

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

**Jana Tvarohová**

**Míra negativního zobrazení Miloše Zemana a  
Karla Schwarzenberga v médiích v průběhu  
prezidentské volby v roce 2013**

*Diplomová práce*

Praha 2014

Autor práce: Bc. Jana Tvarohová

Vedoucí práce: **PhDr. Jan Křeček, PhD.**

Oponent práce:

Datum obhajoby: 2014

Hodnocení:

## Bibliografický záznam

TVAROHOVÁ, Jana. *Míra negativního zobrazení Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga v médiích v průběhu prezidentské volby v roce 2013*. Praha, 2014. 82 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

## Abstrakt

Diplomová práce na téma Míra negativního zobrazení Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga v médiích v průběhu prezidentské volby v roce 2013 analyzuje množství negativity ve zpravodajské produkci tří českých celostátních deníků, Mladé fronty, Lidových novin a deníku Právo, vůči těmto dvěma prezidentským kandidátům. Časové rozmezí sledovaného období je vymezeno jedním měsícem před a jedním měsícem po prvním kole prezidentské volby.

Volba prezidenta v lednu roku 2013 byla v jedné věci zásadně odlišná od všech voleb předchozích. Probíhala přímou volbou. Hlavu státu tak namísto poslanců volili sami občané. Jednalo se tedy o událost významného charakteru, které se samozřejmě dostalo mimořádného mediálního ohlasu. Tisk, televize i rozhlas byly doslova zaplněné přímou volbou, samotnými kandidáty, debatami či různými úvahami.

Média se však této události zhostila rozporuplně. Kromě běžného informování, které bylo pro vědomí veřejnosti důležité, se média uchýlila až k jakési mediální smřti, ve které na kandidátech „nenechala nit suchou“. Mimo jiné byla ve zpravodajství patrná i vysoká míra negativity vůči Miloši Zemanovi. Naopak Karel Schwarzenberg byl zobrazován jako ideální prezident. Média tak do určité míry rozdělila společnost na dva tábory, přívržence Miloše Zemana a přívržence Karla Schwarzenberga.

Cílem této diplomové práce tedy bylo analyzovat, do jaké míry zpravodajství těchto deníků obsahovalo negativní zobrazení těchto dvou čelních kandidátů. Zda byla negativita skutečně patrná, nebo se jednalo o „veřejný šum“ vyvolaný přemírou emocí z první přímé volby hlavy státu.

## Abstract

Diploma thesis *The Rate of Negativity in Miloš Zeman's and Karel Schwarzenberg's Reflection in Media during Presidential Election in 2013* analyses the rate of negativity in the news production of three national newspapers – Mladá fronta Dnes, Lidové noviny and Právo

- about these presidential candidates. Time range setting is one month before first round of presidential election and one month after first round of presidential election.

The presidential election in January of 2013 was completely different from previous presidential elections. People voted in a direct presidential election. It was very important event, in which the media were very interested. Press, television and radio broadcasting were filled with presidential election, candidates, debates and many reflections.

Media have taken it a bit contradictory. Apart from the ordinary information that were important for the public knowledge, the media resorted to the kind of media storm. There were a high rate of negativity in the news against Miloš Zeman. On the contrary, Karel Schwarzenberg was reflected as an ideal president. The public was separated into two groups by media. First group was supporters of Miloš Zeman and the second one was supporters of Karel Schwarzenberg.

The aim of this diploma thesis was to find out, how much negativity about these presidential candidates took place in the news. If the negativity was really observable or if it was the result of emotions caused from first direct presidential election in the Czech Republic.

## **Klíčová slova**

negativita, míra negativity, politická komunikace, negativita politické komunikace, Miloš Zeman, Karel Schwarzenberg, prezidentské volby, přímá volba prezidenta

## **Keywords**

negativity, the degree of negativity, political communication, negativity of political communication, Miloš Zeman, Karel Schwarzenberg, presidential election, direct presidential election

## **Rozsah práce**

Tato diplomová práce má 115 415 znaků s mezerami bez abstraktu a příloh.

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.

2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 6. května 2014

Jana Tvarohová

## **Poděkování**

Na tomto místě bych chtěla poděkovat svému vedoucímu práce, PhDr. Janu Křečkovi, Ph.D., za trpělivost, cenné rady a čas, který mi věnoval.

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK**  
**Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce**

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:**

**Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:**

Tvarohová Jana

**Razítko podatelny:**

**Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:**

2008/2009

**E-mail diplomantky/diplomanta:**

JanaT@seznam.cz

**Studijní obor/forma studia:**

navazující      čtyřsemestrální      mediální  
studia/prezenční

**Předpokládaný název práce v češtině:**

Negativita v průběhu prezidentské volby v roce 2013 na příkladu kandidáta Miloše Zemana

**Předpokládaný název práce v angličtině:**

Negativity during the Presidential Election in 2013 in Case of Candidate Milos Zeman

**Předpokládaný termín dokončení** (semestr, akademický rok – vzor: *ZS 2012/2013*)  
(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)

LS 2013/2014

**Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování** (max. 1800 znaků):

Negativita v zobrazování politických představitelů je v současnosti jedním z trendů politické komunikace. Novináři se jí dopouštějí z několika důvodů. Negativní zprávy jednak upoutávají lidskou pozornost daleko více než ty pozitivní, jsou více prodejné, posilují dramatičnost a podněcují zájem čtenářů. Negativní zobrazování politiků je výsledkem dvojího pojetí, institucionálního (založený na odlišné redakční politice v každém médiu) a individuálního (jedná se o osobní postoje novinářů). Negativní zobrazování politiků také novinářům pomáhá otevřeně vyjadřovat svou profesní samostatnost a nezávislost na politicích a jejich stranách.

Samotné negativní zobrazování politiků v médiích však zatím nedosáhlo homogenní teoretické konceptualizace. K tomuto tématu se váže ucelená studie *Negativity in political news*, která nabízí základní rámce a dimenze negativity v médiích směrem k politickým představitelům.

V lednu roku 2013 proběhla v České republice historicky první přímá volba prezidenta, kterou doprovázelo obrovské mediální pokrytí. Jedním z kandidátů byl politik Miloš Zeman, jehož vztah s médii je dlouhodobě komplikovaný. Zeman k médiím přistupuje velmi skepticky a již několikrát dal veřejně svou antipatii k novinářům najevo.

Zde je vyšší předpoklad pro to, že Zeman bude v médiích zobrazován negativně, ať už právem či jako odplata za jeho výroky směrem k médiím. V diplomové práci se pokusím zachytit, jak se právě negativní zobrazení projevovalo ze strany médií.

**Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy** (max. 1800 znaků):

Cílem diplomové práce bude výklad a popis pojmu negativita a zasazení do kontextu politické komunikace.

Dalším aspektem bude umístění konceptu do mediálního zobrazení českých deníků.  
Pro aplikaci vybraného konceptu použiji studii Negativity in Political News: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings. Na základě této studie vypracuji podobný výzkum, který se bude věnovat negativitě v zobrazení kandidáta na úřad prezidenta České republiky. Bude vycházet ze stejných rámců a dimenzí, jaké tato studie nabízí, budu se soustředit na způsoby negativity, její explicitní vyjádření a v případě odhalení jiných rámců v českých médiích vytvořím nové.

**Předpokládaná struktura práce** (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

- kap. č. 1. : Úvod-úvedení do diplomové práce, uvedení do tématu a jeho popis; vysvětlení problematiky
- kap. č. 2. : Politická komunikace-charakteristika oboru, vysvětlení základních pojmů, popis dalších trendů, které se s negativitou politické komunikace pojí
- kap.č. 3. : Negativita politické komunikace-výklad a popis pojmu
- kap.č. 3. : Prezidentské volby-legislativní změny přímé volby, právní normy a popis změn, ke kterým došlo v souvislosti s přímou volbou
- kap.č. 4. : Miloš Zeman-stručná politická kariéra
- kap.č. 5. : Negativita zobrazení M. Zemana v médiích (obsahová analýza)-analytická část, výsledky výzkumu
- kap.č. 6. : Závěr-celkové zhodnocení a shrnutí výsledků

**Vymezení podkladového materiálu** (např. titul periodika a analyzované období):

Zkoumány budou domácí rubriky nejvýznamnějších českých deníků: Mladá fronta DNES, Právo a Lidové noviny. Analyzované období bude ve všech třech periodikách jeden měsíc před prvním kolem prezidentské volby a jeden měsíc po prvním kole prezidentské volby.

**Metody (techniky) zpracování materiálu:**

Diplomová práce bude vypracována na základě aplikace vybrané studie o negativitě mediálního pokrytí politických zpráv (Negativity in Political News: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings) na česká tištěná periodika. Výzkum bude probíhat na základě kvantitativní obsahové analýzy.

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

BLUMLER, Jay G.; KAVANAGH, Dennis. *The Third Age of Political Communication: Influences and Features*, Vol. 16, 1999. s. 209-230.

Článek dělí politickou komunikaci do tří vývojových etap, od poloviny 20. století do současnosti. Pro každou etapu jsou charakteristické vztahy mezi médii, politiky a voliči.

BRADOVÁ, Eva. *Negativní kampaně a politická reklama ve volbách*. Vyd. 1. Olomouc : Peripleum, 134 s. ISBN 978-80-86624-44-0

Součástí této publikace jsou texty zabývající se negativními kampaněmi a reklamou v politice. Tato témata kniha systematicky zpracovává.

HALLIN, Daniel; MANCINI, Paolo. *Systémy médií v postmoderním světě*. Vyd.1. Praha : Portál, 2008. 368 s. ISBN 978-80-7367-377-2

Knihy pojednává o konceptech národních mediálních systémů a porovnává fungování politických a mediálních systémů ve třech geografických oblastech (země kolem Středozemního moře, země střední a severní Evropy a země anglosaské).

LENGAUER, Günther; ESSER, Frank; BERGANZA, Rosa. *Negativity in Political News: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*. London: SAGE Publications Ltd, 2011

Tato studie přináší konceptuální pochopení, kategorizace a praktické operacionalizace negativity ve



zprávách. Studie dále systematizuje a kategorizuje existující koncepty a nabízí klasifikace negativity ve zprávách a její kategorizaci intenzity.

LILLEKER G. Darren. *Key Concepts in Political Communication*. Vyd. 1. London: SAGE Publications Ltd, 2006. 218 s. ISBN 1 4129 1830 8

Publikace shrnuje jednotlivé koncepty politické komunikace. Ty jsou heslovitě uspořádány a autor u každého z nich problematiku pojmu vysvětluje jak z teoretického, tak z praktického hlediska.

*Osobnosti – Česko : Ottův slovník*. Vyd. 1. Praha : Ottovo nakladatelství, 2008. 823 s. ISBN 978-80-7360-796-8

Encyklopedie obsahující přes 10 tisíc abecedně uspořádaných hesel nejvýznamnějších osobností politického, společenského, kulturního, hospodářského, technického i vědeckého života.

REIFOVÁ, Irena, KONČELÍK, Jakub, SCHULZ, Winfried, SCHERER, Helmut, HAGEN, Lutz. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Vyd. 3. Praha: Karolinum, 2011. 149 s. ISBN 978-80-246-1980-4.

Kniha poskytující úvod do problematiky politické komunikace a obsahové analýzy mediálních sdělení. Kniha má dvě části. První část tvoří texty sociologů, které vysvětlují problematiku vztahu médií a veřejné sféry, druhá část obsahuje výsledky konkrétního praktického projektu.

ŘÍCHOVÁ, Blanka, JIRÁK, Jan. *Politická komunikace*. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2000. 170 s. ISBN 80-246-0182-6

Ústředním tématem tohoto sborníku je rozbor vztahů mezi masovými médii a politickými systémy a problematika politického rozhodování a médií.

**Diplomové a disertační 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)

NOVÁKOVÁ, Radka. *Mediální obraz prezidentských kandidátů před volbami 2008*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií, 2009. 50 s. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jan Křeček.

JELÍNKOVÁ, Milena. *Srovnání mediálního obrazu vlád premiérů Topolánka, Fischera a Nečase v časopisu Týden*. Praha, 2011. 92 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

ROZMAJZL, Lukáš. *Srovnání vybraných jevů politické komunikace u politických stran v ČR: profesionalizace, personalizace a negativita*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2011. 140 s.

**Datum / Podpis studenta/ky**

.....

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

**Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:**

**Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:**

**Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.**

**Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.**

**Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga**

.....  
**Datum / Podpis pedagožky/pedagoga**

# Obsah

<b>1. ÚVOD</b> .....	<b>3</b>
<b>2. POLITICKÁ KOMUNIKACE</b> .....	<b>8</b>
2.1. <i>Definice pojmu politická komunikace</i> .....	8
2.1.1 <i>Akteři politické komunikace</i> .....	9
2.2 <i>Politická komunikace a masová média</i> .....	12
2.3 <i>Tři věky politické komunikace</i> .....	13
2.3.1 <i>První věk politické komunikace</i> .....	13
2.3.2 <i>Druhý věk politické komunikace</i> .....	14
2.3.3 <i>Třetí věk politické komunikace</i> .....	14
2.4 <i>Současnost politické komunikace a její rysy</i> .....	15
2.4.1 <i>Profesionalizace</i> .....	15
2.4.2 <i>Personalizace</i> .....	16
2.4.3 <i>Estetizace</i> .....	16
2.4.4 <i>Cynismus</i> .....	17
2.4.5 <i>Spin-doctoring a public relations (PR)</i> .....	17
<b>3. NEGATIVITA</b> .....	<b>19</b>
3.1 <i>Uvedení do problematiky výzkumů negativity</i> .....	20
3.2 <i>Vývoj negativity ve zpravodajství</i> .....	21
3.3 <i>Současná negativita a mediální cynismus ve vztahu mezi novináři a politiky</i> .....	23
3.3.1 <i>Infotainment a cynismus ve zpravodajství</i> .....	25
3.3.2 <i>Negativita v mediálním pokrytí úřadu prezidenta</i> .....	26
3.4 <i>Navržené koncepce negativity ve zpravodajství</i> .....	26
3.5 <i>Negativita a její rozměry</i> .....	28
3.5.1 <i>Rámcová negativita a její rozměry</i> .....	28
3.5.1.1 <i>Negativní citové zbarvení zprávy</i> .....	28
3.5.1.2 <i>Pesimistický pohled na zprávu</i> .....	28
3.5.1.3 <i>Zpráva zaměřená na konflikt</i> .....	29
3.5.1.4 <i>Zpráva zaměřená na nekompetence a pochybení</i> .....	29
3.5.2 <i>Individuálně zaměřená negativita</i> .....	30
3.5.2.1 <i>Negativita směrem k politickým aktérům a jejich stranám</i> .....	30
3.6 <i>Navržené funkční měření negativity</i> .....	31

<b>4. VOLBA PREZIDENTA REPUBLIKY.....</b>	<b>32</b>
4.1 <i>Zavedení přímé volby prezidenta .....</i>	32
4.1.1 <i>Kandidatura a navrhování kandidátů .....</i>	33
4.1.2 <i>Volba prezidenta .....</i>	34
4.2 <i>Nepřímá volba prezidenta .....</i>	35
4.3 <i>Prezidentská volba ve společenském kontextu .....</i>	36
<b>5. MILOŠ ZEMAN.....</b>	<b>39</b>
5.1. <i>Miloš Zeman před rokem 1989 .....</i>	39
5.2. <i>Miloš Zeman po roce 1989 .....</i>	40
<b>6. KAREL SCHWARZENBERG .....</b>	<b>42</b>
6.1. <i>Karel Schwarzenberg před rokem 1989 .....</i>	42
6.2. <i>Karel Schwarzenberg po roce 1989 .....</i>	42
6.3 <i>Karel Schwarzenberg a spory o majetek .....</i>	44
<b>7. VLASTNÍ VÝZKUM.....</b>	<b>45</b>
7.1 <i>Metodika analýzy .....</i>	45
7.1.1 <i>Základní soubor .....</i>	45
7.1.2 <i>Výběrový soubor .....</i>	45
7.1.3 <i>Kódovací jednotka .....</i>	46
7.1.4 <i>Proměnné .....</i>	46
7.2 <i>Výsledky výzkumu .....</i>	46
<b>8. ZÁVĚR.....</b>	<b>59</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>64</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA A ZDROJE .....</b>	<b>66</b>
<i>Seznam literatury .....</i>	66
<i>Internetové zdroje .....</i>	70
<i>Zákony České republiky.....</i>	72
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>74</b>
<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>75</b>
<i>Kódovací instrukce podle autorů studie.....</i>	75
<i>Kódovací kniha (podle které je prováděn výzkum) .....</i>	78
<b>SEZNAM ZKRATEK.....</b>	<b>82</b>

# 1. Úvod

Vztah mezi médii a politickou sférou je již dlouhou dobu předmětem mnoha analýz. Docházelo k nim zejména v druhé polovině 20. století. Jednalo se především o studie vlivu médií na politické poměry a studie opačného rázu, tedy politického dění na média. Demokratické společnosti vycházející z normativního předpokladu, podle kterého jsou média institucí svobody slova, navíc zastupující občany v boji s nadvládou moci a byrokracie. Autoři se zabývají hlavně procesem konstituování této role médií, jejím praktickým naplňováním v konkrétních sociálních podmínkách a příčinami případného nenaplňování této role. Při zkoumání vztahu mezi politikou a médii se autoři štěpí na dvě skupiny. První skupinu tvoří ti, kteří přiznávají dominantní roli politice a zkoumají vliv politiky na média. Patří sem například Noam Chomsky, Edward Herman či Robert McChesney. Druhou skupinu tvoří ti, kteří dominantní roli přisuzují médiím, a více tedy sledují vliv médií na politiku. Sem bychom mohli zařadit Joshuu Meyrowitze či Gianpietra Mazzoleniho (Hallin a Mancini, 2008: 12-13).

Vzhledem k tomu, že politici řídí stát a jsou hlavními určujícími subjekty společnosti, je zřejmé, že média sama jim budou věnovat velkou pozornost. Politici a političtí kandidáti mezi sebou vedou ostré volební boje a snaží se přesvědčovat občany o svých záměrech. Masová média tak ve velkém měřítku přispívají k účinnosti tohoto boje.

Winfried Schulz pod tímto bojem v první řadě vidí určitý komunikační proces. Ten podle něj spočívá v tom, že politici chtějí občanům sdělit své cíle a vnuknout jim myšlenku, že právě oni jsou pro ně zárukou chápání jejich potřeb. Pro některé autory znamená komunikace jádro politiky. Obecně se ale shodují na tom, že masová média jsou nezbytnou složkou správného fungování demokratické společnosti. Schulz média v moderních demokraciích chápe jako prostředníka mezi veřejností a politikou. Politické subjekty zpravidla nejsou s občany v přímém kontaktu, ale komunikují zprostředkovaně (přes kanály masové komunikace). Zatímco politici média potřebují k tomu, aby přes ně svá poselství předali voličům, voliči se zase o těchto krocích dozvídají z tisku, televize a rozhlasu. Zároveň se i sami politici informují o vyjádřeních svých oponentů jak z řad domácích, tak i zahraničních, právě z médií (Schulz, 2011: 11-14).

Výše uvedené řádky významných autorů dávají malý náhled na to, jak je ve společnosti vytvořen vztah mezi novináři (a potažmo médii vůbec) a politikou. Masová média jsou ve společnosti důležitým faktorem, stejně jako politické instituce, které se podílejí na řízení státu. Vzájemná komunikace obou skupin je nezbytná.

Politická komunikace se však v současnosti setkává s celou řadou trendů, které vztah mezi novináři a politiky mohou měnit, či dokonce narušovat. Jedním z těchto trendů, který postihuje současnou politickou komunikaci, ale i obsah médií, je negativita. Ta na jedné straně znamená vzájemné útočení a osočování mezi politiky, na straně druhé se negativita mohou chopit i média, jejichž výsledkem je podávání negativního obrazu politiků ve zpravodajství.

Samotný pojem negativity ve zpravodajství je dosud mírně problematický. Podle autorů Lengauera, Essera a Berganzy tento termín není příliš vědecky ustálen a postrádá ustálenou teoretickou koncepci. Zkoumání negativity vůči politickým představitelům v médiích se stává středem zájmu komunikačních a politických věd velmi pomalu (Lengauer, Esser, Berganza, 2011: 179).

Tato diplomová práce je postavena na průzkumu negativního zobrazení dvou čelních politických představitelů, konkrétně Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga, kteří se v roce 2013 ucházeli o post hlavy státu. Protože se jednalo o historicky první přímou volbu prezidenta, podléhala ostrému mediálnímu zájmu, stejně tak jako jednotliví kandidáti.

Miloš Zeman je součástí české politiky prakticky od vzniku samostatné České republiky. S médii má poněkud komplikovaný vztah. Zeman je známý tím, že novináři pohrdá, nebere si vůči nim servítky a neváhá je napomínat za každou jejich chybu či nepřesnost.

Jeho antipatie vůči novinářům pramení z nešťastné události, která se odehrála v 90. letech v souvislosti s jeho synem. Ten se kdysi pokusil o demonstrativní sebevraždu z nešťastné lásky. Poté, co informaci otiskly Lidové noviny, jeho syn sebevraždu skutečně spáchat chtěl. V rozhovoru s Petrem Žantovským (Zpověď informovaného optimisty, 2012) popsal a zároveň okomentoval svůj počátek nelibosti vůči novinářům takto: „Když můj syn z nešťastné lásky spáchal přede dveřmi své milé pokus o demonstrativní sebevraždu, a když o tom Lidové noviny napsaly, syn, který nesl, že v těch Lidových novinách byl, mně dokonce psal, že tu sebevraždu udělá doopravdy, a pak se ztratil na tři dny, to byly tři nejhorší dny v mém životě. To byla nenávist řekněme vůči určitému periodiku. Já od té doby Lidové noviny pokládám za novinářskou žumpu, ale to byl jenom malý, i když významný díl té averze vůči novinářům. Já si prostě nedokážu vážít lidí, kteří neumějí svoji profesi. A je úplně jedno, jestli je to truhlář, který udělá viklající stůl, chirurg, který zašije střevo na nesprávné straně, anebo novinářský žvanil, který ničemu nerozumí a tváří se jako kormidelník zeměkoule.“

Od té doby Zeman novináře neváhá častovat ne příliš lichotivými výrazy. Označil je dokonce za hlupáky, póvl a žumpu.

Například moderátora Událostí České televize Jakuba Železného pokáral, když ho Železný těsně po volbě oslovil jako prezidenta: „Nastudujete si Ústavu, pane Jakube Železný.“

V rozhovoru pro týdeník Reflex zase káral novináře Jaroslava Plesla a Petra Koláře. Na jednu z otázek odpověděl: „Na tuto otázku jsem odpověděl před dvěma minutami, pane redaktore. Vy se učíte? Nebo teprve začínáte?“ Slovo žumpa, kterým novináře označuje, použil i jako věnování Jaroslavu Pleslovi do jedné z knížek pamětí.

Petr Kolář se údajně domáhal vepsání do jednoho výtisku oslovení póvl, Zeman však vepsal následující: „, Elévovi, bez znalostí, ale zato s velkým sebevědomím.“

V jedné z předvolebních debat na Českém rozhlase nezapomněl napomenout moderátora Martina Veselovského slovy: „To jsem rád, že jste to pochopil.“<sup>1</sup>

Ve své publikaci *Vzestup a pád české sociální demokracie* si vzal na mušku komentátory: „Komentátor je člověk, který buď z vlastní iniciativy, nebo na pokyn šéfredaktora, píše jeden den o jaderných elektrárnách, druhý den o nadzvukových stíhačkách, třetí den o zemědělství a tak dál. Přitom nerozumí prvnímu, druhému ani třetímu.“<sup>2</sup>

V červenci 1999 pronesl na adresu novinářů následující: „Trápí mě ten póvl a ten hnůj, kterým část české žurnalistiky prochází. Dokazuje to, že novináři jsou blbí. Ne všichni, ale většina z nich. Zjistil jsem, že počet pitomců na čtvereční metr je největší v české žurnalistice. Je ještě vyšší než mezi politiky, a to je co říci.“ Svoje antipatie vůči novinářům dal opět najevo v následujícím výroku: „Dodal bych jen, že pokud jsem označil některé novináře za hnůj, musím se po publikaci těchto kampaní hnoji omluvit.“

Když se Zeman v březnu 2001 loučil na poslední tiskové konferenci ve funkci předsedy ČSSD, prohlásil: „Před asi deseti lety byla dešifrována nejstarší památka v lidských dějinách. Hliněná klínopisná tabulka stará asi pět tisíc let. Na ní je věta: Kamkoliv kolem sebe pohlédnu, vidím příliš mnoho pitomců. Musím se přiznat, že se s autorem věty, moudrým sumerským myslitelem, shodujeme.“<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Zdroj: Česká pozice na adrese: <http://www.ceskapozice.cz/domov/politika/o-zumpe-povlu-pavucine-zemanovych-polopravd>.

<sup>2</sup> Zdroj: ZEMAN, Miloš. *Vzestup a pád české sociální demokracie*. Vyd. 1. Praha : Šťastný, 2006. 279 s. ISBN 80-867-392-28.

<sup>3</sup> Zdroj: BBC na adrese: [http://www.bbc.co.uk/czech/volby2002/affairs\\_zeman.htm](http://www.bbc.co.uk/czech/volby2002/affairs_zeman.htm).

Zeman je z mediálních výstupů prezentován jako hulvát, alkoholik a jako člověk, který je schopen kohokoliv urazit. Neuráží pouze novináře, již několikrát pokáral i ekonomy, politology a svoje spolustraníky.

V průběhu prezidentské volby novináři nebyli Zemanovi příliš nakloněni. Poté, co se stal prezidentem, se objevily názory, že média Zemanovi do určité míry pomohla vyhrát volby. Projevil se zde tzv. bumerangový efekt médií - voliči nakonec začali sympatizovat s napadaným Zemanem a svůj hlas nakonec odevzdali právě jemu.

I Karel Schwarzenberg je dlouholetou a významnou osobou v české politice. Působil na postu ministra zahraničí, senátora či poslance. Schwarzenberg je v české politice reprezentant určitého gentlemanství, zvláštní noblesy a elegance. Je známý svou mluvou, ve které používá archaické výrazy. Nedílnou součástí jeho vystupování je dýmka. Mezi Schwarzenbergovy příznivce v prezidentské volbě patřili zejména mladí lidé, kterým se líbilo jeho ztvárnění v kampani coby „punkáče s čírem.“

Veřejnost je také obeznámena jeho podřimováním, ať už za ministerským stolem v Poslanecké sněmovně nebo při debatě v televizním studiu. Sám Schwarzenberg to okomentoval slovy: „Když se kecají blbosti, tak spím.“ Tento výrok si poté dal na volební plakát a podle odborníků, které oslovil zpravodajský server iDNES.cz, byl dokonce tento slogan nejlepším volebním sloganem vůbec.<sup>4</sup>

V paměti voličů jistě utkvěly i další Schwarzenbergovy výroky, které jsou spíše úsměvné. V roce 2007 prohlásil na adresu rakouských aktivistů, kteří demonstrovali proti jaderné elektrárně Temelín: „Poněvadž ty magory trochu znám, vím, že demonstrace budou pokračovati.“ Při volbě prezidenta v roce 2008, kdy se rozhodovalo mezi Václavem Klausem a Janem Švejcarem řekl: „U obou projevů jsem s úctou usnul.“<sup>5</sup> Při možném návratu Jiřího Čunka do politiky v roce 2007 uvedl: „Podle mého názoru by to byl úspěšný pokus o sebevraždu této vlády.“<sup>6</sup>

Na základě výše uvedených faktů jsem se v této diplomové práci rozhodla vypracovat kvantitativní obsahovou analýzu, ve které budu zkoumat, zda a do jaké míry lze vystopovat negativitu ve zpravodajství v průběhu prezidentské volby. Obsahovou analýzu vypracuji na základě kódovacích instrukcí, které ve své studii předložili Günther Lengauer, Frank Esser a Rosa Berganza (2011).

---

<sup>4</sup> Zdroj: iDNES.cz na adrese: [http://zpravy.idnes.cz/nejlepsi-slogan-podle-expertu-kdyz-se-kecaji-blbosti-tak-spim-puk-/domaci.aspx?c=A100421\\_081144\\_domaci\\_nos](http://zpravy.idnes.cz/nejlepsi-slogan-podle-expertu-kdyz-se-kecaji-blbosti-tak-spim-puk-/domaci.aspx?c=A100421_081144_domaci_nos).

<sup>5</sup> Zdroj: Téma – novinky.cz na adrese: <http://tema.novinky.cz/karel-schwarzenberg>.

<sup>6</sup> Zdroj: iHNed na adrese: <http://zpravy.ihned.cz/c1-22555540-schwarzenberg-navrat-cunka-je-sebevrazda-koalice>.



Analyzovat budu tři celostátní deníky Mladou frontu Dnes, Právo a Lidové noviny. Tato média jsem si vybrala zcela záměrně. Mladá fronta Dnes a Lidové noviny jsou obecně považovány za média pravicová, deník Právo naopak za médium levicového charakteru. Časové období pro sledovaná média je jeden měsíc před a jeden měsíc po prvním kole prezidentské volby, tedy od 11. prosince 2012 do 12. února 2013. Pro přesnější výsledky výzkumu jsem do obsahové analýzy počítala i zprávy, které v období prezidentské volby vycházely ve speciálních přílohách novin o prezidentské volbě.

Jak již z uvedeného textu vyplývá, v jedné podstatné věci se obsah diplomové práce odlišuje od vymezené teze. Po konzultaci s vedoucím práce, PhDr. Janem Křečkem, Ph.D., jsem se rozhodla zkoumat, zda a popřípadě do jaké míry, média negativně zobrazovala i Karla Schwarzenberga. Důvodem pro toto rozhodnutí bylo větší prohloubení praktické části a porovnatelnost výsledků. V diplomové práci jsem tedy následně vytvořila jednu kapitolu navíc, a to biografii a politickou kariéru Karla Schwarzenberga.

Dále jsem tedy změnila název diplomové práce z původního „Negativita v průběhu prezidentské volby v roce 2013 na příkladu kandidáta Miloše Zemana“ na „Míra negativního zobrazení Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga v médiích v průběhu prezidentské volby v roce 2013.“ Do diplomové práce jsem se také rozhodla navíc zakomponovat kapitolu týkající se společenského kontextu prezidentské volby. Přiblížila jsem průběh či další kandidáty.

Součástí diplomové práce jsou i dvě kódovací knihy. První je sestavená dle kódovacích instrukcí, kterou navrhli Lengauer, Esser a Berganza (2011). Druhá kódovací kniha je ta, podle které jsem kódovala zkoumané zprávy. Pro lepší přehlednost svého kódování jsem upravila jednotlivé proměnné.

## 2. Politická komunikace

### 2.1. Definice pojmu politická komunikace

Politická komunikace má za sebou dlouhou cestu. Pokud bychom za její počátek považovali Aristotelovu *Rétoriku* a *Politiku* vytvořené 350 let př. n. l., politická sdělení jsou zaznamenávána a rozebírána již více než dva tisíce let (Graber, 2005: 479). Podle Dominica Woltona (1990) se politická komunikace začala rozvíjet v době, kdy si lidé začali vyměňovat názory týkající se městského života. Označení se objevilo již v raných dobách, ale jistý ušlechtilý typ politického komunikování pravděpodobně vznikl v řeckém a latinském umění rétoriky (Wolton, 1990: 10).

Samotný pojem politické komunikace podléhá mnoha definicím a její problematika je velmi obsáhlá. Brian McNair uvádí, že samotný termín je obtížně definovatelný (McNair, 2003).

Termín politická komunikace nejprve označoval komunikaci vlády směrem ke svým voličům (nyní označováno jako vládní komunikace). Poté se pod tímto termínem začala označovat i komunikace mezi politickými představiteli a jejich oponenty, zejména během volebních kampaní. Pole působnosti se však nadále rozšiřovalo, a to na roli médií ve vytváření veřejného mínění, a poté ještě na vlivy veřejného mínění na politický život (Wolton, 1990: 10-11).

Skrze celou lidskou historii je to nicméně proces lineární, směřovaný shora dolů (od vůdců směrem k obyvatelstvu). Demokratizací většiny politických systémů se navíc politická komunikace a její aktivity více přesunuly do veřejné sféry. Lidé se tak stali součástí politiky a mají určitou politickou roli. Souběžně se vzrůstajícím množstvím informací a vyšší úrovní vzdělání vzrostl požadavek po větší politické účasti a vlivu. Z pouhých voličů se tak stali aktivní občané (Lilleker, 2006: 5).

Dnes pojem politická komunikace označuje roli komunikace v politickém životě v tom nejširším slova smyslu. Termín zahrnuje komunikaci médií, veřejné mínění či politický marketing (Wolton, 1990: 10-11). Podle Doris A. Graber (2005) politická komunikace zahrnuje vytváření, odesílání, přijímání a zpracovávání sdělení, které mají potenciálně významný přímý nebo nepřímý dopad na politiku. Ti, kteří sdělení vysílají nebo přijímají, jsou politici, novináři, členové zájmových skupin, institucí a celá společnost a prostředí, ve kterém existují. Klíčovou součástí však je to, že zpráva má politický dopad na přesvědčování, chování a myšlení jednotlivců, skupin, institucí a celé společnosti, ve které se

všichni pohybují“ (Graber, 2005: 479). Politická komunikace se také liší v závislosti na kultuře dané společnosti, a proto je při jejím studiu nutné hledět na globální kulturní rozdíly (ibid.: 496).

Koncept politické komunikace úzce souvisí s tím, že politické prostředí, respektive politika vůbec, je v současnosti chápána jako proces. Všechny sociální systémy mají politickou sféru, tedy politické systémy, jejichž smyslem je činit rozhodnutí a rozdělovat v dané společnosti hodnoty (Jirák, Říchová, 2000: 6-7). Jako proces určitého rozhodování vidí politiku i Eric Louw (2005). Lidská existence byla vždy charakterizována nedostatkem zdrojů. To ve společnosti vyžaduje ustavení rozhodovacích mechanismů a jmenování klíčových osobností, kteří budou tyto rozhodovací procesy vykonávat. Proces dále vyžaduje přesvědčení veřejnosti, aby tyto rozhodovací mechanismy a klíčové osoby přijímali a akceptovali. Na nejelementárnější úrovni lze politiku chápat jako rozhodovací proces, boj o získání přístupu do rozhodovacích pozic, proces legitimizace a/nebo vymáhání těchto rozhodnutí. Právě legitimizace zahrnuje do svého procesu média. V současných liberálních demokraciích jsou účinky médií na politické procesy mnohem větší než samotný legitimizační proces (Louw, 2005:14).

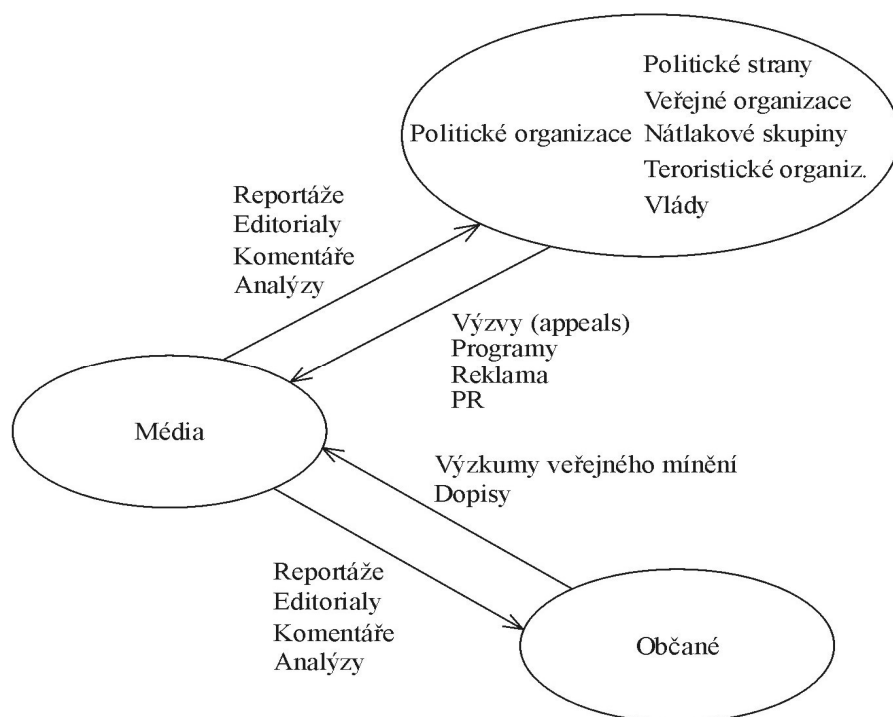
### **2.1.1 Aktéři politické komunikace**

Politická komunikace se samozřejmě neobejde bez politických aktérů, kteří jsou nedílnou součástí tohoto procesu.

Brian McNair jako politické aktéry označuje média a publikum (veřejnost). Definice politické komunikace pak probíhá na těchto třech úrovních:

- a) všechny formy komunikace, které jsou vykonávány politiky a dalšími politickými aktéry tak, aby dosáhli svých určitých cílů.
- b) komunikace nepolitických aktérů, jako jsou např. voliči či komentátoři v médiích, adresovaná aktérům politickým.
- c) komunikace o těchto aktérech a jejich aktivitách odehrávající se např. ve zpravodajství, publicistice a jiných formách mediálních diskuzí o politice (McNair, 2003: 4).

Takto popsané toky politické komunikace jsou vyjádřeny v následujícím schématu:

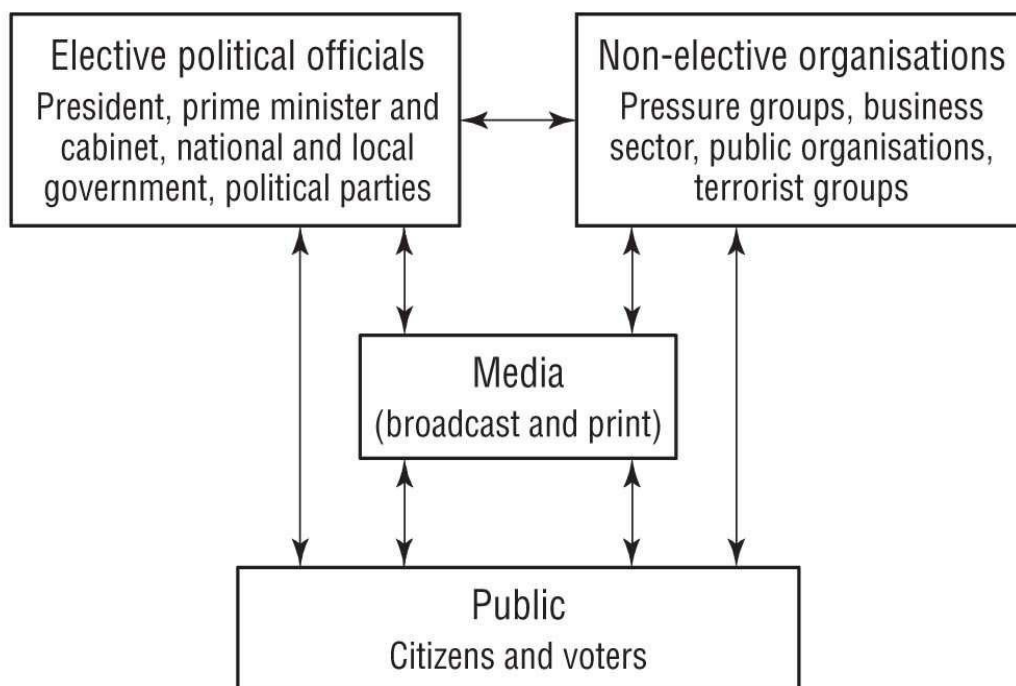


**Obr. č. 1.:** Schéma politické komunikace podle Briana McNaira.

V McNairově schématu si můžeme povšimnout chybějícího spojení mezi občany a politickými organizacemi. Toto spojení však může představovat např. přímé setkání občana jako voliče s politikem. Jan Jiráček a Otakar Šoltys se domnívají, že právě přímé setkávání politiků s voliči je mnohem efektivnější, než jakýkoliv kontakt skrze masová média a do budoucna se podle nich stanou dominantními nástroji komunikace internet, osobní setkávání a direct mails (Jiráček, Šoltys, 2006: 385).

Schéma vztahů mezi politickými aktéry, médii a veřejností nabízí také Darren G. Lilleker. Lilleker ve svém schématu přímou komunikaci mezi politickými organizacemi a občany zahrnuje a navíc politické instituce rozlišuje na dvě skupiny - ty, jejichž členy si samotní občané mohou zvolit (volení zástupci - prezident, premiér, poslanci atd.) a na ty, které si sami zvolit nemohou (nevolení zástupci - nátlakové skupiny, veřejné organizace atd.).

Uspořádání politických aktérů podle Lillekera je znázorněno v následujícím schématu:



**Obr. č. 2.:** Schéma politické komunikace podle Darrena G. Lillekera.

Další dělení kolektivních politických aktérů nabízí Rawnsley (2005), a to na tzv. vnitřní skupiny (*insider group*) a tzv. vnější skupiny (*outsider group*). Vnitřní skupiny jsou legitimní skupiny zahrnuté ve vyjednáváních s vládou a veřejnými úřady. Vnější skupiny naopak nemají nebo odmítají přístup do politického systému, nebo si nepřejí být považovány za legitimní a soustředí se hlavně na ovlivňování veřejného mínění.

Winfried Schulz (2006) shrnul interakci mezi politickými aktéry a politickou komunikací do následujícího výroku: „*Politici dělájí závazná rozhodnutí o společenských normách, pravidlech a hodnotách či distribuci společných statků, nebo se snaží tyto rozhodovací procesy ovlivnit*“.

V souvislosti s politickými aktéry je nutné věnovat pozornost i výše zmíněným společným statkům a hodnotám. Společnými statky jsou např. státní rozpočet, voda, půda, energie, kulturní statky či veřejný prostor, které se poté dle norem a předpisů distribuují. V závazných normách pak dále hrají podstatnou roli ústřední hodnoty společnosti: svoboda, odpovědnost, rovnost, spravedlnost, pořádek, bezpečí, solidarita či důstojnost. Toto vše tvoří kategorii hodnot (Schulz, 2006).

## 2.2. Politická komunikace a masová média

Média (celkově vzato mediální organizace) jsou podle McNaira jedním z elementů politické komunikace. Na jedné straně fungují jako přenašeči politických sdělení, na straně druhé jako přenašeči politických sdělení, která vytvořili novináři (McNair, 2003: 12).

Pronikání médií do politických systémů vede vědce k uvažování o tzv. *media-driven republic* přístupu, ve kterém si politici i přes obrovskou moc médií své funkce zachovávají. Nejlepším označením pro současnou situaci je tzv. medializace<sup>7</sup> (*mediatization*), ve které jsou politické instituce čím dál tím více závislé na masových médiích. Medializace je fenoménem ve všech politických systémech v moderních demokraciích. V každé zemi se však rozvíjí v odlišné formě a různou rychlostí (Mazzoleni, Schulz, 1999: 247-249). Díky obrovské moci médií jsou politici nuceni reagovat s ohledem na mediální pravidla, cíle a produkci (ibid.: 249) a podřizovat se tzv. mediální logice (Altheide a Snow, 1979).

Jasper Strömbäck navrhl obecný rámec, podle kterého lze definovat čtyři fáze medializace.<sup>8</sup> V první fázi tvořila masová média základní zdroj informací a tvořila hlavní komunikační spojení mezi občany, politickými institucemi a politickými aktéry. Masová média tak politiku zprostředkovávala. Ve druhé fázi začala být média více nezávislá na politických aktérech a stala se více autonomními organizacemi. Média začala tvořit své vlastní úsudky z hlediska svých perspektiv, formátů, pravidel a hodnot. Z hlediska sociálního systému se vztah mezi médii a politiky stal interaktivním a vyznačoval se vzájemnou závislostí (nikoliv úplnou závislostí). Politici měli nad médii stále „navrch“, nicméně již nemohli média kontrolovat a využívat je k podpoře svých vlastních zájmů.

Ve třetí fázi nezávislost médií ještě více vzrostla a nyní to byla média sama, která měla nad politiky „navrch“. Političtí aktéři se museli začít médiím přizpůsobovat a podřít se jejich mediální logice. Ve čtvrté fázi se již političtí aktéři s mediální logikou plně ztotožňovali. Strömbäck použil dokonce takový výraz, že média politiku kolonizovala (Strömbäck, 2008: 236-242).

Proces medializace je však třeba jasně odlišit od pojmu „mediace“. Mediace označuje jakékoliv zprostředkování v rámci komunikace (Jirák, Köpplová, 2009: 92-95).

---

<sup>7</sup> Winfried Schulz dělí medializaci do čtyř kategorií: extenze, substituce, amalgamizace a akomodace. Extenzi Schulz označuje technologické rozšiřování možností komunikace mezi lidmi, např. překonávání časoprostorových bariér, substituci označuje nahrazování určitých aktivit médií, amalgamizací rozumí proces, ve kterém se stírají hranice mezi mediálními a nemediálními aktivitami a jako akomodizaci označuje proces, ve kterém samotná existence médií vede k sociálním změnám (Schulz, 2004: 89).

<sup>8</sup> Zde však musíme brát v potaz skutečnost, a autor na to sám upozorňuje, že toto rozdělení se vztahuje na západní demokracie po 2. světové válce.

Označení současného vztahu mezi médii a politickou komunikací dál Mazzoleni (1995) pojmenoval jako *videocracy*, Lilleker (2006) zase jako *media-centered democracy*.

*Media-centered democracy* je označení pro stav, kdy je „drtivá většina politických aktivit spojena s médii a veřejnost drtivou většinu zpráv z médií přijímá“ (Lilleker, 2006: 110). Klíč komunikace tvoří politický marketing a medializace. Vyznačuje se nedostatkem komunikace tváří v tvář a lokálními politickými aktivitami v průběhu volebních kampaní a naopak přemírou televizní reklamy a televizního vystupování. Důležitějším, než samotná politická sdělení, se stává vzhled a celková image. Lídři a jejich tiskoví mluvčí jsou vybíráni na základě televizních dovedností a vzhledu.

„Pro pochopení vztahu mezi politickou a mediální komunikací je dobré se opřít o zastřešující koncept veřejné komunikace, jíž je politické komunikování nejvlastnějším projevem“ (Jirák, Říchová, 2000: 5). Interakce mezi politickou komunikací a masovými médii se postupem času stává samozřejmým transdisciplinárním tématem sdíleným politologií, sociologií a mediálními studii (ibid.: 6).

## **2.3 Tři věky politické komunikace**

Vztahy mezi politiky a médii se v průběhu let vyvíjely. Dle různých kritérií je lze shrnout do jednotlivých období. Jay Blumler a Dennis Kavanagh (1999) shrnují politickou komunikaci do tří etap, respektive do tří věků politické komunikace, které popisují klíčové změny ve společnosti a médiích, jež formují politickou komunikaci v demokratických režimech po druhé světové válce.

### **2.3.1 První věk politické komunikace**

První věk politické komunikace je časově vymezen mezi 2. světovou válkou a 60. lety 20. století. Blumler s Kavanaghem ji označují jako „zlatou éru politických stran.“

V této etapě byl ve společnosti pevně zakotven stranický systém a mnoho voličů bylo spojeno s politickými stranami na základě jejich dlouhotrvajících identifikací. Politickým institucím náležela důvěra a věrnost. Politická sdělení měla zásadní charakter a političtí lídři hovořili o záležitostech, na kterých jim skutečně záleželo (zejména o změnách, které chtěli provést nebo o principech a politice, které je odlišovaly od jejich politických oponentů). Politici disponovali snadným přístupem do médií a loajálními voliči.

### 2.3.2 Druhý věk politické komunikace

Druhý věk politické komunikace je datován od 60. let do 80. let 20. století. Toto období se také jinak nazývá „obdobím čtyř transformací a oslabováním voličské věrnosti“. Hlavním znakem této etapy byl nástup televize jako masového média, která se v krátké době stala médiem dominantním.

První transformací se rozumí omezení stranických propagand. Ve zpravodajství se začala uplatňovat neutralita a nestrannost. Druhou transformací autoři označují televizi, která se stala spravedlivou, nestrannou a neutrální platformou politické komunikace. Třetí transformací se označuje rozšíření publika politické komunikace i o ty účastníky, kteří předtím byli méně vystaveni těmto komunikačním tokům. Čtvrtá transformace označovala změnu, kdy kvůli televizi museli politici začít své události plánovat (začala být nutná koordinace s časem zpravodajství, úpravy jazykové kultury a zlepšení samotné sebe prezentace).

Vyrovňování se s požadavky nového média a většího publika znamenalo pro politické strany tvrdší práci a nové triky. Strany přijaly celou řadu nových taktik, jak se dostat do zpráv, jak formovat mediální agendu, jak připravovat tiskové konference, briefingy, rozhovory a diskuze ve vysílání.

### 2.3.3 Třetí věk politické komunikace

Třetí věk politické komunikace je datován od 80. let 20. století a je označován také jako „věk mediálních stratégů“. Tato fáze je charakterizována proliferací hlavních komunikačních prostředků, mediální hojností a všudypřítomností. V případě nečekaných událostí se od politiků očekává, že budou ihned oznamovat své plánované kroky, aniž by sami byli s danou událostí plně obeznámeni.

Autoři třetího věku tuto éru charakterizují pěti následujícími rysy:

- a) zesilování profesionalizace politického obhajování – zvyšuje se závislost politiků na odbornících a komunikačních profesionálech, kteří plánují detailně propracované kampaně a kteří jsou schopni zorganizovat rychlou reakci na události atd.
- b) rostoucí soutěžní tlaky – s neustále se rozšiřující mediální nabídkou musí politici stále více soupeřit o pozornost novinářů a občanů, čímž se zvyšuje konkurenční prostředí. Zdrojů zvýšených konkurenčních tlaků je mnoho (např. rostoucí počet televizních kanálů).
- c) antielitistická popularizace a populismus – v politické komunikaci se začíná uplatňovat tzv. *vox populi*, tedy hlas lidu.



d) odstředivá diverzifikace – vzniká značná diverzita komunikačních kanálů (např. masová média vs. rozšiřující se počítačový věk). Politici tedy musí přizpůsobovat komunikaci daným komunikačním kanálům.

e) vnímání politiky publikem – množství médií proměnilo způsob, jakým jsou politická poselství vnímána občany (publikem). Dochází např. ke zředění, fragmentaci, redundanci či flexibilitě politické komunikace (Blumler a Kavanagh, 1999: 209-230).

## 2.4 Současnost politické komunikace a její rysy

V níže uvedených řádcích jsem se pokusila popsat základní rysy současné politické komunikace. Ačkoliv se tyto pojmy v rámci politické komunikace nedají jednoznačně oddělit a vymezit, jednotlivé koncepty se vzájemně propojují, pokusím se alespoň stručně nastínit ty, o kterých se domnívám, že s negativitou souvisejí.

### 2.4.1 Profesionalizace

Zřejmě nejvýraznějším rysem současné politické komunikace je právě profesionalizace. Autoři Ralph Negrine a Darren G. Lilleker užívají v rámci literatury pojem "profesionalizace" jako označení pro nové metody, kterým političtí aktéři komunikují skrz média. Tento termín také označují jako „všeobjímající módní slovo“ (*catch-all buzzword*) (Negrine, Lilleker, 2002: 305).

Holtz-Bacha argumentuje, že profesionalizace politické komunikace je adaptace na současné důsledky a změny v politických systémech na jedné straně a na změny v mediálních systémech na straně druhé a na vzájemný vztah mezi těmito systémy.<sup>9</sup> Profesionalizace dále označuje proces, ve kterém si politické strany (potažmo sami aktéři) najímají do svých služeb experty, kteří jim pomáhají organizovat a řídit kampaně. Tito experti pak dále zlepšují jejich strategie, taktiky a komunikační dovednosti (Negrine, Mancini, Holtz-Bacha, Pappathanassopoulos, 2007: 10-15).

V současnosti se musí politické strany oprávněně starat o způsob komunikace vůči svým voličům (potažmo vůči celé veřejnosti), jak správně cílit svá sdělení, a dále např. jak ovlivnit nerozhodnuté voliče. Navíc v době, kdy důvěra občanů v politiky a politický systém

---

<sup>9</sup> Tyto změny vyplývají ze současné modernizace společnosti, která se neustále rozvíjí, a dřívě nebo později se bude odehrávat i v podobných politických systémech. Profesionalizace je v tomto smyslu obecný, nikoliv však kulturně podmíněný koncept. Podoba profesionalizace je závislá na stupni rozvoje společnosti a politiky v dané zemi.

neustále klesá, je to pro politiky o mnoho větší podnět k tomu, aby najímali skutečné profesionální konzultanty<sup>10</sup> (ibid.: 16-17).

### 2.4.2 Personalizace

Personalizace označuje stav (Mancini, 1988), kdy se politická strana jakožto jednotné uskupení, stahuje do pozadí a přední místo zaujímá lídr strany. „Zdá se, že roli hnacího motoru kampaně hraje kandidát a v důsledku toho se také organizace kampaně stává nezávislou na aparátech stran a přizpůsobuje se hlavním vybraným figurám.“

Personalizací se rozumí posilování pozic uvnitř jednotlivých politických stran (např. výše uvedený citát Paola Manciniho), hlavním nosičem ideologie se stává právě lídr strany.

Max Kaase chápe personalizaci politické komunikace jako zájem médií o samotné politické jedince na úkor politických stran (Kaase, 1994: 214).

Jedním z projevů personalizace politické komunikace je tzv. prezidentializace (*presidentialization*), která se vyznačuje rostoucí rolí lídra ve volebním procesu a zvětšujícím se množstvím mocenských prostředků a autonomie vedení uvnitř politické strany. Během kampaní je také věnována pozornost koncentraci pravomocí v rukou premiéra, který velmi často jedná nezávisle na vůli své politické strany (Poguntke, Webb, 2005: 1-5).

### 2.4.3 Estetizace

Pojem estetizace v současné politické komunikaci odpovídá faktu, že politická komunikace začíná být čím dál tím víc o stylu a prezentaci a stále více je ovlivněná populární kulturou tak, aby vypadala moderně a byla ve spojení se společností (Lilleker, 2006: 25).

Lilleker v této souvislosti odkazuje na Ulricha Becka, který tvrdí, že společnost je nyní posedlá vzhledem (tím, jak něco vypadá) nad samotnou podstatou věci. Styl oblékání, starost o svůj vzhled a celkový dojem můžou být stejně tak důležité pro publikum při zpracovávání politických sdělení jako to, co je řečeno nebo vykonáno. Zatímco Beck tento fenomén přirovnával k populární hudbě a televizi, další autoři, jako např. Frank Ankersmit či Dick Pels tvrdí, že politická komunikace v kontextu populární kultury dává najevo, že politici estetizují vzhled své politické komunikace a tento vzhled upřednostňují nad samotnou podstatou (jádem) věci.

---

<sup>10</sup> Joe Klein však upozorňuje na fakt, že najímání profesionálů do oblasti komunikace s médii může mít i negativní dopady. Dochází tak k určité „strojenosti“, a ta může mít za následek právě současnou nedůvěru v politické instituce (Klein, 2006: 10).

Podle Wolfganga Welsche pojem estetizace souvisí s dalšími trendy. Těmito trendy jsou již zmíněná personalizace (viz předchozí kap. 2.4.2), celebritizace (chápání politických aktérů jako celebrit), emocionalizace (nedílnou součástí vytváření image politiků tvoří emoce), packaging (tzv. zabalení politického produktu - konkrétní politické osobnosti či strany) a dumbing-down (zjednodušující obraz politického dění).

#### **2.4.4 Cynismus**

Cynismus má především souvislost s nedůvěrou, pochybováním a celkovou skepsí veřejnosti. O tomto pojmu hovoříme ve chvíli, kdy veřejnost o politických prohlášeních pochybuje a pohlíží na ně skepticky. Situaci již tak plnou nedůvěry ještě zhoršuje mediální kritika politiků a příběhy plných „špín“ a skandálů, kvůli kterým je na politiky nahlíženo jako osoby s nedostatkem efektivit. Politici tak čelí velmi nízké důvěře veřejnosti.

Boj s tímto trendem je v současnosti klíčovou úlohou politické komunikace, a proto můžeme často slyšet o politickém plánování, spolehlivosti a přijímání konceptů politického marketingu v pokusu obnovení důvěry veřejnosti (Lilleker, 2006: 63-64).

#### **2.4.5 Spin-doctoring a public relations (PR)**

Jak již bylo několikrát zmíněno, političtí představitelé se nemálo obklopují odborníky a mediálními poradci. Jedním z typů tohoto profesionálního experta je tzv. *spin-doctor*. Jeho agendu tvoří především vytváření vhodného obrazu politika, práce s médii a doslova otáčení mediální reality v prospěch politika. Množství spin-doctorů dosáhlo takových rozměrů, že můžeme hovořit o tzv. *spin-industry* (Louw, 2005: 149). Lilleker termín spin-doctoringu definuje jako profesionální odvádění pozornosti novinářů od objektivních informací (Lilleker, 2006: 194). Esser, Reinemann a Fan uvádějí, že termín „spin-doctor má zlověstnou konotaci manipulátora, spiklence, propagandisty, až dokonce maligní a zlou sílu v srdci politika.“ (Esser, Reinemann, Fan, 2000: 213).

U spin-doctoringu můžeme hovořit o personalizované profesionalizaci. Úspěšné výsledky této komunikace jsou závislé na jedinci, který v zájmu konkrétního politika tyto aktivity vytváří. Může jít o bývalé novináře, nebo bývalé zaměstnance odborů pro vnější komunikaci dané strany, kteří tak mohou využít svých nasbíraných zkušeností a kontaktů.

Politické PR bychom mohli definovat jako profesionální komunikaci, která má za cíl vytvářet a udržovat kladné vztahy mezi politiky a veřejností. Nedílnou součástí tohoto

komunikačního procesu jsou samozřejmě média, která tvoří zprostředkovatele tohoto vztahu. (Křeček, 2013: 110).

Tyto dva fenomény vytváří na poli současné politické komunikace tzv. PR-izaci, která nese celou řadu důsledků. Podle Louwa PR-izace změnila politické strany - došlo k posunu od moci šéfů stran k moci konzultantů a spin-doctorů. Pozměnily se atributy potřebné k tomu, aby politik mohl být vybrán za kandidáta (např. vizuální přitažlivost, důvěryhodné televizní vystupování). PR-izace dále proměnila politiku ve velmi drahý byznys (z důvodu placení za spin-doctory). Odborníci na PR se systematicky naučili ovládat kanály populární kultury tak, aby zvýšili počet voličů. PR-izace a televizualizovaná politika doslova „podkopávají“ lokální politické mítinky, kde se voliči se svými politiky mohli setkat tváří v tvář (Louw, 2005: 150-151).

### 3. Negativita

„Negativita je nástroj komunikace, který zdůrazňuje slabiny oponentových tvrzení, jeho chování, osobnostních charakteristik a předpokladů pro jeho vládnutí. Útoky na protikandidáta nebo stranu mají dát najevo, že autor tohoto útoku je lepším,“ takto definuje proces negativity Daren G. Lilleker (Lilleker, 2006: 127). John G. Geer definuje negativitu (podobně jako Lilleker) takto: „Negativita je jakákoliv kritika, kterou během volební kampaně vznesl jeden kandidát proti druhému“ (John G. Geer, 2006: 628). Někteří autoři takovéto záporné chování označují slovem *mudslinging* - v českém překladu doslova jako „házení bahna“ (Just, Crigler, Buhr, 1999: 35).

Negativita je znakem spojovaným především s politickou reklamou. Kořeny negativity tedy sahají do těch států, kde politické strany politickou reklamou používají, tedy do Spojených států amerických.<sup>11</sup> V širším slova smyslu negativitu můžeme považovat za znak amerikanizace, a to díky tomu, že politické strany vzhlíží k americkým kampaním jako k vysoce profesionalizovaným.

Proces negativity je více uplatňován v obdobích předvolebních kampaní. Mimo tato období je lepší negativní komunikaci spíše označit za kritiku (ovšem v současné době spíše stále mluvíme o tzv. permanentní kampani, tedy o neustálé negativní komunikaci) (Lilleker, 2006: 127).

Témata negativní reklamy převážně odráží neúspěšné důsledky politických rozhodnutí, které politici v minulosti udělali. Jestliže se politici dopouští nesprávných rozhodnutí opakovaně, právě negativní reklama je jakýmsi „bdícím faktorem“ voličů nad jejich jednáním. Média (zejména tisk) se cítí být zodpovědnými institucemi za neustálou kontrolu pravdivosti v politických kampaních. Geer podotýká, že informační obsah politických reklam se v průběhu času nijak výrazně neproměnil, přestože míra negativity se od 60. let 20. století do roku 2000 zvýšila (Geer, 2006: 631).

V průběhu vývoje negativity v předvolebních kampaních se průběžně měnilo i to, co lze označit jako negativní. Téměř před čtyřiceti lety se útočné reklamy vztahující se na protikandidáty označovaly jako „skandalizující reklama.“ V roce 1977 se hovořilo o „přímé a útočné reklamě“, v 80. letech se používal termín „negativní politická reklama (pojmenovala ho Gina M. Garramone) (Bradová, 2008: 27).

V souvislosti s negativními politickými kampaněmi je také nutné se zmínit o nežádoucích účincích, které tyto kampaně mohou vyvolat. Prvním z nich je tzv. syndrom

---

<sup>11</sup> Nyní se však určité formy předvolebních kampaní známé pouze z Ameriky prosazují i v Evropě a nových demokraciích (Bradová, 2008: 8).

oběti. Tento účinek vzniká u voličů, kteří naopak začnou s napadeným politikem sympatizovat, protože se v jejich očích stal obětí. Druhým nežádoucím účinkem je tzv. bumerangový efekt. Ten vzniká, pokud negativní reklama vyvolá u voličů negativní emoce směrem k zadavateli reklamy, nikoliv vůči napadenému politikovi. Negativní reklama se tak obrátí proti samotnému zadavateli. Třetím účinkem je tzv. dvojnásobně poškozující účinek. Negativní reklama se v tomto případě ve svém výsledku otočí jak proti zadavateli reklamy, tak proti poškozenému protikandidátovi (ibid.: 28).

Podle odborníků se užívání negativní reklamy do budoucna nebude snižovat, ba naopak. Negativní prvky budou lákat politiky k jejich používání a stále dokonalejší komunikační technologie jistě přinesou nové možnosti (ibid.: 42-43).

Podle Austinové a Pinkletona (1995) jsou účinky negativních reklam těžko předvídatelné a v mnohém záleží na vlastnostech dané veřejnosti. Podle nich však platí, že více poučení a informování voliči, kteří se s negativní reklamou setkali, jsou poté méně ochotni přijít k volbám a odevzdat hlas. Oproti tomu voliči, kteří jsou méně informováni, jsou více ochotni jít volit (Austin a Pinkleton, 1995: 218).

V České republice jsou negativní metody politického souboje užívány od roku 1989, avšak jejich nástup byl velmi pomalý.

Až do roku 1998 se negativní prvky téměř neobjevovaly, a pokud ano, měly povahu osobních přestřelek mezi politiky, které vycházely z jejich všedního politického života. Prvními náznaky negativní politické kampaně můžeme považovat za volby do Poslanecké sněmovny v roce 1998, kdy ODS mobilizovala proti socialistickému nebezpečí ČSSD (Bradová, 2008: 8-9).

Toto bylo vysvětlení pojmu negativity v rámci negativních politických kampaní a reklamy, nyní se přesuneme na druhý pól tohoto významu. Pohovořím o tématu negativity ze strany médií vůči politickým představitelům (souřadný pojem).

### **3.1 Uvedení do problematiky výzkumů negativity**

Výzkumy negativity, které byly prováděny v minulých letech, byly dělány především ve Spojených státech amerických, proto jsou tyto studie zasazeny do amerického kontextu. Není tedy jednoduché stanovit, zda-li je negativita speciálním americkým trendem, nebo všeobecným trendem vyskytujícím se ve všech moderních společnostech. Navíc díky stále rozvíjející se diverzitě politických a komunikačních systémů je negativita ve zpravodajství velmi roztráštěná a málo ucelená (Esser, Lengauer, Berganza, 2011: 180).

Podle některých vědců právě konfliktní zprávy (*confrontational news*) hrají zásadní roli ve společnosti. Mají podle nich vysokou informační hodnotu, dokáží stimulovat mobilizaci a přispívají ke zdravému skepticismu veřejnosti. Negativní zobrazování však také vede k tzv. „spirále cynismu“ (*spiral of cynicism*), která však může mít za následek snižování politických závazků a nedůvěru v politické instituce a samotné politiky. Tyto zprávy také mohou snižovat seriózní vnímání politiky občany<sup>12</sup>.

Podle Essera, Lengauera a Berganzy můžeme negativitu ve zpravodajství rozdělovat do tří skupin. První skupinu tvoří samotná negativita (*negativity*) a konflikty (*confrontation*), druhou skupinu tvoří rámcová negativita (*frame-related negativity*), která vzniká z charakteristik narativních struktur, a individuální negativita (*individual actor-related negativity*)<sup>13</sup>, která zobrazuje individuální vystupování politiků. Třetí skupinu tvoří negativita nepřímá (*non-directional negativity*) a přímá (*directional negativity*) (Lengauer, Esser, Berganza, 2011: 179-180).

### **3.2 Vývoj negativity ve zpravodajství**

Stále vzrůstající míra negativity ve zpravodajství je vysvětlována různými evolučními záležitostmi. Výsledkem evolučního procesu je například to, že veřejnost je „geneticky napojena“ věnovat větší pozornost negativním událostem „deviantním jednotlivcům“ (*deviant individuals*).<sup>14</sup> Lengauer, Esser a Berganza se odvolávají na citát autorů Shoemaker a Vos: „Publikování nemorálních událostí ve společnosti může ustavovat korektivní mechanismy, jež mohou potrestat, nebo alespoň eliminovat tyto nemorální akce.“ Za základní rys negativity napříč zpravodajstvím všech států v posledních desetiletích je považováno jejího zesílení. Tento trend vede ke třem následujícím rysům:

- a) změnám v kulturních a profesních normách novinářů (kritizování politických představitelů pomáhá novinářům vyjádřit svou profesní autonomii a nezávislost).
- b) změnám ve vztahu mezi novináři a experty na politické PR (novináři stále více dávají najevo svou asertivitu a s ohledem na svou práci jsou stále více skeptičtější vůči pracovníkům PR. Cítí se být ohroženi ve svých zpravodajských možnostech, a proto v souvislosti s

---

<sup>12</sup> Především pak pro občany politicky neutrální a méně vzdělané.

<sup>13</sup> Pro tento anglický název by se spíše hodil český ekvivalent: negativita zaměřená (či vztažená) na konkrétního jedince. Pro usnadnění však budu tento typ negativity označovat zjednodušeně jako „individuální negativita“.

<sup>14</sup> V originální anglické verzi je užito slovo *deviant*. Český ekvivalent tohoto slova deviantní však není příliš vhodný pro přesný překlad. V následujícím textu jsem proto do českého jazyka zvolila slovo „nemorální“.

ochranou svých profesionálních zásad a veřejného obrazu jako nezávislých institucí, zvýšili míru své kritiky vůči manipulativním zprávám PR expertů (viz kap. 2.4.5).

c) změnám v komercializaci a konkurenci mezi jednotlivými médii (agresivita vůči politickým protagonistům také slouží jako strategie pro posilování legitimizace směrem k veřejnosti a ke zvyšování počtu čtenářů/diváků. Negativita přidává zprávám ekonomickou hodnotu, tyto zprávy jsou více prodejné a dokáží přilákat lidskou pozornost. Jestliže se média ocitnou v ekonomických potížích, mohou se obrátit směrem k negativním zprávám jako ke způsobu zvýšení své prodejnosti).

Autoři si tedy pokládají otázku, zda jsou za negativní zprávy odpovědní samotní novináři, kteří mohou mít profesní či komerční motivy, nebo politici, kteří, alespoň částečně v očekávání atraktivity kontroverznosti, konstruují své politické debaty?

Negativita ve zpravodajství může být na jedné straně výsledek institucionálního charakteru (např. editorská politika daného média) nebo individuálního charakteru<sup>15</sup> (např. osobní postoje a stanoviska novinářů).

Na základě těchto charakteristik autoři rozlišují mezi negativitou médii iniciovanou a negativitou médii rozšiřovanou. Rozlišení mezi těmito dvěma typy je důležitou otázkou. Z hlediska analytických a metodologických důvodů je nejasné, zda tyto dva typy mohou být v obsahových analýzách uspokojivě rozděleny, zejména pokud zdroj informací ve zprávě není uveden a je použit pouze jako materiál pro pozadí zprávy. Ve vztahu mezi médii a zdroji informací autoři studie rozdíl mezi médii iniciovanou a médii rozšiřovanou negativitou ignorují (Lengauer, Esser, Berganza, 2011:181-182).

Jedním z výzkumů, který potvrdil narůstající množství negativity ve zprávách, byl ukončen v roce 1998 ve Spojených státech amerických. Mezi lety 1977 a 1997 zkoumal politické zpravodajství hlavních deníků a magazínů. Zatímco v roce 1977 tvořily zprávy o tradiční politice 32 % a 15 % zpráv se zaměřovalo na skandály či lifestyle zprávy, v roce 1997 se tradiční politice věnovalo 26 % zpráv, zatímco zájem o zprávy skandální vzrostl na 42 %. Tento výzkum tedy prokázal, že zobrazování sporů je v denním tisku jasně převažujícím konsenzem. Průzkum dále stvrdil klesající pozornost novinářů vůči tématům o samotné politice, taktice či strategiích politiků a naopak zdůraznil vzrůstající publikování a

---

<sup>15</sup> Negativita zaměřená na daného politického jedince (*actor-related negativity*) a stranická příslušnost novináře mohou spustit lavinu nepřátelských postojů. Toto tvoří typ negativity médii iniciovanou, představenou v následujícím odstavci.



zájem o nejrůznější politické skandály. Autory výzkumu byl Project for Excellence in Journalism<sup>16</sup>.

### **3.3 Současná negativita a mediální cynismus ve vztahu mezi novináři a politiky**

Ideální vztah mezi novinářem a politikem je takový vztah, který lze označit jako symbiotický. Oba dva jsou na sobě závislí. Politici potřebují novináře, aby skrze ně svým voličům prezentovali svá sdělení a novináři potřebují politiky jako zdroj informací a informační pozadí svých zpráv. Napojení žurnalistů na politické aktéry z nich tak může činit autoritativní odborníky a v audiovizuálních médiích (zejména v televizi) i určitý druh celebrit.

Jejich vztah lze vyjádřit dle přísloví „Ty pomůžeš mě, já zas Tobě“ (autoři použili přísloví „*if you scratch my back I'll scratch your*“). Jak novináři, tak i samotní politici totiž disponují vzácnými zdroji informací, které je udržují ve dvojí pozici. Zaprvé si tajnou, avšak důležitou, zprávu mohou nechat pro sebe, nebo jí mohou rozšířit dle předchozího pečlivého výběru (novináři mohou své kolegy se zprávou předběhnout), a za druhé mohou využít pozici tzv. gatekeepera, tedy selektivní kontroly přístupu ke zdrojům informací (Brants, de Vreese, Möller, van Praag, 2010: 28)

Za symbiotický mezi novináři a politiky považují vztah také Marion Just, Tami Buhr a Ann Crigler. Hlavní rozdíl mezi nimi však podle nich spočívá v tom, že novináři i politici sledují v kampaních odlišné cíle, které se následně objevují v médiích. Přesto se však doplňují a vzájemně se potřebují.

Příkladem může být následující modelová situace: politici, jejichž cílem je co nejvyšší počet mediálních výstupů, se mohou ve snaze být na titulní straně novin a „ukořistit“ v médiích co nejvíce prostoru pro sebe, začít dopouštět až jakéhosi mediálně vděčného chování. Mohou tedy začít provádět to, co novináři uvítají - útočit na své oponenty, nebo vytvářet absurdní výroky. Novináři, jejichž úkolem je zveřejňování aktualit, se logicky těchto výroků „chytají“ a následně o nich informují. Ve snaze vylepšit své mediální pokrytí ve zpravodajství se mohou politici uchýlovat až k tzv. pseudo-událostem<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> Project of Excellence in Journalism je platforma, která byla založena v roce 1997. Cílem je hodnocení zpráv a informací v měnící se společnosti. V současnosti se projekt jmenuje PewResearch Journalism Project. Zdroj: PewResearch Journalism Project na adrese: <http://www.journalism.org/about/>.

<sup>17</sup> Pseudoudálost je taková událost, která je prvotně zinscenovaná za účelem medializace. Definoval ji americký historik Daniel J. Boorstin v knize *The Image: A Guide to Pseudo-events in America* v roce 1961.

Pokud je vzájemné osočování a útočení mezi politiky velmi časté, veřejnost by neměla žurnalisty vinit z toho, že o těchto útocích informují. Z tohoto pohledu je na vztah mezi novináři a politickými aktéry také nahlíženo jako na symbiotický (Just, Crigler, Buht, 1999: 28-35).

Podle Keese Brantse, Claese de Vreese, Judith Möllerové a Philipa van Praaga (2010) jsou politici a novináři součástí jakéhosi vnitřního kruhu, pohybují se ve stejném ovzduší politické komunikace a jejich vztah není ani tak symbiotický, ale označují ho za autistický.

Od novinářů, a potažmo všech médií, je očekávaná vzdělávací funkce. Veřejnost chce z médií dostávat vyvážené zpravodajství o důležitých událostech a dále celou škálu navržených východisek, jak řešit nastalé problémy ve společnosti. Média tak mají činit z občanů uvědomělé osoby a aktivně se podílet na posilování demokracie. Pro to, aby média mohla takto fungovat, musí být nezávislá na různých zejména politických, ale i např. ekonomických zájmech.

Další oblastí, ve které mají média otevřené pole působnosti, je oblast určité platformy, která umožňuje dialog mezi voliči a zvolenými politickými reprezentanty. Veřejnost zde může vyjadřovat své požadavky, obavy i nápady a politici, jako jejich zvolení zástupci, by je následně měli řešit.

Další sférou, ve které mají média plnit nezastupitelnou roli, je funkce kontrolní. Novináři by měli prokazovat jakýsi zdravý skepticismus a na politická tvrzení by měli pohlížet s mírnou nedůvěrou. Média tak plní funkci hlídacího psa a jsou určitými právními zástupci občanů, kteří nemají účinné (i právní) kontrolní mechanismy, jak na zvolené politiky dohlížet.

V neposlední řadě se nesmí opomenout ani funkce zábavná, kterou poskytuje hlavně televize (Brants, de Vreese, Möller, van Praag, 2010: 28-29).

Výše zmíněné vztahy novinářů a politiků však začínají být podle Brantse, de Vreese, Möllerové a van Praaga problematické, neboť do nich vstoupil cynismus. Novináři čím dál tím víc lační po příhodách a snaží se prezentovat politickou realitu více, než je pouhé informování o politických událostech. Novináři jsou také méně kritičtí vůči sobě. To vše má za následek postupné vytrácení pravých rolí novinářů ve společnosti, slábnutí role hlídacího psa a mimo jiné i snižování soutěživosti mediálního trhu.

Jejich vztah se tedy přeměnil ve vzájemnou nedůvěru a nedorozumění, ba dokonce ve vztah cynický. Odborníci v této souvislosti hovoří o napětí mezi novináři a politiky, o tzv. mediálním cynismu. Ten je vlastní čím dál tím více politickým představitelům, kteří více či méně médií pohrdají. Brants, de Vreese, Möllerová a van Praag došli k závěru, že ti politici,

kteří považují za hlavní funkci médií podávání informací, jsou vůči nim cyničtí méně, přičemž ti politici, podle kterých média až příliš nastolují politickou agendu jsou vůči novinářům cyničtí více. Ti političtí aktéři, kteří jsou nespokojeni s tím, jak o nich a o politice obecně v médiích hovoří, hledí na média jako na nefunkční instituce, a to bez ohledu na věk, pohlaví, četnost kontaktů s novináři či na dobu trvání jejich politické praxe.<sup>18</sup> Spojení mezi negativitou médií a politickým cynismem potvrzuje i Katrin Voltmer. Politické zpravodajství je podle ní charakterizováno senzačním obsahem a nepřátelskými postoji, místo aby obsahovalo faktické informace a podněty k racionální diskuzi (Voltmer, 2006 :217).

Autoři nakonec dodávají, že vztah mezi politiky a žurnalisty je jako když „dva tančí tango“. Ovšem s otázkou, který tanečník tanec vede? (ibid.: 34-37).

### **3.3.1 Infotainment a cynismus ve zpravodajství**

Michael Schudson (1999) také podotýká, že negativní zobrazování politiků může být do jisté míry způsobeno pronikajícím infotainmentem do zpravodajství, který stírá hranice mezi informacemi a zábavou, a dále pronikající kritikou a cynismem. Dále však dodává, že infotainment není žádnou novou záležitostí. Již v 80. letech se objevovaly zprávy, které měly za cíl „obalamutit“ veřejnost a podat jim takové události, které politici i novináři uveřejnili v zájmu svých kariér. Se stále novými zdroji informací, které pronikají do vysílání, dnes nemůže být nejmenší pochyb o tom, že by infotainment ze zpravodajství mizel, ba naopak.

Co ale Schudson označuje za něco nového, je stále vzrůstající množství kritiky. „Politický cynismus je vlastně cynismem reportérova intelektu, infotainment je cynismem korporátních struktur,“ takto přesně označuje tyto koncepty Schudson. Oba pojmy se spojují a podporují cynické vidění politiky veřejností a stále více podporují lhostejnost.

Média tedy rozvinula styl, který může mít pro občanskou veřejnost negativní důsledky. Nyní je na řadě otázka, čím jsou tyto změny způsobeny? Je negativita a cynismus pouze vedlejším efektem probíhajících změn ve společnosti? Nebo je to výsledek jakéhosi rozkolu v politické kultuře? Nebo se jedná o odraz rozkolu v jiných oblastech života? Na závěr si autor pokládá otázku, zda se voliči mají obávat ještě mohutnějšího rozšíření cynismu a negativního zobrazování v médiích? Na tuto otázku však nenabízí uspokojivou odpověď.

Na druhou stranu se novinářům nedá zapřít vzrůstající profesionalizace a nezávislost na politických stranách. Již koncem 19. století začalo slábnout spojení mezi vydavateli novin a politickými stranami. S tím, jak se vydavatelské domy postupně začaly měnit v mediální

---

<sup>18</sup> Capella a Jamieson (1997) jsou dokonce vyděšení z absence důvěry ve zpravodajství. Novináři se podle nich až příliš váží na konfliktní zprávy.

koncerny, užívání či dokonce zneužívání tisku k prosazování svých politických zájmů se začalo postupně utlumovat. Redakce jsou dnes o mnoho méně podřízené oficiálním autoritám, řídí se svými vlastními pravomocemi a úsudky (Schudson, 2011: 1000-1003).

### **3.3.2 Negativita v mediálním pokrytí úřadu prezidenta**

V roce 2010 provedl Matthew Eshbaugh-Soha (2010) výzkum, ve kterém se zabýval negativitou zpráv, které se týkaly úřadu prezidenta Billa Clintona a George W. Bushe. Výzkum byl prováděn v americkém lokálním tisku.

Eshbaugh-Soha ve své práci uvádí, že o Georgi W. Bushovi v prvním roce úřadování bylo pouhých 27 % zpráv pozitivních, o Billu Clintonovi ještě o pět procent méně (22 %).

Výsledky studie naznačují, že mediální obraz úřadujícího prezidenta v lokálním tisku je mírně negativní než pozitivní. Dokud se prezident výlučně zaměřuje na oblasti, které ho podporují, nemůže se spoléhat na více kladných zpráv. Přestože mediální odborníci z Bílého domu neustále vytváří pozitivní zprávy alespoň pro malou podskupinu lokálních novin (např. o prezidentových regionálních návštěvách), výsledek je stále omezen časem a počtem jeho uskutečnitelných návštěv a malým dosažením mediálního pokrytí v lokálním tisku.

Pro pochopení tónu těchto zpráv je důležité hledět na vlastnictví. S tím, jak se média stávají korporacemi, stoupá i priorita zisku, tudíž se dá předpokládat, že zprávy budou více negativní. Dá se tedy očekávat, že mediální vyobrazení i v běžném regionálním zpravodajství bude pro budoucí prezidenty stále více negativnější.

### **3.4 Navržené koncepce negativity ve zpravodajství**

Vědci nabídli různé vysvětlující přístupy směrem k negativitě politického zpravodajství. Díky mixu různých externích a interních faktorů je důležité rozlišovat mezi pouhým šířením negativity (a negativních zpráv)<sup>19</sup> a médii iniciovanou negativitu.<sup>20</sup>

Některé studie navrhovaly zkoumání dimenzí negativity na jednotlivých úrovních: na úrovni samotného příběhu, v odstavcích zpráv nebo v jednotlivých výrociích. Studie Lengauera, Essera a Berganzy (2011) však navrhuje jiný způsob: kódování negativity by se mělo zaměřit pouze na jednu úroveň, a to úroveň příběhu/zprávy (*story level*). Tuto úroveň pak dále spojují s dalšími měřícími prvky.

---

<sup>19</sup> Toto je označováno jako tzv. exogenní negativita přicházející do médií zvenku.

<sup>20</sup> Toto je označováno jako tzv. endogenní negativita iniciovaná novináři.

Prvky pro měření negativity na úrovni zprávy jsou dvojího druhu: rámcová negativita a individuální negativita (jak již bylo zmíněno v úvodu kapitole 3). V části rámcové negativity se dále zkoumají rozdílné dějové linie, které vytvářejí narativní strukturu zprávy, v části individuální negativity se zkoumá citové vyznění zpráv vztahované ke konkrétnímu politickému aktérovi.

Na úrovni rámcové negativity dále rozlišujeme mezi přímou a nepřímou negativitou. Nepřímá negativita referuje např. o citovém zabarvení zpráv (negativní vs. pozitivní), nebo o pohledu na zprávu (optimistická vs. pesimistická). Přímá negativita obsahující „žalobce“ a adresáta tak převážně reprezentuje určitý konfrontační akt. Tyto způsoby obsahují jednosměrnou kritiku (útoky či skandály) a dvousměrnou kritiku, kterou autoři konceptualizují jako nekompetence a pochybení. Shrnutí tedy: nepřímá negativita odkazuje k obecnému vyjádření citového zabarvení zprávy, přímá negativita reflektuje konflikty a spory.

Pro jasnější představu, jak jsou tyto dimenze negativity ve zpravodajství uspořádány, autoři vytvořili následující tabulku:

	FRAME-related Negativity	ACTOR-related Negativity
<b>Non-Directional Negativity (OVERALL TONE)</b>	<b>Level of Negative Tonality</b> (ranging from negative to positive tonality) <b>Level of Pessimistic Outlook</b> (prospect ranging from pessimistic to optimistic views)	
<b>Directional Negativity (CONFRONTATION)</b>	<b>Level of Conflict-Centeredness</b> (conflict vs. consensus – reflecting at least two-sides) <b>Level of Incapability and Misconduct</b> (incapability vs. capability – including one-sided criticism, attacks, allegations as well as commendation)	<b>Level of Negative Tone</b> towards Actor A, B, C ... (individual tone; ranging from negative to positive tonality)

**Obr. č. 3:** Schéma dimenzí negativity ve zpravodajství podle Günthera Lengauera, Franka Essera a Rosy Berganzy (2011).

Jednotlivé druhy negativity a jejich podkategorie navržené autory pro přesně měření jsou představeny v následující kapitole. Dále jsou uvedeny základní ukazatele, podle kterých

lze měřit negativitu ve zpravodajství (v různých mediálních výstupech, žurnalistických žánrech i fázích volebních kampaní).

### **3.5 Negativita a její rozměry**

#### **3.5.1 Rámcová negativita a její rozměry**

Obecné rámce slouží jako podstata pro identifikaci funkčních a konceptuálních rozměrů negativity ve zpravodajství. Tyto obecné rámce přesahují tematická omezení a mohou být identifikovány v souvislosti s jinými tématy. Tyto rámce nejsou spojeny s individuálními politickými aktéry (Lengauer, Esser, Berganza, 2011 :183).

##### **3.5.1.1 Negativní citové zabarvení zprávy**

První dimenzí negativity je pohled na celkové zabarvení zprávy (nebo také primární dojem, který zpráva ve svém recipientovi vyvolá). Aniž bychom brali v potaz konkrétního jednotlivce nebo téma, o kterém zpráva pojednává, politické zpravodajství lze zhodnotit jako kladné nebo záporné.

Pro zkoumání citového zabarvení zprávy je užito jednoduché otázky, a to zda je celkově zpráva kladného nebo záporného tónu.

Ukazatele pro negativní hodnocení zprávy jsou např. nezdary, fiaska, kritizování, spory, debakly, poraženectví, nedůvěra, neplnění závazků apod., o kterých daná zpráva referuje. Na druhé straně ukazatele pozitivního tónu zprávy jsou zobrazení politického úspěchu nebo prosperity, udržitelnost, naděje, plnění a dosahování politických cílů atd.

Idealistické zprávy vyjadřují vitalitu, optimismus nebo vzrušení. Cynické zprávy naopak obsahují pesimismus a špatné perspektivy (ibid.: 183).

##### **3.5.1.2 Pesimistický pohled na zprávu**

Další kategorií, ve které lze zkoumat negativitu ve zpravodajství je stupeň zobrazeného pohledu na zprávu, který může evokovat pesimistický či optimistický náhled na politické aktéry (zpráva také může být neutrálního rázu).

Tato podkategorie dále určuje celkový tón zprávy a týká se potenciálního výhledového rozměru politického zpravodajství. Pohled na zprávu vypovídá o politických vyhlídkách, která jsou ve zpravodajství očekávána.

Pokud má zpráva pozitivní děj, primárně jsou sdělovány pozitivní jevy. Pokud jsou problémy nastíněné ve zprávě zobrazené jako řešitelné, pak zprávu můžeme označit za pozitivní. Naopak jako negativní pohled na zprávu je označena taková zpráva, která obsahuje kritiku, ohrožení, která budí negativní dojem a ve které jsou zmíněné problémy nastíněné jako obtížně řešitelné, ba dokonce neřešitelné (ibid.: 183-184).

Ukazatele zpráv obsahující záporný pohled na politické vyhlídky jsou beznadějná či zoufalá očekávání, nepříznivý rozvoj, možné ohrožení či negativní politický rozvoj a jeho potenciální dopady. Ukazatele zpráv pro optimistický náhled na zprávu naopak nadějně vyhlídky, případné zisky, bohatý rozvoj atd.

### **3.5.1.3 Zpráva zaměřená na konflikt**

Abychom si přesně vymezili termín konflikt, tímto termínem je myšlen spor, ve kterém je vyobrazena hádka minimálně dvou účastníků. Zobrazení konfliktů se týká rozepří mezi jednotlivci, skupinami nebo institucemi. Hodnocení konfliktu ve zpravodajství může probíhat na základě jednoduché otázky: zaměřuje se předmět zprávy na konflikt, ať už vnitřní či vnější? (ibid.: 184-185).

Jako indikátory pro zprávy zobrazující konflikty jsou např.: kontroverzní situace, rozpory, zobrazený nesouhlas, spory atd. Naopak indikátory pro zprávy zobrazující konsenzus jsou vyřešení sporu, ochota spolupracovat, učinění dohody, konformita a ochota udělat kompromis.

### **3.5.1.4 Zpráva zaměřená na nekompetence a pochybení**

Další dimenzí negativity je hodnocení zpráv na základě zobrazené politické nekompetentnosti a pochybení.

Tato kategorie se vyznačuje tím, že může pro politiky znamenat jednosměrné obviňování, které se může pohybovat od pouhé kritiky přes přímé útoky a nepodloženým obviňováním. Tato dimenze dále hodnotí schopnot/neschopnost, způsobilost/nezpůsobilost či oprávněnost/neoprávněnost politika k daným politickým úkonům.

Nejnativnější variantu nezpůsobilosti a neúspěchu představuje zpravodajství o skandálech. Skandály odhalují porušování norem a nemorálních pochybeních tak, aby vytvořily senzaci a vyvolaly emoce.

Dosud byla míra informování o skandálech měřena dvěma rozdílnými způsoby. Některé studie užívaly jednoduché „ano/ne otázky“ typu: zobrazuje zpráva provinění a

pochybení politika jako skandální? Další metodou bylo hledání klíčového slova jako např. skandál, korupce, spiknutí či odsouzení (ibid.: 185).

Podle autorů jsou hlavními indikátory pro zkoumání zpráv vyjadřujících konflikt jednostranná kritika, útoky na politiky, prvky pochybující o správném počínání. Naopak za ukazatele zpráv převážně zaměřených na kompetenci jsou považována zobrazení zásluh, efektivita, chvála či uznání.

### **3.5.2 Individuálně zaměřená negativita**

#### **3.5.2.1 Negativita směrem k politickým aktérům a jejich stranám**

Negativita individuální, jinak také negativita vztažená na konkrétního politického aktéra, je posledním typem negativity, která se ve zpravodajství může objevovat. Ve výzkumech, které byly prováděny v minulých letech, se však podle autorů ukázala velká rozmanitost a nekonzistence této dimenze.

K individuálnímu (a redakčnímu) zpravodajství se obvykle vztahuje zaujatost ve zpravodajství či upřednostňování jednoho politika před druhým. V potenciálních sporech tak média mohou projevit určitou náklonnost k politickým reprezentantům.

Lengauer, Esser a Berganza při hodnocení individuální negativity preferují přístup zaměřující se na explicitní pozitivní a negativní ukazatele zohledňující citové zabarvení zprávy směrem k představitelům.

Spolehlivé kódování upřednostňování daného politika ve zpravodajství vyžaduje vyčerpávající znalosti o jeho strategických záměrech a také znalosti o motivech novinářů pro jejich hodnocení tak, aby bylo správně určeno, která zpráva projevuje danému politikovi větší náklonnost a která ne.

Indikátory pro převážně negativní vyznění směrem k politikovi jsou kritika, zdůrazňování záporných vlastností politika, ataky, prvky opovržení, zdůrazňování nedodržení slibů, popisování neúspěchů, neštěstí, fiaska atd. Za ukazatele převážně pozitivního vyznění směrem k politikům jsou považovány zprávy obsahující prosperitu, společenský přínos, udržitelnost, úctu, důvěru, či popisování kladných vlastností politika (ibid.: 186).



### **3.6 Navržené funkční měření negativity**

Na závěr je tedy navrženo funkční měření, která má za cíl ulehčit standardizaci a komparativní bádání.

Měření navržené Lengauerem, Esserem a Berganzou je založeno na tříbodové škále:

-1 indikuje konflikt, ukazuje negativní podtón zprávy, odráží nekompetence politiků a nabízí pesimistické pohledy a negativní zobrazování politických představitelů.

+1 indikuje konsenzus, pozitivní podtón zprávy, schopnost, optimistické pohledy či pozitivní hodnocení politiků a stran.

0 indikuje neutralitu a nevyhraněnost zprávy v zobrazování politiků.

## 4. Volba prezidenta republiky

Hlava státu je obecně považovaná za pomyslný vrchol hierarchie orgánů státní moci. Prezidentovi věnují značnou pozornost nejen politici, ale i běžní občané, kteří se v některých zemích přímo podílí na jeho volbě. Prezidenti, které do funkce zvolili přímo občané, mohou chápat svou moc jako nezávislou, a proto si snaží vybudovat vlivnější pozici ve vztahu k parlamentu a celkově hrají větší roli při vykonávání státní moci. Naopak prezident v parlamentní republice se vůči parlamentu nemusí tolik vyhraňovat, protože ho do funkce hlavy státu zvolila právě tato instituce. Česká republika jako země s parlamentním systémem, která zavedla přímou volbu prezidenta, stojí na rozhraní mezi oběma systémy (Bukovská, 2012: 3-4).

Vládní návrh ústavní novely, kterou se měla uskutečnit první přímá volba prezidenta v České republice již v roce 2013, vycházela z programového prohlášení vlády ze srpna 2010. Hlavním cílem nové právní úpravy bylo prohloubení účasti občanů na správě věcí veřejných. Dalším důvodem byly výsledky průzkumů veřejného mínění, podle kterých si čeští občané dlouhodobě přáli volit prezidenta sami přímo. V minulosti bylo předloženo několik návrhů na zavedení přímé volby prezidenta, ale kvůli neshodám na konkrétním způsobu provedení volby k přijetí takového ústavního zákona nedošlo (ibid.: 7).

### 4.1 Zavedení přímé volby prezidenta

Přímou volbu prezidenta republiky do Ústavy ČR zavedl zákon č. 71/2012 Sb. ze dne 8. února 2012. V tomto zákoně je doslova uvedeno „Prezident republiky je volen v přímých volbách“.<sup>21</sup> Dále byl přijat prováděcí zákon č. 275/2012 Sb., který stanovuje podrobnosti navrhování kandidátů, vyhlašování, provádění volby, vyhlašování výsledku a možnost soudního přezkumu.

Volba prezidenta je založená na dvoukolovém volebním systému s absolutní většinou v prvním kole. Za předpokladu, že by kandidát získal nadpoloviční většinu platných hlasů oprávněných voličů, by byl prezident zvolen již v prvním kole volby (Bukovská, 2012: 9)<sup>22</sup>. Pokud absolutní většinu hlasů neobdrží, za čtrnáct dnů po začátku prvního kola volby se koná druhé kolo, do kterého postupují dva nejúspěšnější kandidáti z prvního kola volby.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Čl. 54 odst. (2) zákona č. 71/2012 Sb.

<sup>22</sup> Právě hladký průběh volby prezidenta se zdá být jedním z argumentů zastánců přímé volby prezidenta, kteří jsou znechuceni zdlouhavým procesem nepřímé volby, kdy se volba často opakuje v několika kolech, než se podaří jednomu z kandidátů získat nadpoloviční podporu v obou komorách Parlamentu.

<sup>23</sup> Při rovnosti hlasů postupují do druhého kola volby všichni kandidáti, kteří v prvním kole volby získali nejvyšší počet platných hlasů oprávněných voličů, a nejsou-li takoví kandidáti alespoň dva, postupují i

Prezidentem republiky je zvolen ten kandidát, který obdržel ve druhém kole volby nejvyšší počet platných hlasů oprávněných voličů.<sup>24</sup>

Změna se dotkla i složení slibu. Nově prezident skládá slib do rukou předsedy Senátu, nikoliv předsedovi Poslanecké sněmovny.<sup>25</sup> Stejně tak se prezident může vzdát svého úřadu do rukou předsedy Senátu.<sup>26</sup> Důvodem této změny byl podle navrhovatelů zajištění větší stability ústavního systému, protože Senát je orgánem stálým a nerozpustitelným<sup>27</sup> (Bukovská, 2012: 8).

Novelou se také změnil způsob podání ústavní žaloby proti prezidentu republiky. Podání ústavní žaloby nyní vyžaduje souhlas i Poslanecké sněmovny (dříve to byl pouze souhlas Senátu).<sup>28</sup> Na ústavní žalobě proti prezidentu republiky tak budou obě komory rozhodovat tzv. ústavní většinou, což je zdůvodněno závažností takového návrhu a výjimečností daného druhu řízení (Bukovská, 2012: 11).

#### 4.1.1 Kandidatura a navrhování kandidátů

Navrhovat kandidáta nyní může každý občan České republiky, který dosáhl věku 18 let, pokud jeho návrh podpoří petice podepsaná nejméně 50 000 občany<sup>29</sup> České republiky oprávněnými volit prezidenta republiky.<sup>30</sup> Navrhovat kandidáta je také oprávněno nejméně dvacet poslanců nebo deset senátorů.<sup>31</sup> Každý kandidát na funkci prezidenta je povinen ke dni podání kandidátní listiny zřídit svůj volební výbor, který má minimálně tři, avšak maximálně pět členů.<sup>32</sup>

---

kandidáti, kteří obdrželi druhý nejvyšší počet platných hlasů oprávněných voličů. Čl. 56 odst. (2) zákona č. 71/2012 Sb.

<sup>24</sup> Je-li takových kandidátů více, prezident republiky není zvolen a do deseti dnů se vyhlásí nová volba prezidenta republiky. Čl. 56 odst. (3) zákona č. 71/2012 Sb.

<sup>25</sup> Čl. 58 odst. (1) zákona č. 71/2012 Sb.

<sup>26</sup> Čl. 65 odst. (2) zákona č. 71/2012 Sb.

<sup>27</sup> Právě v tomto bodě kritici hovoří o výrazném oslabení Senátu. Senát jako stálý orgán přichází o své privilegium žalovat prezidenta republiky. Tuto pravomoc nyní sdílí s Poslaneckou sněmovnou, což činí podání ústavní žaloby obtížnější.

<sup>28</sup> Ústavní žalobu na prezidenta lze podat pro velezradu nebo pro hrubé porušení Ústavy nebo jiné součásti ústavního pořádku. Ústavní soud může na základě ústavní žaloby Senátu rozhodnout o tom, že prezident republiky ztrácí prezidentský úřad a způsobilost jej znovu nabýt. Čl. 65 odst. (2) zákona č. 71/2012 Sb.

<sup>29</sup> Autoři zákona uvádějí, že počet podpisů pod peticí by měl zaručovat dostatečně silnou podporu kandidáta. Zároveň by ale měl být stanoven takový počet podpisů, který by byl ještě možný ověřit. Ačkoliv se vláda domnívá, že padesát tisíc podpisů je možno bez problémů ověřit soudní cestou, objevili se i kritici, např. předseda Ústavního soudu Pavel Rychetský, který se s tímto názorem neztotožňuje, neboť se podle jeho názoru ještě více zahltí soudní soustava, která je již teď z důvodů neustále narůstající agendy kritizována za průtahy v soudních řízeních (Bukovská, 2012: 10).

<sup>30</sup> Právo volit má každý občan České republiky, který dosáhl věku 18 let. Čl. 56 odst. (6) zákona č. 71/2012 Sb.

<sup>31</sup> Čl. 56 odst. (5) zákona č. 71/2012 Sb.

<sup>32</sup> § 23 odst. (1) zákona č. 275/2012 Sb.

Kandidátní listina také podléhá určitým pravidlům. Musí obsahovat jméno a příjmení kandidáta, věk, zaměstnání, případný akademický titul, obec, kde je kandidát přihlášen k trvalému pobytu, příslušnost kandidáta k politické straně nebo hnutí, nebo údaj, že kandidát není členem žádné politické strany nebo hnutí. Kandidátní listina dále musí obsahovat jména a příjmení navrhuujících poslanců nebo navrhuujících senátorů a jejich podpisy, anebo jméno, příjmení a datum narození navrhuujícího občana s uvedením adresy místa jeho trvalého pobytu a jeho podpis.<sup>33</sup>

Odevzdané kandidátní listiny dále procházejí kontrolou Ministerstva vnitra. To ověřuje správnost údajů na peticích namátkově na náhodně vybraném vzorku údajů u 8 500 občanů podepsaných na každé petici.<sup>34</sup>

Pokud kandidátní listiny nespĺňují formální požadavky nebo kandidáti nedosáhli počtu padesáti tisíc podpisů, mohou být z boje o prezidentské křeslo vyřazeni.<sup>35</sup>

Kandidát se může též sám vzdát své kandidatury, a to do 24 hodin před zahájením volby prezidenta. Odstoupit z prezidentské volby může pouze osobně u Ministerstva vnitra<sup>36</sup>.

#### 4.1.2 Volba prezidenta

Volba prezidenta republiky se koná tajným hlasováním na základě všeobecného, rovného a přímého volebního práva.<sup>37</sup> Koná se v posledních šedesáti dnech volebního období úřadujícího prezidenta, nejpozději však třicet dnů před uplynutím volebního období úřadující hlavy státu.

Volbu prezidenta vyhláší předseda Senátu, není-li funkce předsedy Senátu obsazena, vyhláší volbu prezidenta republiky předseda Poslanecké sněmovny.<sup>38</sup>

Zákon o zavedení přímé volby prezidenta republiky nabyl účinnosti 1. října 2012.

---

<sup>33</sup> § 25 odst. (1) zákona č. 275/2012 Sb.

<sup>34</sup> Zjistí-li nesprávné údaje u méně než 3 % podepsaných občanů, MV nezapočítá tyto občany do celkového počtu občanů podepsaných na petici. § 25 odst. (5) zákona č. 275/2012 Sb. Zjistí-li MV nesprávné údaje u 3 % a více podepsaných občanů, provede kontrolu u dalšího vzorku stejného rozsahu. Je-li zjištěno, že druhý kontrolní vzorek vykazuje chybovost u méně než 3 % občanů podepsaných na petici, nezapočítá MV občany z obou kontrolních vzorků do celkového počtu občanů podepsaných na petici. Zjistí-li MV, že druhý kontrolní vzorek vykazuje chybovost u 3 % nebo více než 3 % občanů podepsaných na petici, odečte od celkového počtu občanů podepsaných na petici počet občanů, který procentuálně odpovídá chybovosti v obou kontrolních vzorcích.

<sup>35</sup> Ministerstvo vnitra přezkoumá ve lhůtě od 66 do 60 dnů podané kandidátní listiny. Pokud kandidátní listina není podána dle určených podmínek, Ministerstvo vnitra vyzve navrhuující poslance, senátory nebo navrhuujícího občana, aby závady odstranil do padesáti dnů přede dnem volby. Ve lhůtě do 50 dnů přede dnem volby prezidenta může vady na kandidátní listině odstranit zmocněnec nebo navrhuující občan i bez výzvy MV. § 26 odst. (1) zákona č. 275/2012 Sb.

<sup>36</sup> § 27 odst. (1) zákona č. 275/2012 Sb.

<sup>37</sup> Odst. (1) čl. 56 zákona 71/2012 Sb.

<sup>38</sup> Čl. 56 odst. (9) zákona č. 71/2012 Sb.

## **4.2 Nepřímá volba prezidenta**

Před zavedením přímé volby prezidenta republiky probíhala volba hlavy státu tzv. volbou nepřímou. Ta je dnes již minulostí, nicméně jsem se pro ucelené pojetí prezidentské volby rozhodla popsat i základní zákonitosti volby nepřímé.

Nepřímá volba hlavy státu byla ustavena v článku 58 Ústavy České republiky. Tento článek určoval, že volba prezidenta se konala v období posledních třiceti dnů funkčního období prezidenta. Jestliže se úřad prezidenta uvolnil ještě před uplynutím řádného funkčního období prezidenta, volba se konala do třiceti dnů. Prezident byl volen na schůzi Poslanecké sněmovny i Senátu.

Navrhováním kandidátů byli oprávněni pouze poslanci či senátoři. Kandidáta mohla navrhnout pouze skupina deseti poslanců či deseti senátorů. Prezident se volil nejvýše ve třech kolech.

V prvním kole byl zvolen ten kandidát, který získal nadpoloviční většinu poslanců i nadpoloviční většinu senátorů. V případě, že prezident nebyl zvolen v prvním kole volby, do čtrnácti dnů se konalo druhé kolo volby. Do druhého kola postoupili ti kandidáti, kteří získali nejvyšší počet hlasů v Poslanecké sněmovně a nejvyšší počet hlasů v Senátu. Ve druhém kole byl zvolen prezidentem ten kandidát, který získal nadpoloviční většinu hlasů všech přítomných poslanců a všech přítomných senátorů. V případě, že nikdo nebyl zvolen ani v druhém kole, nastalo třetí kolo volby. Do třetího kola postoupili kandidáti z druhého kola a prezidentem byl zvolen ten kandidát, který obdržel nadpoloviční počet hlasů všech přítomných poslanců a senátorů. Pakliže se nepodařilo zvolit prezidenta ani ve třetím kole, byly vyhlášeny volby nové. Zatímco v prvním a druhém kole volby se hlasy sčítaly odděleně – zvlášť v Poslanecké sněmovně a zvlášť v Senátu, ve třetím kole se již hlasy počítaly společně pro obě komory. Do druhého a třetího kola volby mohli také postoupit vždy pouze dva kandidáti.

Ústava ani jiné náležité zákony neurčovaly, zda-li má být prezident zvolen tajným nebo veřejným hlasováním. V letech 1993, 1998 a 2003 se konalo hlasování tajné. V dalších prezidentských volbách v roce 2008 však nastala roztržka mezi Stranou zelených (SZ) a ČSSD o tom, zda má být volba uskutečněna tajným nebo veřejným hlasováním. Někteří poslanci se totiž obávali toho, že by ostatní hlasující při tajném hlasování volili namísto Jana Švejnara Václava Klause. Zákonodárci nakonec odhlasovali hlasování veřejné (Zvonař, 2012: 9-11). Tato prezidentská volba byla zároveň volbou, kterou doprovázely pohružky, výhrušné zprávy nebo zasílané náboje v obálkách. Televizní mikrofony také zaznamenaly monolog

tehdejšího ministra vnitra Ivana Langera, jak vyčínil předsedovi Strany zelených (SZ) Martinu Bursíkovi, pravděpodobně za to, že zástupci SZ a ČSSD prosadili veřejné hlasování a pravděpodobně i za to, že jejich kandidátem byl Švejnar, nikoliv Klaus. „Ty jsi schopnej absolutně udělat cokoliv, jít přes mrtvoly, přes to, aby si dosáhl svého. Respektuji to, že máš svého kandidáta, nicméně máš taky nějakou povinnost respektovat, aby došlo k nějaký shodě,“ mimo jiné prohlásil Langer v průběhu prezidentské volby v roce 2008.<sup>39</sup>

Prezidentské volby v roce 2008 byly zřejmě i jedním z impulsů pro volání po zavedení přímé volby prezidenta.

### **4.3 Prezidentská volba ve společenském kontextu**

Prezidentská volba podléhala velkému mediálnímu zájmu, stejně tak jako kandidáti, kteří o post prezidenta republiky usilovali. První kolo volby se konalo 11. a 12. ledna 2013, druhé kolo volby pak 25. a 26. ledna 2013.

Hlavními kandidáty na prezidenta byli tehdejší ministr zahraničí Karel Schwarzenberg, bývalý premiér úřednické vlády Jan Fischer, tehdejší předseda Senátu Přemysl Sobotka, senátor Jiří Dienstbier, profesor pražské AMU a výtvarník Vladimír Franz, politička a herečka Táňa Fischerová, bývalá poslankyně Evropského parlamentu Jana Bobošíková a stále současná poslankyně Evropského parlamentu Zuzana Roithová. Zřejmě nejkontroverznějším kandidátem byl Vladimír Franz, a to díky svému excentrickému vzhledu.<sup>40</sup> Zřejmě kvůli vizáži si jeho kandidatury všimla i zahraniční média, například The Guardian, The Daily Mail či BBC.

Zatímco Jiří Dienstbier, Přemysl Sobotka a Karel Schwarzenberg byli nominováni zákonodárci (Jiří Dienstbier za ČSSD, Přemysl Sobotka za ODS, Karel Schwarzenberg za TOP 09), ostatní sbírali podpisy občanů na petiční archy (ke kandidatuře podle zákona potřebují padesát tisíc podpisů občanů – viz kap. 4.1)

Kandidáti Jana Bobošíková, Vladimír Dlouhý a Tomio Okamura však podle Ministerstva vnitra podmínku padesáti tisíc hlasů nesplnili, proto byli z boje o prezidentské křeslo vyškrtnutí.<sup>41</sup> Podpisy ministerstvo vyřazovalo například kvůli tomu, že šlo o duplicitní údaje, signatáři nebyli nalezeni v centrální evidenci obyvatel, nedosáhli plnoletosti nebo

---

<sup>39</sup> Zdroj: iDNES.cz na adrese: [http://zpravy.idnes.cz/jsi-schopny-jit-pres-mrtvoly-hrimal-langer-na-bursika-pfi-/domaci.aspx?c=A080211\\_094156\\_domaci\\_itu](http://zpravy.idnes.cz/jsi-schopny-jit-pres-mrtvoly-hrimal-langer-na-bursika-pfi-/domaci.aspx?c=A080211_094156_domaci_itu).

<sup>40</sup> Franz má kompletně potetovanou kůži na těle včetně obličeje. Na obličeji má taktéž mnoho piercingů.

<sup>41</sup> Zdroj: iDNES.cz na adrese: [http://zpravy.idnes.cz/ministerstvo-vnitra-vyradilo-kandidaty-z-prime-volby-prezidenta-p99-/domaci.aspx?c=A121123\\_114054\\_domaci\\_kop](http://zpravy.idnes.cz/ministerstvo-vnitra-vyradilo-kandidaty-z-prime-volby-prezidenta-p99-/domaci.aspx?c=A121123_114054_domaci_kop).

neměli české občanství. Řada neplatných jmen taktéž patřila zemřelým voličům.<sup>42</sup> Všichni tři kandidáti posléze podali proti postupu Ministerstva vnitra stížnost k Nejvyššímu správnímu soudu.<sup>43</sup> Soud nakonec vrátil do souboje Janu Bobošíkovou.

„Ministerstvo vnitra chybně postupovalo, když špatně škrtilo podpisy pod peticemi za kandidaturu šéfky neparlamentní Suverenity Bobošíkové, senátora-nestraníka Okamury a ekonoma, bývalého ministra průmyslu Dlouhého. Ministerstvo chyby z obou kontrolních vzorků sečetlo místo toho, aby z chyb v obou vzorcích vypočítalo průměr. Například Okamurovi tak úředníci ministerstva vnitra škrtili 26 tisíc podpisů. Jenže ani když se chyby, které u Dlouhého a Okamury Ministerstvo vnitra našlo, zprůměrují a od celkového počtu odevzdaných podpisů odečtou, nedostali by se přes hranici padesáti tisíc podpisů. I po správném přepočtu podpisů Dlouhý a Okamura zákonu nevyhověli. Bobošíková ale ano,“ napsal server iDNES.cz ve zprávě o výsledcích soudního rozhodnutí<sup>44</sup>. Dlouhý s Okamurou tedy definitivně neuspěli a o křeslo prezidenta se nakonec neucházeli. Konečných a platných kandidátů bylo tedy nakonec devět.

O křeslo prezidenta se také ucházela například advokátka Klára Samková, která kandidovala za TOP 09. Oficiálním kandidátem za TOP 09 byl však Karel Schwarzenberg. Samková byla z boje také vyřazena, protože nenasbírala potřebný počet hlasů.<sup>45</sup> Samková poté hovořila o tom, že na přímou volbu prezidenta podá ústavní stížnost. V rozhovoru pro zpravodajský server iDNES.cz prohlásila, že „toto není zákon o přímé volbě prezidenta, ale o hře na přímou volbu prezidenta.“<sup>46</sup>

Podle průzkumu veřejného mínění agentury CVVM z poloviny listopadu 2012 byl favoritem voleb Jan Fischer s 23,5 % voličských preferencí. Na druhém místě se umístil Miloš Zeman s 19,5 % a na třetí místo se dostal Tomio Okamura s 9,5 % voličských preferencí.<sup>47</sup>

Dalšími kandidáty, kteří chtěli kandidovat, ale nezískali padesát tisíc podpisů, byli například tajemník Václava Klause Ladislav Jakl, bývalý ředitel Úřadu pro zahraniční styky a informace Karel Randák, sociolog Univerzity Palackého v Olomouci Martin Fafejta,

---

<sup>42</sup> Zdroj: lidovky.cz na adrese: <http://aktualne.centrum.cz/prezidentske-volby/clanek.phtml?id=764609> .

<sup>43</sup> Zdroj: iDNES.cz a adrese: [http://zpravy.idnes.cz/dlouhy-stiznost-proti-vyrazeni-das-domaci.aspx?c=A121128\\_090719\\_domaci\\_wlk](http://zpravy.idnes.cz/dlouhy-stiznost-proti-vyrazeni-das-domaci.aspx?c=A121128_090719_domaci_wlk) .

<sup>44</sup> Zdroj: iDNES.cz na adrese: [http://zpravy.idnes.cz/rozhodnuti-soudu-o-vyrazenych-kandidatech-na-hrad-fss-/domaci.aspx?c=A121213\\_084356\\_domaci\\_kop](http://zpravy.idnes.cz/rozhodnuti-soudu-o-vyrazenych-kandidatech-na-hrad-fss-/domaci.aspx?c=A121213_084356_domaci_kop) .

<sup>45</sup> Zdroj: iDNES.cz na adrese: [http://zpravy.idnes.cz/top-09-se-divi-kandidature-sve-clenky-klary-samkove-na-hrad-pmd-/domaci.aspx?c=A120806\\_111014\\_domaci\\_kop](http://zpravy.idnes.cz/top-09-se-divi-kandidature-sve-clenky-klary-samkove-na-hrad-pmd-/domaci.aspx?c=A120806_111014_domaci_kop) .

<sup>46</sup> Zdroj: iDNES.cz na adrese: [http://zpravy.idnes.cz/samkova-napadne-u-ustavniho-soudu-primou-volbu-f5g-/domaci.aspx?c=A121123\\_111524\\_domaci\\_kop](http://zpravy.idnes.cz/samkova-napadne-u-ustavniho-soudu-primou-volbu-f5g-/domaci.aspx?c=A121123_111524_domaci_kop) .

<sup>47</sup> Zdroj: CVVM na adrese: [http://cvvm.soc.cas.cz/media/com\\_form2content/documents/c1/a6916/f3/pv121129.pdf](http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a6916/f3/pv121129.pdf)

prezidentka Sítě mateřských center Rut Kolínská, podnikatel Pavel Kořán, předseda strany Pravý Blok Petr Cibulka či podnikatel Karel Muzikář. Kandidaturu zvažoval i ekonom Jan Švejnar, který do boje o prezidentský úřad ale nakonec nevstoupil.<sup>48</sup>

Volební účast v prvním kole volby přesáhla 61 %. Vítězem prvního kola se stal Miloš Zeman se ziskem 24,21 % hlasů, na druhém místě se umístil Karel Schwarzenberg se ziskem 23,4 % hlasů.

Počet hlasů všech kandidátů je uveden v následující tabulce:

<b>Kandidát</b>	<b>Počet hlasů (v %)</b>
Miloš Zeman	24,21
Karel Schwarzenberg	23,4
Jan Fischer	16,35
Jiří Dienstbier	16,12
Vladimír Franz	6,84
Zuzana Roithová	4,95
Táňa Fischerová	3,23
Přemysl Sobotka	2,46
Jana Bobošíková	2,39

**Tab. č. 1:** Výsledky prvního kola prezidentské volby. Zdroj dat: aktuálně.cz.

Vítězem voleb se stal Miloš Zeman, který ve druhém kole obdržel 54,8 % hlasů (cca 2,7 milionů hlasů). Karel Schwarzenberg získal 45,19 % hlasů.<sup>49</sup>

<sup>48</sup> Zdroj: Aktuálně.cz na adrese: <http://aktualne.centrum.cz/prezidentske-volby-cr-2013/>.

<sup>49</sup> Zdroj: iDNES.cz na adrese: <http://volby.idnes.cz/prezidentske-volby-2013.aspx>.



## 5. Miloš Zeman

Miloš Zeman je třetím prezidentem České republiky a zároveň prvním prezidentem, který byl zvolen v historicky přímé volbě prezidenta. Zeman je původním povoláním politik a ekonom.

### 5.1. Miloš Zeman před rokem 1989

Miloš Zeman se narodil 28. září 1944 v Kolíně. Absolvoval střední ekonomickou školu v Kolíně a z politických důvodů<sup>50</sup> mu bylo zakázáno pokračovat ve studiu na vysoké škole. Od roku 1965 mu však bylo umožněno studovat dálkově Vysokou školu ekonomickou – obor národohospodářské plánování.<sup>51</sup> Zeman na VŠE např. založil Studentský futurologický klub.<sup>52</sup>

Od roku 1963 do roku 1967 pracoval ve strojárnách Tatra Kolín. V roce 1969 začal vyučovat na Vysoké škole ekonomické.

V roce 1968 vstoupil do Komunistické strany Československa, o dva roky později z ní byl vyloučen pro nesouhlas se sovětskou okupací a počínající normalizací.

V roce 1971 nastoupil do tělovýchovného podniku Sportpropag, kde vybudoval oddělení komplexního modelování označované jako „Slušovice výzkumu“. V roce 1984 bylo na pokyn ÚV KSČ toto oddělení zrušeno (údajně za protistranický sborník nazvaný Metodologické problémy společenskovedního výzkumu). Zeman tak přišel o zaměstnání. Ten samý rok nastoupil do zemědělského podniku Agrodát, kde se zabýval simulačními modely zemědělských systémů.

V roce 1986 se stal členem Světové prognostické společnosti. O tři roky později ho opět propustili ze zaměstnání, a to kvůli svému článku „Prognostika a přestavba“, který byl publikován v Technickém magazínu.

Dne 17. listopadu 1989 se na Národní třídě účastnil demonstrace, koncem listopadu a počátkem prosince vystupoval na demonstracích na Letné, v besedách v divadlech a na vysokých školách.

---

<sup>50</sup> Díky referátu o T. G. Masarykovi. Zdroj: Pražský hrad na adrese: <http://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr-milos-zeman/zivotopis.shtml>. V referátu se totiž zmínil, že nejlepší kniha od Karla Čapka jsou Rozhovory s T.G.M. Zdroj: iHNed.cz na adrese: <http://www.zpravy.ihned.cz/politika/c1-59177640-zeman-kandidat-prezident>.

<sup>51</sup> Kde v roce 1967 přešel na denní studium. Zdroj: Pražský hrad na adrese: <http://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr-milos-zeman/zivotopis.shtml>.

<sup>52</sup> Zdroj: iHNed.cz na adrese: <http://www.zpravy.ihned.cz/politika/c1-59177640-zeman-kandidat-prezident>

## 5.2. Miloš Zeman po roce 1989

V lednu 1990 začal pracovat v Prognostickém ústavu ČSAV. Koncem ledna 1990 byl za Občanské fórum vybrán do Federálního shromáždění. O půl roku později byl opět zvolen za OF poslancem Federálního shromáždění a stal se členem předsednictva Federálního shromáždění a předsedou rozpočtového výboru.

Po rozpadu Občanského fóra kandidoval v roce 1992 za Českou stranu sociálně demokratickou a opět byl zvolen poslancem Federálního shromáždění.

V únoru 1993 byl zvolen do čela ČSSD. Do funkce předsedy této strany byl zvolen i v letech 1995, 1997 a 1999. V roce 2001 již kandidaturu na post předsedy strany nepřijal s odůvodněním, že svůj úkol již splnil – ČSSD se pod jeho vedením stala nejsilnější politickou stranou v České republice.<sup>53</sup> Křeslo premiéra po Zemanovi obsadil Vladimír Špidla.

Mezi lety 1996 – 1998 byl zvolen předsedou Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky. V roce 1998 byl jmenován premiérem České republiky. Téhož roku uzavřel tzv. opoziční smlouvu (oficiální název zněl Smlouva o vytvoření stabilního politického prostředí v České republice), kterou stvrdil spolupráci s ODS po předčasných volbách v roce 1998.

O čtyři roky později opět odmítl kandidovat na post premiéra. Jako důvod uvedl argument, že zemi vyvedl z ekonomické krize a opět tím splnil svůj úkol.

V roce 2002 byl Zeman vyzván členy a příznivci ČSSD, aby v roce 2013 kandidoval do funkce prezidenta České republiky. To se mu však nepovedlo, již v prvním kole prohrál v tajné volbě s tehdejší předsedou ODS Václavem Klausem a senátorkou Jaroslavou Moserovou.

Od roku 2003 trvale žil na Vysočině jako starobní důchodce a na sedm let odešel z politiky.

V roce 2006 odmítl nabídku tehdejšího premiéra Jiřího Paroubka, aby znovu za ČSSD kandidoval do funkce prezidenta republiky. O pouhý rok později však ze Sociální demokracie vystoupil. Důvodem pro to byl nesouhlas s politikou předsedy ČSSD Jiřího Paroubka.

V prosinci 2009 Zeman založil Stranu Práv Občanů-Zemanovci a na sjezdu v roce 2010 byl zvolen jejím předsedou. Ve volbách v květnu 2010 strana získala pouhých 4,3 % hlasů voličů, a protože nepřekročil pětiprocentní hranici, na post předsedy SPOZ rezignoval. V listopadu 2010 se konal sjezd SPOZ, na kterém byl Zeman zvolen čestným předsedou, jímž je dosud.

---

<sup>53</sup> ČSSD získala ve volbách v roce 1992 7 % voličských hlasů, v roce 1996 získala 27 % hlasů a v roce 1998 získala 32 % hlasů voličů. Zdroj: Pražský hrad na adrese: <http://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr-milos-zeman/zivotopis.shtml>.

Zeman je autorem šesti publikací: Naše posttotalitní krize a její možná východiska (1991), Zpověď bývalého prognostika, rozhovory vedené Janem Bauerem (1995), Varovná prognostika: kniha, která v roce 1991 nevyšla (1998), Jak jsem se mýlil v politice (2005), Vzestup a pád české sociální demokracie (2006) a Zpověď informovaného optimisty (2012).

Ottův slovník naučný uvádí, že mezi Zemanovy záliby patří pěší turistika, sci-fi a šachy (Osobnosti – Česko : Ottův slovník, 2008: 764).

Zeman v roce 2012 oznámil, že bude kandidovat ve volbách na prezidenta republiky v roce 2013, a to s podporou SPOZ. V červnu 2012 získal jako první ze všech potenciálních kandidátů na prezidenta České republiky padesát tisíc podpisů občanů, které byly potřeba pro kandidaturu na prezidenta. Zeman ve druhém kole přímé volby prezidenta republiky získal 54,8 % hlasů, porazil tak Karla Schwarzenberga, který byl jeho soupeřem ve druhém kole volby, a stal se tak prvním prezidentem v historicky první přímé volbě prezidenta České republiky.<sup>54</sup>

Složením prezidentského slibu se Zeman stal nositelem Řádu Tomáše Garrigua Masaryka a Řádu Bílého lva.

Miloš Zeman je podruhé ženatý. Současnou manželkou je Ivana Zemanová, se kterou má dceru Kateřinu. Z prvního manželství má syna Davida.

---

<sup>54</sup> Zdroj: Pražský hrad na adrese: <http://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr-milos-zeman/zivotopis.shtml>.

## 6. Karel Schwarzenberg

Karel Schwarzenberg (celým německým jménem Karl Johannes Nepomuk Josef Norbert Friedrich Antonius Wratislaw Mena von Schwarzenberg) je český politik, bývalý kancléř prezidenta Václava Havla, bývalý senátor a exministr zahraničí.

### 6.1 Karel Schwarzenberg před rokem 1989

Karel Schwarzenberg se narodil 10. prosince 1937 v Praze knížeti Karlovi Schwarzenbergovi VI. a jeho ženě Antoine, princezně z Fürstenbergu.

Poté, co v roce 1948 s rodinou opustil Československo, začal studovat práva ve Štýrském Hradci a lesnictví v Mnichově. Po smrti jeho adoptivního otce Jindřicha však musel studii zanechat a věnovat se hospodaření na rodinných statcích v Německu a v Rakousku.<sup>55</sup>

Přestože Schwarzenberg nežil v komunistickém Československu, podporoval aktivity československého disentu i exilu a zajímal se o ně. Například v rodinném sídle v Bavorsku společně s Vilémem Prečanem založili Československé dokumentační středisko, což byl archiv zakázané literatury v ČSSR. Sběrka těchto knih je v současnosti uložena v Národním muzeu v Praze.

V letech 1984 – 1990 byl předsedou Mezinárodního helsinského výboru pro lidská práva. O tématu lidských práv vedl jednání v mnoha zemích, například v Kosovu, Bulharsku, či v Sovětském svazu.

### 6.2 Karel Schwarzenberg po roce 1989

V roce 1990 se Schwarzenberg vrátil zpět do vlasti a v červenci 1990 se stal kancléřem prezidenta republiky Václava Havla. Z této funkce však po dvou letech odešel z důvodů abdikace Václava Havla. V témže roce po vypuknutí války mezi Ázerbájdžánem a Arménií vedl první delegaci OBSE do Náhorního Karabachu.

V průběhu 90. let byl členem řady spolků a nadací, ve kterých uplatňoval své dlouholeté zkušenosti v mezinárodní politice a v mezinárodních vztazích. V tomto období také řídil rodinné podniky a zabýval se údržbou svěřených památek.

V senátních volbách 2002 kandidoval do Senátu za volební obvod Strakonice. Ve volbách ale neuspěl. V roce 2004 byl zvolen senátorem za obvod Praha 6.<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup> Zdroj: Témata – novinky.cz na adrese: <http://tema.novinky.cz/karel-schwarzenberg>.

<sup>56</sup> Zdroj: Karel Schwarzenberg na adrese: <http://www.karelschwarzenberg.cz/zivotopis.html>.

V roce 2007 se Karel Schwarzenberg stal ministrem zahraničí. Nominován byl Stranou zelených. O rok později, jako ministr zahraničí, podepsal s ministryní zahraničních věcí Spojených států amerických Condoleeou Riceovou smlouvu o umístění radarové základny USA na území Vojenského újezdu Brdy.<sup>57</sup>

O dva roky později společně s Miroslavem Kalouskem založil Stranu TOP 09. Na celostátním sněmu strany byl zvolen představou této strany. V roce 2010 se stal poslancem Poslanecké sněmovny.

Karel Schwarzenberg podnikal i v médiích. Vlastnil nakladatelství R-Press, které však vykazovalo ekonomické ztráty. Od roku 2007 se stal většinovým podílníkem Zdeněk Bakala.

Schwarzenberg je nositelem mnoha vyznamenání a řádů. V roce 1989 mu byl udělena cena lidských práv Rady Evropy, v roce 2002 mu byl udělen řád Tomáše Garrigua Masaryka III. třídy<sup>58</sup>, v roce 2008 obdržel vysoké německé státní vyznamenání za zásluhy Spolkové republiky Německo.<sup>59</sup> V roce 2012 obdržel v Hamburku Cenu Marion Dönhoffové<sup>60</sup> za mezinárodní porozumění a usmíření.<sup>61</sup>

Schwarzenberg je ženatý. Jeho manželkou je lékařka a kněžna Therese Schwarzenbergová, se kterou má dvě dceru Annu Karolínu a syna Jana Nepomuka. V roce 1988 se s Therese Schwarzenbergovou rozvedli, ale v roce 2008 se na zámku Murau opět se vzali. Therese Schwarzenbergová žije trvale ve Vídni.

Mezi Schwarzenbergovy záliby patří politika a umění, zejména se zajímá o moderní architekturu.<sup>62</sup>

---

<sup>57</sup> Právě Česká republika, konkrétně Vojenský újezd v Brdech, byly vybrány jako vhodné místo pro vybudování systému protiraketové obrany (dalším místem, o kterém USA uvažovaly, bylo např. Polsko). S touto myšlenkou přišla vláda bývalého amerického prezidenta George Bushe. Hlavním důvodem pro vybudování protiraketového štítu byla podle USA obava z jaderného programu v Íránu. Do celé situace se následně vložilo Rusko, jehož prezident Dmitrij Medvedev tvrdil, že celý systém protiraketové obrany je namířen proti Rusku, nikoliv proti Íránu. Moskva také hrozila namířením svých raket na Českou republiku. Od záměru vybudovat v Česku protiraketový obranný systém však nakonec ustoupil Bushův nástupce Barack Obama. Zdroj: iDNES.cz na adrese: [http://zpravy.idnes.cz/usa-opustily-plany-na-radar-v-cesku-iranu-uz-se-tolik-neboji-pqa-/zahranicni.aspx?c=A090917\\_071406\\_zahranicni\\_ipl](http://zpravy.idnes.cz/usa-opustily-plany-na-radar-v-cesku-iranu-uz-se-tolik-neboji-pqa-/zahranicni.aspx?c=A090917_071406_zahranicni_ipl).

<sup>58</sup> Zdroj: Volím Karla. Fórum Karla Schwarzenberga na adrese: <http://www.volimkarla.cz/wp-content/uploads/cv-karel-schwarzenberg.pdf>.

<sup>59</sup> Zdroj: Vláda České republiky na adrese: <http://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/karel-schwarzenberg-vyznamenani-velkym-krizem-radu-47179/>.

<sup>60</sup> Cenu Marion Dönhoffové udílí od roku 2003 německý týdeník Die Zeit. Zdroj: TOP 09 na adrese: <http://www.top09.cz/regiony/karlovarsky-kraj/tiskove-zpravy/karel-schwarzenberg-dnes-obdrzel-cenu-marion-d-nhoffove-11660.html>.

<sup>61</sup> Zdroj: Ministerstvo zahraničních věcí České republiky na adrese: [http://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti\\_a\\_media/galerie\\_fotografii/byvali\\_ministri/karel\\_schwarzenberg/x2012\\_12\\_02\\_predani\\_ceny\\_marion\\_donhoffove.html](http://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti_a_media/galerie_fotografii/byvali_ministri/karel_schwarzenberg/x2012_12_02_predani_ceny_marion_donhoffove.html).

<sup>62</sup> Zdroj: Vláda České republiky na adrese: <http://www.vlada.cz/cz/clenove-vlady/karel-schwarzenberg-74213/>.

### 6.3 Karel Schwarzenberg a spory o majetek

Karel Schwarzenberg byl považován za jednoho z nejbohatších prezidentských kandidátů. O jeho bohatství mimo jiné svědčí i rozsáhlý majetek v České republice, Rakousku a Německu.

Schwarzenberg je majitelem zámků a rozsáhlých pozemků v Bavorsku a Rakousku. Do jeho vlastnictví dále patří zámek Murau v jižním Rakousku, rozsáhlé lesy ve Štýrsku a Salcburku či Schwarzenberský palác ve Vídni. V České republice mu patří například zámky v Hluboké nad Vltavou, v Českém Krumlově, zámek Sedlec u Kutné Hory, několik nemovitostí v jižních Čechách či paláce v centru Prahy.

V minulosti se o část majetku soudil se svou nevlastní sestrou Alžbětou Pezoldovou, která chtěla zpět majetek po svém otci Jindřichu Schwarzenbergovi<sup>63</sup>, který Karla adoptoval.<sup>64</sup> Soudní spor trval dvanáct let. V říjnu roku 2012 vynesl Rakouský nejvyšší soud ve Vídni definitivní verdikt, podle kterého rozsáhlé majetky, které chtěla Pezoldová zpět, patří Schwarzenbergovi.<sup>65</sup>

Kromě Pezoldové měl Schwarzenberg spor i s bývalým komunistickým prokurátorem Jaroslavem Krupauerem. Ten mu nechtěl dát nemovitost v obci Smetanova Lhota v jižních Čechách s odůvodněním, že adopcí nevlastním otcem Jindřichem do hlubocké větve ztratil nárok na dědictví po svých biologických předcích, kteří pocházeli z větve orlické. Soudy rozhodly podle rakouského práva, podle kterého adopcí nárok na dědictví po biologických předcích nezaniká.<sup>66</sup>

Majetek v České republice byl Schwarzenbergovi vrácen v rámci restitucí v roce 1990. Ještě před únorem 1948 mu byl totiž zabaven na základě zákona č. 143/1947 Sb. (zákon o převodu vlastnictví majetku hlubocké větve Schwarzenbergů na zemi Českou), jinak také nazývaný Lex Schwarzenberg.

---

<sup>63</sup> Podle odhadů rakouských médií činí hodnota Schwarzenbergových majetků v zámcích, polích a lesích až 400 milionů eur. Schwarzenberg je tak jedním z nejbohatších lidí v Rakousku. Zdroj: iHNed.cz na adrese: [http://zpravy.ihned.cz/politika/c1-59183810-profil-mladeho-schwarzenberga-velka-hvezda-videnskych-kavarenskych-diskusi?utm\\_source=mediafed&utm\\_medium=rss&utm\\_campaign=mediafed](http://zpravy.ihned.cz/politika/c1-59183810-profil-mladeho-schwarzenberga-velka-hvezda-videnskych-kavarenskych-diskusi?utm_source=mediafed&utm_medium=rss&utm_campaign=mediafed).

<sup>64</sup> Majetek připadl Karlu Schwarzenbergovi, protože dle rodinného práva Schwarzenbergů dědí majetek mužští potomci.

<sup>65</sup> Zdroj: Lidovky.cz na adrese: [http://www.lidovky.cz/schwarzenberg-vyhral-spor-s-nevlastni-sestrou-zamky-mu-patri-pbg-/zpravy-svet.aspx?c=A121108\\_192409\\_ln\\_zahranici\\_ase](http://www.lidovky.cz/schwarzenberg-vyhral-spor-s-nevlastni-sestrou-zamky-mu-patri-pbg-/zpravy-svet.aspx?c=A121108_192409_ln_zahranici_ase).

<sup>66</sup> Zdroj: Témata – novinky.cz na adrese: <http://tema.novinky.cz/karel-schwarzenberg>.

## **7. Vlastní výzkum**

Cílem této diplomové práce je vystopovat míru negativity ve zpravodajské produkci tří celostátních deníků vůči Karlu Schwarzenbergovi a Miloši Zemanovi, dvěma kandidátům na post prezidenta republiky v přímých prezidentských volbách v roce 2013. Výše uvedená část diplomové práce měla za úkol představit teoretický rámec všech aspektů vztahujících se k tomuto tématu.

Nyní se přesuneme k praktické části, ve které budu postupně představovat jednotlivé výsledky, ke kterým jsem v průběhu analýzy dospěla.

### **7.1 Metodika analýzy**

#### **7.1.1 Základní soubor**

Ústředním objektem výzkumu bylo domácí zpravodajství a specializované rubriky vztahující se k volbě prezidenta. V Mladé frontě Dnes se jednalo o rubriky Z domova, Prezidentské volby a Volba prezidenta. V Lidových novinách se jednalo o rubriky Domov a také Prezidentské volby a Volba prezidenta. V deníku Právo to byla rubrika Zpravodajství a Volební zpravodajství.

Sledované období je vymezeno jedním měsícem před prvním kolem prezidentské volby a jedním měsícem po prvním kole prezidentské volby, tedy od 11. prosince 2012 do 12. února 2013.

#### **7.1.2 Výběrový soubor**

Výběrový soubor tvořily všechny články z výše uvedených rubrik, které se týkaly Karla Schwarzenberga a Miloše Zemana. Do souboru jsem nepočítala sloupky, komentáře (potažmo jakékoliv jiné publicistické žánry) a rozhovory. Taktéž jsem do souboru nezařadila obsah různých boxů, zřehledňujících tabulek a popisů fotografií.

Výběrový soubor tvořilo celkem 941 článků. Z toho 364 článků bylo vydáno v Mladé frontě Dnes, 254 článků v Lidových novinách a 323 článků v deníku Právo.

Jednotlivé články jsem dohledala pomocí služby Newton Media Search.

### **7.1.3 Kódovací jednotka**

Kódovací jednotkou byl jeden novinový článek. Pokud byl článek rozdělen na více stran, respektive měl pokračování na další jiné straně (toto se stávalo zejména u článků na titulní straně), takový článek jsem kódovala jako jeden celek.

### **7.1.4 Proměnné**

Jako identifikační proměnné, které slouží ke zpětnému dohledání daného článku slouží tyto proměnné: dané médium, datum vydání článku (ve formátu DDMMRRRR) a kompletní titulky článku.

Jako systematizující (nebo také analytické) proměnné již dále slouží takové proměnné, které ve své studii o negativitě navrhli autoři Günther Lengauer, Rosa Berganza a Frank Esser. Díky těmto proměnným můžeme zjistit, jak a do jaké míry je ve zpravodajství obsažena negativita vůči politickým představitelům.

Negativitu tak lze měřit na celkem pěti úrovních. Na úrovni celkového vyznění zprávy, na úrovni celkového pohledu na zprávu, na úrovni vyobrazení konfliktní situace, na úrovni zobrazené nekompetence a pochybení (toto jsou rámcově vztažené kategorie negativity) a na úrovni negativity vůči samotnému politikovi (toto je negativita individuální) (více o těchto úrovních negativity viz kap. 3.5).

Přesné instrukce a popis pro kódování těchto kategorií je uveden v kódovací knize, která je součástí této diplomové práce.

## **7.2 Výsledky výzkumu**

Zjištěných dat je velmi mnoho a jsou značně rozmanitá. V obsahové analýze jsem dospěla k mnoha překvapivým výsledkům, ale zároveň i výsledkům, které byly očekávané. Závěry mých analýz budou prezentovány na úrovni jednotlivých dimenzí negativity tak, jak byly navrženy a představeny Lengauerem, Esserem, Berganzou (2011).

V každém závěru jsou vloženy i grafy, které slouží pro zpřehlednění zjištěných výsledků.

### **Míra negativního vyznění zprávy**

Dimenze negativního vyznění zprávy má za úkol zjistit primární dojem ze zprávy, zda zpráva celkově vyznívá negativně, pozitivně, nebo je v neutrálním tónu.



### *Míra negativního vyznění zpráv vůči Miloši Zemanovi*

Z analýzy vyplývá, že nejvíce zpráv, které primárně činily negativní dojem, bylo obsaženo v Mladé frontě Dnes, a to o Miloši Zemanovi. Zprávy s negativním dojmem tvořily 24 %. 3 % tvořily zprávy s primárně kladným dojmem a zbylých 73 % byly zprávy neutrální. V Lidových novinách bylo zpráv primárně negativního dojmu podstatně méně. Tvořily 16 % obsahu (12 % zpráv poté nabývalo kladného dojmu a zbylých 72 % zpráv bylo hodnoceno jako zprávy neutrální). Deník Právo obsahoval téměř stejný počet zpráv, které lze charakterizovat jako primárně neutrální, jako Lidové noviny. V Právu byla míra záporných zpráv 17 % . Primárně pozitivní dojem ze zpráv o Miloši Zemanovi však obsahovalo 26 % zpráv. Zbylých 57 % zpráv byly zprávy neutrálního dojmu.

### *Míra negativního vyznění zpráv vůči Karlu Schwarzenbergovi*

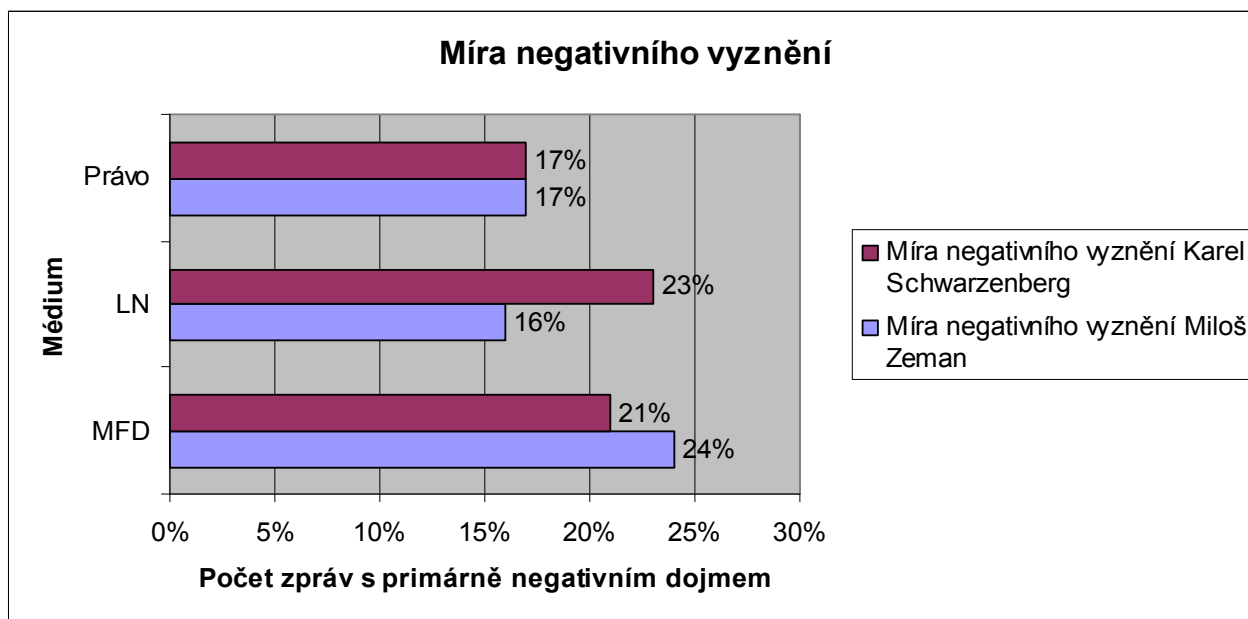
Mladá fronta Dnes obsahovala vůči Karlu Schwarzenbergovi téměř stejný počet primárně negativních zpráv jako o Miloši Zemanovi. Celkové vyznění zpráv jako negativních tvořilo 21 % zpravodajské produkce (dalších 16 % tvořily zprávy primárně kladného vyznění a zbylých 63 % byly zprávy neutrální). Lidové noviny obsahovaly téměř stejný počet primárně negativních zpráv jako Mladá fronta Dnes, ovšem oproti zobrazení Miloše Zemana obsahovaly vyšší počet primárně negativních zpráv (23 %). Primárně pozitivních zpráv bylo 15 % a 62 % lze hodnotit jako neutrálního dojmu. Nejméně negativní dojem budily zprávy v deníku Právo. Právo obsahovalo o Karlu Schwarzenbergovi totožný počet zpráv, které lze považovat za negativní, jako o Miloši Zemanovi, a to shodných 17 %. Dalších 14 % zpravodajské produkce Práva byly zprávy hodnocené jako primárně pozitivní a 69 % objemu zpráv tvořily zprávy neutrálního rázu.

### *Závěr*

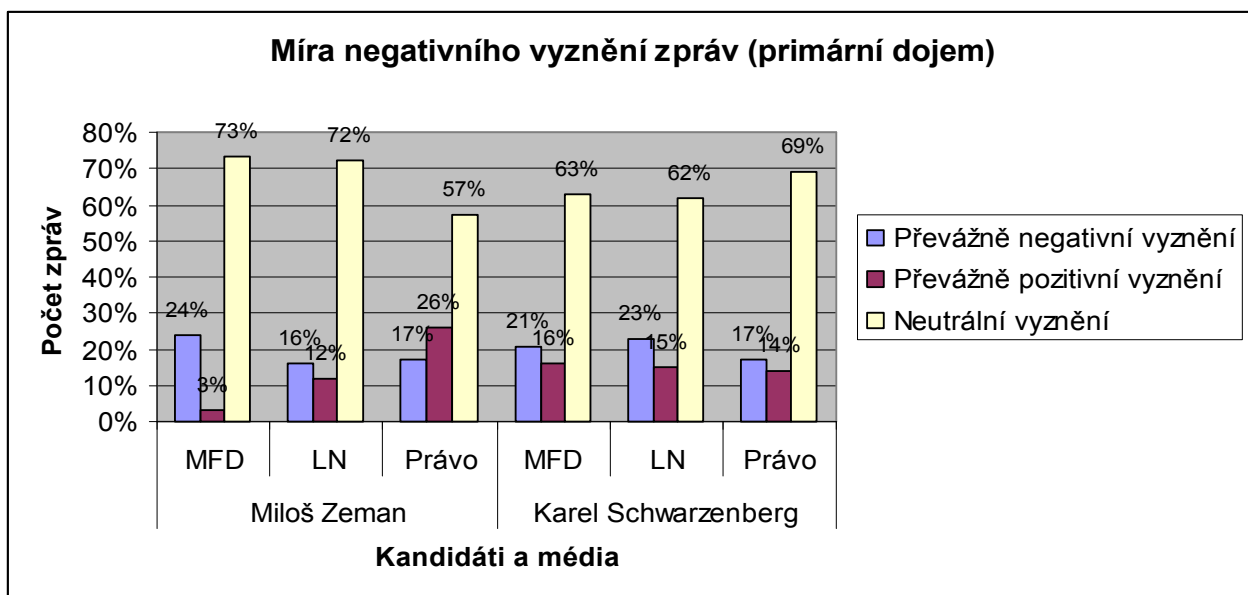
Analyzování zpráv z hlediska primárního dojmu přineslo jak očekávaná, tak překvapivá zjištění.

Mezi očekávaná zjištění bych hodnotila fakt, že nejvíce zpráv s prvotně záporným dojmem bylo nejvíce v Mladé frontě Dnes vůči Miloši Zemanovi. Jako mírně překvapující působil výsledek analyzování Lidových novin vůči Karlu Schwarzenbergovi, kde primárně negativních zpráv bylo 23 % a vůči Miloši Zemanovi „pouhých“ 16 %. Skutečnost, že Lidové noviny obsahovaly o Schwarzenbergovi více zpráv negativního dojmu než o Zemanovi, se mi jeví jako neočekávaná.

Důležitý je však fakt, že drtivá většina zpráv byla neutrálních. Tyto zprávy tvořily průměrně 66 % zpráv.



**Graf č. 1:** Množství zpráv s primárně negativním dojmem v porovnání obou kandidátů v jednotlivých médiích.



**Graf č. 2:** Souhrnný graf znázorňující množství zpráv s primárně negativním, pozitivním i neutrálním vyzněním u obou kandidátů v jednotlivých médiích.

## **Stupeň zobrazeného náhledu na zprávu**

Tato dimenze negativity se věnuje samotnému pohledu na politické aktéry, a to ve smyslu jejich politiky, jakým způsobem je zobrazena v médiích a jakým způsobem je následně zobrazen daný politik.

### *Stupeň zobrazeného náhledu ve zprávách o Miloši Zemanovi*

V této kategorii negativity je opět nejvíce zpráv s pesimistickým náhledem obsaženo ve zpravodajství Mladé fronty Dnes ve článcích o Miloši Zemanovi, a to ve výši 35 % zpravodajské produkce. Optimistický pohled na politiku je v MFD obsažen pouze v 5 % obsahu zpráv a zbylých 60 % zpráv je hodnoceno jako neutrálních. Lidové noviny obsahovaly méně zpráv se záporným vhladem na Zemanovo vyobrazení. Negativní zprávy tvořili 24 %. Zprávy s optimistickým náhledem na Zemana a jeho politiku tvořily 12 % všech zkoumaných zpráv. Ostatních 64 % zpravodajského objemu bylo neutrálních. Nejvíce příznivý byl vůči Zemanovi deník Právo. Množství článků o něm a jeho popisované politice měly pesimistický pohled pouze ve 14 % zpráv. 23 % obsahu bylo ohodnoceno jako optimistických a ostatních 63 % byly zprávy neutrální.

### *Stupeň zobrazeného náhledu ve zprávách o Karlu Schwarzenbergovi*

Počet zpráv, které byly v Mladé frontě Dnes ohodnoceny jako zprávy se záporným pohledem a popisem politiky Karla Schwarzenberga, bylo o něco méně, než těch, které pojednávaly o Zemanovi. 26 % zpráv bylo zhodnoceno jako těch, které jsou převážně pesimistické. Dalších 21 % zpráv bylo ohodnoceno jako převážně optimistické a zbylých 53 % zpráv bylo neutrálních. Lidové noviny přinesly ještě více zpráv s pesimistickým zobrazením Schwarzenberga, potažmo jeho politiky. Záporných zpráv bylo 31 %. 11 % tvořily zprávy s optimistickým vyobrazením a 58 % zpráv bylo neutrálních. Deník Právo se v počtu negativního zobrazení Schwarzenberga a jeho politiky či politických vyhlídek v průměru o mnoho neodlišovalo jako ostatní média. Právo přineslo 22 % zpráv s negativním obsahem. Dalších 24 % zpráv obsahovalo pozitivní vyobrazení a 46 % bylo neutrálních.

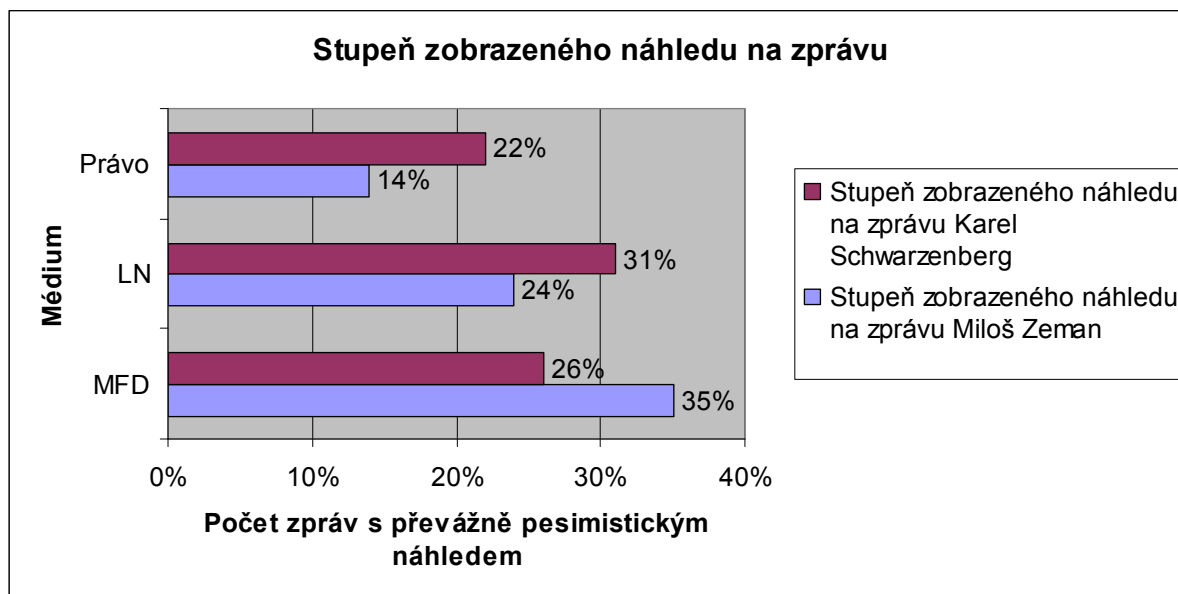
### *Závěr*

I tato dimenze negativity přinesla překvapivé výsledky. Mezi ně bych zařadila výsledek, kde Lidové noviny obsahovaly 31 % zpráv vyobrazujících negativně Karla Schwarzenberga. Množství těchto zpráv bylo vyšší než v náhledu na Miloše Zemana a jeho politiku, kterého převážně záporně zobrazovala 24 % zpravodajské produkce.

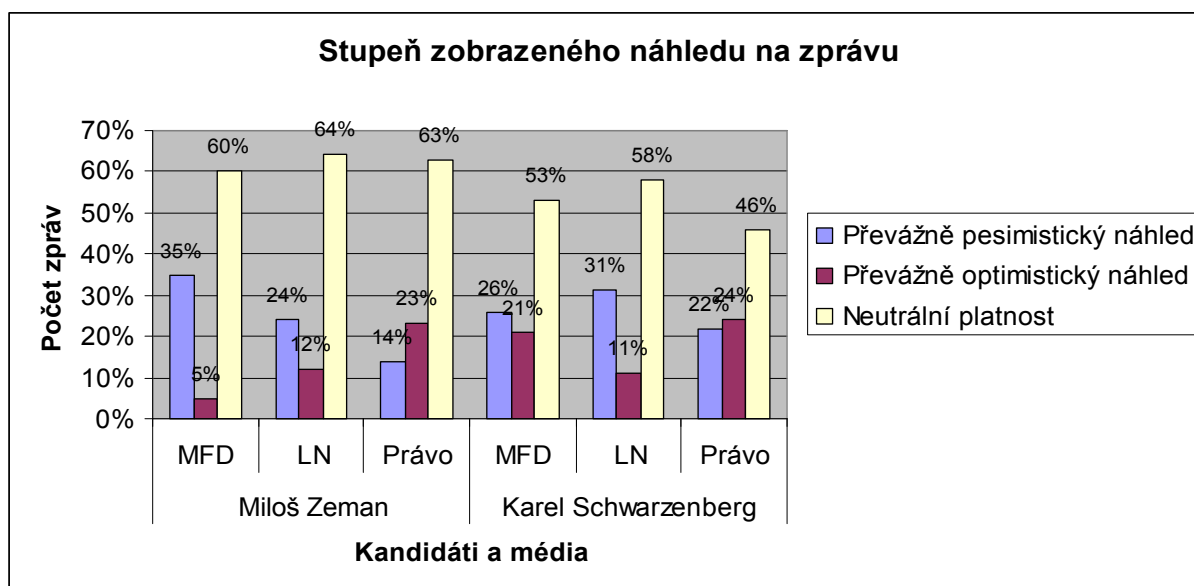
I v této kategorii negativity bylo nejvíce záporných zpráv obsaženo v Mladé frontě Dnes ve článcích o Miloši Zemanovi.

V této dimenzi negativity je ještě jeden překvapivý výsledek. A to, že počet neutrálních zpráv v zobrazení Karla Schwarzenberga v deníku Právo tvoří 46 % celkového zpravodajského objemu (důležité je však dodat, že je do jisté míry způsobeno tím, že zde bylo 24 % převážně kladných zpráv, které snížily počet zpráv neutrálních).

Tato kategorie negativity je také jedinou kategorií, ve které se u všech sledovaných médiích neprokázalo více než 50 % množství neutrálních zpráv.



**Graf č. 3:** Množství zpráv s převážně pesimistickým náhledem v porovnání obou kandidátů v jednotlivých médiích.



**Graf č. 4:** Souhrnný graf znázorňující množství zpráv s převážně pesimistickým, optimistickým i neutrálním náhledem obou kandidátů v jednotlivých médiích.

### Míra vyobrazení konfliktu ve zprávách

Kategorie míry zobrazení konfliktů má za cíl zobrazit fakt, zda se zprávy zaměřují na spory či různé konfrontace, nebo obsahují konsenzus a obecné snahy o vyřešení sporů.

#### *Míra vyobrazení konfliktů ve zprávách o Miloši Zemanovi*

Mladá fronta Dnes obsahovala o Miloši Zemanovi 16 % zpráv, které ve svém obsahu znázorňovaly určité konflikty nebo spory. Zároveň to byla největší míra vyobrazených neshod ze všech médií vůči Zemanovi i Schwarzenbergovi. Naopak zpráv, které pojednávaly o shodě mezi ním a dalšími politiky či příslušnými osobami byla pouhá 3 %. Drtivá většina (81 %) bylo zpráv s neutrální platností, tedy že neobsahovaly žádné popisované nebo znázorňované rozpory. Lidové noviny obsahovaly ještě o pět procent konfliktních zpráv méně (tedy 12 %). Celková 4 % zpráv bylo zaměřena na konsenzus a opět drtivá většina (84 %) zpravodajské produkce byla neutrální. Právo se nijak výrazně od obou předchozích médií neodlišovalo. Celkem 11 % zpráv obsahovalo spory, pouhá 3 % zpráv obsahovala spolupráci a kompromisy a opět naprostá většina (86 %) zpráv mělo neutrální platnost.

#### *Míra vyobrazení konfliktů ve zprávách o Karlu Schwarzenbergovi*

Zprávy o Karlu Schwarzenbergovi obsahovaly v Mladé frontě Dnes a Lidových novinách ještě o nepatrný zlomek zpráv méně zobrazených konfliktních situací než o

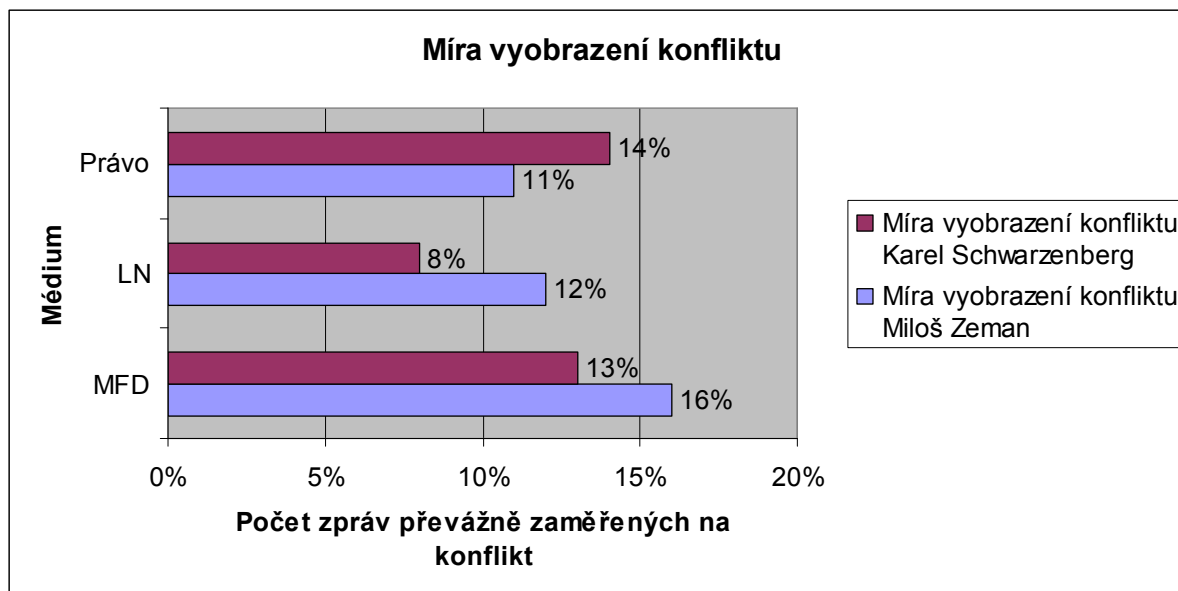
Zemanovi. V Mladé frontě Dnes jich bylo 13 % (naopak zpráv s pojednávajícím konsenzem bylo 5 % a zpráv neutrálních bylo 82 %). V Lidových novinách tvořilo konfliktních zpráv 8 %, pouhá 2 % tvořily zprávy vyjadřující politickou konformitu a opět drtivá většina (90 %) bylo neutrálních. V deníku Právo obsahovalo kontroverzní situace celkem 14 % zpráv, pouhých 5 % zpráv tvořily zprávy opačného rázu a zbylých 81 % zpráv bylo nestranných.

### Závěr

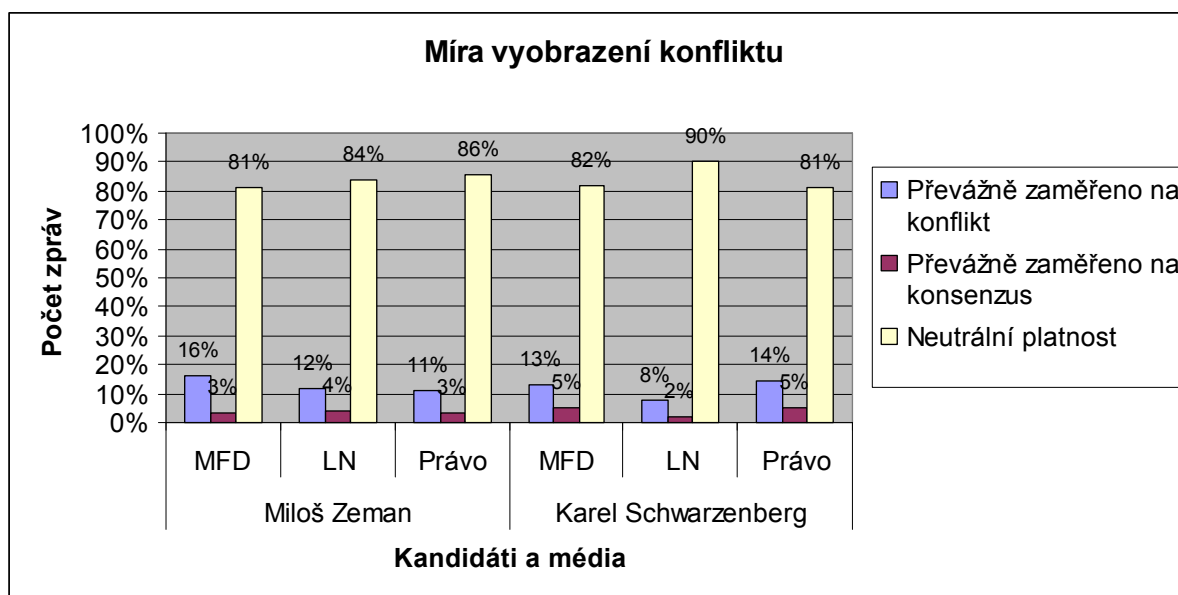
Tato dimenze negativity obsahovala ve všech sledovaných médiích o daných politických aktérech oproti dvěma předchozím kategoriím o mnoho méně negativních zpráv. Největší míru negativních zpráv, které zohledňovaly politické rozpory opět obsahovala Mladá fronta Dnes ve zprávách o Miloši Zemanovi. Tyto zprávy tvořily 16 %, což byl zároveň i nejvyšší počet negativních zpráv v této kategorii.

V souvislosti s tímto faktem je nutné zmínit, že množství zpráv hodnocených jako pozitivní bylo jen nepatrné množství. Jejich průměrný počet byl 3,6 %.

Také je nutno dodat, že na úrovni této dimenze bylo nejvíce zpráv neutrálních, tedy těch, které se nevěnovaly sporným bodům, což se mi jeví jako překvapující. Ve všech médiích tvořilo množství neutrálních zpráv přes 80 % (průměrný počet činil 84 %).



**Graf č. 5:** Množství zpráv převážně zaměřených na konfliktní situace v porovnání obou kandidátů v jednotlivých médiích.



**Graf č. 6:** Souhrnný graf znázorňující množství zpráv se zaměřením na konflikt, konsenzus a zprávy s neutrální platností u obou kandidátů v jednotlivých médiích.

### Míra zobrazené nekompetence a pochybení ve zprávách

Tato dimenze negativity zjišťuje celkový počet zpráv, které se primárně zaměřují anebo obsahují zobrazení politikovy nekompetence nebo neschopnosti v politických otázkách nebo referují o jeho nesprávném počínání.

#### *Míra zobrazené nekompetence a pochybení ve zprávách o Miloši Zemanovi*

Ve výzkumu jsem zjistila, že nejvíce zpráv, které se věnovaly a obsahovaly znaky zpráv zaměřených na politickou nekompetenci bylo obsaženo v Mladé frontě Dnes vůči Miloši Zemanovi. Celkové množství těchto zpráv tvoří 38 %. Zpráv, které se v MFD týkaly opačného pólu, tedy např. zobrazených zásluh či schopnosti vyřešit nastalé problémy bylo zanedbatelné množství (2 %). Zbylých 60 % tvořily zprávy neutrální. V Lidových novinách tvořilo negativních zpráv vůči Zemanovi 20 % (pouhých 8 % tvořily zprávy o jeho politické kompetenci a ostatních 72 % zpráv bylo nestranných). Deník Právo se umístil mezi MFD a LN, v jejich produkci se týkalo vyobrazené nekompetence 23 % zpráv. Stejně procento zpráv však obsahovalo i schopnost kladně řešit nastalé potíže. 54 % zpráv pak bylo neutrálních.

#### *Míra zobrazené nekompetence a pochybení ve zprávách o Karlu Schwarzenbergovi*

Ve zprávách o Karlu Schwarzenbergovi bylo celkové množství zpráv obsahujících konotace ve smyslu jeho politických pochybení nižší. V Mladé frontě Dnes takových zpráv

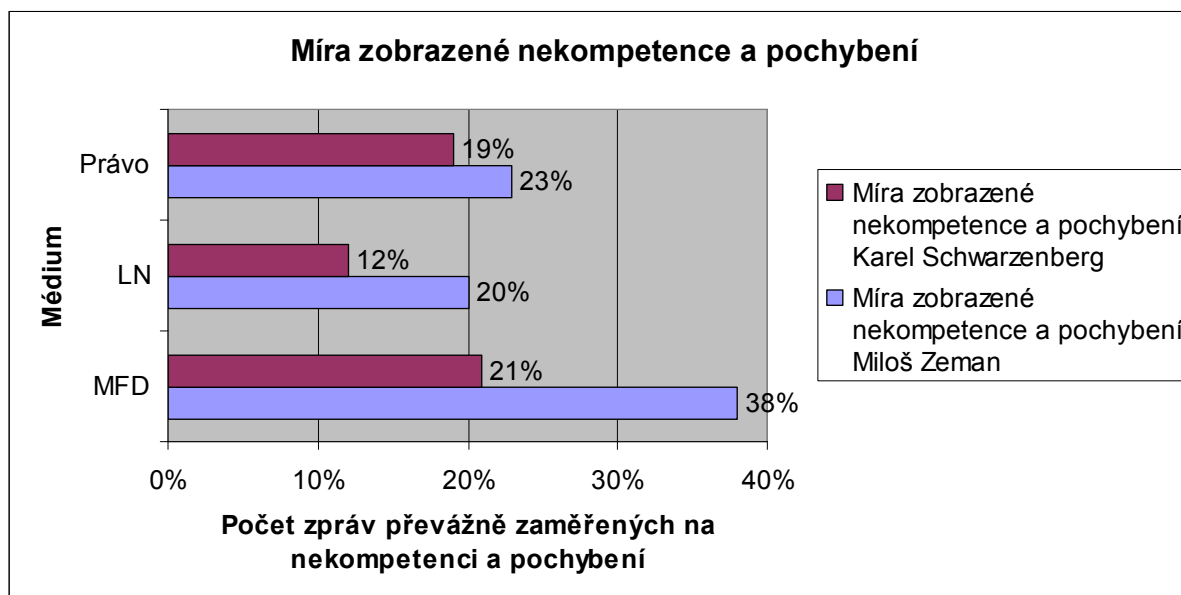
bylo 21 % ( 16 % zpráv obsahovalo zobrazené zásluhy či snahu o řešení problémů a 63 % zpráv pak bylo neutrálních). Lidové noviny obsahovaly negativních zpráv 12 %, což bylo nejméně ze všech. 15 % obsahu zpráv tvořily zprávy kladného vyobrazení politických kompetencí a zbylých 73 % bylo neutrálních. Deník Právo se nijak výrazně nelišilo od všech předchozích výsledků. Záporných zpráv bylo 19 %, kladných 10 % a ostatních 71 % neutrálních.

### Závěr

V této kategorii negativity, která se zabývala zobrazováním politických nekompetencí anebo nezpůsobilosti v politických otázkách, bylo takových zpráv opět nejvíce v Mladé frontě ve člancích o Miloši Zemanovi (38 %). V ostatních zprávách v dalších médiích ve vztahu k Zemanovi i Schwarzenbergovi byly takové zprávy v počtu zhruba kolem 20 %.

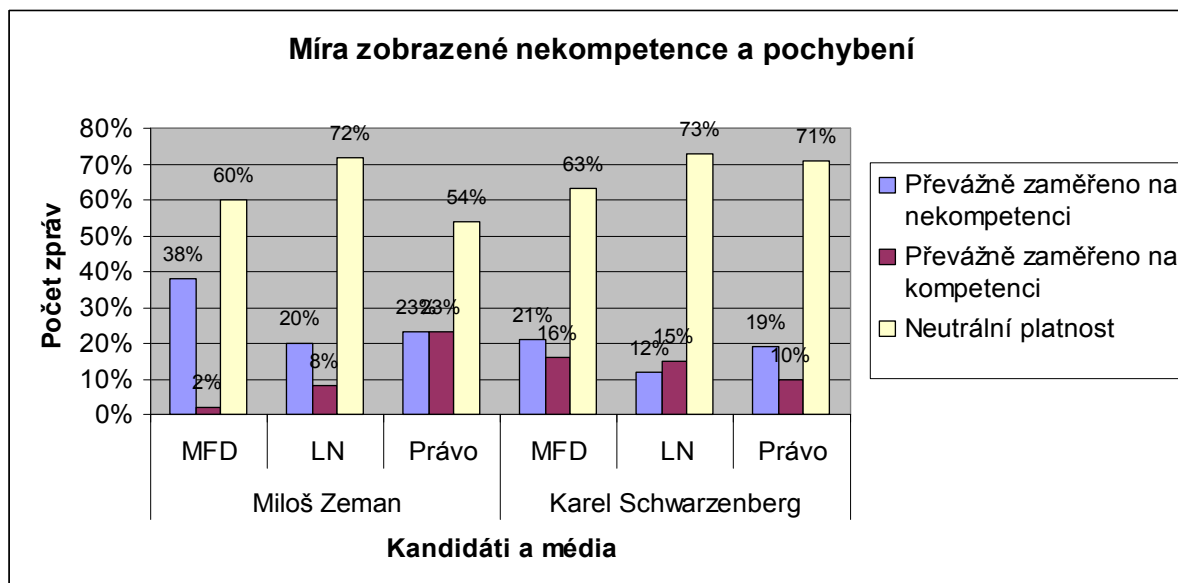
Ve všech médiích bylo zobrazení Miloše Zemana na úrovni této dimenze více zápornější, než zobrazení Karla Schwarzenberga.

V počtu neutrálních zpráv se tato kategorie pohybuje mezi 54 % a 73 %. Průměr tak činí 65,5 %, což je z prozatímních výsledků nižší průměr.



**Graf č. 7:** Množství zpráv převážně zaměřených na politickou nekompetenci v porovnání obou kandidátů v jednotlivých médiích.





**Graf č. 8:** Souhrnný graf znázorňující množství zpráv zaměřených na nekompetenci, kompetenci a zprávy neutrální u obou kandidátů v jednotlivých médiích.

### Míra zobrazené negativity ve zprávách vůči politickým aktérům

Cílem této dimenze negativity je zjistit negativitu ve zprávách vůči samotným politikům, a to na rovině čistě individuální. Nevztahuje se tedy k obecným záležitostem, jako je politika či konfrontace s ostatními. Hodnocení je založeno na individuálním projevu.

#### *Míra zobrazené negativity ve zprávách vůči politickým aktérům – Miloš Zeman*

Miloš Zeman byl nejvíce negativně zobrazen v Mladé frontě Dnes. 31 % zpráv zobrazovalo jeho osobu jako negativní. Oproti tomu 7 % zpráv obsahovalo vůči němu převážně pozitivní vyznění. Ostatních 62 % zpráv bylo neutrálních. V Lidových novinách bylo zpráv se záporným vyzněním méně - 24 %. Dalších 8 % tvořily zprávy, které Zemana zobrazovaly kladně a zbylých 68 % mělo neutrální platnost. Deník Právo přinesl o malý zlomek více negativních zpráv než Lidové noviny (26 %). Spíše pozitivní vyznění ze zpráv v Právu obsahovalo 16 % a zbylých 58 % zpráv bylo nestranných.

#### *Míra zobrazené negativity ve zprávách vůči politickým aktérům – Karel Schwarzenberg*

Míra zobrazené negativity směrem ke Karlu Schwarzenbergovi byla ve sledovaných médiích nižší než u Miloše Zemana. V Mladé frontě Dnes a Lidových novinách v průměru o 10 %, v Právu však pouze o 3 %.

Mladá fronta Dnes Schwarzenberga záporně zobrazila ve 22 % zpráv. Počet zpráv s převážně kladným vyzněním směrem k němu, byl totožný jako u Miloše Zemana, činil 7 %, Ostatních 71 % bylo nestranných. Lidové noviny obsahovaly 14 % s vyznívající negativitou, 8 % zpráv kladných a 78 % zpráv neutrálních. Deník Právo obsahoval negativních zpráv 23 %, kladných zpráv 20 % a neutrálních 57 %.

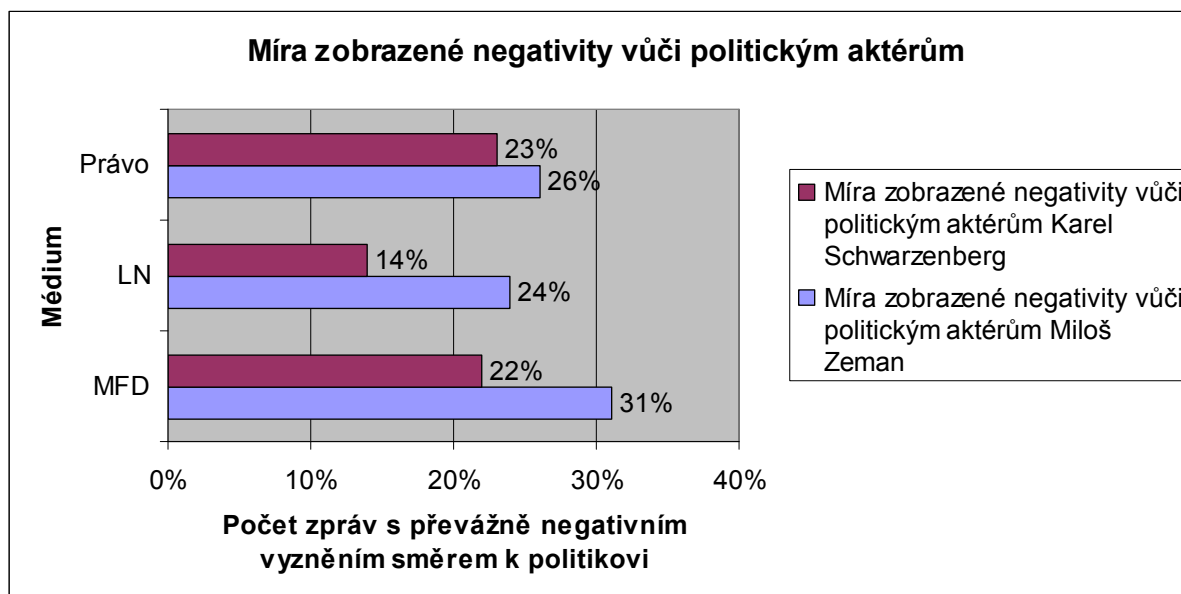
### Závěr

Tato dimenze negativity se v počtu záporných zpráv o mnoho neodlišovala od předchozích kategorií.

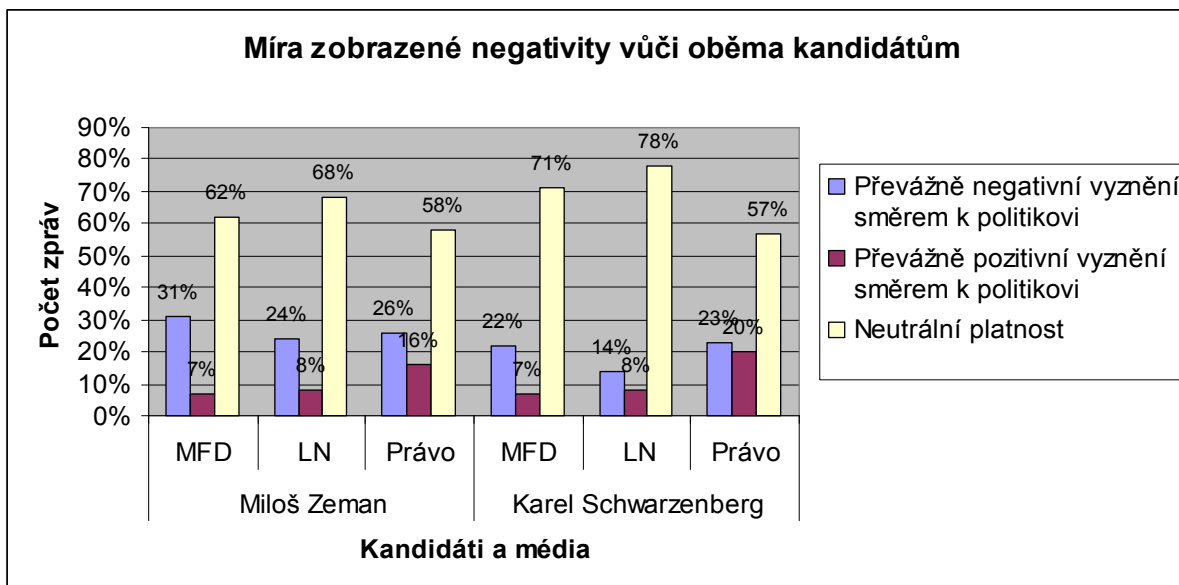
Nejvíce individuálně vztažené negativity obsahovalo zpravodajství Mladé fronty Dnes, a to ve zprávách o Miloši Zemanovi.

Jako překvapivý výsledek zde hodnotím fakt, že zpravodajská produkce deníku Práva obsahovala o 3 % více negativních zpráv o Miloši Zemanovi, než o Karlu Schwarzenbergovi.

Počet pozitivních zpráv opět tvoří nižší průměr, pouze deník Právo obsahuje pozitivních zpráv více.

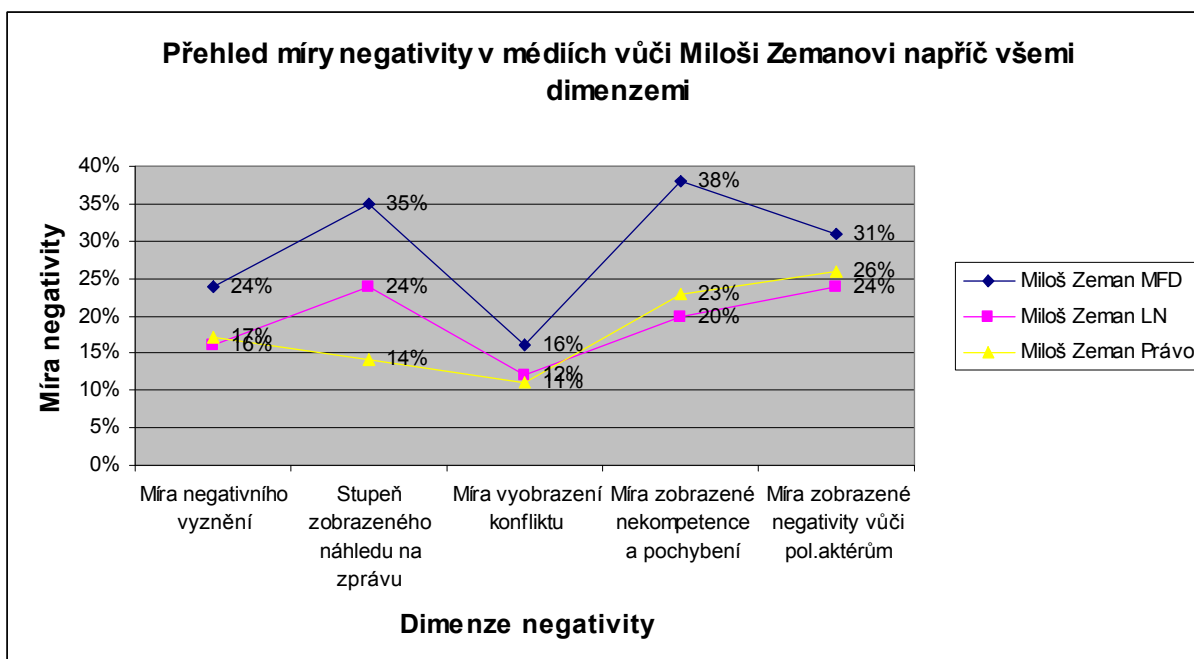


**Graf č. 9:** Množství zpráv s převážně negativním vyzněním směrem k politikovi v porovnání obou kandidátů v jednotlivých médiích.

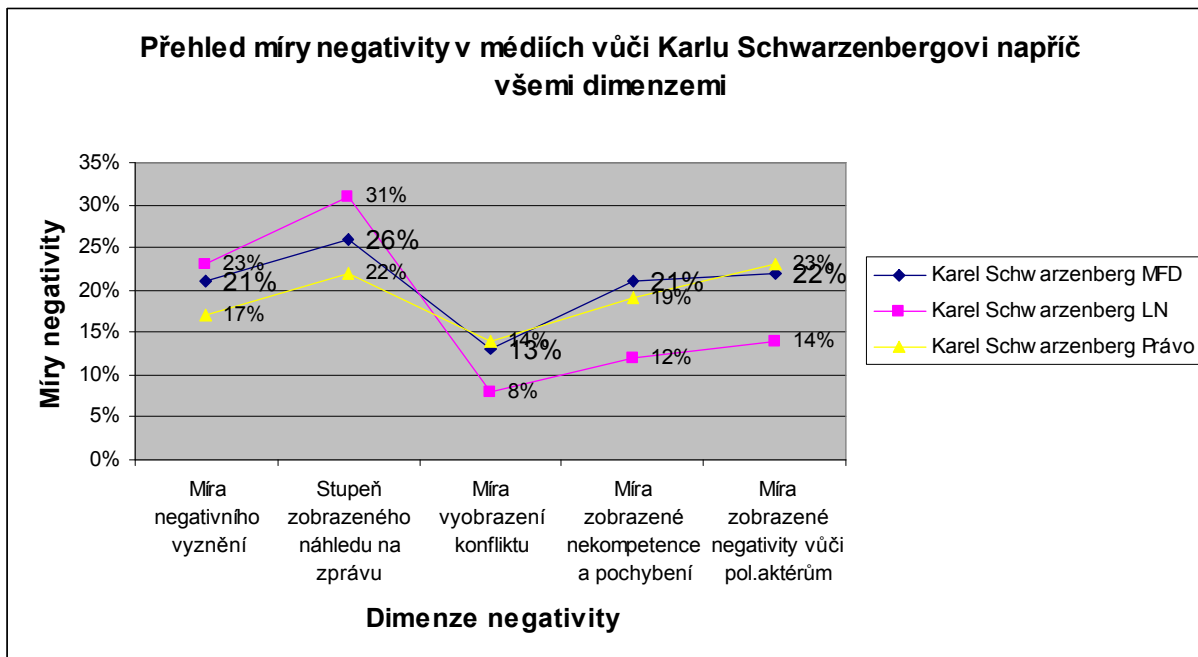


**Graf č. 10:** Souhrnný graf znázorňující množství zpráv zaměřených na převážně negativní a pozitivní vyznění směrem ke kandidátům a zprávy neutrální u obou kandidátů v jednotlivých médiích.

Pro ucelenější pohled a zobrazení míry negativity ve zpravodajství poslouží následující dva grafy, které znázorňují míru negativity v jednotlivých dimenzích. První graf znázorňuje negativitu směrem k Miloši Zemanovi, druhý graf směrem ke Karlu Schwarzenbergovi.



**Graf č. 11:** Souhrnný graf znázorňující míru negativity v médiích v zobrazení Miloše Zemana v jednotlivých kategoriích.



**Graf č. 12:** Souhrnný graf znázorňující míru negativity v médiích v zobrazení Karla Schwarzenberga v jednotlivých kategoriích.

## 8. Závěr

Volba prezidenta v lednu 2013 byla zásadně odlišná od všech voleb předchozích. Tím nejpodstatnějším rozdílem bylo, že se hlava státu volila přímou volbou. Prezidenta tak přestali volit poslanci a mohli si ho zvolit sami občané. Volit mohli z těch kandidátů, kteří nasbírali padesát tisíc podpisů, nebo z těch, které navrhla úzká skupina poslanců či senátorů.

Bylo tedy jasné, že tento proces bude ostře sledovaný. Ať už samotnou veřejností, nebo médií. Byla to událost, která pro celou veřejnost, ale i pro média znamenala „něco jiného“ a byla jakýmsi „krokem do neznáma.“ Tisk, televizní i rozhlasové vysílání byly doslova zaplaveny volbou a samotnými kandidáty, bezpočtem úvah a odpovědí na různé otázky, televizní debaty „nebraly“ konce.

S přímou volbou prezidenta v České republice se zdejší média setkala poprvé, a proto i veřejnost mohla očekávat, jak se daného úkolu zhostí. Výsledek by se však mohl hodnotit jako mírně rozporuplný. Mezi veřejností se začaly objevovat názory, že se strhla až jakási mediální smršť. Média se doslova „chytala každého stébla“, začala „vytahovat“ staré kauzy (např. Miloš Zeman a opoziční smlouva), „propírala“ kontroverzní situace (např. Karel Schwarzenberg, který se při jedné z debat zapletl do tématu Benešových dekretů), neúnavně dotazovala kandidáty a přestože v některých případech prezident České republiky, byť zvolen přímou volbou, nemá dostatečné pravomoce řešit určité záležitosti, které nadále přísluší Poslanecké sněmovně, dožadovala se návrhů jejich řešení různých problémů nebo nastalých situací.

V souvislosti s tím, jak se novináři „chopili“ referováním o volbě, kandidátech, přípravách, jejím průběhu a dalších mnoha okolnostech, bylo z některých médií patrné, že zpravodajství je mírně nevyvážené a někteří kandidáti jsou zobrazováni jinak než druzí.

V průběhu prezidentské volby (zejména pak v jejím druhém kole) se dokonce česká společnost, obrazně řečeno, rozdělila na dvě části, na tábor podporovatelů Miloše Zemana a na tábor podporovatelů Karla Schwarzenberga. Ve společnosti došlo až k jakési řevnivosti mezi voliči jednoho a druhého kandidáta a média na této situaci také nesla určitý podíl viny. V tisku se začaly objevovat zprávy negativního vyznění. Z tohoto principu vychází i téma této diplomové práce.

Mým cílem bylo zjistit, jak média zobrazovala dva čelní kandidáty na post prezidenta republiky, konkrétně ve smyslu negativity, která tvoří jeden ze současných trendů politické komunikace, a to jak mezi politiky a stranami navzájem, tak ve vztahu mezi novináři a politiky.

Miloši Zemanovi, coby levicovému kandidátovi, který měl voliče především v menších městech a chudších oblastech a Karlovi Schwarzenbergovi, coby pravicovému kandidátovi, kterého naopak podporovali mladší a vzdělanější lidé a např. obyvatelé hlavního města Prahy, věnovala média logicky největší díl pozornosti. Zároveň bylo z některých mediálních výstupů patrné, že zpravodajství není úplně vyvážené a v některých médiích byli Zeman se Schwarzenbergem zobrazováni odlišně.

Obecně jsem vycházela z předpokladu, že deník Právo, který je obecně českou veřejností hodnocen jako více levicový, bude více náklonný Miloši Zemanovi a naopak média jako Mladá fronta Dnes a Lidové noviny, které jsou zase hodnoceny jako více pravicové, budou více projevovat náklonnost vůči Karlu Schwarzenbergovi. Očekávala jsem tedy, že v Mladé frontě Dnes a Lidových novinách bude více projevovaná negativita vůči Miloši Zemanovi a v deníku Právo zase větší negativita vůči Karlu Schwarzenbergovi.

Hlavním cílem tedy bylo zjistit, zda tomu tak po důkladné analýze skutečně bylo, nebo zda se jednalo o jakýsi veřejný šum, vyvolaný přemírou emocí z první přímé volby prezidenta v České republice.

K analyzování a hodnocení míry negativity ve zpravodajské produkci mi posloužila studie (Lengauer, Esser, Berganza, 2011), která navrhuje jednotlivé úrovně měření (resp. dimenze), na kterých lze negativitu ve zpravodajství vystopovat a zanalyzovat. Uvedenými dimenzemi jsou: míra negativního vyznění zprávy, stupeň zobrazeného náhledu na zprávu, míra vyobrazených konfliktů ve zprávě, míra zobrazení nekompetentnosti a pochybení politika a zobrazení negativity vůči samotným politickým aktérům.

Pro uvedený výzkum jsem použila metody kvantitativní obsahové analýzy.

Jak je již z výše uvedených dílčích závěrů zřejmé, míra negativity je patrná ve všech dimenzích. Z celkového zpravodajského objemu 941 zpráv, ze kterých 364 bylo otištěno v Mladé frontě Dnes, o něco méně, přesně 323 v deníku Právo a nejméně (254 článků) v Lidových novinách, měla míra negativity v jednotlivých dimenzích kolísající tendence.

Moje očekávání, že v Mladé frontě Dnes a Lidových novinách bude více negativněji zobrazován Miloš Zeman než Karel Schwarzenberg, se nepotvrdilo. Na úrovni dimenze míry negativního vyznění činil v Lidových novinách počet zpráv, které nesly primárně záporný dojem o Karlu Schwarzenbergovi, vyšší procento (o 7 %) než počet takových zpráv o Miloši Zemanovi. Lidové noviny přinesly další překvapivý výsledek i v hodnocení míry negativity na úrovni stupně zobrazeného náhledu na zprávu. I zde byl vyšší počet zpráv obsahující negativitu vůči politice Karla Schwarzenberga (také o 7 %) než o politice Miloše Zemana.

Další překvapivé výsledky přineslo zkoumání negativity ve zpravodajství na úrovni (dimenze) míry vyobrazení nekompetentnosti a pochybení. Deník Právo přinesl ve zprávách o 4 % více zpráv, které obsahovaly záporné hodnocení pro politickou způsobilost Miloše Zemana. V poslední kategorii, a to individuálně vztahované negativitě vůči politickým aktérům, bylo v Právu o 3 % více negativních zpráv o Miloši Zemanovi, než o Karlu Schwarzenbergovi. Na základě výše uvedených informací o levicově považovaném Právu toto považuji za velmi překvapivý a neočekávaný výsledek.

Ve výše uvedených výsledcích byla má očekávání o zobrazení kandidátů Zemana a Schwarzenberga v souvislosti s politicky orientovaným tiskem vyvrácena.

Výsledky, ve kterých byla moje tvrzení a očekávání naopak potvrzena jsou následující.

Na úrovni míry negativního vyznění zpráv obsahovala Mladá fronta Dnes více primárně negativně vyznívajících zpráv o Miloši Zemanovi (o 3 %). Deník Právo se v této kategorii v počtu primárně záporných zpráv v zobrazení Miloše Zemana rovnal v počtu takovýchto zpráv o Karlu Schwarzenbergovi. V dimenzi, která zkoumá negativitu ve stupni zobrazeného náhledu na zprávu, tvořilo více záporných zpráv v Mladé frontě Dnes o Miloši Zemanovi (o 9 %). Deník Právo zase obsahoval o 8 % více negativních zpráv o Karlu Schwarzenbergovi.

Výsledky negativity v kategorii vyobrazení konfliktů po zanalyzování článků plně korespondovaly s mými očekáváními. Jak Mladá fronta Dnes, tak Lidové noviny obsahovaly více zpráv s referováním o sporech či hádkách vůči Miloši Zemanovi. Naopak deník Právo se obsahoval těchto zpráv více o Karlu Schwarzenbergovi. Nutno také podotknout, že tato v této dimenzi se objevilo nejméně zpráv pozitivních (průměr pozitivních zpráv byl 3,6 %). Tato dimenze negativity tak logicky obsahovala i nejvyšší počet zpráv neutrálních (průměr těchto zpráv činil rovných 84 %).

Zkoumání negativity v dimenzi zobrazené nekompetentnosti a pochybeních dopadly dle mého očekávání v Mladé frontě Dnes a v Lidových novinách. V těchto novinách byla zobrazená míra negativity vyšší vůči Miloši Zemanovi (dokonce až o 17 % v MFD a o 8 % v LN). V poslední zkoumané dimenzi individuální negativity vůči samotným politikům dopadly výsledky dle mého očekávání taktéž v Mladé frontě Dnes a Lidových novinách. Zde bylo zobrazení Miloše Zemana negativnější, než vyobrazení Karla Schwarzenberga (v MFD o 9 % a v LN o 10 %).

Negativní zobrazování politických kandidátů tak může být výsledkem snahy novinářů o vyslovení své profesní nezávislosti na nejrůznějších vnějších vlivech, ať už politických, nebo ze stran přímo pracovníků PR příslušných politických stran. V některých případech tak

mohou činit i z důvodů přilákání čtenářů, kteří věnují více pozornosti zprávám negativním, než pozitivním (Lengauer, Esser, Berganza: 182). Podle odhadu čtenosti tisku Media projekt navíc čtenost Lidových novin, Mladé fronty Dnes i Práva klesá.

Zatímco čtenost Mladé fronty Dnes v roce 2011 činila 816 tisíc čtenářů, v roce 2012 činila 804 tisíc a v roce 2013 797 tisíc čtenářů, Lidové noviny měly v roce 2011 231 tisíc čtenářů, v roce 2012 209 tisíc a v roce 2013 „pouhých“ 194 tisíc čtenářů. Deník Právo je na tom s klesající čteností podobně. V roce 2011 čtenost Práva činila 417 tisíc čtenářů, v roce 2012 činila 377 tisíc čtenářů a v roce 2013 čtenost dosáhla výše 333 tisíc čtenářů.<sup>67</sup> Média se tak negativními zprávami mohou snažit zvýšit prodaný náklad novin, a tedy i čtenost deníků. Prezidentská volba, která se konala v lednu roku 2013, však celkově čtenost těchto periodik nijak nezvýšila.

Zajímavější by však mohlo být poohlédnutí po čtenosti na úrovni kvartální, zda se oproti minulým rokům zvýšila alespoň v 1. a 2. kvartálu roku 2013 (vázáno tedy k měsíci lednu, kdy probíhala volba prezidenta). Zatímco v roce 2011 činila průměrná čtenost za 1. a 2. kvartál Mladé fronty Dnes 834 tisíc čtenářů, čtenost Lidových novin činila průměrných 235 tisíc a deníku Práva 438 tisíc čtenářů, v roce 2012 měla Mladá fronta Dnes 789 tisíc čtenářů, Lidové noviny 212 tisíc a Právo 391 tisíc čtenářů. V roce 2013 si v prvních dvou kvartálech přečetlo Mladou frontu Dnes 806 tisíc čtenářů, Lidové noviny průměrně 183 tisíc a deník Právo 332 tisíc čtenářů.<sup>68</sup> Je tedy vidět, že Mladá fronta Dnes zaznamenala mírný nárůst čtenosti. Výsledky výzkumu jsou dělány na základě dvou kvartálů. Šest měsíců je poměrně dlouhá doba, nicméně volba prezidenta byla tak významná událost, že by právě díky ní mohlo k nárůstu čtenosti dojít.

Mladá fronta Dnes také obsahovala ve všech dimenzích nejvíce negativity, a to vůči Miloši Zemanovi. Z mnoha zpráv v MFD nepřímě vyplývalo, že Miloš Zeman je považován za nejhoršího kandidáta. Časté bylo připomínání jeho přátelství s Miroslavem Šloufem a zdůrazňování z této skutečnosti vyplývajících negativních konotací (bylo dokonce užito přirovnání k siamským dvojčatům). Zpravodajství také obsahovalo záporné hodnocení Zemanova předvolebního štábu a dále bylo v mnoha případech záporně referováno o jeho vzhledu či vrávorající chůzi.

Negativita tedy byla patrná napříč všemi sledovanými médii ve všech dimenzích. Jedinou dimenzí, která plně korespondovala s mými očekáváními byla kategorie zobrazující

---

<sup>67</sup> Zdroj: Unie vydavatelů na adrese: [http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie\\_vydavatelu/medialni\\_data](http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/medialni_data).

<sup>68</sup> Zdroj: Unie vydavatelů na adrese: [http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie\\_vydavatelu/medialni\\_data](http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/medialni_data).



zaměření na konflikt. Zde Mladá fronta Dnes a Lidové noviny obsahovaly více negativy vůči Miloši Zemanovi a deník Právo zase vůči Karlu Schwarzenbergovi.

Obecně lze říci, že Lidové noviny a deník Právo se vždy ve dvou případech odlišovaly od mého očekávání, naopak Mladá fronta Dnes v každé dimenzi negativity obsahovala větší míru negativity vůči Miloši Zemanovi, než vůči Karlu Schwarzenbergovi.

Navzdory všem získaným výsledkům však nejdůležitější zůstává fakt, že většina zpráv ve všech dimenzích byla neutrální, tedy že v nich nebyly nalezeny žádné prvky negativních prvků nebo negativního zobrazení.

## Summary

The diploma thesis *The Rate of Negativity in Miloš Zeman's and Karel Schwarzenberg's Reflection in Media during Presidential Election in 2013* pursues the rate of negativity in the news of *Mladá fronta Dnes*, *Lidové noviny* and *Právo*. The aim of this thesis was to find out the rate of negativity about two main presidential candidates Miloš Zeman and Karel Schwarzenberg. The time I set to analyse was one month before the first round of the presidential election and one month after the first round of the presidential election.

I analysed the negativity in terms of the presidential election. The presidential election was closely watched by the media and the public, because people voted in the first direct presidential election in the history of the Czech Republic. The media were interested in the way of the election, in individual candidates, they speculated about different issues related to the elections etc. The public was also separated into groups according to their preferred candidate.

The negativity was analyzed in five dimensions of negativity which were proposed by Lengauer, Esser and Berganza (2011). I used for my research the method of quantitative analysis.

Based on it, I expected that *Mladá fronta Dnes* and *Lidové noviny*, that are considered by the public as a right-wing bias, reflected Miloš Zeman, as a left-wing bias politician, more negatively. On the other hand, my second expectation was that *Právo*, that is considered by the public as a left-wing bias, reflected Karel Schwarzenberg, as a right-wing bias politician, more negatively.

My expectations were confirmed and disproved too.

Among the disproved expectations I include results from the rate of negativity in dimensions of level of negative tonality, level of pessimistic outlook, level of incapability and misconduct and level of negative tone towards political actors.

In the dimension of level of tonality and level of pessimistic outlook there were more negative news in *Lidové noviny* against Karel Schwarzenberg. In the dimension of incapability and misconduct *Právo* published more negative news against Miloš Zeman. The last one, dimension of negative tone towards political actor, *Právo* again published more negative news against Miloš Zeman. These results were a bit surprising.

Results in other newspapers in these dimensions had an expected character. I also had to mention the level of conflict-centeredness. In this dimension there were all results in *Mladá fronta Dnes*, *Lidové noviny* and *Právo* according to my preconditions.

The negativity in news can be caused by many reasons. Journalists can express their independence and autonomy. According to research of readership Media projekt, it is remarkable, that readership of Mladá fronta Dnes has increased in first and the second quarter in 2013. It is probable, that readership has increased because of presidential election.

Mladá fronta Dnes also included major of negativity in all dimensions (against Miloš Zeman). Journalists informed about close friendship with Miroslav Šlouf and following negative consequences, they also informed about poor work of his presidential campaign staff, about his appearance and his unstable walk. Miloš Zeman was depicted as the worst presidential candidate.

Above all my results in this thesis, most of news I explored were neutral.

# Použitá literatura a zdroje

## Seznam literatury

AUSTIN, Erica Weintraub a Bruce E. PINKLETON. Positive and negative effects of political disaffection on the less experienced voter. *Journal of Broadcasting*. 1995, roč. 39, č. 2, s. 215-235.

BLUMLER, Jay G.; KAVANAGH, Dennis. *The Third Age of Political Communication: Influences and Features*, 1999. vol. 16, s. 209-230.

BRADOVÁ, Eva. Negativní kampaně a politická reklama ve volbách. Vyd. 1. Olomouc : Peripleum, 2008. 134 s. ISBN 978-80-86624-44-0.

BRANTS, Kees; DE VREESE Claes; MÖLLER, Judith; VAN PRAAG, Philip. The Real Spiral of Cynicism? Symbiosis and Mistrust between Politicians and Journalists. *The International Journal of Press/Politics*. London Sage Publications, 2010. vol. 15, 1, s. 24-40.

BUKOVSKÁ, Kristýna. *Přímá volba prezidenta republiky v ČR a v jiných parlamentních republikách*. Praha : Univerzita Karlova v Praze, Právnická fakulta, 2012. 26 s. Vedoucí studentské vědecké a odborné činnosti JUDr. Věra Jirásková, Csc.

CAPELLA, Joseph; JAMIESON, Kathleen. *Spiral of Cynicism : The Press anf the Public Good*. New York: Oxford University Press, 1997. 366 s. ISBN 0-19-509-064-0.

ESHBAUGH-SOHA, Matthew. The Tone of Local Presidential News Coverage. *Political Communication*. 2010, roč. 27, č. 2, s. 121-140. DOI: 10.1080/10584600903502623.

ESSER, Frank; REINEMANN, Carsten; FAN, David. Spin Doctoring in British and German Election Campaigns: How the Press is Being Confronted with a New Quality of Political PR. *European Journal of Communication*. London Sage Publications, 2000, vol. 15, 2, s. 209-239.

GEER, John G. *In Defense of Negativity: Attack Ads in Presidential Campaigns*. Chicago : University of Chicago Press. 2006. ISBN 978-02-2628-500-9.

GRABER, Doris A. a James M. SMITH. Political Communication Faces the 21st Century. *Journal of Communication*. 2005, roč. 55, č. 3, s. 479-507.

HALLIN, Daniel; MANCINI, Paolo. *Systémy médií v postmoderním světě*. Vyd.1. Praha : Portál, 2008. 368 s. ISBN 978-80-7367-377-2.

HARTLEY, John. *Understanding news*. Vyd. 1. London : Methuen, 1982. 203 s. ISBN 978-04-167-4550-4.

JIRÁK, Jan; ŠOLTYS, Otakar. *Political Advertising in a "New" Democracy : The Czech Republic*. In KAID, Lynda Lee; HOLTZ-BACHA, Christina. *The SAGE handbook of political advertising*. Thousand Oaks: SAGE Publications, c2006, 492 s. ISBN 1-4129-1795-6.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009, 413 s. ISBN 978-80-7367-466-3.

JUST, Marion, Ann CRIGLER a Tami BUHR. Voice, Substance, and Cynicism in Presidential Campaign Media. *Political Communication*. 1999, roč. 16, č. 1, s. 25-44. DOI: 10.1080/105846099198758.

KŘEČEK, Jan. *Politická komunikace od res publica po public relations*. Vyd. 1. Praha : Grada Publishing a.s., 2013. 176 s. ISBN 978-80-247-3536-8.

KLEIN, Joe. *Politics Lost*. Vyd. 1. New York : Broadway Books, 2006. 272 s. ISBN 978-07-679-1601-1.

KAASE, Max. Is There Personalization in Politics? Candidates and Voting Behavior in Germany. *The International Political Science Review*, London Sage Publications, 1994. vol. 15,3, s. 211-230.

LENGAUER, Günther; ESSER, Frank; BERGANZA, Rosa. Negativity in Political News: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings. *Journalism*. London Sage Publications, 2011. vol. 13, s. 179-202. 2

LILLEKER G. Darren. *Key Concepts in Political Communication* [online]. Vyd. 1. London Sage Publications, 2006. 218 s. ISBN 1-4129-1830-8.

LOUW, Eric. *The Media and political process* [online]. Vyd. 1. London: Sage Publications, 2005. 311 s. ISBN 0-7619-4084-7.

MAZZOLENI, Gianpietro; SCHULZ, Winfried. 'Mediatization' of politics: A challenge for democracy? *Political Communication*. 1999, roč. 16, č. 3, s. 247-261.

McNAIR, Brian. *An introduction to political communication*. Vyd. 3. London : Oxon, 2003. 254 s. ISBN 0-415-30707-3.

NEGRINE, Ralph; LILLEKER, Darren G. The Professionalization of Political Communication Continuities and Change in Media Practices. *European Journal of Communication*. London Sage Publications, 2002. vol. 17,3, s. 305-323.

NEGRINE, Ralph; MANCINI, Paolo; HOLTZ-BACHA Christina, PAPPATHANASSOPOULOS, Stylianos. Vyd. 1. Bristol – Chicago: Intellect Books, 2007. 192 s. ISBN 978-1-84150-159-8.

*Osobnosti – Česko : Ottiv slovník*. Vyd. 1. Praha : Ottovo nakladatelství, 2008. 823 s. ISBN 978-80-7360-796-8.

POGUNTKE, Thomas; WEBB, Paul. *The Presidentialization of Politics (A Comparative Study of Modern Democracies)*. Oxford : Oxford University Press, 2005. 361 s. 978-01-992-1849-3.

RAWNSLEY, Gary D. *Political Communication and Democracy*. New York: Palgrave MacMillan, 2005. 256 s. ISBN: 978-1-4039-4254-8.

REIFOVÁ, Irena; KONČELÍK, Jakub; SCHULZ, Winfried; SCHERER, Helmut; HAGEN, Lutz. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Vyd. 3. Praha: Karolinum, 2011. 149 s. ISBN 978-80-246-1980-4.

SCHUDSON, Michael. Social Origins of Press Cynicism in Portraying Politics. *American Behavioral Scientist*. London Sage Publications, 1999. vol. 42, 6, s. 998-1008.

SCHULZ, Winfried. *Theorizing about Political Communication*, 2008.

ŘÍCHOVÁ, Blanka, JIRÁK, Jan. *Politická komunikace*. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2000. 170 s. ISBN 80-246-0182-6.

VOLTMER, Katrin. *Mass media and political communication in new democracies*. London: Routledge, 2006, 262 s. ISBN 0-415-33779-8.

WELSCH, Wolfgang. Aestheticization Processes: Phenomena, Distinctions and Prospects. *Theory, Culture & Society*. London Sage Publications, 1996. vol. 13,1, s. 1–24.

WOLTON, Dominique. Political Communication. The Construction of a Model. *European Journal of Communication*. London Sage Publications, 1990. vol. 5, 1, s. 8-28.

ZEMAN, Miloš. *Zpověď informovaného optimisty: rozhovor s Petrem Žantovským*. Vyd. 1. Řitka: ČAS, 2012. 221 s. ISBN 978-80-87470-85-5.

ZVONARĚ, Adam. *Volba prezidenta České republiky*. Praha : Univerzita Karlova v Praze, Právnická fakulta, 2012. 32 s. Vedoucí studentské vědecké a odborné činnosti JUDr. Radovan Suchánek, Ph.D.

## Internetové zdroje

Aktualne.cz [online] c. 2014 [cit. 2014-02-17] Dostupné z www: <  
<http://aktualne.centrum.cz/prezidentske-volby-cr-2013/>>.

CVVM [online] c. 2014 [cit. 2014-02-17] Dostupné z www:  
<[http://cvvm.soc.cas.cz/media/com\\_form2content/documents/c1/a6916/f3/pv121129.pdf](http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a6916/f3/pv121129.pdf)>.

Česká pozice [online] c. 2014 [cit. 2014-02-18] Dostupné z www:  
<http://www.ceskapozice.cz/domov/politika/o-zumpe-povlu-pavucine-zemanovych-polopravd>  
>.

iHNEd.cz [online] c. 2014 [cit. 2014-04-03] Dostupné z www:  
<[http://zpravy.ihned.cz/politika/c1-59183810-profil-mladeho-schwarzenberga-velka-hvezda-videnskych-kavarenskych-diskusi?utm\\_source=mediafed&utm\\_medium=rss&utm\\_campaign=mediafed](http://zpravy.ihned.cz/politika/c1-59183810-profil-mladeho-schwarzenberga-velka-hvezda-videnskych-kavarenskych-diskusi?utm_source=mediafed&utm_medium=rss&utm_campaign=mediafed)>.

iHNEd.cz [online] c. 2014 [cit. 2014-02-17] Dostupné z www: < <http://zpravy.ihned.cz/c1-22555540-schwarzenberg-navrat-cunka-je-sebevrazda-koalice>>.

iDNES.cz [online] c. 2014 [cit. 2014-02-17] Dostupné z www: <  
[http://zpravy.idnes.cz/ministerstvo-vnitro-vyradilo-kandidaty-z-prime-volby-prezidenta-p99-/domaci.aspx?c=A121123\\_114054\\_domaci\\_kop](http://zpravy.idnes.cz/ministerstvo-vnitro-vyradilo-kandidaty-z-prime-volby-prezidenta-p99-/domaci.aspx?c=A121123_114054_domaci_kop)>.

iDNES.cz [online] c. 2014 [cit. 2014-02-17] Dostupné z www: <  
[http://zpravy.idnes.cz/dlouhy-stiznost-proti-vyrazeni-dasdomaci.aspx?c=A121128\\_090719\\_domaci\\_wlk](http://zpravy.idnes.cz/dlouhy-stiznost-proti-vyrazeni-dasdomaci.aspx?c=A121128_090719_domaci_wlk)>.

iDNES.cz [online] c. 2014 [cit. 2014-02-17] Dostupné z www: <  
[http://zpravy.idnes.cz/nejlepsi-slogan-podle-expertu-kdyz-se-kecaji-blbosti-tak-spim-puk-/domaci.aspx?c=A100421\\_081144\\_domaci\\_nos](http://zpravy.idnes.cz/nejlepsi-slogan-podle-expertu-kdyz-se-kecaji-blbosti-tak-spim-puk-/domaci.aspx?c=A100421_081144_domaci_nos)>.

iDNES.cz [online] c. 2014 [cit. 2014-02-17] Dostupné z www:  
<<http://volby.idnes.cz/prezidentske-volby-2013.aspx>>.



iDNES.cz [online] c. 2014 [cit. 2014-02-17] Dostupné z www: <[http://zpravy.idnes.cz/samkova-napadne-u-ustavniho-soudu-primou-volbu-f5g-/domaci.aspx?c=A121123\\_111524\\_domaci\\_kop](http://zpravy.idnes.cz/samkova-napadne-u-ustavniho-soudu-primou-volbu-f5g-/domaci.aspx?c=A121123_111524_domaci_kop)>.

iDNES.cz [online] c. 2014 [cit. 2014-03-19] Dostupné z www: <[http://zpravy.idnes.cz/jsi-schopny-jit-pres-mrtvoly-hrimal-langer-na-bursika-pfi-/domaci.aspx?c=A080211\\_094156\\_domaci\\_itu](http://zpravy.idnes.cz/jsi-schopny-jit-pres-mrtvoly-hrimal-langer-na-bursika-pfi-/domaci.aspx?c=A080211_094156_domaci_itu)>.

iDNES.cz [online] c. 2014 [cit. 2014-04-03] Dostupné z www: <[http://zpravy.idnes.cz/usa-opustily-plany-na-radar-v-cesku-iranu-uz-se-tolik-neboji-pqa-/zahranicni.aspx?c=A090917\\_071406\\_zahranicni\\_ipl](http://zpravy.idnes.cz/usa-opustily-plany-na-radar-v-cesku-iranu-uz-se-tolik-neboji-pqa-/zahranicni.aspx?c=A090917_071406_zahranicni_ipl)>.

iHNed.cz [online] c. 2014 [cit. 2014-01-18] Dostupné z www: <<http://zpravy.ihned.cz/politika/c1-59177640-zeman-kandidat-prezident>>.

Karel Schwarzenberg [online] c. 2014 [cit. 2014-04-03] Dostupné z www: <<http://www.karelschwarzenberg.cz/zivotopis.html>>.

Lidovky.cz [online] c. 2014 [cit. 2014-02-17] Dostupné z www: <<http://aktualne.centrum.cz/prezidentske-volby/clanek.phtml?id=764609>>.

Lidovky [online] c. 2014 [cit. 2014-04-03] Dostupné z www: <[http://www.lidovky.cz/schwarzenberg-vyhral-spor-s-nevlastni-sestrou-zamky-mu-patri-pbg-/zpravy-svet.aspx?c=A121108\\_192409\\_ln\\_zahranici\\_ase](http://www.lidovky.cz/schwarzenberg-vyhral-spor-s-nevlastni-sestrou-zamky-mu-patri-pbg-/zpravy-svet.aspx?c=A121108_192409_ln_zahranici_ase)>.

Ministerstvo zahraničních věcí České republiky c. 2014 [cit. 2014-04-03] Dostupné z www: <[http://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti\\_a\\_media/galerie\\_fotografii/byvali\\_ministri/karel\\_schwarzenberg/x2012\\_12\\_02\\_predani\\_ceny\\_marion\\_donhoffove.html](http://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti_a_media/galerie_fotografii/byvali_ministri/karel_schwarzenberg/x2012_12_02_predani_ceny_marion_donhoffove.html)>.

Novinky.cz [online] c. 2014 [cit. 2014-02-18] Dostupné z www: <<http://www.novinky.cz/domaci/78129-zeman-opet-sije-v-nove-knize-do-novinaru.html>>.

PewResearch Journalism Project [online] c. 2014 [cit. 2014-02-14] Dostupné z www:

<<http://www.journalism.org/about/>>.

Pražský hrad [online] c. 2014 [cit. 2014-01-18] Dostupné z www:

<<http://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr-milos-zeman/zivotopis.shtml>>.

TOP 09 [online] c. 2014 [cit. 2014-04-03] Dostupné z www:

<<http://www.top09.cz/regiony/karlovarsky-kraj/tiskove-zpravy/karel-schwarzenberg-dnes-obdrzel-cenu-marion-d-nhoffove-11660.html>>.

Unie vydavatelů [online] c. 2014 [cit. 2014-04-15] Dostupné z www:

<[http://www.unievychavatelu.cz/cs/unie\\_vychavatelu/medialni\\_data](http://www.unievychavatelu.cz/cs/unie_vychavatelu/medialni_data)>.

Vláda České republiky [online] c. 2014 [cit. 2014-04-03] Dostupné z www: <  
<http://www.vlada.cz/cz/clenove-vlady/karel-schwarzenberg-74213/>>.

Vláda České republiky [online] c. 2014 [cit. 2014-04-03] Dostupné z www: <  
<http://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/karel-schwarzenberg-vyznamenan-velkym-krizem-radu-47179/>>.

Volím Karla. Fórum Karla Schwarzenberga [online] c. 2014 [cit. 2014-04-03] Dostupné z  
www: < <http://www.volimkarla.cz/wp-content/uploads/cv-karel-schwarzenberg.pdf>>.

## **Zákony České republiky**

ČESKO. Zákon č. 275 ze dne 22. srpna 2012 o volbě prezidenta republiky a o změně některých zákonů (zákon o volbě prezidenta republiky) In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2012, částka 95, s. 3554-3584. Dostupný z <http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=275&r=2012> ISSN 1211-1244.

ČESKO. Zákon č. 71 ze dne 8. února 2012, kterým se mění ústavní zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky, ve znění pozdějších ústavních zákonů. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2012, částka 28. s. 850-880. Dostupný z [aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=z&id=23961](http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=z&id=23961) ISSN 1211-1244.

ČESKO. Ústavní zákon č. 1 ze dne 16. prosince 1992. In: *Sbirka zákonů České republiky*. 1992, částka 1. s. 7-22. Dostupný z [aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=5989](http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=5989).

# SEZNAM PŘÍLOH

**Příloha č.1:** Kódovací instrukce podle autorů studie Negativity in Political News: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings

**Příloha č.2:** Kódovací kniha

# PŘÍLOHY

**Kódovací instrukce podle autorů studie (Lengauer, Esser, Berganza, 2011)**

## **NEPŘÍMÁ NEGATIVITA**

(CELKOVÉ VYZNĚNÍ)

### **Míra negativního vyznění**

**Jaké je celkové vyznění zprávy? Primárně pozitivní, negativní, nebo neutrální dojem?**

Negativní vyznění zprávy konstruuji zejména termíny: politické fiasko, katastrofa, krize, frustrace, kolaps, „propadák“, popírání, odmítání, zanedbávání, neplnění závazků, rezignace, nedůvěra, ohrožení, cynismus, poraženectví, zklamání.

Pozitivní vyznění zprávy konstruuji zejména termíny: zobrazení politického úspěchu, řešení problémů, úspěch, zdokonalování, prosperita, úspěch, zaujetí, naděje, prospěch, udržitelnost, potěšení nebo splnění a dosažení cílů.

Proměnná se skládá ze tří kódů:

-1 : převážně negativní vyznění

0 : neutrální vyznění

+1 : převážně pozitivní vyznění

### **Stupeň náhledu na zprávu**

**Obsahuje zpráva primárně optimistický, pesimistický či neutrální pohled na konkrétního politika?**

Pesimistické vyobrazení zprávy je určeno termíny jako je negativní rozvoj v politice a jeho možné dopady, zoufalé a beznadějně vyhlídky, špatný rozvoj, negativní očekávání či potenciální ohrožení.

Optimistické vyobrazení zprávy je určeno termíny jako je pozitivní dopad v politice, nadějně vyhlídky, bohatý rozvoj, potenciální zisky, řešení problémů, nadějná očekávání.

Proměnná se skládá ze tří kódů:

-1 : převážně pesimistický náhled

0 : neutrální platnost

+1 : převážně optimistický náhled

## **PŘÍMÁ NEGATIVITA**

(KONFRONTACE)

### **Míra vyobrazení konfliktu**

**Zobrazuje zpráva konflikt, konsenzus, či vyvážený dojem z politiky, politických vyjádření, okolností a stanovisek, nebo takové prvky neobsahuje a lze ji označit za neutrální?**

Zpráva zobrazující konflikt je taková zpráva, která pojednává o dvoustranné hádkce, sporu, nesouhlasu, rozporu, konfrontaci, střetnutí a kontroverzi.

Zpráva zobrazující konsenzus je taková zpráva, která pojednává o dvoustranných pokusech, iniciacích či dosáhnutí konsenzu, souznění, shodě, konformitě, usmíření, dohodě, ochotě spolupracovat či ochotě udělat kompromis.

Pokud zpráva neobsahuje konflikt či jasné vyobrazení konsenzu, pak je jí přisouzena neutrální platnost.

Proměnná se skládá ze tří kódů:

-1 : převážně zaměřeno na konflikt

0 : neutrální platnost

+1 : převážně zaměřeno na konsensus

### **Míra nekompetence a pochybení**

**Vykazuje zpráva primárně znaky nekompetence či kompetence nebo je vyvážená a neobsahuje žádné takové prvky?**

Zpráva o pochybeních a nesprávném počínání obsahují jednosměrnou kritiku, útoky, nařčení, urážky či obviňování z neschopnosti a nekompetence.

Zpráva o schopnostech a kompetenci sestává z vyobrazení chvály, souladu, poklony, uznání, zobrazení zásluh a efektivity.

Pokud zpráva neobsahuje žádné uvedené prvky, pak je jí přisouzena neutrální platnost.

Proměnná se skládá ze tří kódů:

-1 : převážně zaměřeno na nekompetenci

0 : neutrální platnost

+1 : převážně zaměřeno na kompetenci

## **INDIVIDUÁLNÍ NEGATIVITA**

(INDIVIDUÁLNÍ VYZNĚNÍ)

**Míra zobrazené negativity vůči politickým aktérům (jednotlivcům nebo institucím)**

**Zobrazuje zpráva konkrétního politika pozitivně, negativně, nebo má zpráva neutrální vyznění?**

Zpráva, která vyobrazuje daného politického aktéra negativně obsahuje termíny: individuální fiasko, neštěstí, krize, frustrace, kolaps, neúspěch, nedodržení slibů, rezignace, opovržení, ataky, kritika, skandály, nedůvěra, obvinění z nekompetence řešit problémy, záporné vlastnosti politika.

Zpráva, která vyobrazuje daného politického aktéra kladně obsahuje termíny: vítězství jednotlivce, výhra, triumf, úspěch, dosažení stanovených cílů, vyřešení problémů, zdokonalování, dělání pokroků, prosperita, velebení, přínos, udržitelnost, chvála, způsobilost, poklona, zobrazení zásluh, úcta, důvěra nebo pozitivní vlastnosti politika.

Pokud zpráva neobsahuje znaky negativního ani pozitivního vyznění, pak je kódována jako neutrální.

Proměnná se skládá ze tří kódů:

-1 : převážně negativní zobrazení politika

0 : neutrální zobrazení politika

+1 : převážně pozitivní zobrazení politika

## **KÓDOVACÍ KNIHA (podle které je prováděn výzkum)**

### **Název výzkumu**

Míra negativity v médiích v zobrazení prezidentských kandidátů Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga

### **Předmět výzkumu**

Předmětem výzkumu je zjistit, zda a do jaké míry vybraná média negativně zobrazovala dva kandidáty na post prezidenta republiky - Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga

### **Metoda**

Kvantitativní obsahová analýza

### **Sledovaná média**

Celostátní deníky Mladá fronta Dnes, Lidové noviny a deník Právo

### **Analyzované období**

Jeden měsíc před prvním kolem prezidentské volby a jeden měsíc po prvním kole prezidentské volby (tedy od 11. prosince 2012 do 11. února 2013)

### **Kódovací jednotka**

Jeden novinový článek, který se týkal Miloše Zemana, nebo Karla Schwarzenberga. Články pocházely z domácích rubrik deníků a ze specializovaných příloh o prezidentské volbě. V Mladé frontě Dnes to byly rubriky Z domova, Prezidentské volby a Volba prezidenta. V Lidových novinách rubriky Domov a také Prezidentské volby a Volba prezidenta. V Právu se jednalo o rubriku Zpravodajství a Volební zpravodajství.

Do souboru článků jsem nepočítala rozhovory, sloupky, komentáře, ani žádné jiné publicistické žánry. Taktéž jsem do souboru nezařadila obsahy různých boxů, zpřehledňujících tabulek a popisů fotografií.



## **Kódovací kniha**

### **Médium**

- 1- Mladá fronta DNES
- 2- Lidové noviny
- 3- Právo

### **Datum**

Datum vydání článku ve formátu DDMMRRRR

### **Míra negativního vyznění**

Celkové vyznění zprávy (primární dojem zprávy)

Za negativní zprávu je považována zpráva, která obsahuje termíny např. politické fiasko, fiasko, katastrofa, krize, frustrace, kolaps, „propadák“, popírání, odmítání, zanedbávání, neplnění závazků, rezignace, nedůvěra, ohrožení, cynismus, poraženectví či zklamání.

Za pozitivní zprávu je považována zpráva, která obsahuje termíny např. politický úspěch, úspěch, řešení problémů, zdokonalování, prosperita, zaujetí, naděje, prospěch, udržitelnost, potěšení či splnění a dosažení cílů.

- 1 : převážně negativní vyznění
- 2 : převážně pozitivní vyznění
- 3 : neutrální vyznění

### **Stupeň zobrazeného náhledu na zprávu**

Obsahuje zpráva primárně optimistický, pesimistický nebo neutrální pohled na politiku?

Za pesimistické vyobrazení politiků ve zprávě je považováno takové zobrazení, pokud zpráva obsahuje termíny např. negativní rozvoj v politice a jeho možné dopady, zoufalé či beznadějně vyhlídky, špatný rozvoj, negativní očekávání či potenciální ohrožení.

Za optimistické vyobrazení politiků ve zprávě je považováno takové zobrazení, pokud zpráva obsahuje termíny např. realistický a pozitivní dopad v politice, nadějně vyhlídky, bohatý rozvoj, potenciální zisky a řešení či nadějná očekávání.

- 1 : převážně pesimistický náhled
- 2 : převážně optimistický náhled
- 3 : neutrální platnost

### **Míra vyobrazení konfliktu**

Vyjadřuje zpráva primárně konflikt, konsenzus a vyvážený dojem z politiky, politických vyjádření, stanovisek nebo zde nejsou žádné náznaky vztahující se k politickému konfliktu?

Zpráva, kterou lze považovat za zprávu zobrazující konflikt je taková zpráva, která obsahuje např. vyobrazení minimálně dvoustranné hádky, sporu, nesouhlasu, rozporu, konfrontace, střetnutí či kontroverzní situace.

Zpráva, kterou lze považovat za zprávu zobrazující konsenzus je taková zpráva, která obsahuje např. vyobrazení pokusů, iniciace či dosáhnutí konsenzu, souznění, dále shodu, konformitu, usmíření, vyřešení sporu, dohodu, ochotu spolupracovat či ochotu udělat kompromis.

- 1 : převážně zaměřeno na konflikt
- 2 : převážně zaměřeno na konsenzus
- 3 : neutrální platnost

### **Míra zobrazení nekompetence a pochybení**

Vyazuje zpráva primárně znaky nekompetence, kompetence nebo zde nejsou žádné prvky vztahující se k politické nekompetenci?

Zpráva, kterou lze považovat za zprávu zobrazující nekompetenci či neschopnost řešit problémy je taková zpráva, která obsahuje např. pochybení o správném počínání, jednosměrné a jednostranné vyobrazení kritiky, útoky, nařčení, urážky či obviňování z neschopnosti a nekompetence.

Zpráva, kterou lze považovat za zprávu zobrazující kompetenci a schopnost řešit problémy, je taková zpráva, která obsahuje např. jednostranné vyobrazení chvály, soulad, poklonu či lichotky, uznání, zobrazení zásluh a efektivity.

- 1: převážně zaměřeno na nekompetenci
- 2: převážně zaměřeno na kompetenci
- 3: neutrální platnost

### **Míra zobrazené negativity vůči politickým aktérům (jednotlivcům nebo institucím)**

Zobrazuje zpráva konkrétního politického aktéra primárně pozitivně, negativně, nebo má zpráva neutrální vyznění?

Zpráva, která daného politika zobrazuje negativně, obsahuje termíny jako je např. individuální fiasko, neštěstí, krize, frustrace, kolaps, neúspěch, nedodržení slibů, rezignace, opovržení, ataky, kritika, skandály, nedůvěra, obvinění z nekompetence nebo záporné vlastnosti politika.

Zpráva, která daného politika zobrazuje pozitivně, obsahuje termíny jako je např. vítězství jednotlivce, výhra, triumf, úspěch, dosažení cílů, vyřešení problémů, zdokonalování sebe sama, dělání pokroků, prosperita, velebení, společenský přínos, udržitelnost, chvála, způsobilost, poklona, zobrazení zásluh, úcta, důvěra nebo kladné vlastnosti politika.

1 : převážně negativní vyznění směrem k politikovi

2 : převážně pozitivní vyznění směrem k politikovi

3 : neutrální platnost

## **SEZNAM ZKRATEK**

AMU – Akademie muzických umění

BBC – British Broadcasting Corporation

ČR – Česká republika

ČSAV – Československá akademie věd

ČSSD – Česká strana sociálně demokratická

ČSSR – Československá socialistická republika

LN – Lidové noviny

MFD – Mladá fronta Dnes

MV – Ministerstvo vnitra

ODS – Občanská demokratická strana

OF – Občanské fórum

PR – Public relations

SPOZ – Strana Práv Občanů – Zemanovci

SZ – Strana zelených

USA – United States of America (Spojené státy americké)

US-DEU – Unie svobody – Demokratická unie

ÚV KSČ – Ústřední výbor Komunistické strany Československa

VŠE – Vysoká škola ekonomická

