fondu pro státní a místní samosprávy, který pomůže předcházet rozpočtovým schodkům, které mohou způsobit, že státy budou čelit strmým škrtům na učitelích a záchranářích.
	Vyzvání Kongres, aby schválil nouzový balíček, který zajistí, že školy budou mít dodatečné zdroje, které potřebují k efektivní adaptaci na COVID-19.
	Poskytnutí „restartovací balíček“, který pomůže malým podnikům pokrýt náklady na bezpečný provoz, včetně věcí, jako je plexisklo a ochranné prostředky.
	Investice 25 miliard dolarů do plánu výroby a distribuce vakcíny, který zaručí, že se dostane ke každému Američanovi zdarma.
	Když vstupujeme do vrcholu politické sezóny, politika by neměla hrát žádnou roli při určování bezpečnosti a účinnosti jakékoli vakcíny. Měly by nás vést následující 3 principy: Dát vědcům na starost všechna rozhodnutí o bezpečnosti a účinnosti; zveřejňovat klinická data pro jakoukoli vakcínu, kterou FDA schválí; zmocnit kariérní zaměstnance k sepsání písemné zprávy k veřejnému posouzení a umožnit jim vystoupit před Kongresem a mluvit veřejně bez cenzury.
Spravedlivá distribuce vakcín a léčby	Zajištění , aby každý – nejen bohatí a dobře propojení – v Americe dostával ochranu a péči, jakou si zaslouží, a aby spotřebitelé nebyli zdražováni, když na trh přicházejí nové léky a terapie.
	Joe Biden chápe, že Trumpova neúspěšná reakce učinila starší Američany a další vysoce rizikové osoby ještě zranitelnějšími.

	Vytvoření pracovní skupiny pro rasové a etnické rozdíly COVID-19, aby poskytovala doporučení a dohlížela na rozdíly v oblasti veřejného zdraví a ekonomické reakce. Na konci této zdravotní krize přejde na stálou pracovní skupinu pro infekční choroby a rasové rozdíly.
Ochrana rizikových skupin	Vytvoření Nationwide Pandemic Dashboard, který mohou Američané kontrolovat v reálném čase, aby jim pomohl změřit, zda se v jejich místě pobytu aktivně vyskytuje místní přenos. Tyto informace jsou zásadní pro to, aby pomohly všem jednotlivcům, ale zejména starším Američanům a dalším vysoce ohroženým osobám, pochopit, jakou úroveň preventivních opatření je třeba přijmout.
Obrana	Okamžité obnovení ředitelství Rady národní bezpečnosti Bílého domu pro globální zdravotní bezpečnost a bioobranu, které bylo zřízeno za prezidenta Obamy.

Příloha 3: Kódovací kniha

Zdroj: Vlastní tabulka

Název proměnné	Hodnota	Název hodnoty
Číslo jednotky	číslo	číslo
Datum		datum (DD.MM.RRRR)
Období	1	3.11.-30.11. 2020
	2	1.12. 2020-7.1. 2021
	3	8.1.-20.1. 2021
Médium	1	The New York Times
	2	Washington post
	3	CNN
	4	FOX News
Druh příspěvku	1	Tisk
	2	Televize
Politická inklinace	1	Demokraté
	2	Republikáni
Název		Název příspěvku
Délka příspěvku	číslo	počet slov/ počet vteřin
Žánr příspěvku	1	Zpráva
	2	Reportáž
	3	Komentář
	4	Rozhovor
Téma	1	Průběh voleb
	2	Průběžné výsledky
	3	Výsledky voleb
	4	Protesty proti výsledkům
	5	Ekonomika
	6	Čína
	7	Suverenita USA
	8	Migrace
	9	Zákon o dostupné péči
	10	Reforma kriminálního systému
	11	Právo na zbraň
	12	Koronavirus
	13	Klimatická změna
	14	Reforma školského systému
	15	Předání moci
	16	Rozdělená společnost
	17	Právní a symbolické kroky proti Trumpovi
Prezentovaný výsledek	Poměr	Trump : Biden
Zmínky o Trumpovi	1	Pozitivní
	2	Negativní
Zmínky o Bidenovi	1	Pozitivní
	2	Negativní

8 Použité zdroje

8.1 Literatura

American politics. *American politics quarterly* vol. 19 no.1. 1991, **19**(1), 109-139.

BARKIN, Steve M. *American Television News: The Media Marketplace and the Public Interest*.

New York: M. E. Sharpe, 2003. ISBN 978-07-6560-923-6.

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

BLANCHARD, Margaret. *History of the Mass Media in the United States*. New York: Routledge, 2013. ISBN 9781315061627.

CURRAN, James. *Media and democracy*. Routledge, 2011.

ČERVENKA, Jan, KUNŠTÁT, Daniel, ed. *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*.

Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2006. ISBN 80-7330-081-8.

DRAGE BOWSER, Jennie, Wendy UNDERHILL a Tim STOREY. Pre-Election Day Voting: Just the

FAQs, Ma'am. *THE CANVASS: States and Election Reform: A Newsletter for Legislatures*.

2011, **11**(18), 1-4.

ENLI, Gunn, Hallvard MOE a Vilde Schanke SUNDET. FROM FEAR OF TELEVISION TO FEAR FOR TELEVISION. *Media History*, 2013, **19**(2), 213–227.

FTOREK, Jozef. *Public relations jako ovlivňování mínění: jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat*. 3., rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. Komunikace (Grada).

ISBN 978-80-247-3926-7.

GARIMELLA, Kiran, et al. *Polarization on social media*. 2018.

GRABER, Doris A. *Mass media and American politics*. 8th ed. Washington, DC: CQ PRes, 2010.

ISBN 978-16-042-6460-9.

HAGER, Gregory a Terry SULLIVAN. President-centered and Presidency-centered Explanations of Presidential Public Activity. *American Journal of Political Science*, 1994, **38**(4), 1079–1103.

HALLIN, Daniel C. a Paolo MANCINI. *Systémy médií v postmoderním světě: tři modely médií a politiky*. Praha: Portal. 2004. ISBN 978-05 215 4308 8.

HENDL, Jan. *Úvod do kvalitativního výzkumu*. Univerzita Karlova, 1999.

HIGGINS, John W. Community television and the vision of media literacy, social action, and empowerment. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 1999, **43**(4), 624-644.

HSIEH, Hsiu-Fang a Sarah HANNON. Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 2005, **15**(9), 1277–1288.

IYENGAR, Shanto. The polarization of American politics. In: *The Routledge Handbook of Political Epistemology*. Routledge, 2021. p. 90-100.

JABLONSKA, Magdalena a Andrzej FALKOWSKI. Framing in Political Evaluations. An Empirical Study on the Role of Positive and Negative Comparisons in Affect and Preference Construction. *Journal of Political Marketing*, 2021, 20(1), 1–15.

JANDA, Kenneth. *Výzva demokracie: systém vlády v USA*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1998. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 80-85850-54-0.

JENSEN, Klaus Bruhn. Local Empiricism, Global Theory : Problems and Potentials of Comparative Research on News Reception. *Communications – the European Journal of Communication Research*, 1998, **23**(4), 427–445.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2.*, přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.

KEES, Brants, Joke HERMES a Liesbet VAN ZONEN. *The Media in Question: Popular Cultures and Public Interests*. Londýn: SAGE Publications, 1998. ISBN 978-07-619-5723-2.

KEITH, T. Z, T. M REIMERS, P. G FEHRMANN, S. M POTTEBAUM a L. W. AUBEY. Parental involvement, homework, and TV time: Direct and indirect effects on high school achievement. *APA PsycArticles*. 1986, **78**(5), 373–380.

KŘTĚNOVÁ, Monika. *Prezidentský systém Spojených států amerických*. Praha: Univerzita Karlova, Právnická fakulta, 2016. Prameny a nové proudy právní vědy. ISBN 978-80-8797-560-2.

LAZARSELD, Paul F.; BERELSON, Bernard; GAUDET, Hazel. *The people's choice*. Columbia University Press, 1968.

MAHONEY, Michael J. Publication prejudices: An experimental study of confirmatory bias in the peer review system. *Cognitive Therapy and Research*. 1977, **1**(2), 161-175. ISSN 0147-5916. Dostupné z: doi:10.1007/BF01173636.

MACHOVÁ, Svatava a Milena ŠVEHLOVÁ. *Sémantika & pragmatická lingvistika*. Praha: Univerzita Karlova v Praze – Pedagogická fakulta, 2001. 159 s. ISBN 80-7290-061-7.

MAJONE, Giandomenico. Agenda setting. *The Oxford handbook of public policy*, 2006, 228-250.

MCCOMBS, Maxwell a Donald SHAW. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 1972, **36**(2), 176–187.

MCCOMBS, Maxwell, et al. Candidate images in Spanish elections: Second-level agenda-setting effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1997, 74.4: 703-717.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozšířené a přepracované vydání. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.

PATTERSON, Thomas. Pre-Primary News Coverage of the 2016 Presidential Race: Trump's Rise, Sanders' Emergence, Clinton's Struggle. *HKS Working Paper*. 2016, **16**(23), 1-20.

POHL, Rüdiger. *Cognitive illusions: A handbook on fallacies and biases in thinking, judgment and memory*. East Sussex: Psychology Press, 2004. ISBN 1-84169-351-0.

POTTER, W. James. *Media effects*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications, c2012. ISBN 978-14-129-6469-2.

PRECLÍK, Vratislav. *Masaryk a legie*. Karviná: Paris, 2019. Hlas (Masarykovo demokratické hnutí). ISBN 978-80-87173-47-3.

QURESHI, Israr, et al. Introduction to the role of information and communication Technologies in Polarization. In: *Causes and Symptoms of Socio-Cultural Polarization*. Springer, Singapore, 2022. p. 1-23.

REESE, Stephen, Oscar GANDY a August GRANT. *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Londýn: Routledge, 2003. ISBN 978-08-058-4926-4.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

ROHWER, Jim. *Remade in America: How Asia Will Change Because America Boomed*. New York: Crown Business, 2001. ISBN 978-06-0950-412-3.

SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2., přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0827-8.

SIEBERT, Fred a Theodore Bernard PETERSON. *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. University of Illinois Press. 1956. ISBN 978-02-527-2421-3.

STRAUSS, Anselm L. a Juliet CORBIN. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Brno: Sdružení Podané ruce, 1999. SCAN. ISBN 80-85834-60-X.

STREET, John. *Mass media, politics and democracy*. 2nd ed. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2011. ISBN 978-1-4039-4734-5.

STULÍK, Ondřej a Petr KRČÁL. Surfování na migrační vlně v době populismu: Sekuritizace migrace ze strany poslanců Parlamentu České republiky. *Acta Politologica*, 2019, 11(2), 1–17.

TANKARD, James W., et al. The empirical approach to the study of media framing. *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, 2001, 95-106.

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

TUMBER, Howard a Frank WEBSTER. *Journalists Under Fire: Information War and Journalistic Practices*. Londýn: SAGE Publications Ltd, 2006. ISBN 9781412924078.

8.2 Elektronické zdroje

2020 Election Coverage Viewership Drops To 56.9 Million, Fox News Sets Cable News Ratings Records – Deadline. Deadline – Hollywood Entertainment Breaking News [online]. Copyright © 2022 Deadline Hollywood, LLC. All Rights Reserved. [cit. 12.03.2022]. Dostupné z: <https://deadline.com/2020/11/election-night-2020-ratings-nbc-abc-cnn-fox-news-msnbc-1234609030/>

2020 Presidential Election Results - 270toWin. 270toWin - 2024 Presidential Election Interactive Map [online]. Copyright © 2022 Electoral Ventures LLC. All Rights Reserved. [cit. 12.03.2022]. Dostupné z: <https://www.270towin.com/maps/2020-actual-electoral-map>

25th Amendment | U.S. Constitution | US Law | LII / Legal Information Institute. LII / Legal Information Institute [online]. Dostupné z: <https://www.law.cornell.edu/constitution/amendmentxxv>

4 dead after US Capitol breached by pro-Trump mob during 'failed insurrection' - ABC News. ABC News – Breaking News, Latest News, Headlines & Videos - ABC News [online]. Copyright

© [cit. 17.02.2022]. Dostupné z: <https://abcnews.go.com/Politics/capitol-breached-protesters/story?id=75081629>

Americans' main sources for political news vary by party and age | Pew Research Center. Pew Research Center | Pew Research Center [online]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/04/01/americans-main-sources-for-political-news-vary-by-party-and-age/>

Appendix: Grouping respondents by major news sources | Pew Research Center. Pew Research Center | Pew Research Center [online]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/journalism/2020/10/07/following-covid-19-news-appendix-grouping-respondents-by-major-news-sources/>

Biden and Sanders are canceling rallies over coronavirus. Why won't Trump? - Vox. Vox - Understand the News [online]. Copyright © 2022 [cit. 13.03.2022]. Dostupné z: <https://www.vox.com/policy-and-politics/2020/3/11/21174945/biden-sanders-trump-canceling-rallies-coronavirus>

Biden wins Pennsylvania, becoming the 46th president of the United States - CNNPolitics. CNN International - Breaking News, US News, World News and Video [online]. Copyright © [cit. 17.02.2022]. Dostupné z: <https://edition.cnn.com/2020/11/06/politics/presidential-election-biden-trump-2020/index.html>

Bill of Rights (1791) - Bill of Rights Institute. Bill of Rights Institute [online]. Copyright © [cit. 23.02.2022]. Dostupné z: <https://www.billofrights.org/primary-sources/bill-of-rights>

CNBC TRANSCRIPT: PRESIDENT DONALD TRUMP SITS DOWN WITH CNBC'S JOE KERNEN AT THE WORLD ECONOMIC FORUM IN DAVOS, SWITZERLAND. [online]. Copyright © [cit. 13.03.2022]. Dostupné z: <https://www.cnbc.com/2020/01/22/cnbc-transcript-president->

[donald-trump-sits-down-with-cnbc-s-joe-kernen-at-the-world-economic-forum-in-davos-switzerland.html](https://www.kff.org/coronavirus-covid-19/issue-brief/comparing-trump-and-biden-on-covid-19/)

Comparing Trump and Biden on COVID-19 C KFF. KFF - Health Policy Analysis, Polling, Journalism and Social Impact Media [online]. Copyright © 2022 Kaiser Family Foundation [cit. 13.03.2022]. Dostupné z: <https://www.kff.org/coronavirus-covid-19/issue-brief/comparing-trump-and-biden-on-covid-19/>

Daring Deal - Government Executive. Government News, Research and Events for Federal Employees - GovExec.com [online]. Copyright © 2022 by Government Media Executive Group LLC. All rights reserved. [cit. 19.02.2022]. Dostupné z: <https://www.govexec.com/magazine/features/2014/07/daring-deal/88207/>

Donald Trump policies: Where does the president stand on key issues? - BBC News. BBC - Homepage [online]. Copyright © 2022 BBC. The BBC is not responsible for the content of external sites. [cit. 13.03.2022]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/election-us-2020-53828147>

Donald Trump presidential campaign, 2020 - Ballotpedia. [online]. Dostupné z: https://ballotpedia.org/Donald_Trump_presidential_campaign,_2020

Former officer Derek Chauvin knelt on George Floyd for 9 minutes and 29 seconds -- not the infamous 8:46 - CNN. CNN International - Breaking News, US News, World News and Video [online]. Copyright © [cit. 13.03.2022]. Dostupné z: <https://edition.cnn.com/2021/03/29/us/george-floyd-timing-929-846/index.html>

Fox News finishes 2020 as most-watched cable news channel in history | Fox News. Fox News - Breaking News Updates | Latest News Headlines | Photos & News Videos [online]. Copyright ©2022 FOX News Network, LLC. All rights reserved. [cit. 20.02.2022].

Dostupné z: <https://www.foxnews.com/media/fox-news-finishes-2020-as-most-watched-cable-news-channel-in-history>

Fox News Channel | History, TV Shows, Hosts, & Facts | Britannica. Encyclopedia Britannica | Britannica [online]. Copyright © Victor Maschek [cit. 19.02.2022]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Fox-News-Channel>

Here Are The Women Publicly Accusing Roger Ailes Of Sexual Harassment | HuffPost Communities. HuffPost - Breaking News, U.S. and World News | HuffPost [online]. Copyright ©2022 BuzzFeed, Inc. All rights reserved. [cit. 19.02.2022].

Dostupné z: https://www.huffpost.com/entry/roger-ailes-accusers-list_n_57a9fa19e4b06e52746db865?guccounter=1

History | The New York Times Company. The New York Times Company | The New York Times Company [online]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/company/history/>

How do you know voting by mail works? The U.S. military's done it since the Civil War.. Wayback Machine [online]. Copyright © [cit. 12.03.2022]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20200419113919/https://www.nbcnews.com/politics/2020-election/how-do-you-know-voting-mail-works-u-s-military-n1186926>

How the Coronavirus Changed the 2020 Campaign - The New York Times. The New York Times - Breaking News, US News, World News and Videos [online]. Copyright © [cit. 13.03.2022]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2020/03/12/us/politics/coronavirus-2020-campaign.html>

Chauvin trial: Derek Chauvin found guilty in death of George Floyd | CTV News . CTV News | Canada News | Top Stories [online]. Dostupné z: <https://www.ctvnews.ca/world/ex-cop-derek-chauvin-guilty-of-murder-and-manslaughter-in-death-of-george-floyd-1.5394195>

'I'm not going to do it': Trump rejects his own administration's advice on masks | Coronavirus | The Guardian. [online]. Copyright © [cit. 13.03.2022]. Dostupné z: <https://www-theguardian-com.translate.goog/world/2020/apr/03/im-not-going-to-do-it-trump-refutes-his-own-administrations-advice-on-masks? x tr sl=en& x tr tl=cs& x tr hl=cs& x tr pto=op,sc>

In 2020, America embraced Black Lives Matter as a movement - Los Angeles Times. News from California, the nation and world - Los Angeles Times [online]. Copyright © 2022, Los Angeles Times [cit. 13.03.2022]. Dostupné z: <https://www.latimes.com/california/story/2020-12-16/black-lives-matter-protests-george-floyd-coronavirus-covid-2020>

Joe Biden presidential campaign, 2020 - Ballotpedia. [online]. Dostupné z: https://ballotpedia.org/Joe_Biden_presidential_campaign,_2020

Joe Biden, George Floyd and #BLM: how Biden won the race for presidency. | DiggIt Magazine. Home | DiggIt Magazine [online]. Copyright © OLIVIER DOULIERY [cit. 13.03.2022]. Dostupné z: <https://www.diggitemagazine.com/articles/joe-biden-george-floyd-and-blm-how-biden-won-race-presidency>

Joe's Vision – Joe Biden.com. [online]. Dostupné z: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:RDECfm2Ktq8J:https://joe Biden.com/joes-vision/+&cd=3&hl=cs&ct=clnk&gl=cz&client=safari>

Main news source in countries worldwide 2020 | Statista. • Statista - The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies [online]. Copyright © Statista 2022 [cit. 23.04.2022]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/198765/main-source-of-international-news-in-selected-countries/>

Media use in the U.S. by format 2020 | Statista. • Statista - The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies [online]. Copyright © Statista 2022 [cit. 24.02.2022]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/276683/media-use-in-the-us/>

ONLINE | Inaugurace Joea Bidena - 46. prezidenta Spojených států | E15.cz. E15.cz - Byznys, politika, ekonomika, finance, události [online]. Copyright © 2001 [cit. 17.02.2022]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/volby/volby-v-usa/ja-joe-biden-slavnostne-prisaham-spojene-staty-maji-noveho-prezidenta-1377183>

Presidential candidates, 2020 - Ballotpedia. [online]. Dostupné z: https://ballotpedia.org/Presidential_candidates_2020

Presidents, Vice Presidents, & Coinciding Sessions of Congress | US House of Representatives: History, Art & Archives. US House of Representatives: History, Art & Archives [online]. [cit. 17.02.2022]. Dostupné z: <https://history.house.gov/Institution/Presidents-Coinciding/Presidents-Coinciding/>

Prime-time | MediaGuru. Homepage | MediaGuru [online]. Copyright © 2022 [cit. 12.03.2022]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/slovník/klicova-slova/prime-time/>

Příznivci Donalda Trumpa vtrhli na Kapitol. „Něco podobného nemá v dějinách USA obdoby,“ konstatuje amerikanista | Radiožurnál. Český rozhlas Radiožurnál [online]. Copyright © 1997 [cit. 17.02.2022]. Dostupné z: <https://radiozurnal.rozhlas.cz/priznivci-donald-trumpa-vtrhli-na-kapitol-neco-podobneho-nema-v-dejinach-usa-8398703>

Readers of the Washington Post in the U.S. by age 2018 | Statista. • Statista - The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies [online]. Copyright © Statista 2022 [cit. 20.02.2022]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/369148/readers-of-the-washington-post-bl-daily-edition/>

The Washington Post | American newspaper | Britannica. Encyclopedia Britannica | Britannica [online]. Copyright © Victor Maschek [cit. 19.02.2022]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/The-Washington-Post>

Top U.S. news brands by reach 2018 | Statista. • Statista - The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies [online]. Copyright © Statista 2022 [cit. 17.02.2022]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/875845/most-popular-us-news-brands-ranked-by-reach/>

Trump přestál druhý impeachment, podle Senátu se podněcování ke vzpouře nedopustil - Aktuálně.cz. Zprávy - Aktuálně.cz [online]. Copyright © [cit. 12.04.2022]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/trump-prestal-druhy-impeachment-podle-senatu-se-podnecovani/r~60dc7d526e3d11eb9f15ac1f6b220ee8/>

Trump tweets “STOP THE COUNT!” as votes continue to be counted - Vox. Vox - Understand the News [online]. Copyright © 2022 [cit. 17.02.2022]. Dostupné z: <https://www.vox.com/2020/11/5/21550880/trump-tweet-stop-the-count-votes-presidential-election>

Trump wall: How much has he actually built? - BBC News. BBC - Homepage [online]. Copyright © 2022 BBC. The BBC is not responsible for the content of external sites. [cit. 15.03.2022]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-46824649>

Trump's election legal challenges: where do things stand? | US news | The Guardian. [online]. Copyright © [cit. 17.02.2022]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/us-news/2020/nov/19/trump-election-result-biden-legal-challenges>

TV households in U.S. | Statista. • Statista - The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies [online]. Copyright © Statista 2022 [cit. 24.02.2022]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/243789/number-of-tv-households-in-the-us/>

U.S. Constitution | Constitution Annotated | Congress.gov | Library of Congress. Constitution Annotated | Congress.gov | Library of Congress [online]. Dostupné z: <https://constitution.congress.gov/constitution/>

United States Capitol attack of 2021 | Background, Events, Criminal Charges, & Facts | Britannica. Encyclopedia Britannica | Britannica [online]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/event/United-States-Capitol-attack-of-2021>

Volby v USA před soudy: co, kde a proč Trump napadá. Deník Referendum [online]. Copyright © [cit. 17.02.2022]. Dostupné z: <https://denikreferendum.cz/clanek/31896-volby-vusa-predsoudy-co-kde-aproc-trump-napada>

What Blue And Red 'Shifts' Looked Like In Every State | FiveThirtyEight. FiveThirtyEight | FiveThirtyEight uses statistical analysis — hard numbers — to tell compelling stories about politics, sports, science, economics and culture. [online]. Copyright © 2022 ABC News Internet Ventures. All rights reserved. [cit. 17.02.2022]. Dostupné z: <https://fivethirtyeight.com/features/where-we-saw-red-and-blue-mirages-on-election-night/>

'Why is Trump calling Black Lives Matter a symbol of hate?' - BBC News. BBC - Homepage [online]. Copyright © 2022 BBC. The BBC is not responsible for the content of external sites. [cit. 13.03.2022]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/av/world-us-canada-53261067>

8.3 Primární analyzované zdroje

Washington Post

<https://www.washingtonpost.com>

Arizona, Wisconsin certify Biden's win; president-elect names inauguration planning committee. *The Washington post*[online]. Washington, D.C: WP Company LLC d/b/a The Washington Post, 2020 [cit. 2022-04-18]. ISSN 0190-8286.

How Fox News framed Trump's loss. *The Washington post* [online]. Washington, D.C.: Washington Post Co, 2020 [cit. 2022-04-17].

Presidential election hangs in balance as Trump falsely asserts fraud and makes a claim of victory. *The Washington post* [online]. Washington, D.C.: Washington Post Co, 2020 [cit. 2022-04-17]. ISSN 0190-8286.

Trump faces mounting demands to leave office or face impeachment for inciting Capitol mob attack. *The Washington post* [online]. Washington, D.C: WP Company LLC d/b/a The Washington Post, 2021 [cit. 2022-04-19]. ISSN 0190-8286.

The New York Times

<https://www.nytimes.com>

Biden Wins Presidency, Ending Four Tumultuous Years Under Trump - The New York Times. The New York Times - Breaking News, US News, World News and Videos [online]. Copyright © [cit. 23.04.2022]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2020/11/07/us/politics/biden-election.html>

Democrats Ready Impeachment Charge Against Trump for Inciting Capitol Mob - The New York Times. The New York Times - Breaking News, US News, World News and Videos [online]. Copyright © [cit. 19.04.2022]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2021/01/08/us/politics/democrats-trump-impeachment.html>

Georgia Recertifies Election Results, Affirming Biden's Victory - The New York Times. The New York Times - Breaking News, US News, World News and Videos [online]. Copyright © [cit.

18.04.2022]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2020/12/07/us/politics/georgia-recertify-election-results.html>

Trump, Trying to Cling to Power, Fans Unrest and Conspiracy Theories - The New York Times. The New York Times - Breaking News, US News, World News and Videos [online]. Copyright © [cit. 19.04.2022]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2020/11/15/us/politics/trump-biden-election.html>

CNN

<https://edition.cnn.com>

Cuomo Prime Time : CNNW : November 11, 2020 6:00pm-7:00pm (10.-11. min) PST : Free Borrow & Streaming : Internet Archive. Internet Archive: Digital Library of Free & Borrowable Books, Movies, Music & Wayback Machine [online]. Dostupné z: https://archive.org/details/CNNW_20201112_020000_Cuomo_Prime_Time

Cuomo Prime Time : CNNW : November 11, 2020 6:00pm-7:00pm (36.-38. min) PST : Free Borrow & Streaming : Internet Archive. Internet Archive: Digital Library of Free & Borrowable Books, Movies, Music & Wayback Machine [online]. Dostupné z: https://archive.org/details/CNNW_20201112_020000_Cuomo_Prime_Time

Cuomo Prime Time : CNNW : December 14, 2020 10:00pm-11:00pm (10.-16.min.) PST : Free Borrow & Streaming : Internet Archive. Internet Archive: Digital Library of Free & Borrowable Books, Movies, Music & Wayback Machine [online]. Dostupné z: https://archive.org/details/CNNW_20201215_060000_Cuomo_Prime_Time

Cuomo Prime Time : CNNW : January 8, 2021 10:00pm-11:01pm (3.-4. min.) PST : Free Borrow & Streaming : Internet Archive. Internet Archive: Digital Library of Free & Borrowable Books,

Movies, Music & Wayback Machine [online]. Dostupné z:

https://archive.org/details/CNNW_20210109_060000_Cuomo_Prime_Time

Cuomo Prime Time : CNNW : January 8, 2021 10:00pm-11:01pm (5.-9. min.) PST : Free Borrow & Streaming : Internet Archive. Internet Archive: Digital Library of Free & Borrowable Books,

Movies, Music & Wayback Machine [online]. Dostupné z:

https://archive.org/details/CNNW_20210109_060000_Cuomo_Prime_Time

Cuomo Prime Time : CNNW : January 7, 2021 10:00pm-11:00pm PST : Free Borrow & Streaming : Internet Archive. Internet Archive: Digital Library of Free & Borrowable Books,

Movies, Music & Wayback Machine [online]. Dostupné z:

https://archive.org/details/CNNW_20210108_060000_Cuomo_Prime_Time/start/960/end/1020

Cuomo Prime Time : CNNW : November 11, 2020 6:00pm-7:00pm PST : Free Borrow & Streaming : Internet Archive. Internet Archive: Digital Library of Free & Borrowable Books,

Movies, Music & Wayback Machine [online]. Dostupné z:

https://archive.org/details/CNNW_20201112_020000_Cuomo_Prime_Time

FOX News

<https://www.foxnews.com>

Hannity : FOXNEWSW : November 4, 2020 6:00pm-7:00pm, (5.-8. min.). PST : Free Borrow & Streaming : Internet Archive. Internet Archive: Digital Library of Free & Borrowable Books,

Movies, Music & Wayback Machine [online]. Dostupné z:

https://archive.org/details/FOXNEWSW_20201105_020000_Hannity

Hannity : FOXNEWSW : November 4, 2020 6:00pm-7:00pm (9.-11. min.) PST : Free Borrow & Streaming : Internet Archive. Internet Archive: Digital Library of Free & Borrowable Books,

Movies, Music & Wayback Machine [online]. Dostupné z:
https://archive.org/details/FOXNEWSW_20201105_020000_Hannity

Hannity : FOXNEWSW : November 9, 2020 6:00pm-7:00pm (1-3. min.) PST : Free Borrow & Streaming : Internet Archive. Internet Archive: Digital Library of Free & Borrowable Books,

Movies, Music & Wayback Machine [online]. Dostupné z:
https://archive.org/details/FOXNEWSW_20201110_020000_Hannity

Hannity : FOXNEWSW : December 4, 2020 10:00pm-10:58pm (41.-43. min.) PST : Free Borrow & Streaming : Internet Archive. Internet Archive: Digital Library of Free & Borrowable Books,

Movies, Music & Wayback Machine [online]. Dostupné z:
https://archive.org/details/FOXNEWSW_20201205_060000_Hannity

Hannity : FOXNEWSW : January 8, 2021 10:00pm-11:00pm (18.-19. min.) PST : Free Borrow & Streaming : Internet Archive. Internet Archive: Digital Library of Free & Borrowable Books,

Movies, Music & Wayback Machine [online]. Dostupné z:
https://archive.org/details/FOXNEWSW_20210109_060000_Hannity/start/1140/end/1200

Hannity : FOXNEWSW : January 13, 2021 10:00pm-11:00pm (22.-24. min.) PST : Free Borrow & Streaming : Internet Archive. Internet Archive: Digital Library of Free & Borrowable Books,

Movies, Music & Wayback Machine [online]. Dostupné z:
https://archive.org/details/FOXNEWSW_20210114_060000_Hannity

Hannity : FOXNEWSW : November 19, 2020 10:00pm-11:00pm (18.-21. min.) PST : Free Borrow & Streaming : Internet Archive. Internet Archive: Digital Library of Free & Borrowable

Books, Movies, Music & Wayback Machine [online]. Dostupné z:
https://archive.org/details/FOXNEWSW_20201120_060000_Hannity/start/840/end/900

Hannity : FOXNEWSW : November 20, 2020 10:00pm-11:00pm (4.-5. min.) PST : Free Borrow & Streaming : Internet Archive. Internet Archive: Digital Library of Free & Borrowable Books,

Movies, Music & Wayback Machine [online]. Dostupné z:

https://archive.org/details/FOXNEWSW_20201121_060000_Hannity

Hannity : FOXNEWSW : November 14, 2020 1:00am-2:00am PST : Free Borrow & Streaming :

Internet Archive. Internet Archive: Digital Library of Free & Borrowable Books, Movies, Music

& Wayback Machine [online]. Dostupné z:

https://archive.org/details/FOXNEWSW_20201114_090000_Hannity

9 Teze bakalářské diplomové práce

SCHVÁLENO 10.8.21

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:									
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Lucie Hegerová	Razítko podatelny: <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: 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;"> 28-07-2021 -1- </td> </tr> <tr> <td> Číslo: </td> <td style="text-align: center;"> 193 Příloh: </td> </tr> <tr> <td colspan="2"> Podčíslo: </td> </tr> </table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	28-07-2021 -1-	Číslo:	193 Příloh:	Podčíslo:	
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd									
Došlo dne:	28-07-2021 -1-								
Číslo:	193 Příloh:								
Podčíslo:									
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2019									
E-mail diplomantky/diplomanta: 33906255@fsv.cuni.cz									
Studijní obor/forma studia: Komunikační studia–Mediální studia/prezenční									
Název práce v češtině: Prezentace výsledků amerických prezidentských voleb z roku 2021 v médiích.									
Název práce v angličtině: Presentation of the results of the US presidential election of 2021 in the media.									
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013): (diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení teze) LS 2021/2022									
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): Práce se věnuje prezentaci výsledků amerických prezidentských voleb v roce 2020, které byly svým průběhem i následným vývojem ojedinělé. Interpretace a způsob, jakým média o této události informovala, byl pro případné reakce a přijetí nebo nepřijetí výsledku veřejností zcela zásadní. Hlavním cílem práce je zanalyzovat jednotlivé příspěvky i postupy, které jednotlivá média publikovala, respektive využívala. Součástí práce je také zasazení celé situace do kontextu obecného vývoje médií a jejich informování o politice, případně odpovědnosti vůči veřejnosti.									
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): <ol style="list-style-type: none"> 1. Úvod <ul style="list-style-type: none"> - Motivace ke zpracování tématu 2. Teoretická část <ul style="list-style-type: none"> - Normativní teorie médií a společnosti (médiá a veřejný zájem, občanská společnost, veřejná sféra) - Účinky médií (účinky na veřejné mínění a postoje, účinky na politické instituce a procesy) 3. Deskripční část <ul style="list-style-type: none"> - Mediální systém USA - Základní vymezení fungování prezidentských voleb v USA 4. Metodologie výzkumu <ul style="list-style-type: none"> - Metoda kvantitativní obsahové analýzy - Metoda kvalitativní obsahové analýzy - Stanovení výzkumného problému a hypotéz - Charakteristika vybraných médií a výběrového souboru - Kódovací kniha - Metody sběru dat 5. Výzkumná část <ul style="list-style-type: none"> - Interpretace dat - Vyhodnocení výzkumné otázky a hypotéz - Diskuze závěrů 6. Závěr 									
Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy): The New York Times, CNN, FOX News, The Washington Post – 3. listopadu 2020 – 20. ledna 2021									

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Práce bude spojovat prvky kvantitativní i kvalitativní obsahové analýzy.

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

SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3., nezměn. vyd. Přeložil Barbara KÖPPOVÁ. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4.

Kniha poskytuje úvod do problematiky politické komunikace a obsahové analýzy masově mediovaných textů. Kniha se věnuje vztahu médií a veřejné sféry, ukazuje způsoby kvantitativního rozboru masově mediovaných sdělení a vyhodnocování zpravodajství. Druhá část knihy přináší konkrétní výsledky projektu, který se zabýval zobrazováním tzv. vánoční krize v České televizi na přelomu let 2000 a 2001 ve zpravodajství Českého rozhlasu.

DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-493-9.

Kniha vymezuje obor sémiotiky jako vědy o znakových systémech. Objasňuje základní pojmy a stanoví předmět zkoumání, všírá si vývoje a metod studia.

FORET, Martin, Marek LAPČÍK a Petr ORSÁG. *Media dnes: reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008. ISBN 978-80-244-2023-3.

Vybrané texty k problematice médií/mediality jsou zvoleny tzv. otevřenou tematizací. Jádrem sborníku jsou texty vzniklé na základě přednášek, které zaměly na Katedře žurnalistiky Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci.

FTOREK, Jozef. *Public relations jako ovlivňování mínění: jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat*. 3., rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. Komunikace (Grada). ISBN 978-80-247-3926-7.

Kniha podává kritický pohled na některé tradiční mýty provázející praktické použití zavedených, zejména agenturních technik PR, uvádí hlavní nástroje a techniky sdělení informace v PR, funkce a role médií ve společnosti, zásady krizové komunikace v prostředí masmédií, radí, jak vést účinně rozhovor či prezentaci, de

finuje aktivní a reaktivní PR, uvádí aktuální trendy v PR, místo propagandy v demokratické společnosti či se zabývá tím, jakou roli hraje PR ve službách informační války.

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

Svou koncepcí kniha obsahuje jak zásady komerčního výzkumu médií (výzkum sledovanosti, měření efektivity reklamy), tak i akademického (výzkum mediálních organizací, analýza reprezentace, interpretace textu). Jednotlivé metodické postupy jsou rozebrány na praktických příkladech z českých médií.



MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál (vydavatelství), 1999. ISBN 80-7178-200-9.

Masová média (zvláště tisk, televize a rozhlas) mají v moderních společnostech zásadní a stále vzrůstající význam. Rozsáhlá učebnice základů masové komunikace s přesahem do praxe.

KŘTĚNOVÁ, Monika. *Prezidentský systém Spojených států amerických*. Praha: Univerzita Karlova, Právnická fakulta, 2016. Prameny a nové proudy právní vědy. ISBN 978-80-87975-60-2.

Publikace je odbornou vědeckou studií především o americkém prezidentském systému, ovšem s přesahy, souvislostmi i srovnáním s jinými systémy. Přináší množství informací o instituci prezidenta USA.

<p>GRABER, Doris A. <i>Mass media and American politics</i>. 8th ed. Washington, DC: CQ Press, c2010. ISBN 9781604264609.</p> <p>Tento komplexní text se věnuje dopadu médií na postoje, chování, volby, politiku a tvorbu politiky. Je známý svým čitelným úvodem do literatury a teorie oborů médií, politologie, psychologie a mnohých dalších.</p>	
<p>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)</p> <p>KORDÍK, Jiří. <i>Americké demokratické primárky v českých médiích</i>. Praha, 2017. 75 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce Jan Křeček.</p> <p>ŠIROVÁ, Veronika. <i>Sociální sítě jako primární zdroj informací při prezidentských volbách - komparace USA a ČR</i>. 2019. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Moravec, Václav.</p> <p>PEŠKOVÁ, Iva. <i>Prezidenti ve válce s médii - paralely v postojích médií USA a ČR vůči hlavám státu</i>. Praha, 2020. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Miessler, Jan.</p> <p>TÁBORSKÁ, Valerie. <i>Mediální reprezentace prezidentských voleb v USA v roce 2016: komparativní obsahová analýza deníků Lidové noviny a Právo [online]</i>. Brno, 2017 [cit. 2021-07-26]. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/iyd9/. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Marina Urbaníková.</p>	
<p>Datum / Podpis studenta/ky</p> <p>28.7.2021</p>	

<p>TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:</p>	
<p>Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:</p>	
<p>Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:</p>	
<p>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.</p>	
<p>Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.</p>	
<p>Marcela Konrádová</p> 	
<p>Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga</p>	<p>Datum / Podpis pedagožky/pedagoga</p>

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNĚ, PODEPSANĚ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO 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.