

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Diplomová práce

2019

Kateřina Kadlecová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Kateřina Kadlecová

**Televizní debaty pŕed druhm kolem prezidentsk volby
a jejich vliv na rozhodování voliu**

Diplomov práce

Praha 2019

Autor práce: **Kateřina Kadlecová**

Vedoucí práce: **prof. MgA. Martin Őtoll, Ph.D.**

Rok obhajoby: **2019**

Bibliografický záznam

KADLECOVÁ, Kateřina. *Televizní debaty před druhým kolem prezidentské volby a jejich vliv na rozhodování voličů*. Praha, 2019. 96 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce prof. MgA. Martin Štoll, Ph.D.

Abstrakt

Televizní prezidentské debaty jsou zajímavým mediálním a politickým fenoménem, kterým dnes již standardně vrcholí předvolební prezidentská kampaň. Poprvé byl tento televizní duel mezi dvěma hlavními kandidáty vysílán v USA v roce 1960. V České republice se zavedla praxe televizních prezidentských debat až s prosazením přímé volby prezidenta, tedy v roce 2013. V této diplomové práci jsem analyzovala pojetí a zpracování televizních prezidentských debat z ledna roku 2018 před druhým kolem volby, do něhož postoupili Miloš Zeman a Jiří Drahoš. Společně se před televizními kamerami utkali ve dvou případech – na TV Prima v pořadu *Hledá se prezident 2018* a na České televizi v pořadu *Prezidentský duel – Finále*. Cílem této diplomové práce je zjistit, jak se lišila dramaturgie a celkové zpracování debaty na soukromé televizi, oproti pojetí, pokud duel produkovala veřejnoprávní instituce. Prostřednictvím kvalitativní obsahové analýzy a následné komparace jsem se zajímala nejen o výběr a řazení témat, ale také o způsob moderace, o vizuální a zvukové prostředky použité během debaty, o roli publika. Na základě poznatků z teoretické části jsem zhodnotila rozdílnost televizních debat v českém prostředí od toho amerického a pomocí dat z průzkumu veřejného mínění agentury Median se pokusila interpretovat to, jaký vliv měly tato dvě debaty na rozhodování voličů. Práce by měla sloužit jako podrobné shrnutí a zhodnocení těchto televizních událostí a současně vodítko pro budoucí účastníky debat, z jakých poznatků je možné čerpat poučení a na jakých příkladech dobré praxe je dobré dále stavět.

Abstract

TV presidential debates are an interesting media and political phenomenon that is considered also as the peak of the presidential election campaign. For the first time, this television duel between the two main presidential candidates was broadcast in the US in 1960. In the Czech Republic, the practice of television presidential debates with the

legalization of direct presidential elections, ie in 2013, was introduced. The two main candidates in the second round of the election were Miloš Zeman and Jiří Drahoš. Together they met in front of television cameras in only two cases - on TV Prima in the program *Hledá se prezident 2018* and on Czech Television in the program *Prezidentský duel - Finále*. The aim of this thesis is to find out how the dramaturgy and the overall processing of the debate differ on private television and how, if it is produced by a public institution. Through qualitative content analysis and subsequent comparison, I was interested not only in the selection and sorting of topics, but also in the way of moderation, the visual and audio effects used during the debate or the role of the audience. Based on the findings from the theoretical part, I evaluated the differences in television debates in the Czech environment from the American one and, using data from a poll conducted by Median, attempted to interpret the impact of these two debates on decision-making of the voters. The thesis could serve as a detailed summary and evaluation of these TV events, as well as a guide for future participants in the debate. It can also guide them in the mean of which steps should be taken during next election campaign and what are the examples of good practice to build on.

Klíčová slova

Prezidentské debaty, televize, prezidentští kandidáti, vliv médií, prezidentská kampaň, Miloš Zeman, Jiří Drahoš

Key words

Presidential debates, television, candidates, media influence, presidential campaign, Miloš Zeman, Jiří Drahoš

Rozsah práce: 161 332 znaků

Prohlášení

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

V Praze dne 1. 5. 2019

Kateřina Kadlecová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu práce panu prof. Martinu Štollovi, Ph.D. za trpělivost, za podnětné rady a za to, že věnoval svoji energii a svůj čas, aby mě navedl správným směrem. Chtěla bych poděkovat také mým skvělým kolegům z DVTV. Největší díky patří mámě a tátovi, Kubovi a Zdendovi. Dále Lucii, Anetě, Gabriele, Markétě, Davidovi, Danovi, Honzovi. A Janovi děkuju za to, že mi ukázal, že vše opravdu podstatné zvládnou v případě potřeby i sama.

Obsah

ÚVOD	2
1. TELEVIZNÍ KULTURA	4
1.1. VÝZNAM TELEVIZE.....	4
1.2. TELEVIZE COBY ZPROSTŘEDKOVATEL VÝZNAMNÉHO SVĚTOVÉHO DĚNÍ	8
1.3. MÉDIA A POLITIKA	10
1.4. VLIV MÉDIÍ NA POLITIKU, VLIV POLITIKY NA MÉDIA	13
2. TELEVIZNÍ PREZIDENTSKÉ DEBATY	16
2.1. FENOMÉN PREZIDENTSKÝCH DEBAT	16
2.2. HISTORIE TELEVIZNÍCH DEBAT SE ZAMĚŘENÍM NA USA	18
2.3. PREZIDENTSKÉ DEBATY V USA – MODERNÍ POJETÍ	25
2.4. PREZIDENTSKÉ DEBATY V ČESKÉ REPUBLICCE	29
3. METODOLOGIE	31
3.1. ZKOUMANÁ DATA, JEJICH SBĚR A VOLBA VÝZKUMNÝCH METOD	32
3.2. VÝHODY A NEVÝHODY ZVOLENÉHO PŘÍSTUPU	34
3.3. OPOMENUTÉ VÝZKUMNÉ METODY A OTÁZKY OPROTI SCHVÁLENÝM TEZÍM	34
3.4. VÝZKUMNÉ OTÁZKY	35
4. ANALÝZA	37
4.1. VÝBĚR A ŘAZENÍ TÉMAT	37
4.1.1. <i>TV Prima</i>	37
4.1.2. <i>Česká televize</i>	43
4.1.3. <i>Vyhodnocení</i>	48
4.2. POJETÍ A ZPRACOVÁNÍ DEBAT	53
4.2.1. <i>Vizuální a zvukové zpracování debat</i>	53
4.2.2. <i>Publikum</i>	58
4.2.3. <i>Role moderátora</i>	62
4.3. VLIV DEBAT NA ROZHODOVÁNÍ VOLIČŮ (VÝZKUM AGENTURY MEDIAN)	70
4.4. PREZIDENTSKÉ DEBATY V ČR A V USA – SROVNÁNÍ	75
5. ZÁVĚR	78
6. SUMMARY	83

Úvod

Prezidentské debaty jsou mediálním vrcholem předvolební kampaně přímé volby prezidenta. Jejich pojetí, zpracování a jejich dopad na veřejné mínění a potažmo i na rozhodování voličů jsou častým tématem zájmu politologů, sociologů i žurnalistů. Mezi významná díla, která se jim věnují, zejména pak na příkladu USA, patří např. *The Great Debates* editováno Sidneyem Krausem (z roku 1962), *Presidential Debates – 40 Years of High Risk TV* od Alana Schoerdera (vydáno v roce 2000), ze současnosti pak studie *The Making of the President 2016: How Donald Trump Orchestrated a Revolution*, kterou napsal Roger Stone a která byla publikována v roce 2017. Kvůli krátké historii přímé volby prezidenta v České republice však nevzniklo mnoho analýz z českého prostředí. Jako jedno z významných vodítek je však nutné zmínit diplomovou práci Michaela Rozsypala, nynějšího moderátora veřejnoprávní rozhlasové stanice Český rozhlas Plus, který zkoumal české prezidentské debaty z první přímé volby prezidenta v roce 2013. Jeho magisterská práce se jmenuje *Analýza debat kandidátů ve 2. kole přímé volby prezidenta České republiky v kontextu politické kampaně*, sepsal ji a obhájil v roce 2015 na Fakultě sociálních věd Karlovy univerzity Praha.

První prezidentské televizní debaty se uskutečnily v roce 1960 v USA, stránky www.debates.org tuto první sérii debat označují jako *1960 Debates*¹. Americká média o nich často referují jako o sérii *Kennedy-Nixon Debates* (např. Botelho, 2016; History, 2000; Webley; 2010). Tehdy se před televizními kamerami poprvé v historii utkali právě dva prezidentští kandidáti – Richard Nixon a John F. Kennedy. Přestože po první sérii čtyř pořadů, která významně ovlivnila vítězství Kennedyho, se několik let debaty nekonaly, k této mediálně-politické praxi se později prezidentští kandidáti i americká média vrátili. Dnes jsou právě tato prezidentská klání považována za vrchol předvolební kampaně, a to nejen v USA, ale i v mnoha demokratických státech po celém světě, a to včetně České republiky.

V českém prostředí se tato praxe zavedla společně s historicky první volbou prezidenta,

¹COMMISSION ON PRESIDENTIAL DEBATES: *1960 Debates*. In: *Debates.org*. [online] cit. 19. 4. 2019. Dostupné z: <https://www.debates.org/debate-history/1960-debates/>

kteřá proběhla v lednu 2013. Před druhým kolem prezidentské volby uspořádała dvě debaty kandidátů Česká televize, po jedné pak TV Prima, TV Nova a dvakrát oba kandidáti debatovali také na Českém rozhlase – Radiožurnálu. Při druhé přímé volbě prezidenta v lednu 2018 už diskutovali jen společně postupující kandidáti, tedy Jiří Drahoš a Miloš Zeman, před druhým kolem pouze dvakrát, a to na TV Prima v pořadu *Česko hledá prezidenta* a na České televizi *Prezidentský duel – Finále*. Porovnání právě těchto dvou debat na základě provedení komparativní analýzy bylo cílem této práce.

Pokusila jsem se zjistit následující:

- jak se lišilo pojetí tohoto specifického televizního formátu na soukromé TV Prima a veřejnoprávní České televizi,
- do jaké míry přistupovaly tyto instituce odlišně nebo naopak shodně k výběru a řazení témat,
- jak lze porovnat výkony moderátorů a jejich styl moderace,
- jaké byly během debaty použity vizuální a zvukové prostředky,
- celkové vyznění debaty podepřené názory novinářů, politologů či jiných odborníků z médií.

Dále jsem se pokusila posoudit možný vliv televizních debat na rozhodování voličů.

Jako metodu výzkumu jsem zvolila obsahovou analýzu výše zmíněných debat na TV Prima a na České televizi. Následně jsem je pomocí metody komparace porovnala mezi sebou. Díky kombinaci těchto dvou metod bylo možné přiměřeně zodpovědět výše formulované výzkumné otázky a podotázky.

Uvědomuji si, že na základě analýzy dvou pořadů nebylo vždy možné podat jednoznačné a prokazatelně validní odpovědi na všechny výzkumné otázky. Závěry z komparace dvou pořadů, navíc v zemi, kde prezidentské televizní debaty nemají dlouhou tradici, jsou do jisté míry zjednodušující. Nicméně i tak je snad možné je považovat za přínos k budoucímu zkoumání podobného výzkumného problému. Dle mého názoru může má diplomová práce sloužit jako střípek do celkového obrazu výzkumu na poli žurnalistickém, politologickém i sociologickém. Může se zařadit mezi další vodítka, jak pro mediální instituce, které se budou v budoucnu prezidentským debatám věnovat, tak pro politické

marketéry, kteří budou zajišťovat prezidentskou kampaň, nebo dokonce pro samotné politiky. A také díky analýze získáme přehled o tom, jak se liší přístup k debatám v soukromém a ve veřejnoprávním médiu.

1. Televizní kultura

1.1. Význam televize

Televize je jedním z masových médií, které si od svého vzniku, resp. zahájení prvního televizního vysílání BBC 2. 11. 1936, stále drží jednu z nejvýznamnějších rolí při šíření mediálních obsahů. Během 20. století zaznamenala televize jako technologický přístroj, ale také televize jako mediální instituce, a vlastně i televizní vysílání, značný vývoj.

Od Baidovy mechanické 240řádkové televize ze třicátých let nás vývoj nasměroval až k dnešním hybridním televizím, které kromě vysílání umožňují také surfování na internetu nebo poskytují hraní interaktivních her. Televize jako přístroj dnes neslouží pouze k jednostrannému přijímání a pasivnímu sledování pořadů, které nám programoví ředitelé televizních společností naservírují, ale především jako multifunkční zařízení, které nám umožňuje např. sledovat tzv. služby na vyžádání, jako je Netflix, HBO Go nebo v českém prostředí například Stream či speciální aplikace internetové televize DVTV. Lze očekávat, že množství služeb, které budou na televizním zařízení nabízet audiovizuální obsah na vyžádání, bude do budoucna přibývat.

Teoretik médií Karol Jakubowicz píše ve své knize *Nová ekologie médií* (2013: 27) o tomto trendu, který v mediální vědě nazýváme konvergencí, tedy jakýmsi sblížením médií, že je naprosto klíčovým pro pochopení jevů, ke kterým dnes dochází v mediálním systému. Jakubowicz (2013: 34) hovoří o několika druzích konvergence. Pro televizi je pak v první řadě důležitá technická konvergence, která rozšiřuje díky novým technologiím možnosti televizního přijímače. Ten má pak přídatné funkce, jako je vyšší rozlišení, příjem digitálního signálu, příjem i rozhlasových kanálů, rozšíření o další aparáty, jako je třeba domácí kino, kompatibilita s počítačem, funkce mobilní televize, možnost přehrání streamovaných médií na internetu, aj.

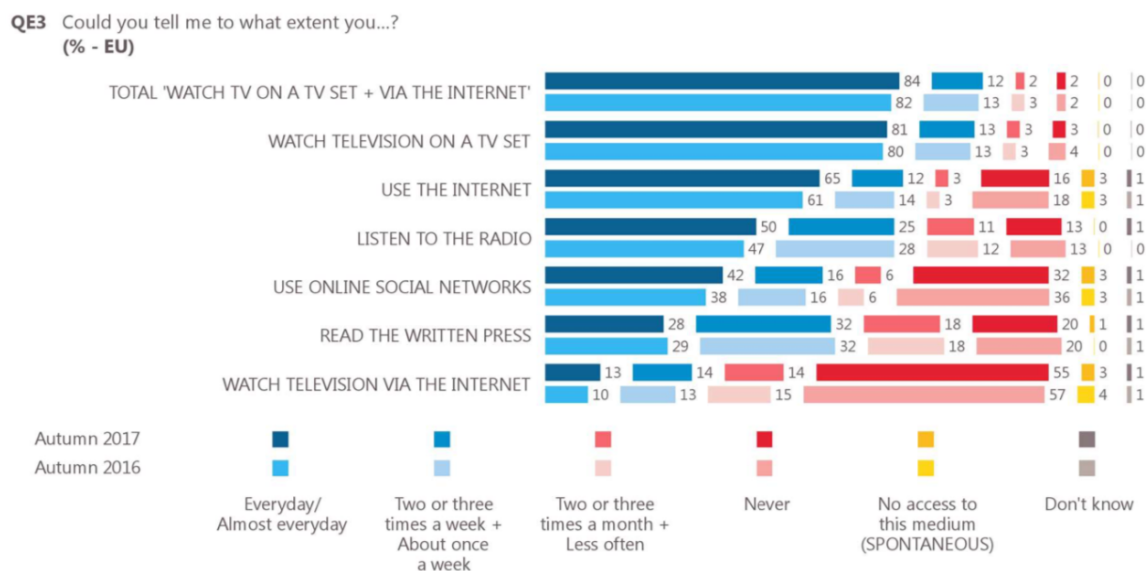
Další je pak konvergence korporátní a socio-funkcionální, která charakterizuje změny, které probíhají v samotných mediálních institucích. Je to kontinuální práce novinářů i techniků a vůbec celého systému a následování technologických změn, zejména s důrazem na tzv. multimedialitu (Jakubowicz, 2013: 35-37). Dalo by se tak ve vztahu k televizi zjednodušeně říci, že dnes už televize neprodukuje určitý druh obsahů určeného pouze pro televizní vysílání, ale naopak jeden obsah, který ovšem v různé podobě najdeme třeba částečně přepsaný na webových stránkách televize s doprovodnými hypertextovými odkazy (např. na www.ct24.cz) nebo ve zkrácené podobě na sociálních sítích dané televizní instituce, jako je Facebook, Twitter nebo Instagram, nebo na Teletextu. V případě politických debat, jež jsou předmětem této práce, pracuje např. Česká televize i s pořady vysílanými živě, kde je přítomno publikum. To se stává aktérem v okamžik, kdy diváci dostanou slovo a mohou politikům položit otázku. Kromě toho mohou reagovat na vyjádření aktérů podobně jako publikum na sportovním utkání. Děje se tak např. v diskuzním pořadu *Máte slovo Michaely Jílkové*. Další možností pro diváky, jak se zapojit, je třeba pořad *90' ČT 24*. Přes sociální sítě se mohou ptát hostů, dotazy jsou pak editory a koeditory zařazovány do vysílání a reprodukovány moderátorem směrem k hostům. Díky tomuto výčtu možností, které televize v dnešní době nabízí, je zřejmé, že si i ve 21. století zachovává svůj velký vliv na myšlení a rozhodování diváků.

Stephen Cushion, lektor z Cardiff University School of Journalism, Media and Culture, píše ve své knize *Television Journalism* (2012:1), že „televizní zprávy stále zůstávají, i přes nástup digitální interaktivní a multimedialní éry, těmi nejsledovanějšími, nejlépe hodnocenými a nejdůvěryhodnějšími zdroji informací ve většině zemí na světě. Pokud je to v době voleb, v momentech tragédie nebo radosti, pokud je to rutina, ve většině případů je to televize, kam se lidé jako první obrátí, aby zjistili, co se děje ve světě.“²

Toto jeho tvrzení se dá doložit i na mezinárodních průzkumech o používání médií. Podle údajů studie Eurobarometru *Media Use in the European Union* za rok 2017, navzdory sílící popularitě internetu, televize (tedy i ta, která je sledovaná prostřednictvím internetu) zůstává nejvíce běžným médiem používaným obyvateli Evropské unie. Z výzkumu vyplývá, že ji sleduje každý den, nebo skoro každý den, 84 procent lidí. To je také i nárůst

² Z anglického originálu přeložila Kateřina Kadlecová

oproti roku 2016 o 2 procenta (Eurobarometr, 2017: 4). Pokud jde o Českou republiku, pohybujeme se mírně pod průměrem zemí Evropské unie, a to na 80 procentech lidí, kteří sledují televizi denně nebo skoro každý den (Eurobarometr, 2017: 5)³.



Grafika 1: Používání médií v Evropské unii, zdroj: Eurobarometr⁴

David Morley ve své stati *Television, Technology, and Culture: A Contextualist Approach* (2012: 82) podotýká, že „předpovědi, že dochází k naprosté transformaci vysílací a televizní kultury, jsou stále rozvíjeny. Už několik let slyšíme, že čas televize a tzv. couch potatoes (lidé, kteří pasivně na gauči přijímají televizní programy) je u konce a že televizi nahrazují nové formy interaktivní komunikace.“⁵ Přesto je sledování televize ale nadále oblíbenou a leckdy i automatickou součástí dne téměř každého.

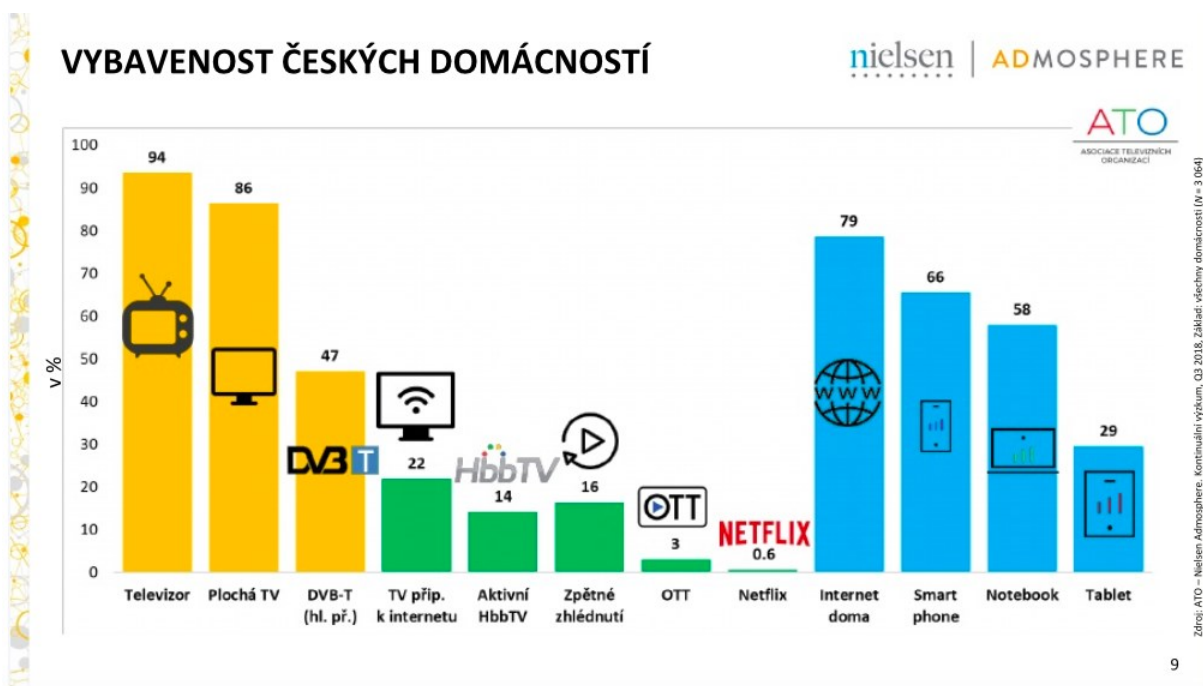
Mnoho pořadů je vyráběných tak, aby podporovaly i skupinové sledování – ať už se jedná o soutěže a reality show typu *The X Factor* nebo *The Voice* nebo oblíbené sportovní přenosy. Stále si v roce 2019 jen stěží dokážeme představit, že by se lidé svého televizního přístroje, který jim servíruje zábavu, informace a potěšení, dokázali vzdát. Výzkum

³ Standard Eurobarometer 88: *Media Use in the European Union*. 2017. ISBN 978-92-79-80983-5. cit. 18. 4. 2019. str. 4. Dostupné z: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a575c1c9-58b6-11e8-ab41-01aa75ed71a1>

⁴ Standard Eurobarometer 88: *Media Use in the European Union*. 2017. ISBN 978-92-79-80983-5. cit. 18. 4. 2019. str. 4. Dostupné z: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a575c1c9-58b6-11e8-ab41-01aa75ed71a1>

⁵ Z anglického originálu přeložila Kateřina Kadlecová

společnosti Nielsen Admosphere *Český divák a druhá vlna digitalizace*⁶ na více než třech tisících respondentech prokázal, že televizor je součástí 94 procent českých domácností. Novou hybridní televizi, tzv. HbbTV, využívá více než pětina dotázaných v průzkumu. Naproti tomu na následující grafice *Vybavenost českých domácností* z výzkumu vidíme, že stále ještě ve více domácnostech je běžnější televizor (94 procent), než mít připojení k internetu (79 procent).



Grafika 2: Vybavenost českých domácností, ATO – Nielsen Admosphere. *Český divák a druhá vlna digitalizace*⁷

Podle již citovaného Davida Morleyho z Goldsmiths University of London (2012: 84) se „zvyklosti, které se dříve pojily se sledováním televize, v čase mění. Televize sama o sobě je dnes spíše méně technicky zaměřená, zato je k dispozici na různých platformách.“⁸

⁶ FRIEDLAENDOVIÁ, Hana, NEKVINDA, Matěj: *Český divák a druhá vlna digitalizace*, závěry z prezentace výsledků výzkumu Nielsen Admosphere v rámci Innovation Day, 26. 11. 2018. [online] cit. 14.12.2018, str. 9. Průzkum a zpráva dostupné z: <https://digital.rozhlas.cz/plochy-televizor-uz-je-bez nou-soucasti-ceskych-domacnosti-netflix-si-predplaci-7688208>

⁷ FRIEDLAENDOVIÁ, Hana, NEKVINDA, Matěj: *Český divák a druhá vlna digitalizace*, závěry z prezentace výsledků výzkumu Nielsen Admosphere v rámci Innovation Day, 26. 11. 2018. [online] cit. 14.12.2018, str. 9. Průzkum a zpráva dostupné z: <https://digital.rozhlas.cz/plochy-televizor-uz-je-bez nou-soucasti-ceskych-domacnosti-netflix-si-predplaci-7688208>

⁸ Z anglického originálu přeložila Kateřina Kadlecová

Sledování televize už dnes nepředstavuje jedinou diváckou aktivitu. Často si pouštíme programy jen jako kulisu, zatímco surfujeme na internetu na našich laptotech nebo sledujeme, co je nového na sociálních sítích prostřednictvím našich chytrých telefonů. Televizor jako specifický přístroj je ale nadále součástí většiny domácností, jak ukazuje výše zmíněný průzkum, usazen v centru společenského dění a patří stále k jednomu z nejdůležitějších zdrojů našich informací o světě.

1.2. Televize coby zprostředkovatel významného světového dění

Televize byla a stále je spjata s mnoha důležitými světovými událostmi. Dalo by se s určitým odstupem i říci, že zmíněné události se staly významnými zčásti právě proto, že je přenášela televize a doručila tak informace o nich masovému publiku.

Jako zlomový rok by se dal označit rok 1953, kdy prostřednictvím televizních přijímačů a BBC, která celý sedmihodinový pořad přenášela⁹, sledovalo korunovaci britské královny Alžběty II. na tehdejší poměry neuvěřitelných 27 milionů diváků (z tehdejší populace 36 milionů). 11 milionů ji navíc poslouchalo v rádiu, a to jen ve Velké Británii, další miliony sledovaly událost celosvětově.¹⁰ Byla to vůbec první korunovace, která byla vysílána (s dostupností pro většinu lidí). Navíc také šlo o vůbec první obecně významnou událost, kterou diváci sledovali pomocí televize. Královská rodina uvádí, že se na tom podílelo více než dva tisíce novinářů a pět set fotografů 92 národností.¹¹ Pohřeb princezny Diany 6. září 1997 podle BBC zhlédly dvě a půl miliardy lidí, téměř polovina tehdejší světové populace.¹²

Ale samozřejmě se tyto významné přenosy netýkaly jen BBC a událostí kolem královské

⁹ BBC.co.uk: *The Coronation of Queen Elizabeth II*: BBC - Home [online]. cit. 12. 12. 2018. Dostupné z: <https://www.bbc.co.uk/programmes/p019rmk2/members>

¹⁰ ROYAL.uk: *50 facts about The Queen's Coronation - The Royal Family*: The Royal Family [online]. cit. 12. 12. 2018. Dostupné z: <https://www.royal.uk/50-facts-about-queens-coronation-0>

¹¹ Tamtéž

¹² BBC.co.uk: *World Remembers Diana*. BBC – Home [online]. cit. 12.12.2018. Dostupné z: <https://www.bbc.co.uk/news/special/politics97/diana/world.html>

rodiny. Televize přenášela přistání Apolla 11 na Měsíci, tzv. Mnichovský masakr – teroristický útok na Izraelce na olympiádě v Mnichově v roce 1972, charitativní sérii koncertů Live Aid¹³, nebo válečnou operaci Pouštní bouři v roce 1991. Teroristické útoky ze září 2001 na Světové obchodní centrum v New Yorku mohli lidé sledovat např. na kanále CNN. Televize vysílala v přímém přenosu dokonce samotný náraz druhého letadla do jižní věže.¹⁴

Dnes vedou tabulky sledovanosti pořadů na globální úrovni olympijské hry, jak letní, tak zimní. Největšího zásahu prostřednictvím televize zatím dosáhly podle dostupných údajů ze serveru Statista¹⁵ Letní olympijské hry v Pekingu v roce 2008 (4,4 miliardy diváků), následované hrami v Rio de Janeiro v roce 2016 a londýnskými v roce 2012.

Podle oficiální zprávy Mezinárodního olympijského výboru *Global Broadcast and Audience Report – June 2018* sledovala Zimní olympijské hry v Pchjongčchangu více než čtvrtina světové populace – 1,92 miliardy lidí.¹⁶

Najdou se skupiny lidí, kteří televizní sledovanost a dostupnost televizoru téměř v každé domácnosti dokáží zneužít. Může se jednat např. o teroristické skupiny. Jednají v mnoha případech teatrálně a okázale vypjatě, aby tímto jednáním útočily na city a emoce diváků. Tento typ projevu pak přitahuje pozornost. Pokud bychom tento předpoklad dohnali do krajnosti, mnohokrát jsme byli svědky toho i sami, jako televizní diváci, že to mohou být právě teroristé, kteří svými činy zvyšují sledovanost média, jak poukazuje klinický psycholog Jan Zeman ve své knize *Terorismus: historicko-psychologická studie* (2002: 131-133). Teroristé při plánování útoků počítají s tím, že se jim dostane velké pozornosti.

¹³ JONES, Graham: *Live Aid 1985: A day of magic*. In: CNN.com [online]. 6. 7. 2005. cit. 12. 12. 2018. Dostupné z:

<http://edition.cnn.com/2005/SHOWBIZ/Music/07/01/liveaid.memories/index.html>

¹⁴ *9/11: Second plane hits South Tower*. In: Youtube [online]. 9. 9. 2011. cit. 12. 12. 2018. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=sBciZFE8lAw>. Kanál uživatele CNN.

¹⁵ STATISTA: Olympic Games: TV viewership worldwide 2016. Statistic. *Statista - The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies* [online]. cit. 12. 12. 2018. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/287966/olympic-games-tv-viewership-worldwide/>

¹⁶ OLYMPIC.ORG: *Global Broadcast and Audience Report – June 2018*. In: Olympic.org [online]. cit. 20. 4. 2019. Dostupné z:

<https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Games/Winter-Games/Games-PyeongChang-2018-Winter-Olympic-Games/IOC-Marketing/Olympic-Winter-Games-PyeongChang-2018-Broadcast-Report.pdf>

Ostatně nálety na světové obchodní centrum přenášely světové televize živě.

Pro tuto práci je ovšem důležitější konkrétní vymezení funkce televize coby zprostředkovatele a katalyzátoru politického vlivu, a to zejména se zaměřením na prezidentskou kampaň. Proto je nutné ten krátký výčet událostí, co měnily nejen svět, ale i nahlížení na televizi jako médium a na její vliv, doplnit o rok 1960. V tomto roce se totiž uskutečnila historicky první televizní debata prezidentských kandidátů ve Spojených státech.¹⁷ A nastolila důležitou tradici, která se v prezidentských kampaních dodržuje dodnes, a to nejen v zemi svého vzniku – ve Spojených státech, ale po celém světě včetně České republiky. Podrobněji jsem se historii prezidentských televizních debat věnovala v jedné z následujících kapitol.

1.3. Média a politika

V předešlé kapitole jsem naznačila, že televize hrála svou nezastupitelnou roli u důležitých okamžiků, které byly také velkou mírou okamžiky politickými druhé poloviny minulého století až do současnosti. Televize je ale s politikou provázaná mnohem těsněji, jejich propojení není omezeno na pouhé reportování nebo přenášení událostí s politickým přesahem. Jiráková a Köpplová sepsali v publikaci *Masová média výčet funkcí televize, vyplývajících z funkcionalistického přístupu k chování médií ve společnosti: informovat, socializovat, zajišťovat kontinuitu, bavit a agitovat pro společensky významné cíle, mj. i ve sféře politiky.* (Jiráková a Köpplová, 2009: 94)

Proto jsem se v této diplomové práci věnovala kombinaci těchto funkcí. Na první místo bych předřadila funkci informační, tj. denní zpravodajství např. z poslanecké sněmovny. Avšak politikou se můžeme v televizi i bavit, tj. nastupuje funkce zábavná, např. reprezentovaná pořadem *Malostranské korekce* v pořadu *168 hodin*. Prostřednictvím třeba živě nebo ze záznamu vysílaných tiskových konferencí pak mohou politici diváky agitovat pro své cíle.

¹⁷ COMMISSION ON PRESIDENTIAL DEBATES: 1960 Debates. [online] cit. 12. 12. 2018. Dostupné z: <https://www.debates.org/index.php?page=1960-debates>

I Lukáš Urban ve své knize *Masová komunikace a veřejné mínění* píše, že „masová média jsou od počátku své existence úzce provázaná s ekonomickými a politickými silami, které cítí existenciální potřebu prezentovat se na veřejnosti, dávat o sobě, svých aktivitách a produktech přesycenému publiku vědět“. (Urban, 2011: 58)

Úloha médií jako mediátora mezi politiky a veřejností podle sociologa médií Briana McNaira a jeho publikace *An Introduction to Political Communication* (2011: Preface - xiv) stoupá a s ní i význam publicistů, tiskových agentů a dalších, na něž se můžeme odvolávat jako na tzv. „politický styk s veřejností“. Organizace, které do tohoto prostoru (současné politické arény, jak píše doslova) vstupují bez toho, aniž by správně chápaly, jak fungují média a profesionální mechanismy public relations, jsou téměř jistě odsouzeny k zániku.

To znamená, že pro veškeré politické činitele, tj. např. pro prezidenta a předsedu vlády, vedoucí odborových organizací, ale také teroristy a kohokoliv, kdo zamýšlí vstoupit do veřejného prostoru, tím spíš politického, je znalost toho, jak fungují média, základním předpokladem k úspěšnému zásahu nebo dokonce ovládnutí veřejné diskuze.

Jen definovat politickou komunikaci je obtížné, protože jednotlivá slova tohoto spojení mohou nabývat různorodých významů. Pomůžeme si řadou definicí. Podle McNaira, (McNair, 2011:4) je to, zjednodušeně řečeno, „záměrná komunikace o politice“, což podle něj zahrnuje:

1. „Všechny formy komunikace politiků a ostatních politických aktérů za účelem získání specifických cílů.
2. Komunikace, která je mířena na tyto aktéry nepolitiky, jako jsou voliči a mediální komentátoři.
3. Komunikace o těchto politických aktérech a jejich aktivitách, jak je obsažena ve zpravodajských reportážích a článcích, v úvodnících a dalších formách mediální politické diskuze.“¹⁸ (McNair, 2011: 4)

Funkce politické komunikace je podle něj přesvědčování. Političtí aktéři používají média

¹⁸ Z anglického originálu přeložila Kateřina Kadlecová

zejména pro to, aby doručili svou zprávu k publiku. (McNair, 2011: 10-11)

Samozřejmě média neslouží pouze k účelu, aby hrála pasivní roli v politické komunikaci. Ba naopak. Za předpokladu existence svobodných médií, jak by tomu mělo být v demokratických státních zřízeních, jsou média chápána jako tzv. hlídací psi demokracie, kdy sama aktivně investigují, kladou kritické otázky, nastolují politickou agendu. Jak píše Voltmerová a Schmitt-Beck ve své stati *Mass Media and Political Communication in New Democracies* (Voltmerová, Schmitt-Beck, 2006: 228), z normativního pohledu mají média zajistit občanům informace o politickém dění, které jim umožní na něm smysluplně participovat. Také na média často odkazujeme jako na tzv. čtvrtou mocnost, která slouží jako kontrolní mechanismus, jemuž se vlády zodpovídají, a která sama odhaluje jejich případné delikty a nepřístojnosti.

Ze všech definic (když člověk odhlédne od publikací do reálného světa) vychází moje přesvědčení, že média a politika fungují v recipročním vztahu – média by jen stěží fungovala bez politiky, a naopak politika by upadla bez médií, protože cílem politiků je dostat své sdělení k lidem, k voličům. Média a politika jsou mezi sebou ve zvláštním vztahu, kdy se neustále napadají a snaží se nad sebou zvítězit, přesto jeden bez druhého nemohou existovat. Podle Gadina Wolsfelda, jak píše v knize *Making Sense of Media and Politics* (2011:10), může být vztah mezi novinářem a politikem označován za soutěživou symbiózu. Poznává také, že vztah je pouze symbolický, protože jeden závisí na druhém, aby mohli dosáhnout svého cíle.

K tomu píše ve svém článku *Mass Media Coverage and Political Communication Channels in Ethical Democracies* (2017: 43) Nela Mircica: „Budoucnost politiky je více než kdy dříve spjata s komunikací prostřednictvím klasických i moderních mediálních kanálů (internet a sociální sítě). Nemůžeme vynechat ani reflexi politiky do politického vědomí celé společnosti. Tato reflexe se zrcadlí právě pomocí masmédií.“

Podle Jiráka a Köpplové (2009: 346-7) „se média zmocňují politických témat a zpracovávají je způsobem, pro sebe obvyklým – navíc musí při tom dbát na to, aby byla ekonomicky úspěšná vycházela vstříc inzerentům a respektovala jejich zájmy.“

Dále Jirák a Köpplová (2009: 347) hovoří o tom, že média by měla být z normativního vymezení nezávislá a pravdivá a měla by zprostředkovávat informace v nezkreslené formě. Upozorňuje však na to, že se média řídí především ekonomickým imperativem. Přestože v našich zákonech je zaručena svoboda slova a tj. i médií¹⁹, jsou média závislá buď na inzerentech nebo předplatitelích (média soukromá), nebo na zákonodárných orgánech, jež určují podmínky jejich existence (média veřejné služby).

Politika je v médiích personalizovaná, dramatizovaná a u reportování o politických aktérech a záležitostech je kladen důraz na konflikt (Jirák a Köpplová, 2009: 348). Z toho, ale i z každodenní zkušenosti s médii lze vyvodit, že politika je v současných masových médiích prezentována spíše jako zábava, nebo minimálně je zprostředkovávána publiku zábavným stylem. Reportáže jsou stavěny často okolo nějakého příběhu, i s důrazem na osobní život politika nebo politického aktéra, otázky redaktorů jsou často kladeny konfliktním způsobem. Mnohdy je cílem šokovat, přinést exkluzivitu a předat divákovi informace srozumitelným, ale i zábavným způsobem, tak, aby si ten či onen televizní kanál chtěl naladit znovu.

Jirák a Köpplová (2009: 348) v tomto ohledu hovoří o depolitizaci politiky, tj. vytěšňování meritorních politických diskuzí a jejich postupné nahrazování „politikou jako zábavou“. S tím souhlasí i Voltmerová a Schmitt-Beck ve své stati (2006: 228). Informování o politice je podle nich stále více charakterizováno senzacionalizací a obecným nepřátelstvím vůči politikům, místo faktického informování a racionální debaty. Ve stejný čas se šíří politická apatie a cynismus mezi občany.

1.4. Vliv médií na politiku, vliv politiky na média

Musíme se také ptát na ta to, nakolik média, a především televize, ovlivňují politiku – tj. politiku samotné, politické instituce a, konkrétně v této diplomové práci, také voliče, kteří pak svými hlasy dávají mandát do rukou svých volených zástupců, zde především

¹⁹ *Listina základních práv a svobod: Ústavní zákon č. 2/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 162/1998 Sb., Oddíl druhý – politická práva, článek 17, Praha, Česká republika, 1993. cit. 20. 4. 2019. Dostupné z: <https://www.psp.cz/docs/laws/listina.html>*

prezidentů.

Jen málokdo dnes pochybuje o vlivu médií v politické komunikaci. Jeho míra se ovšem odvozuje od řady faktorů, např. od zásahu směrem k publiku, tj. sledovanosti v případě televize, od druhu pořadu a lidí, kteří v něm vystupují, od zvolené argumentace, stylu, náladě ve společnosti, ale také podle toho, zda se jedná o médium veřejné služby nebo médium komerční (státní média v České republice nepůsobí).

Podle Boba Franklina v knize *Packaging Politics: Political Communications in Britain's Media Democracy* (2004: 132) se také politické strany snaží působit na média a ovlivnit tak pokrytí své kampaně – snaží se o nastavení mediální agendy tak, aby to pro jejich kandidáty bylo příznivé, zaměřují se na komunikaci s klíčovými novináři a věnují svůj čas mediálnímu tréninku v oblasti politické komunikace. A pokud to vše selže a mají pocit, že nedosáhly kýženého výsledku v očích veřejnosti, tak si stěžují a viní za to médium. Podle této premisy lze říci, že i samotní političtí aktéři si jsou vědomi vlivu, který média mají na jejich potenciální voliče.

Vliv médií na rozhodování voličů se bude lišit pole situací a typu média. Jeden efekt médií je ten, že pomohou těm, kteří jsou nerozhodnutí, ujasnit si jejich preference. Franklin (2004: 228) má za to, že vliv médií na elektorát je zejména takový, že pomocí médií se lidé sebeutvrzují ve svých již dříve zformovaných názorech.

I teoretik médií McQuail pochybuje nad účinky médií na naše postoje a názory. Ve své publikaci *Úvod do teorie masové komunikace* tvrdí, že postoje jsou určovány zásadněji osobními okolnostmi, že více než média nás ovlivňuje společenské prostředí, v němž se pohybujeme. Lidé mají podle něj sklon „věnovat zvýšenou pozornost zdrojům a sdělením, s nimiž souhlasí, což vede k posílení, nikoliv ke změně názorů. Média nabízejí protichůdné názory na dané záležitosti, které se ovšem často vzájemně vyruší (viz politické kampaně) a společnost je imunní proti pokusům o přesvědčování“. (McQuail, 2009: 532)

Z toho vyplývá, že spíše než změna politických názorů před prezidentskou kampaní, se dá očekávat, že se kandidáti se svými marketingovými týmy budou soustředit na ještě nerozhodnuté voliče. Ty mají totiž největší šanci přesvědčit o svých kvalitách. Lidé, kteří

již rozhodnutí jsou, se tak budou podle McQuaila či Franklina spíše utvrzovat ve svých dřívějších rozhodnutích.

Jak ale hodnotí závěry své studie v citované knize *Mass Media and Political Communication in New Democracies* autoři Voltmerová a Schmitt-Beck (2006: 228-243), kteří zjistili, že vliv médií na formování politických názorů občanů je dán z velké části celkovou situací v zemi i její historií. Při své práci například došli k závěru, že mezi obyvateli Latinské Ameriky a obyvateli postkomunistických zemí je značný rozdíl v tom, jak dalece jsou ochotni angažovat se v politickém dění země, a tím i v tom, jak dalece se zajímají v médiích o politické zprávy a do jaké míry jsou jimi pak nadále ovlivnitelní. Podle jejich závěrů pak např. média v Chile nebo Uruguay mají oproti Bulharsku či Maďarsku minimální vliv na politické rozhodování voličů. (Voltmer a Schmitt-Beck, 2006: 241)

Podle Voltmerové (2006: 253-4) „je nicméně nepochybné, že média určitý vliv na rozhodování elektrorátu přeci jen mají. Takový efekt byl zaznamenán i v případě prokremelského biasu při referování o politických událostech, zejména pak na hlavních televizních kanálech. Pro fungování médií v demokracii je nezbytně nutné zajistit pluralitu prezentovaných názorů, pokud ne v jednotlivých pořadech nebo na jednotlivých kanálech, tak alespoň v mediálním systému dané země jako celku. Protože bez spravedlivé soutěže byly by demokratické volby zredukovány na aklamaci moci elitami, které mají manipulační dovednosti a dostatek finančních zdrojů na to, aby získaly média pro sebe.“²⁰

Franklin poukazuje na to, že navíc televizní pokrytí politické volební kampaně zvyšuje celkovou informovanost diváků ohledně politických reálií a znalostí. „Televizní volební zpravodajství je bezpochyby částí procesu učení se o politice,“ říká. (Franklin, 2004: 223)

Je ovšem otázkou, do jaké míry nás pasivní sledování televize donutí vstát a jít volit jednu, nebo naopak druhou stranu. Bob Franklin upozorňuje (2004: 206), že je i sémantický rozdíl v konzumování jednotlivých druhů médií. Slova jako „sledování“ a „dívání se na“, tedy ty, které používáme u televize, naznačují pasivitu, ale není žádné jiné slovo, které by

²⁰ Z anglického originálu přeložila Kateřina Kadlecová

naznačovalo aktivitu při „používání“ televize. Zatímco třeba u novin používáme slovo „čtení“, které už vyžaduje naši aktivitu, slovo samotné signalizuje proces „dělání něčeho“ více než pouze „přijímání“.

Nicméně dnes mediální obsahy konzumujeme do značné míry napříč nabídkou na trhu. Jako zdroj informací používáme nejen televizi a noviny, ale také rozhlas, knihy, filmy, billboardy a především internet, který hlavně díky sociálním sítím nabízí nepřehledné množství mediálních obsahů. Vliv televize na rozhodování voličů tedy nelze zcela oddělit od dalších vlivů, které na nás během předvolební kampaně působí. Do těchto vlivů je nutné, kromě těch zprostředkovaných médií, zahrnout také naši socio-ekonomickou situaci, tradici v rodině, ovlivňování přáteli, spoluzaměstnanci apod.

2. Televizní prezidentské debaty

2.1. Fenomén prezidentských debat

V popředí mého zájmu byly pak prezidentské kampaně, resp. debaty, které jsou toho součástí, a jejich mediální pokrytí. „Prezidentským kampaním je dávana vždy velmi významná publicita. Mediální poradci vytvářejí diskurzy komunikace v závislosti na mediálním kanálu tak, aby zacílili informace na konkrétní segment populace.“²¹ (Mircica; 2017: 48) A na publicitě prezidentských kampaní se velkou měrou podílí právě televize.

Televizní šéfredaktoři zpravodajských i publicistických pořadů společně s dalšími novináři připravují podrobný plán pokrytí prezidentských kampaní několik měsíců dopředu, a to včetně prezidentských debat. Je třeba rozhodnout o tom, v jakém studiu budou debaty probíhat, kdo je bude moderovat, jaké budou tematické okruhy. Kromě prezidentských debat ale probíhá i celá řada dalších pořadů, včetně každodenního zpravodajství, kdy jsou většinou zprávy o prezidentských kandidátech řazeny na první místa.

„Přestože novináři věnují hodně času mediálnímu pokrytí prezidentských aktivit, nechají

²¹ Z anglického originálu přeložila Kateřina Kadlecová

pak v rámci principu nestrannosti promluvit i opozici. To proto často prosazují formát debaty. Show, kterou tyto televizní diskuze představují, je pro diváky mnohem více přitažlivá.²² (Wolfsfeld, 2010: 10)

To platí přesto, že opět můžeme zmínit vzrůstající vliv nových médií. Například během prezidentské kampaně v roce 2008 Barack Obama podle Aarona Smithe, jak doložil ve svém článku *The Internet's Role in Campaign 2008* vycházejícího ze studie z amerického *Pew Research Centre*, ukázal sílu využití sociálních sítí. Ve své první prezidentské kampani zapojil sociální sítě významnějším a do té doby nevídaným způsobem, ale byla to televize (77 procent), a ne internet (26 procent), co zůstalo primárním zdrojem informací pro většinu voličů. (Smith, 2009)

Přestože za dekádu značně vzrostl vliv internetu a sociálních sítí, i během zatím poslední prezidentské kampaně v USA v roce 2016 sehrála televize významnou roli ve zvolení Donalda Trumpa prezidentem Spojených států. Shodnou se na tom komentátoři světových médií jako je *The Washington Post*²³ nebo *BBC*²⁴.

Bývalý moderátor CBS a NBC News Campbell Brown je toho názoru, že Donald Trump byl zvolen zejména díky tomu, že mu velké televize dávaly přednost před ostatními kandidáty, protože jméno Trump jim po dlouhé době zvedalo sledovanost. Pro server *Politico.com* napsal v roce 2018: „Opravdu bych rád obviňoval samotného Trumpa. Ale vše, co dělá, je v plném souladu se zpravodajskými hodnotami. Trump nenutí televizní společnosti, aby živě vysílaly jeho shromáždění místo jiných reportáží nebo událostí. Ani je nenutí do toho, aby přijímaly jeho telefonní hovory, než aby požadovaly jeho výpověď na základě osobního rozhovoru s redaktorem. To by pro Trumpa znamenalo větší riziko. Televizní zpravodajství se do značné míry Trumpovi přizpůsobilo a vložilo mu tak do rukou editoriální kontrolu. Televizní společnosti v tomto případě poháněl hlad po co největším ratingu. A ti, kdo provozují televize a zpravodajské kanály, jsou šťastní, přestože

²² Z anglického originálu přeložila Kateřina Kadlecová

²³ SIDES, John: *A deep dive into the news media's role in the rise of Donald J. Trump*. In *Washingtonpost.com* [online]. 24. 6. 2016. cit. 13. 12. 2018. Dostupné z: https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/06/24/a-deep-dive-into-the-news-medias-role-in-the-rise-of-donald-j-trump/?noredirect=on&utm_term=.b53ffd1016bc

²⁴ SILLITO, David: *Donald Trump: How the media created the president*. In *BBC.com* [online]. 14. 11. 2016. cit. 13. 12. 2018. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-37952249>

podepsali Faustovu smlouvu.“²⁵ (Brown, 2018)

Také příklady z prezidentské kampaně v USA zmíněné výše dokazují, že vliv televize je i v druhé dekádě 21. století značný, a na televizi, jako zdroj informací v tomto případě o politice, se obrací většina společnosti. Televize naopak posiluje svůj vliv zejména v době prezidentské kampaně, protože je to právě ona, kdo organizuje, nastavuje parametry a vysílá do milionů domácností po celém světě debaty před prezidentskou volbou. Právě ty bývají neočekávanějšími body předvolební kampaně a poutají značnou pozornost. Předčí všechny ostatní mediální výstupy politiků během celého roku, možná jsou to vůbec nejdůležitější mediální události celých čtyř let, což je délka vládnoucího období prezidenta Spojených států. Pojdme si stručně přiblížit jejich historii.

2.2. Historie televizních debat se zaměřením na USA

Jak o tom píše ve svém shrnujícím článku *From Television to Twitter: How Media Influence the Presidential Election in the United States (2017)* Yueying Du, do 19. století kandidáti na amerického prezidenta v rámci své předvolební kampaně navštěvovali různá místa Spojených států. Své názory šířili na veřejném, lidmi přeplněném místě, např. na náměstích. Od 30. až 40. let minulého století ale vzrostla obliba jiného přístupu – televizní a rozhlasové vysílání od základů změnilo americké prezidentské volby (potažmo veškerou politickou komunikaci na světě). Od vzrůstajícího vlivu nových médií se prezidentští kandidáti a jejich týmy soustředí hlavně na to, jak média plně využít v předvolební kampani. Televize dramaticky změnila politickou kampaň v USA. Dwight Eisenhower byl vůbec prvním prezidentem, který použil televizi pro svůj volební úspěch.

První prezidentská debata v roce 1960 změnila nejen svět médií a politiky, ale také zvrátila předem očekávané vítězství jednoho z kandidátů. Republikánský kandidát a tehdejší viceprezident Richard Nixon se vůbec poprvé v historii televize střetl ve vysílané televizní a současně i rozhlasové debatě se svým protikandidátem z druhé nejvýznamnější strany v USA – demokratickým senátorem Johnem F. Kennedym.

Seth Shapiro shrnuje výsledek této debaty v knize *Television: Innovation, disruption, and*

²⁵ Z anglického originálu přeložila Kateřina Kadlecová

the world's most powerful medium následovně: „Prezidentská kampaň v roce 1960 se nepodobala ničemu předtím. Richard Nixon byl viceprezident velmi oblíbenému prezidentu Eisenhowerovi a kandidoval proti nerozpoznatelnému mladému katolickému senátorovi Kennedymu. Nixon udělal obrovskou chybu – podcenil sílu televize. Zatímco slíbil, že promluví ve všech státech, Kennedy se soustředil na tzv. swing states (nerozhodnuté státy) a na televizi.“²⁶ (Shapiro, 2016: 138)

Debata *Nixon-Kennedy* se uskutečnila 26. 9. 1960 v CBS vysílacím zařízení WBBM v centru Chicaga. Jak připomíná Alan Schroeder ve své knize *Presidential Debates - 40 Years of High Risk TV*, debatu svými otázkami ovlivňovali tehdejší titáni amerického televizního vysílání, za normální okolností konkurenti – byli jimi novináři William Paley ze CBS, Robert Sarnoff z NBC a Leonard Goldenson z ABC. V Chicagu přivítali dva hlavní debatéry. Debatu moderoval Howard K. Smith. (Schroeder, 2000: 2) Byl to americký novinář, televizní moderátor a radiový hlasatel. Patřil do skupiny tzv. The Murrow Boys²⁷, byl zpravodajem v Londýně pro CBS, později pracoval i pro ABC.

²⁶ Z anglického originálu přeložila Kateřina Kadlecová

²⁷ The Murrow Boys tvořila skupina reportérů pro stanici CBS, kteří se proslavili svým provokativním reportážním stylem

ROBBINS, K.: *The Murrow Boys on the Front Lines of Broadcast Journalism*, Midwest Quarterly, 39(3), str. 361–363. cit. 18. 4. 2019. Dostupné z:

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=551494&lang=cs&site=ehost-live>



Obrázek 1: Moderátor Howard K. Smith během první prezidentské debaty v roce 1960; zdroj: Youtube Kanál JFK Library,

dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=gbrcRKqLSRw>

Novinář CNN Bruce Morton poznamenal, že tato první debata navždy změnila politiku. Napsal doslova: „Výsledek debaty se obrátil, ne na to, co (kandidáti) řekli o studené válce nebo občanských právech. Ve skutečnosti se zapomnělo na to, co se vůbec říkalo. Klíčovým faktorem byl make-up.“²⁸ (Morton, 2005)

Novinář Bruce Morton píše také o tom, jak Nixon přijel do stanice CBS po celém dni kampaně unavený s infekcí v kolenu, kterou se snažil už několik týdnů marně vyléčit. Odmítl nabídku na make-up, ale jeden z jeho zaměstnanců mu potřel obličej přípravkem LazyShave který měl zakrýt nedokonale oholené strniště. Jak podotýká Shapiro, ti, kteří poslouchali debatu v rádiu, si mysleli, že ji vyhrál Nixon. (Shapiro, 2016: 140) Tento kontrast dokazuje sílu televize. Prostřednictvím první prezidentské debaty si ji poprvé politici uvědomili, záleželo na každém detailu.

John F. Kennedy naproti tomu podle Schroedera v publikaci *Presidential Debates* (2000:

²⁸ Z anglického originálu přeložila Kateřina Kadlecová

2) přijel do Chicaga dva dny předem a věnoval se po většinu víkendu odpovídáním na otázky, které mu cvičně pokládali lidé z jeho týmu. Schroeder to doslova popisuje tak, že ho „ještě hodiny bezprostředně před vysíláním zasypali otázkami“. (Schroeder, 2000: 2)

„Během hodin,“ napsal David Halberstam ve svém článku *President Video* (1976: 130-134), „nikdo nedokázal zopakovat nic, co bylo řečeno, pouze to, jak kandidáti vypadali a jak se cítili.“ Vystihl tak zásadní směr, kterým se prezidentské debaty ubírají dodnes. Jako by nebylo důležité, co kdo říká, ale jak vypadá a jak vystupuje. Pokud nad chvíli odhlédneme od historie, i v případě debat už ve 21. století se vědci shodují, že nonverbální komunikace politických kandidátů významně ovlivňuje to, jak je diváci hodnotí, a to včetně hodnocení jejich vlastností, emocí nebo výrazů podpory. (Knapp, Mark L., Hall, Judith A., 2013: 3)

Celkem se v roce 1960 uskutečnily čtyři prezidentské debaty. Tu první *Kennedy-Nixon Debate* sledovalo 66,4 milionu diváků. Další miliony lidí ji poslouchaly prostřednictvím rozhlasu. Vysílání bylo rozděleno na osmiminutové otevírací prohlášení, dvou a půl minutové odpovědi na otázky, volitelnou oponenturu na diskutované problémy a třeminutovou závěrečnou řeč. Hlavními tématy byly domácí politika a ekonomika.²⁹

Alan Schoerder (2000: 28) poznamenává, že se tenkrát političtí stratégové shodovali na tom, že první debata je tou nejdůležitější a prvních 20 až 30 minut jakékoliv debaty je nejkritičtějších pro dosažení kýženého výsledku. První historická debata prezidentských kandidátů trvala necelou hodinu a každý si ji i dnes může poslechnout například na YouTube kanále JFK Library.³⁰

²⁹ COMMISSION ON PRESIDENTIAL DEBATES: *1960 Debates*. In: *Debates.org*. [online] cit. 19. 4. 2019. Dostupné z: <https://www.debates.org/debate-history/1960-debates/>

³⁰ *TNC:172 Kennedy-Nixon First Presidential Debate, 1960*, In: Youtube [online]. 21.9.2010. cit. 14. 12. 2018. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=gbrcRKqLSRw>. Kanál uživatele JFK Library.



Obrázek 2: Kennedy-Nixon First Presidential Debate, 1960; zdroj: Youtube Kanál JFK Library, dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=gbrcRKqLSRw>



Obrázek 3: John F. Kennedy během první prezidentské debaty, 1960; zdroj: Youtube Kanál JFK Library, dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=gbrcRKqLSRw>



Obrázek 4: Richard Nixon během první prezidentské debaty, 1960; zdroj: Youtube Kanál JFK Library, dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=gbrcRKqLSRw>

Zajímavé ovšem je, že se původně prezidentské debaty odehrávaly bez publika. Tempo debaty bylo oproti dnešním zkušenostem spíše pomalé, otázky byly kladeny rozvážně a kandidáti jednotlivě odpovídali, bez toho, aby si skákali do řeči, nebo skákali do řeči moderátorovi.

Důležitým bodem i pro naši následující analýzu je také to, že přestože si Nixon ve zbývajících třech debatách vedl o poznání lépe, nikdy se nedokázal zotavit z neúspěchu té první. Jak poznamenává Shapiro v knize *Television: Innovation, disruption, and the world's most powerful medium* (2016: 140) výsledek z televizních střetnutí byl pro něj tak devastující, že následujících 16 let se neodvážil do žádné prezidentské debaty vstoupit. Ve volebních letech 1964, 1968 a 1972 se žádné televizní debaty nekonaly.

Prezident Lyndon Johnson odmítl debatovat v roce 1964, Richard Nixon udělal totéž v letech 1968 a 1972, kdy opět kandidoval (Klein, 2012). Dnes si dokážeme jen stěží představit situaci, kdy by hlavní prezidentští kandidáti, tedy za demokraty nebo za republikány, odmítli svou účast v debatě. Podzimní série hlavních prezidentských debat byla považována za vrchol kampaně a také za možnost výrazně změnit preference voličů.

K odmítnutí účasti v debatě se ovšem rozhodl český prezident Miloše Zeman. Při oznámení své kandidatury deklaroval: „Zavazuji se, že nebudu útočit na žádného ze svých protikandidátů, a pokud on bude útočit na mě, nebudu na tyto útoky odpovídat. Zavazuji se, že i když i moji oponenti považovali televizní diskuse za moji nejsilnější zbraň, nebudu se účastnit žádných rozhlasových ani televizních diskusí.“³¹ Tento slib následně porušil, ostatně dvě debaty, kde se střetl se svým protikandidátem, jsou předmětem této práce. K tomu ovšem také přišel do debaty pouze s moderátory – na TV Nova a na TV Barrandov.

³¹ ČT24: *Zeman potvrdil zájem o Hrad. Chce vyhrát bez kampaně a bez účasti v debatách*, in www.ct24.cz, 10. 3. 2017, cit. 18. 4. 2019. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2053852-zeman-potvrdil-zajem-o-hrad-chce-vyhrat-bez-kampane-a-bez-ucasti-v-debatach>

2.3. Prezidentské debaty v USA – moderní pojetí

Od roku 2000 v americké politice platí, že se na podzim před volbami do úřadu prezidenta Spojených států konají celkem čtyři prezidentské debaty. Ve třech z nich se spolu utkávají dva hlavní prezidentští kandidáti, v té čtvrté potom kandidáti na viceprezidenty. Nebylo tomu tak ale vždy v minulosti, proto můžeme předpokládat, že i v budoucnu může docházet k jistým změnám.

Podle příručky *Televize a volby*, kterou zpracoval z anglického originálu a poznámkami opatřil Milan Šmíd (1996: 81) „od doby slavné televizní diskuze Kennedy – Nixon v roce 1960 američtí voliči považují předvolební debaty v televizi za podstatný zdroj svých informací o kandidátech. Tyto diskusní pořady se v průběhu let měnily, staly se méně spontánními, více organizovanými a dostali se do režie odborníků na vytváření image kandidáta.“ Jak dále v publikaci stojí, jedna chyba v debatě může znamenat velký dopad na volební výsledek. Seriál tří nebo čtyř debat dává kandidátům možnost zotavit se z nějakého chybného kroku a vyslovit se tak k celé šíři problémů. Velký počet debat ovšem může diváky unavit. (Šmíd, 1996: 93)

V USA se ustálil počet předvolebních debat celkem na tři, ve kterých se utkají představitelé dvou hlavních stran figurujících v americké politice – republikánů a demokratů. Zatím poslední prezidentské debaty se odehrály u příležitosti voleb v roce 2016 mezi Donaldem Trumpem za republikány a Hillary Clintonovou za demokraty. Formát debat se značně změnil od svých předchůdců z šedesátých let.

Moderní pojetí prezidentských debat v USA si můžeme popsat na první z nich z roku 2016, tedy na diskusi vysílané 26. 9. 2016, kterou přenášela televize NBC s názvem *Decision 2016 – First Presidential Debate*.³² Odehrávala se na Hofstra University ve státě New York. Debatu uvozovala znělka s grafickým zpracováním a vypodobením obou kandidátů v národních barvách. Clintonová a Trump vedli diskusi před živým publikem. Nicméně

³² NBC News: *The First Presidential Debate: Hillary Clinton And Donald Trump (Full Debate)* | NBC News, živě vysíláno 26. 9. 2016, cit. 20. 4. 2019. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=855Am6ovK7s>. Youtube kanál uživatele NBC News.

kromě potlesku na začátku a na konci pro každého kandidáta nebyly dovoleny žádné projevy diváků. To je změna oproti popisované první sérii prezidentských debat v roce 1960, které se odehrávaly v televizních studiích bez publika. První debata je vždy nejočekávanější, tato udělala sledovanostní rekord v podobě 84 milionů diváků. Podle serveru CNN to byla tedy nejsledovanější debata prezidentských kandidátů v televizní historii. (Stelter, 2016)

Celkově k debatám USA přistupuje velmi zodpovědně a, dovolila bych si říci, až megalomansky. Debata není jen o kandidátech a moderátorovi, ale na televizní obrazovce se vystřídá mnoho jiných moderátorů a reportérů, např. ti, kteří dlouhodobě zpravodajsky pokrývali kampaň jednoho nebo druhého kandidáta a kteří se v tu dobu nachází v jejich volebních štábech. Přítomni jsou ve zpravodajském studiu také komentátoři, kteří debatu ohlašují, říkají nám, co je pro nás připraveno a jaké od ní mají očekávání. Na začátku debaty také vidíme zvláštní prvky, například příjezdy jednotlivých kandidátů do místa konání nebo to, že si na začátku přenosu partneři kandidátů podají ruce, v tomto případě tedy Melanie Trump a Bill Clinton.

Moderátorem byla hvězda zpravodajství NBC Lester Holt. Debata trvala zhruba 90 minut, a byla tematicky rozdělená na šest menších celků, zhruba 15minutových. Na začátku každého segmentu se moderátor zeptal na stejnou uvozovací otázku obou kandidátů, oba měli pak dvě minuty na její zodpovězení, pak následovala volná, ovšem přísně moderovaná diskuze. Zajímavé je rozvržení schématu na podiu – tedy moderátorova pozice nebyla mezi kandidáty, ale Lester Holt seděl za stolem zády k publiku. Popsala bych to tak, že seděl na „jejich straně“, naproti prezidentským kandidátům. Konec konců jeho role byla ptát se na otázky voličů, tedy i na otázky diváků z publika, ptát se za ně. Clintonová a Trump pak stáli každý na jedné straně podia za řečnickým pultíkem po celých 90 minut debaty. Je zřejmé, že oba kandidáti museli být nejen v dobré psychické kondici a soustředit se, ale také v té fyzické, aby vydrželi celou dobu pod velkým tlakem stát a odpovídat.



Obrázek 5: První prezidentská debata v USA 2016, zdroj: Youtube kanál NBC News, dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=855Am6ovK7s&t=4692s>

NBC často využívá rozdělení obrazovky na dvě části – kde vidíme detaily obou kandidátů – přibližovali nám tím jejich emoce. Např. když hovořil Donald Trump, bylo možné sledovat, jakou reakci v obličeji to u Clintonové vyvolávalo a naopak. Často totiž mohou být právě mimika nebo gesta tím, co si divák, resp. volič zapamatuje nejvíce a podle čeho si kandidáta nakonec vybere pro svoji volbu.



Obrázek 6: První prezidentská debata v USA 2016, zdroj: Youtube kanál NBC News, dostupné z:
<https://www.youtube.com/watch?v=855Am6ovK7s&t=4692s>

Mezi probíraná témata v jednotlivých segmentech zařadila televize NBC následující:

- ekonomika, tvorba pracovních míst a obchod,
- rasová otázka a vztahy mezi obyvateli v USA,
- práce policie,
- válka proti teroru,
- zahraniční politika USA,
- zkušenosti každého kandidáta v politické a obchodní sféře.

Debata nebyla prosta ani osobních výpadů jednotlivých kandidátů proti sobě navzájem. V USA je tradice po debatě ve veřejném prostoru řešit, kdo je tzv. winner of debate, tedy její vítěz, a kdo debatu prohrál. V tomto případě rychlý průzkum veřejného mínění zorganizovala ještě tu noc po skončení debaty televize CNN se společností ORC. Dle tohoto průzkumu lidé označili za vítěze první debaty Hillary Clintonovou. Nicméně je třeba dbát i na to, jací voliči se tohoto průzkumu účastnili. Byla převaha těch, kteří sympatizovali s demokraty, a tudíž i promítali svou volbu do zodpovězení otázek. (Chalabi, 2016)

První prezidentská debata 2016 přitáhla pozornost diváků po celém světě k politickému

dění v USA a diskutovala se v ní témata s globálním dopadem.

2.4. Prezidentské debaty v České republice

Česká republika, na rozdíl od USA, nemá tradici prezidentských televizních debat. Přímá volba prezidenta byla zavedena v roce 2012, od roku 1993 do roku 2012 volil prezidenta nepřímo Parlament České republiky. Sněmovna schválila *Ústavní zákon č. 71/2012 Sb., kterým se mění ústavní zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky, ve znění pozdějších ústavních zákonů o přímé volbě prezidenta* v prosinci 2011, Senát toto usnesení přijal v únoru 2012. Poprvé si šli samotní občané volit hlavu státu v lednu 2013.

První prezidentskou volbou žila zcela přirozeně celá republika. Jednalo se o jednu z nejdůležitějších politických tuzemských událostí nového milénia, její mediální pokrytí bylo tedy značné. Samozřejmostí byly debaty před prvním kolem prezidentské volby na různých televizních, rozhlasových i internetových stanicích. Pokud se ovšem zaměříme pouze na debaty, které proběhly před druhým kolem volby, zjistíme, že i během toho krátké času (dva týdny) měli voliči možnost téměř každý den sledovat nějaké mediální střetnutí dvou kandidátů postupujících do druhého kola – Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga.

Co se týče televizních debat, tedy pokud pomineme debaty na Českém rozhlasu – Radiožurnálu a MF Dnes, odehrály se mezi první a druhým kolem volby celkem čtyři – dvě na České televizi s moderátorem Václavem Moravcem, jednu hostila TV Prima s moderátorem Jiřím Punčochářem a třetí TV Nova, kterou moderovala Markéta Fialová. Ve všech čtyřech diskuzích byli přítomni oba kandidáti postupující do druhého kola volby.

Ústředním tématem předvolební kampaně v její závěrečné fázi před druhým kolem prezidentské volby se neplánovaně stalo téma tzv. Benešových dekretů. V debatě na České televizi dne 17. 1. 2013, vysílané z paláce Hybernia, zaznělo z úst Karla Schwarzenberga následující: „Benešovy dekrety už neplatí dvacet let, protože přijetím Listiny lidských práv a svobod přestala platnost tzv. Benešových dekretů, ovšem nebyla zrušena ex tunc, tedy od roku 45, nýbrž od okamžiku, kdy tato ústavní Listina byla přijata. A co je zrušené, nemůžu

ještě jednou zrušit.³³

Karel Schwarzenberg později svůj výrok upřesnil: „V televizní debatě jsem se k problematice Benešových dekretů nevyjádřil nejpřesněji. Chtěl jsem vyjádřit, že Benešovy dekrety jsou dnes už překonány, že jsou právně vyhaslé. Jinými slovy, co se stalo, stalo se a nelze z toho vyvozovat nějaké majetkové nároky," uvedl Schwarzenberg. (Stuchlíková, 2013)

V první přímé volbě prezidenta zvítězil Miloše Zeman. Podle některých komentátorů rozhodly právě hlasy voličů z pohraničí, tedy z bývalých Sudet. Zeman dokázal mobilizovat tyto voliče, stejně jako ty na Moravě. (Holub, 2013) Petr Holub z *Aktuálně.cz* tehdy citoval ve svém článku s výmluvným titulkem: „Rozhodla jediná věta. Ta, co vynesla sudetskou kartu“ i rakouský list *Presse*, jenž také, společně s dalšími zahraničními médii, zdůraznil roli Benešových dekretů v kampani. Marie Königová (2013) také napsala, že „se prezidentská kampaň zvrhla v hádku o dekrety“.

Téma, které by asi nikdo nečekal, pak alespoň podle několika citovaných komentářů ovlivnilo prezidentskou volbu v roce 2013. Voliče mohlo ovlivnit téma, které polarizuje společnost a je pro mnohé kontroverzní, ale nemá přímou spojitost s výkonem funkce prezidenta. V televizních debatách jde o sdělování názorů na mnohé společenské problémy či situace, především takové, co mají za cíl vyvolat v divácích emoce. A to se jistě před volbami v roce 2013 povedlo.

³³ ČESKÁ TELEVIZE: *Prezidentský duel 2013*, 17. 1. 2013, cit. 20. 4. 2019. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10483849868-mimoradne-porady-ct24-2013/213411033170117-prezidentsky-duel/>

3. Metodologie

V této diplomové práci jsem zkoumala dvě debaty, a to konkrétně debatu s názvem *Hledá se prezident 2018* na soukromé TV Prima a debatu veřejnoprávní České televize *Prezidentský duel – Finále*. Tyto debaty se odehrály bezprostředně před finální volbou, tedy mezi prvním a druhým kolem prezidentských voleb 2018, a to v úterý 23. 1. 2018 ve 20 hodin a ve čtvrtek 25. 1. 2018 také ve 20 hodin. Volební místnosti ve druhém kole prezidentské volby se otevřely v pátek 26. 1. 2018 ve 14 hodin a zavřely se v sobotu 27. 1. 2018, také ve 14 hodin, tak, jak byly volby vyhlášeny prezidentem republiky. Ovšem v čase mezi jednotlivými koly prezidentské volby (první kolo proběhlo 12. a 13. 1. 2018) se nekonaly pouze dvě zmíněné debaty, ale i další televizní stanice projevíly zájem o to hostit debatu obou postupujících prezidentských kandidátů – Jiřího Drahoše a Miloše Zemana.

Proběhly také další dvě televizní události, které ovšem do svého výzkumu nezahrnuji. Jednalo se o prezidentskou debatu na TV Nova s názvem *Cesta na Hrad 2018* a na TV Barrandov, která se jmenovala *Týden Jaromíra Soukupa – Prezidentský speciál*. Těchto dvou představení se ovšem zúčastnil pouze stávající prezident Miloš Zeman, a nikoliv jeho protikandidát Jiří Drahoš. Tedy prezidentský duel se dvěma protivníky debatujícími spolu, jak bychom očekávali, to ani v jednom z těchto případů nebyl. Jedinými protivníky, pokud to lze takto říci, byli pro prezidenta Miloše Zemana moderátoři, ať už Rey Koranteng na TV Nova, nebo Jaromír Soukup na TV Barrandov.

Pro srovnání obou akcí jsem provedla kvalitativní analýzu, a to za pomoci indukce. To znamená, jak popisuje Jan Hendl ve své knize *Kvalitativní výzkum*, postupovala jsem od konkrétních sdělení a dat k formulování obecnějších pravidel. Cílem této analýzy je zvýšit pravděpodobnost nalezení univerzálních a kauzálních vztahů. Celý výzkumný proces při této metodě se neopírá o statistické procedury. (Hendl, 2016: 241)

Pomocí případové studie, která se zaměřuje na popis a rozbor několika nebo jednoho případu, jsem charakterizovala obě debaty. Základní výzkumnou otázkou takové obecně případové studie je, jaké jsou charakteristiky daného případu nebo skupiny porovnávání případů. V případové studii sbíráme velké množství dat od jednoho nebo několika málo jedinců, v našem případě ze dvou debat. Předpokládá se, že důkladným prozkoumáním jednoho případu porozumíme případům podobným. Zaměříme se na případovou studii události, (Hendl, 2016: 101-104) tedy pro tuto diplomovou práci na prezidentské debaty. Případová studie se věnuje každému objektu, tj. debatě, zvláště a zaměřuje se na výskyt jevů v ní. Podle Sedlákové a její knihy *Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky* se „nejedná o metodu zkoumání, ale o typ výzkumu, formu jeho provedení, jehož cílem je porozumění zkoumanému případu a jeho individuálnímu průběhu a specifikům. Vzhledem k tomu, že vypovídá pouze o jednom případě, neumožňuje širší zobecňování poznatků, ale poskytuje podklady pro jejich srovnávání“. (Sedláková, 2014: 52)

Data pro analýzu jsem už nemusela přepsat doslova, přesnou transkripci jsem získala pomocí přístupu do databáze *Newton* firmy Media Search. Tato data jsou naprosto stěžejní pro uskutečnění případové studie a následné komparace, ale také je třeba ve výzkumu dbát na další poznatky, které jsem získala během sledování těchto dvou debat. Zajímala jsem se totiž také o používání nelingvistických a vizuálních prostředků během pořadu. Dále pak během případové studie, ale i během celkové komparativní analýzy, jsem k problematice přistupovala se svými dosavadními zkušenostmi z médií nebo ze studia médií, které mi pomáhají pochopit aktuální kontext mediální i politické situace.

3.1. Zkoumaná data, jejich sběr a volba výzkumných metod

Pro komparativní obsahovou analýzu jsem proto zvolila pouze dvě výše zmíněné televizní debaty na TV Prima a na České televizi. Tyto dvě debaty jsem vybrala právě proto, že nesou mnoho společných znaků a můžeme je tedy mezi sebou porovnávat. Tím nejdůležitějším je tedy fakt, že to byly jediné předvolební televizní diskuze, kterých se zúčastnili právě dva kandidáti postupující do druhého kola prezidentské volby – Jiří Drahoš a Miloš Zeman. Za další shodné znaky obou debat umožňující jejich komparativní

analýzu považují tyto:

- odehrály se v týdnu před druhým kolem prezidentské volby,
- odvysílány byly v tzv. prime time celostátních televizních kanálů (který platí za dobu, kdy je daný program nejsledovanější diváky), začínaly ve 20 hodin,
- měly jednoho hlavního moderátora,
- byly rozděleny do konkrétních tematických celků, některá témata se přitom objevila v obou případech,
- proběhly před publikem,
- byly vysílány živě,
- přilákaly k obrazovkám velké množství diváků, tedy jejich zásah byl značný, a tím i jejich teoretický, a jak dokazuje výzkum např. agentury Median, i skutečný vliv na rozhodování voličů v prezidentské volbě 2018.

Podle serveru *Lupa.cz* debatu na TV Prima „sledovalo 2 208 000 diváků, což znamená podíl 47,62 % u diváků starších patnácti let. V nejsledovanějším momentě pak u televize sedělo dokonce 2 589 000 diváků nad patnáct let.“³⁴

Debatu na České televizi podle serveru *Mediaguru.cz* „sledovalo v souhrnu 2,7 mil. diváků starších 15 let. Stala se nejsledovanější TV politickou debatou v historii měření sledovanosti od roku 1997.“³⁵

Během zkoumání se objevily i další jednotlivé prvky obou prezidentských debat, ovšem pátrala jsem i po tom, co tyto televizní události odlišovalo.

Cílem případové studie a komparativní obsahové analýzy v této diplomové práci bylo zjistit, jaké standardy žurnalistické, technicistní ale i produkční se uplatňují při stejné disciplíně na dvou různých televizních stanicích, z toho jedné privátní a druhé veřejnoprávní. Podrobně jsem se věnovala jak jednotlivým tematickým okruhům, jako je

³⁴ LUPA.cz: *Prezidentskou debatu na Primě vidělo 2,2 milionu diváků*. In Lupa.cz [online]. 24. 1. 2018 cit. 20. 4. 2019, Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/prezidentskou-debatu-na-prime-videlo-2-2-milionu-divaku/>

³⁵ MEDIAGURU.cz: *Prezidentská debata ČT ovládla vysílání s 2,7 mil. diváků*. In Mediaguru.cz [online]. 26. 1. 2018 cit. 20. 4. 2019, Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/prezidentskou-debatu-na-prime-videlo-2-2-milionu-divaku/>

např. migrace, zákaz kouření v pohostinských zařízeních, jmenování Andreje Babiše premiérem apod., ale také otázce, jakou podobu měly tzv. mizanscéna, použití zvukových a obrazových efektů, jak se projevila reakce publika a jeho/její role v debatě, stejně jako role moderátora či moderátorky, jeho/její schopnost debatu vést a oponovat kandidátům, pokud je potřeba.

Neopomenula jsem ani ohlasy na jednotlivé debaty v médiích a jejich sledovanost a pokusila jsem se o interpretaci dostupného výzkumu veřejného mínění agentury Median, a to ve smyslu shrnout, jaký vliv mohly mít tyto diskuze na rozhodování voličů.

Díky komparativní analýze pomocí indukce, o které jsem psala výše, jsem se pokusila zachytit a vysvětlit rozdíly v jednotlivých debatách a v přístupu jejich tvůrců.

3.2. Výhody a nevýhody zvoleného přístupu

Podle Hendla můžeme jako limity tohoto druhu výzkumu označit subjektivitu autora výzkumu, v tomto případě mé osoby. Případová studie se totiž podle něj vyznačuje tendencí potvrdit předem danou představu výzkumníka. Jelikož se jedná o případovou studii, nelze tyto výsledky vztáhnout celkově na populaci, metoda může být také časově náročná. Hrozí přehlcení informacemi a ztráta soustředění na podstatné. Na konci je těžké formulovat jednu teorii a shrnout výsledky případové studie. (Hendl, 2016: 114)

Jako výhody naopak můžeme zmínit podle Hendla (2016: 114) kreativní přístup ke studii. Pokud je dobře provedena, tak je třeba vyzdvihnout její objevnost a neobvyklost. Případová studie poukazuje na různá řešení a perspektivy. Pro čtenáře je přitažlivá a nápaditá. Snaží se o úplnost a dovedení výzkumu do jeho přirozeného závěru.

3.3. Opomenuté výzkumné metody a otázky oproti schváleným tezím

V tezích diplomové práce zmiňované vlastní dotazníkové šetření, tedy kvantitativní

analýza, které by mělo zhodnotit vliv prezidentských televizních debat na rozhodování voličů, jsem se rozhodla po uvážení do diplomové práce nezařadit. Dotazníkové šetření rok po uplynutí debat by s velkou pravděpodobností zkreslovalo opravdové chování a myšlenkové pochody voličů. Je také pravděpodobné, že by se mi nepodařilo obsáhnout celé spektrum voličů rozdělené na základě genderu, věku, sociálního postavení, vzdělání, předchozích politických voleb a dalších faktorů, a mohu tedy předpokládat, že by výsledky nebyly dostatečně validní. Tím nejdůležitějším důvodem pro vynechání tohoto kroku v analytické části mé diplomové práce je ale fakt, že bych v podstatě suplovala již realizované výzkumy, zejména agentury Median. Ta se totiž bezprostředně po debatách soustředila právě na tento druh výzkumu, tedy jak prezidentské debaty ovlivňovaly rozhodování voličů. Agentura Median se tématu věnovala obsáhle a na základě všech pravidel kvalitního sociologického šetření pracovala s reprezentativním vzorkem voličů. Její výsledky považuji za věrohodné, a tudíž jsem neviděla důvod, proč je doplňovat o další, s velkou pravděpodobností zkreslené a již neaktuální výsledky z dotazníkového šetření.

Z výše řečeného vyplývá, že jsem se během práce na analýze odchýlila od předem formulovaných výzkumných otázek a na tomto místě bych ráda definovala nové.

Vedly mě k tomu následující důvody: Nejproblematictější výzkumná otázka z tezí práce se mi jevila VO1: Jak důležitou roli hrají prezidentské debaty v rozhodování voličů?, společně s VO2: Ovlivňují veřejnoprávní média diváky v jejich rozhodování více než veřejnoprávní? Tímto tématem se dopodrobna zabývala výše zmíněná agentura Median, a to zcela aktuálně v době konání debat, či bezprostředně po nich, než se otevřely volební místnosti. Výsledky byly publikovány dne 29. 01. 2018.³⁶ V práci jsem shrnula tyto výsledky, ale sama jsem je znovu nezkoumala.

3.4. Výzkumné otázky

³⁶ MEDIAN: *Prezidentský panel 2018 - Debaty a rozhovory na televizních stanicích, jejich hodnocení a vliv na rozhodování o volbě*, 29. 1. 2018, cit 19. 4. 2019, dostupné z: http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/2018/01/PREZIDENTSKY_PANEL_Vliv_debat_SEZNAM.pdf

Místo toho jsem se v analytické části této diplomové práce plně soustředila na komparativní kvalitativní analýzu obou debat. V tezích avizované další výzkumné otázky také zůstaly předmětem zájmu této diplomové práce, ovšem s určitými změnami tak, aby analýza přinesla co možná nejpřesnější výsledky. Pokusila jsem se tedy odpovědět na následující výzkumné otázky:

VO1: Jaká témata se promítla do prezidentských debat? Jakou agendu jednotlivá média nastolila?

Podotázka 1: Zabývají se veřejnoprávní média širším spektrem témat, než média komerční?

VO2: Jaké zpracování, jaké lingvistické, vizuální, obsahové a další prostředky se promítly do prezidentských debat?

Podotázka 2: Jaké vizuální prostředky a zpracování volí jednotlivé televize v debatách?

Podotázka 3: Jak by se dala zhodnotit role živého publika na místě v jednotlivých debatách?

Podotázka 4: Jak ovlivnil průběh a vyznění debaty moderátor?

VO3: Jak ovlivnily debaty rozhodování voličů? (interpretace průzkumu Median)

VO4: Jaké společné znaky mají prezidentské debaty v Česku s debatami prezidentských kandidátů v USA?

Podotázka 2: V čem se naopak liší?

Očekávám, že díky podrobné případové studii a komparativní analýze lépe pochopím, jak k tomuto formátu přistupují televize soukromé a veřejnoprávní, jaká témata a dramaturgie pořadu se v debatách objevuje, či je to ku prospěchu nebo naopak a s čím vším se musí potýkat moderátoři, kde je prostor ke zlepšení, kde je naopak třeba ocenit jejich vedení debaty.

4. Analýza

K analýze jsem přistoupila tak, abych postupně odpověděla na stanovené výzkumné otázky. Rozdělila jsem ji do několika částí, např. jednotlivá témata probíraná v prezidentských debatách, role moderátora, role publika nebo reakce v médiích. V každé podkapitole analyzuji danou problematiku v prezidentské debatě jak na TV Prima, tak na ČT. V závěru kapitoly jsem výsledky této analýzy porovnála a pokusila se zodpovědět výzkumné otázky. Nejobsáhlejší kapitolou byla hned ta první, a sice výběr a řazení témat a jejich analýza. Témata, která se diskutovala, jsou totiž jednou z klíčových složek celé předvolební kampaně.

4.1. Výběr a řazení témat

4.1.1. TV Prima

K tomu, abychom mohli porovnat mezi sebou jednotlivé debaty po tematické stránce i po stránce řazení témat, bylo třeba si stanovit základní parametry debaty. Debata na TV Prima trvala 1 hodinu a 14 minut, vysílala se 23. 1. 2018 ve 20 hodin. Odehrávala se v Hudebním divadle Karlín. Moderátorem byl Karel Voříšek, jedna ze známých tváří hlavních zpravodajských relací komerčních televizí (TV Nova, nyní TV Prima). Současně s ním na TV Prima vystoupila i jeho kolegyně ze zpravodajství Klára Doležalová, která uváděla v odděleném studiu doplňující reportáže k tématům. Debatu na TV Prima přerušovaly reklamy.

Struktura prezidentské debaty na TV Prima byla následující:

ÚVOD: Znělka, úvodní slovo moderátora, hudba jako podkres, přivítání obou kandidátů a jejich první slovo – cca 8 minut

TÉMA 1: Premiér Andrej Babiš a sestavování vlády – cca 8 a půl minuty

INTERMEZZO: Otázky kandidátů jeden na druhého – cca 8 minut

TÉMA 2: Držení zbraní a návrh jejich zakotvení v ústavě – cca 8 minut

TÉMA 3: Tzv. Protikuřácký zákon – cca 5 minut

TÉMA 4: Svoboda slova – cca 13 minut

INTERMEZZO: Otázky kandidátů jeden na druhého – téma: církevní restituce – 8 minut

TÉMA 5: Migrace – 15 minut

ZÁVĚŘ: Závěrečné slovo kandidátů, poděkování, rozloučení moderátora s publikem – prolíná se s tématem migrace, velmi stručné

Pojďme se nyní podívat na témata v prezidentské debatě na TV Prima podrobněji.

Už v úvodu došlo na první vyjádření obou kandidátů. Jako první dostal otázku prezident Miloš Zeman. Moderátor položil první otázku: „Vaše duely se očekávaly hodně dlouho, s velkým napětím, hodně dlouho se o tom mluvilo, až se potkáte tváří v tvář. Tak jaké to je, pane prezidente?“ Obdobně se poté tázal i jeho protikandidáta Jiřího Drahoše: „Pane profesore, já ta slova čtu jasně, Miloš Zeman se na vás těšil. Vidíte to také tak?“

Hned na začátku prezidentského duelu byl tedy zřetelný nepoměr v přístupu moderátora ke kandidátům. Zatímco stávající prezident republiky, a navíc vítěz prvního kola prezidentské volby (což ale moderátor nezmínil), logicky dostal slovo jako první, otázka, která na něj byla mířena, byla otázkou otevřenou, moderátor se ptal čistě na dojmy, ne na fakta. Miloš Zeman tak dostal unikátní prostor si říci hned na začátek debaty cokoli chtěl. Naproti tomu otázka mířená na Jiřího Drahoše už byla uzavřená, také se ptala na emoce a přímo již navazovala na slova Miloše Zemana, takže druhému prezidentskému kandidátovi podstatným způsobem zužovala prostor pro jeho vyjádření.

První téma přišlo na řadu v 8. minutě debaty.

Debata 23. 1. 2018 na TV Prima se vysílala den před tím, než premiér Andrej Babiš měl přinést demisi své menšinové vlády na Hrad. První vláda Andreje Babiše sestavená po řádných volbách do poslanecké sněmovny na podzim 2017 nedostala důvěru 16. 1. 2018.³⁷ Nově zvolený prezident tak podle očekávání měl v rukou jmenování další vlády. TV Prima promítla toto aktuální vnitropolitické téma do tematických okruhů debaty. Jmenování vlády, či tedy pověření osoby, která vládu má sestavit, je zcela v kompetenci prezidenta republiky.³⁸

³⁷ PSP.cz: *5. schůze, 8. hlasování, 16. ledna 2018*, 15:28, Žádost vlády České republiky o vyslovení důvěry, cit. 23. 3. 2019. Dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/hlasy.sqw?g=67263>,

³⁸ PSP.cz: *Ústava České republiky, ze dne 16. prosince 1992, Článek 62: Prezident republiky*

Moderátor se obou kandidátů zeptal na to, co budou při jmenování vlády zvažovat a zda jsou přesvědčeni, že ji povede Andrej Babiš. Jako první dostal tentokrát slovo Jiří Drahoš. Střídání mluvčích se pak promítá celkem bez výjimek po celou dobu debaty.

V rámci tohoto tématu se kandidáti ve svých projevech dotkli i trestního stíhání premiéra Andreje Babiše, kdy Jiří Drahoš si stál za tím, že by trestně stíhaného premiéra nejmenoval a nepověřil tak sestavováním vlády. Po velmi krátké výměně, kdy moderátor nekladl žádné zpřesňující otázky, nechal kandidáty pouze jednoho na druhého reagovat, např. slovy: „Pane profesore, co vy na to, souhlasíte?“. Tedy téma jmenování vlády a problematiku trestního stíhání premiéra diskutovali kandidáti pouze mezi sebou bez dalších doplňujících či konfrontačních otázek. Tato část trvala zhruba 8 a půl minuty.

Po uzavření prvního tématu dostali oba kandidáti možnost položit si otázky navzájem. Přestože chtěl nejdříve moderátor Voříšek házet korunou, kdo dostane příležitost položit první otázku, nakonec se slovy, že ji zapomněl (zřejmě to měl takto připraveno předem a svůj přístup volil záměrně), otázal obou: „Pánové, jste gentlemani?“ Načež Miloš Zeman dal slovo Jiřímu Drahošovi. Zvolení tématu dané otázky nebylo divákům předem avizováno, takže TV Prima vyvolala dojem, že se každý z kandidátů svého protějšku mohl zeptat na cokoliv. Jiří Drahoš poprosil o komentář Zemana k výsledkům sociální demokracie ve volbách. Ten ovšem podotknul, že „pan Voříšek chtěl, abychom diskutovali na téma protikuřáckého zákona, případně držení zbraní,“ a „jenom konstatuji, že jsme oba dva dostali písemná pravidla, kde nás televize Prima žádá, abychom diskutovali k tomuto tématu.“ Moderátor jeho slova popře, později řekne, že otázka mohla být na současnou politickou situaci, ale divákovi není tedy jasné, zda nějaká písemná pravidla kandidáti obdrželi, či nikoliv. Prezident Zeman se zeptal svého protikandidáta, zda je potřeba tzv. antikuřácký zákon. Tato část zabrala zhruba 8 minut.

Téma, které otevřelo poprvé zpravodajské studio s Klárou Doležalovou krátkou reportáží, bylo zakotvení práva občana na držení zbraní v ústavě. V promluvě Kláry Doležalové se objevila např. věta „umíte si představit džihádistu, jak si jde požádat o zbrojní průkaz?“

a) jmenuje a odvolává předsedu a další členy vlády a přijímá jejich demisi, odvolává vládu a přijímá její demisi, cit. 23. 3. 2019. Dostupné z: <https://www.psp.cz/docs/laws/constitution.html>

Reportáž se skládala v podstatě z jediného synchronu Jana Zahradila z ODS. Ten se vyjádřil, že je proti názoru, že „přijetí evropské směrnice proti držení zbraní opravdu udělá něco pro bezpečnost občanů EU“. Nejenom ve volbě slov, spojování tématu držení zbraní s džihádisty potenciálně podávajícími žádosti o zbrojní průkaz, v kladení řečnických otázek a následně také v příspěvku sestávajícího pouze z jednoho názoru (na škále pro – proti) se dle mého názoru TV Prima dopustila manipulace s diváky. Manipulováni byli také prezidentští kandidáti, protože ti byli nuceni na tento nevyvážený příspěvek bezprostředně reagovat. Miloš Zeman v debatě nastolil téma přepadení jednoho z pražských obchodů se zbraněmi. Ozbrojená žena tehdy lupiče zastřelila.³⁹ Zmínil také pařížský klub Bataclan, ve kterém došlo k teroristickému útoku v listopadu 2015. Moderátor nekladl žádné doplňující otázky. Tématu držení zbraní a jejich uzákonění v Ústavě ČR věnovala TV Prima asi 8 minut.

Dalším tématem byl již Milošem Zemanem zmiňovaný protikuřácký zákon. Kouření v restauračních zařízeních je dodnes polarizujícím tématem ve společnosti. Zákon, který to zakazuje, schválila Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky v prosinci 2016 s platností od 31. 5. 2017.⁴⁰ S odstupem času se v poslanecké sněmovně objevují skupiny poslanců, kteří by si přáli jeho zmírnění.⁴¹

Téma uvedla opět Klára Doležalová z vedlejšího studia krátkou reportáží. V úvodním slově moderátorka řekla: „Půl roku po zákazu kouření v restauracích hlásí pivovary úbytek prodeje čepovaného piva.“ Není ovšem zřejmé, z jakých zdrojů takto usuzovala. Opakovaně se v synchronu objevil názor jen jednoho politika, který hájí jen jednu stranu problému, konkrétně senátora Jaroslava Kubery, opět z ODS. Ten je známý svým kladným postojem ke kouření a je zastáncem liberálních hodnot. Řekl o tzv. protikuřáckém zákonu, že se „jde za hranu“.

³⁹ IDNES.cz: *Útočnicka v obchodu zastavila střelecká šampionka. Sama už přepadená byla*, In iDnes.cz, 26. 7. 2017. cit. 23. 3. 2019, dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/strelkyne-sebeobrana-praha-obchod-opletalova-ulice.A170725_211006_domaci_bur

⁴⁰ PSP.cz: *53. schůze, 351. hlasování, 9. prosince 2016, 11:56*, Vl.n.z. o ochraně zdraví před škodlivými účinky návyk. látek – EU, cit. 23. 3. 2019, dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/hlasy.sqw?g=64925&l=cz>

⁴¹ AKTUÁLNĚ.cz: *Zmírnění protikuřáckého zákona neprošlo. Hlasování provázely zmatky, muselo se opakovat*, In Aktualne.cz, 29. 5. 2018, cit. 23. 3. 2019, dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/zive-protikuracky-zakon/r~c6136778631c11e896cd0cc47ab5f122/>

Příspěvek ze zpravodajského studia můžeme opět označit za manipulativní, neposkytl totiž prostor oběma názorovým proudům, oběma stránkám problému. Navíc se zde znovu objevil pouze politik z ODS, takže už u druhého tématu dostala prostor na vyjádření jen jedna jediná strana. Ve své další promluvě hovořila Klára Doležalová pouze o problémech, které zákon způsobil, a nevěnovala se pozitivním dopadům, které jsou dle mnohých dostupných dat zřejmé, nebo opačným názorům expertů či veřejně činných osob.

Moderátor Voříšek se po reportáži zeptal Miloše Zemana na osobní otázku: „Omezil jste už kouření?“ Na Jiřího Drahoše pak mířila otázka o poznání komplexnější, a to: „Víte, mně osobně na tom nejvíc vadí, jestli ten protikuřácký zákon vlastně svým způsobem neomezuje svobodu podnikání. A právo vlastníka zacházet a svobodně rozhodovat o svém majetku. Tedy v tomto případě o restauraci. Co vy na to, pane profesore?“ I v tomto případě jsem si všimla nepoměru mezi tím, jak konkrétní či komplikované otázky dostal tehdejší prezident Miloš Zeman a jaké jeho protikandidát Drahoš. Navíc by moderátor vůbec neměl promítat svůj názor do debaty. Pro diváky je irelevantní, že jeho osobně něco zajímá. Jeho role by měla spočívat pouze v tom, že klade nezaujatě, bez svého osobního názoru, kandidátům otázky a konfrontuje je s jejich reakcemi. V tomto ohledu překročil hranice seriózní novinářiny, která žádá naprosté odosobnění. Tématu kouření v restauračních zařízeních se v této debatě diskutující věnovali asi 5 minut.

Další tématem byla svoboda slova, a to konkrétně ve vztahu k sociálním sítím, které jsou dnes považovány za možné katalyzátory společenských změn. Nenávistné projevy na internetu se přímo váží i k volbě prezidenta republiky. Období předvolební kampaně bylo doprovázeno značným rozruchem pod příspěvky týkající se tohoto tématu. Často se objevovala vyhrocená diskuze, která mnohdy nebyla moderována. Téma při debatě opět otevřela Klára Doležalová z virtuálního studia. K problematice kandidáti zmínili výroční zprávy BIS a možné ovlivňování voleb Ruskem, Miloš Zeman pak ještě poukázal na údajné výroky psychiatra Cyrila Höschla o tom, kolik lidí je v populaci psychicky chorých. Moderátor opět nekladl žádné doplňující otázky a k tématu nastolenému moderátorkou Klárou Doležalovou hned na začátku slovy: „Mazat, nebo nemazat ještě před soudním rozhodnutím nenávistné komentáře? A co je vlastně nenávistný komentář? A co ještě svoboda slova?“ se v této debatě ani jeden z kandidátů v tomto smyslu nevyjádřil. Toto

téma sklouzlo spíše k útokům osobní povahy a jeho rozebírání trvalo asi 13 minut.

Poté přišla na řadu „volná disciplína“, jak nazval Karel Voříšek další programový bod debaty, kdy stejně jako na začátku měl každý kandidát možnost položit tomu druhému jednu otázku. Moderátor avizoval, že tématem bude vyrovnávání se s minulostí – ať už se jedná o církevní restituce nebo narozeniny našeho státu (Česká republika oslavila v roce 2018 100 let). Miloš Zeman se zeptal svého protikandidáta na otázku týkající se církevních restitucí. V tomto tématu později pokračoval i Jiří Drahoš. Jak významný je tento problém pro občany a jak se postavit k žalobám na církevní majetek, se pokusili debatující odpovědět asi za 8 minut debaty.

Posledním tématem na TV Prima, ke kterému měli diskutující kandidáti možnost se vyjádřit, byla migrace. Přestože prezident České republiky nemá žádné zvláštní pravomoci ji řešit, na půdě EU to je záležitost k jednání mezi premiéry a národními vládami, hraje důležitou roli ve veřejné debatě od začátku tzv. uprchlické krize zejména v roce 2015.

Jako již tradičně se opakoval model, kdy Klára Doležalová z virtuálního studia uvedla zpravodajský příspěvek k tématu. V jejím příspěvku zazněly slova a slovní spojení jako například: krize, chaos, situace kulminovala, počet azylantů se stal nevladatelným, dále pak zmatek, teroristické útoky. Synchronní výpověď byla tentokrát od reportéra TV Prima Patrika Kaizra z řecko-makedonské hranice, ve kterém popisoval aktuální situaci. Další synchronní výpověď tvořila vyjádření předsedy ODS Petra Fialy: „Jestli Evropa v něčem páchá sebevraždu, tak je to způsob řešení té migrační krize.“ Opět diváci viděli jen politika z ODS, který se vyjádřil k nastolenému tématu. V promluvě moderátorky se objevila citově zbarvená slova a došlo ke spojování migrace s terorismem.

Miloši Zemanovi bylo uděleno slovo jako prvnímu. Zmínil vystoupení Jiřího Drahoše v Karolinu v roce 2017 o tom, že přijmout 2600 migrantů není problém, a také že Drahoš podepsal petici na podporu přijímání migrantů. Jiří Drahoš se zeptal na aktivity prezidenta Zemana ohledně uprchlických kvót, zda se účastnil nějakých jednání o kvótách, dále připomněl situaci následující po válce v Kosovu. Podle jeho slov kosovské muslimské uprchlíky Miloš Zeman coby tehdejší předseda vlády podpořil.

Moderátor Voříšek do debaty vstoupil s otázkou na tzv. Dublin IV, nařízení Evropské komise, které počítá se zavedením kolektivního přerozdělovacího mechanismu, ovšem s tím, že systém funguje automaticky.⁴² Debata o migraci provázela i závěrečnou řeč Karla Voříška, když se loučil s diváky, protože téma migrace prezidentskou debatu na TV Prima s názvem *Hledá se prezident 2018* uzavřelo. Tématu se věnovali téměř 15 minut.

4.1.2. Česká televize

Debata prezidentských kandidátů s názvem *Prezidentský duel – Finále* se uskutečnila večer před otevřením volebních místností, tedy 25. 1. 2018 od 20 hodin ve dvoraně pražského Rudolfinu. Moderátorkou večera byla Světlana Witowská. Debata trvala zhruba 90 minut, jak to ostatně moderátorka hned v úvodu avizovala. Její struktura byla následovná:

ÚVOD: Přivítání kandidátů a diváků, představení programu debaty – cca 2 minuty

PRVNÍ ČÁST: Aktuální politické otázky a vize kandidátů – cca 46 minut

DRUHÁ ČÁST: Otázky od dvou ústavních činitelů a zástupců veřejnosti – cca 17 minut

- Předseda senátu Milan Štěch – oběma kandidátům
- Předseda poslanecké sněmovny Radek Vondráček – oběma kandidátům
- Volič Miloše Zemana a volič Jiřího Drahoše z obce, kde získali shodný počet hlasů v prvním kole volby

TŘETÍ ČÁST: Tři otázky kandidátů jeden na druhého – v obálkách – cca 19 minut

ZÁVĚR: Poslední slovo k občanům – 1 minuta k voličům pro každého kandidáta, poděkování moderátora divákům a kandidátům, poděkování kandidátů moderátorce cca 3 minuty

V debatě prezidentských kandidátů na České televizi nedošlo hned ze začátku k jasné definici témat, ovšem mezi jednotlivými bloky se témata různě prolínala. Je třeba se tedy na jednotlivé části podívat pozorně a určit, kolik času a kdy jaké téma přišlo v debatě na řadu.

⁴² *Zpráva o návrhu nařízení Evropského parlamentu a Rady, kterým se stanoví kritéria a postupy pro určení členského státu příslušného k posuzování žádosti o mezinárodní ochranu podané státním příslušníkem třetí země nebo osobou bez státní příslušnosti v některém z členských států (přepracované znění)* [online]. Evropský parlament, 21.10.2017. cit 28. 1. 2019. http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0345_CS.html?redirect#title2

PRVNÍ ČÁST

První část debaty zahájila moderátorka otevřenou otázkou na oba kandidáty. Jako první dostal slovo prezident republiky Miloš Zeman. Otázka zněla: „Proč bych měla volit Miloše Zemana, a ne Jiřího Drahoše?“, obdobná otázka mířila i na Jiřího Drahoše. Kandidáti tak dostali hned v úvodu možnost vyjádřit se ke svým kvalitám a hned od začátku přesvědčovat voliče, aby jim následující den hodili hlas. Druhá otázka moderátorky byla už více citově zabarvená: „Je tohle pro vás ten nejdůležitější okamžik v životě?“, poslední ze série tří úvodních otázek byla, co nejvíce vytýkají svému soupeři. Měli tak oba možnost se vůči sobě navzájem vymezit.

První velké téma v tomto bloku zahájila moderátorka otázkou na aktuální vnitropolitickou situaci, konkrétně na skutečnost, že vláda Andreje Babiše nedostala důvěru poslanecké sněmovny. Dále se hovořilo o udělování abolic (možnost zastavit trestní stíhání), především v souvislosti s trestním stíháním premiéra Andreje Babiše v kauze Čapí hnízdo. Pokračovalo se otázkami, zda je možné si v Česku objednat trestní stíhání. Tato část diskuze trvala na České televizi asi 7 minut a 45 sekund.

Dalším tématem prvního bloku byly personální otázky, tj. složení týmu budoucího prezidenta. Jak zcela věcně moderátorka Witowská podotkla v úvodu tohoto tématu: „To, co může ovlivnit pouze on sám (prezident), je to, které spolupracovníky má nejbliž kolem sebe.“ Zcela konkrétně se pak tázala obou kandidátů na jejich nejbližší okolí, v případě Jiřího Drahoše se zabývala hlavně Pavlem Kolářem a Jakubem Kleindienstem a jeho spojením s kauzou Davida Ratha, v případě Miloše Zemana pak otázky mířily přímo na konkrétní záležitosti ohledně bezpečnostní prověrky jeho kancléře Vratislava Mynáře a na aktivity Martina Nejedlého.

Důležitým tématem, které má přímou spojitost s prezidentskou volbou, bylo pak financování kampaně jednotlivých kandidátů. Jiřího Drahoše se Witowská ptala na to, zda odmítl někoho jako sponzora své kampaně, kdo je mezi dárci, kteří ho v prezidentské volbě podporují, a zda došlo k jejich prověření.

Jako důležitý bod debaty se ukázalo řešení financování kampaně prezidenta Zemana,

konkrétně pak opět ve spojitosti s otázkami na kancléře Mynáře, který stál v čele spolku Přátelé Miloše Zemana a který poskytl na Zemanovu kampaň 11 milionu korun. Novináři se totiž do té doby neúspěšně snažili dopátrat původu peněz na kampaň, zejména těch poskytnutých od tohoto spolku.⁴³ Při tomto tématu došlo k zajímavému momentu debaty, kdy Miloš Zeman předal seznam sponzorů v přímém přenosu svému protikandidátovi. Jiří Drahoš ho však odmítl se slovy „Já ho nepotřebuji“, a tak si ho převzala moderátorka Witowská. Česká televize pak seznam zveřejnila na svém webu.⁴⁴ Poté se otázky stočily ještě jednou na Jiřího Drahoše, který zase dosud nezveřejnil, koho by si s sebou na Hrad přivedl – jména případného mluvčího, šéfporadce a kancléře. Nejbližším spolupracovníkům a financování kampaně ČT v debatě věnovala asi 12 minut a 30 sekund.

Následujícím tématem byly zahraniční vztahy prezidenta republiky i celé země, konkrétně pak otázky na zahraniční cesty prezidentů. Oba kandidáti se měli vyjádřit k tomu, zda Rusko představuje bezpečnostní riziko. V tomto momentě jsem si všimla návaznosti na debatu na TV Prima, která se odehrála dva dny předtím. Jiří Drahoš přímo odkazuje na to, o čem se debatovalo na TV Prima, slovy: „Já jsem řekl Milošovi Zemanovi, že jedna věc je zprávy (BIS) dostávat a druhá je zprávy číst.“ V rámci zahraniční politiky se také moderátorka dotazovala na anexi Krymu, jaký je jeho status, a na postoj kandidátů k protiruským sankcím. Téma zahraniční politiky zabralo v debatě asi 9 minut.

Na tomto místě musím podotknout, že témata v tomto prvním bloku prezidentské debaty na ČT na sebe navazovala, prolínala se, nebyla od sebe oddělena speciálními zvukovými či vizuálními efekty. Jako důkaz plynulého posunutí debaty tematicky dál mohla posloužit věta moderátorky Witowské: „Pánové, během okupace, během anexe Krymu a během angažmá ruských vojsk na Ukrajině se objevila spousta dezinformací, spousta propagandy z jedné i z druhé strany, vedla se takzvaná hybridní válka. Ono něco podobného, jako je hybridní válka, se dnes vede také na sociálních sítích, a to v souvislosti s vaší volební

⁴³ O problematice financování prezidentské předvolební kampaně Miloše Zemana informoval např. server iRozhlas.cz: IROZHLAS.cz: *Úřad hlídající financování stran prověřuje peníze od Přátel Miloše Zemana. 'Nic neporušujeme,' říká Nejedlý*, www.irozhlaz.cz, 25. 1. 2018, cit. 25. 3. 2019, dostupné z: https://www.irozhlaz.cz/zpravy-domov/milos-zeman-prezidentske-volby-kampan-financovani_1801250800_mos

⁴⁴ ČT24.cz: Zeman v duelu zveřejnil jména sponzorů kampaně. Drahoš je má veřejně, www.ct24.cz, 25. 1. 2018, cit. 25. 3. 2019, dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2373157-zeman-v-duelu-zverejnil-jmena-sponzoru-sve-kampane-drahos-je-ma-verejne-jednoho-darce>

kampaní.“ Touto promluvou plynule přešla od tématu anexe Krymu k tzv. fake news a problematice nenávistných komentářů na sociálních sítích. Nicméně celý závěr tohoto prvního tematického bloku by se dal shrnout pod klíčová slova: komunikace, vztahy s veřejností, dezinformace.

Kandidáti dostali prostor reagovat na dezinformace, které se během předvolební kampaně o nich šířily zejména prostřednictvím internetu a na sociálních sítích. Pokračovalo se tématem komunikace prezidenta s veřejností, zejména skrze tiskového mluvčího. Miloš Zeman se také musel vyjádřit k podávání informací o svém zdravotním stavu, které nedlouho před druhým kolem prezidentské volby zveřejnilo jeho lékařské konsilium. Jiří Drahoš byl konfrontován s tím, že nemá dosud žádné politické zkušenosti, Miloš Zeman zase s tím, že mluví na veřejnosti sprostě. Moderátorka se ptala také na předvolební sliby obou kandidátů. Této závěrečné části prvního bloku se věnovalo 14 minut a 17 vteřin z debaty.

DRUHÁ ČÁST

Druhý velký tematický blok, oddělený znělkou, začal zhruba v polovině debaty, tedy v čase 47 minut a 48 vteřin. Tento blok byl vyhrazen pro ústavní činitele, kteří položili oběma kandidátům stejnou otázku, a poté dvěma voličům každého z nich, kteří se jich také ptali. Všechny položené otázky byly promítnuty kandidátům i divákům jako předtočený videoklip.

Jako první dostal prostor pro otázku Milan Štěch, tehdejší předseda Senátu Parlamentu České republiky. Zajímal se o eventuální vyjadřování podpory zahraničním prezidentským kandidátům. Nutno podotknout, že otázky v tomto bloku nestojí samy o sobě, ale moderátorka měla připravenou sérii doplňujících otázek, které na tu původní navazovaly. V tomto případě by to mohlo být například: „Jaký evropský politik je vám svým smýšlením nejbližší?“ Odpovědi na otázky položené dalšími osobami byla moderátorka schopna ihned konfrontovat.

Další, kdo položil otázku prezidentským kandidátům, byl předseda Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky Radek Vondráček. Ten se zeptal na dosud neprobírané téma, a to bylo směřování Evropy a Evropské unie během následujících 10 let. S tím souvisela i

otázka referenda o vystoupení České republiky z Evropské unie. Opět se ukázalo, že v případě prezidentské volby se často média zabývají polarizujícími otázkami, které rozdělují společnost přinejmenším na dvě proti sobě jdoucí skupiny. S otázkou EU byl také spojen dotaz na zavedení společné měny eurozóny také v Česku.

Další otázky položili voliči Miloše Zemana a Jiřího Drahoše z obce Srubec, kde oba dva kandidáti dostali v prvním kole úplně stejný počet hlasů. Zajímala je situace kolem evropských dotací v soukromém sektoru, stav českého školství, jak by se dal zlepšit život lidí na venkově nebo kondice českého průmyslu a co se dá udělat pro zdokonalení českého školství.

Druhý blok s otázkami na prezidentské kandidáty zabral asi 17 minut debaty.

TŘETÍ ČÁST

V třetím bloku přišly na řadu obálky jednotlivých prezidentských kandidátů s jejich vlastními otázkami. Moderátorka avizovala, že nikdo nezná obsah obálek. Otázky pokládala moderátorka střídavě jednotlivým kandidátům.

Miloše Zemana zajímal názor Jiřího Drahoše na možnost vyhlášení referenda pro hlasování občanů o vystoupení naší země z Evropské unie. Druhá otázka byla o tom, zda by kandidát jmenoval Miroslava Kalouska ministrem vlády a také zdali bude proti přijímání imigrantů nebo ne.

Jiří Drahoš se chtěl dozvědět od Miloše Zemana více informací o jeho konkrétní návštěvě Ruska a co během ní vyjednal pro Českou republiku. Dále se ptal, jestli 100 korun za jeden den v nemocnici je podle něj pro seniory únosný poplatek. V poslední obálce se ukrýval dotaz na bezpečnostní prověrku hradního kancléře Vratislava Mynáře.

V tomto bloku vznikla zajímavá interakce mezi oběma kandidáty, moderátorka jim podle mého názoru správně dopřála prostor, aby na své výroky reagovali. Diskuze se vedla ale nad zcela konkrétními otázkami, většinou se týkaly jasně citovaných výroků, ať už prezidenta Miloše Zemana, nebo Jiřího Drahoše. Kandidáti diskutovali mezi sebou pouze s minimálními zásahy moderátorky. Došlo ke konfrontaci, doptávali se navzájem na již řečené, Světlana Witovská do debaty vstupovala pouze s věcnými poznámkami nebo dalšími upřesňujícími dotazy. Třetí část trvala asi 19 minut.

4.1.3. Vyhodnocení

Obě prezidentské debaty bylo možné mezi sebou porovnávat, protože mají celou řadu shodných nebo podobných znaků. Na druhou stranu debata na TV Prima měla zhruba o 15 minut kratší stopáž, tudíž je logické, že se za kratší čas neprobere tolik témat a také nemohou být diskutována tak podrobně.

V případě debaty na TV Prima byla dodržena zásada, že každé téma bylo samostatné a neprolínalo se do další části struktury debaty. Pro diváka tak bylo snadné se v pořadu orientovat. Na začátku debaty navíc moderátor předeslal, jaká bude struktura pořadu. Při hodnocení výběru témat pro prezidentskou debatu ale platí to, co je podstatné ve zpravodajství a jiné televizní tvorbě obecně. Je třeba brát na zřetel fakt, že oba vysílatelé podléhají *zákonu č. 231/2001 Sb., Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání*.

Co se týče obsahové stránky, nejsou na soukromé vysílatele, po obsahové stránce ani té formální, kladeny takové nároky. V zákoně č. 231/2001 Sb. se hovoří o podmínkách udělení, resp. odebrání licence soukromému vysílateli, např. v § 12 se píše, že se provozovatel vysílání dopustil vážného porušení, pokud „zařadil do vysílání pořady, které podněcovaly k nenávisti z důvodu pohlaví, rasy, barvy pleti, jazyka, víry a náboženství, politického nebo jiného smýšlení, národního nebo sociálního původu, příslušnosti k národnostní nebo etnické menšině, majetku, rodu nebo jiného postavení“. Nicméně z hlediska toho, do jaké míry vyvážené vysílání by měla vést soukromá TV Prima, nejsou na ni kladeny zákonem žádné významnější požadavky.

Naproti tomu zákon č. 483/1991 Sb., kterým je zřízena Česká televize, přesně vymezuje povinnosti a práva veřejnoprávního vysílatele. Hned v § 2 se mimo jiné dočteme, že „hlavními úkoly veřejné služby v oblasti televizního vysílání je zejména poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů.“ To Česká televize v debatě splnila.

I přesto, že na soukromou TV Prima se tedy podobné zákonné nároky na poskytování vyvážených a objektivních informací přímo nevztahují, myslím si, že by i TV Prima měla dbát ve svých zpravodajských a publicistických pořadech na udržování vysoké míry novinářské etiky, tedy na pokud možno objektivní, vyvážené, nezaujaté informování. Měla by také dodržovat další etická pravidla žurnalistiky, tedy například pracovat správně se zdroji, poskytnout prostor k vyjádření oběma stranám a nemanipulovat s diváky.

TV Prima dle mého názoru ve většině případů zvolila k debatě, co se výběru témat týče, správný přístup. Pořad měl jednoduchou strukturu, co blok to téma, byla navíc ozvláštněna vstupy druhého moderátora (resp. moderátorky Doležalové z virtuálního studia) a krátkými reportážemi nebo synchrony respondentů. Témata, která v debatě zazněla (shrnutí viz tabulka níže), byla sporná, taková, na kterých se společnost příliš neshodne. Řešení v podstatě žádného z nich, kromě přístupu ke jmenování Andreje Babiše premiérem, není ovšem přímo v kompetenci prezidenta republiky. Prezident sice na konci legislativního procesu jenom formálně podepisuje všechny zákony (s dílčí kompetencí nesouhlasit a vrátit zákon do legislativního procesu), je ale také důležitou morální autoritou pro občany země. Zejména v přímé volbě prezidenta je tak pro voliče důležité znát kandidátovy názory na široké spektrum problémů. Do popředí zájmu se dostala témata kontroverzní (možné zakotvení práva na držení zbraní v Ústavě ČR), nebo ta, která souvisí s každodenním životem obyvatel (zákaz kouření v restauračních zařízeních).

Na TV Prima se diskutovalo pět hlavních témat, během tematického předělu, které jsem označila v úvodu analytické části za tzv. intermezza, samotní kandidáti přidali svá vlastní. Témata mezi sebou nebyla žádným speciálním způsobem provázána, takže dle mého názoru nehrálo jejich řazení příliš velkou roli. Jediné, na co je třeba s ohledem na pořadí diskutovaného problému upozornit, je problematika jmenování vlády Andreje Babiše. V danou chvíli se jednalo o aktuální situaci na domácí politické scéně, proto bylo příhodné tím diskuzi kandidátů zahájit. Zařazení dle mého nejkontroverznějšího tématu migrace na závěr debaty bylo zvoleno možná proto, aby se debata v závěru vyostřila a divák tak odcházel od televizní obrazovky plný emocí.

Problém tedy nevidím v přístupu TV Prima k výběru nebo k řazení témat, ale v jejich zpracování. Jak jsem již psala výše, zejména reportážní příspěvky uváděné Klárou Doležalovou, navozující dané téma, byly dle mého soudu neobjektivně zpracované. Opakovaně v nich dostávali prostor zástupci jen jedné politické strany (ODS), navíc reprezentovali vždy jen jeden názorový pohled na problém. Moderátorka volila silně zabarvená a emotivní slova.

Téma	Podtéma	Čas
Sestavování vlády – Andrej Babiš	trestní stíhání Andreje Babiše	8, 5 min
Stav ČSSD, protikuřácký zákon		8 min
Držení zbraní v Ústavě		8 min
Protikuřácký zákon	svoboda podnikání	8 min
Svoboda slova	útoky na sociálních sítích	
	Rusko – výroční zprávy BIS	celkem 13 min
Církevní restituce, 100 let republiky		8 min
Migrace	přijímání uprchlíků	15 min

Tabulka 1: Debata na TV Prima – tematická struktura, zdroj: vlastní

Naproti tomu debata na České televizi byla podle očekávání na témata bohatší. Struktura debaty byla, stejně jako u TV Prima, moderátorkou avizovaná hned na jejím začátku. Rozdělení do třech bloků může působit zdánlivě jednoduše, ovšem během nich došlo k další detailnější strukturalizaci na menší tematické celky. Stejně jako TV Prima, i Česká televize se snažila debatu ozvláštnit volbou různých formátů – např. předtočenými dotazy ústavních činitelů. Jak jsem již zmínila, jednotlivá témata od sebe nebyla výrazněji oddělena, vzájemně se prolínala a plynule na sebe navazovala.

	Téma	Podtéma	Čas
BLOK I	Jmenování premiéra – Andrej Babiš	udělení abolice kauza Čapí hnízdo	7, 75 min
	Spolupracovníci prezidenta	objednání trestního stíhání složení týmu Kleindienst, Mynář, Nejedlý	12, 5 min
	Zahraniční vztahy	financování kampaně zahraniční cesty Rusko – bezpečnostní riziko	9 min
	Dezinformace	anexe Krymu zdravotní stav politické zkušenosti	14, 25 min
BLOK II	Otázky ústavních činitelů a voličů	podpora ostatních prezidentů vize EU evropské dotace stav školství	celkem 17 min
BLOK III	Otázky kandidátů	referendum o EU Miroslav Kalousek přijímání migrantů poplatek za hospitalizaci jednání s Ruskem Prověrka V. Mynáře	celkem 19 min

Tabulka 2: Debata na ČT – tematická struktura, zdroj: vlastní

Jak vidíme z porovnání tabulek 1 a 2, je zřejmé, že se veřejnoprávní ČT v debatě zaobírala širším spektrem témat, časy jsou pouze orientační. Stejně jako u soukromé televize, řešila i Česká televize některé dílčí problémy, které atomizovaly společnost. Nicméně se jim věnovala do větší hloubky, nebo na ně nahlížela z jiného úhlu pohledu. Obě televize zahájily debatu prvním velkým tématem o sestavování vlády a problematikou trestního stíhání Andreje Babiše, obě se dotkly tématu dezinformace na sociálních sítích a útoků na jednotlivé kandidáty. Ze zahraničních témat, která přímo ovlivňují Českou republiku, se do obou debat promítlo téma zahraničněpolitických vztahů s Ruskem a debatovalo se nad tím, zda pro nás Rusko představuje bezpečnostní hrozbu, či nikoliv. Jak na České televizi, tak na TV Prima řešili kandidáti na prezidenta bezpečnostní prověrku Vratislava Mynáře a také migraci.

Jenže zatímco otázka migrace byla na TV Prima akcentována a bylo jí věnováno značné procento z celkového času debaty, Česká televize jako taková sama toto téma nenastolila. Objevilo se jen jako jedna dílčí otázka prezidenta Zemana na Jiřího Drahoše. V debatě na České televizi se také vůbec neřešila problematika přijetí ústavního práva na držení zbraní, tzv. protikuřácký zákon, církevní restituce nebo připomínka a oslavy 100 let republiky. Naopak, na rozdíl od TV Prima, moderátorka Witowská na České televizi řešila spolupracovníky prezidentských kandidátů, financování předvolební kampaně, zahraniční cesty prezidenta, zdravotní stav nebo upozornila na dosavadní politické zkušenosti kandidátů. Lépe tak kopírovala to, co se týká především prezidentských kandidátů a prezidentské volby jako takové, co na průběh kampaně mělo vliv a co bychom mohli od nově zvoleného prezidenta v úřadě nejspíše očekávat.

	<p>Shodná témata ČT a TV Prima Sestavování vlády a trestní stíhání Andreje Babiše Zahraniční vztahy – Rusko, kontrolní zprávy BIS Dezinformace a útoky na sociálních sítích Migrace – přijímání uprchlíků</p>
	<p>Rozdílná témata</p>
TV PRIMA	<p>Stav ČSSD Držení zbraní v Ústavě ČR Svoboda slova a svoboda podnikání Církevní restituce 100 let republiky</p>
ČT	<p>Spolupracovníci prezidenta Financování kampaně Zahraniční cesty Anexe Krymu Podpora ostatních prezidentů Vize EU Evropské dotace Stav školství Referendum o EU Miroslav Kalousek Poplatek za hospitalizaci Prověrka Vratislava Mynáře</p>

Tabulka 3: Porovnání TV Prima a ČT – tematická struktura, zdroj: vlastní

Na tomto místě bych ještě ráda podotkla, že se zahraniční témata v obou debatách zúžila v podstatě na téma česko-ruských, popř. česko-ukrajinských vztahů (v souvislosti s anexí Krymu). To je možné považovat za nedostatek tematické skladby debaty u obou televizí. Prezident republiky náš stát, jak vyplývá z Ústavy ČR, reprezentuje navenek a jeho pracovní náplní jsou mimo jiné zahraniční jednání. Je tedy škoda, že se nenašel v debatách prostor věnovat se vztahům i s jinými státy, které jsou pro Česko důležité, stejně jako se příliš neakcentoval postoj jednotlivých kandidátů k našemu ukotvení v mezinárodních organizacích a strukturách, jako je např. NATO.

4.2. Pojetí a zpracování debat

4.2.1. Vizuální a zvukové zpracování debat

4.2.1.1. TV Prima

Debata na TV Prima nesla název *Česko hledá prezidenta*. V diplomové práci jsem už zmínila, že soukromí vysílatelé, protože jsou financováni zejména prodejem reklamního času, volí ve zpravodajských a publicistických pořadech jiné výrazové a vizuální prostředky než veřejnoprávní vysílatelé.

Již název pořadu *Česko hledá prezidenta* v nás mohl evokovat jiný formát, než je prezidentská debata. Připomínalo to spíše reality show (pořady na konkurenční TV Nova nesly podobný název nap. *Česko hledá Superstar*, ale podobně znějící názvy pořadů najdeme i v programové skladbě TV Prima, např. *Česko Slovensko má talent*, *Máme rádi Česko* atd.). Už jen volba slova „hledá“ posouvá význam pořadu z čistě zpravodajsko-publicistického formátu (asi bychom neřekli v běžné řeči, že prezidenta hledáme, prezidenta si i podle Ústavy ČR „volíme“). Musíme si tedy uvědomit, že v tomto případě TV Prima plnila a akcentovala jednu z hlavních funkcí masmédiá, které jsem vyjmenovala v teoretické části, a to funkci zábavnou.

Na příkladu TV Prima můžeme ilustrovat to, o čem mluví Jirák a Köpplová ve své knize *Masová média*: „Politika je v médiích personalizovaná, dramatizovaná, a u reportování o politických aktérech a záležitostech je kladen důraz na konflikt.“ (Jirák a Köpplová, 2009: 348) Dochází totiž ke zřejmému propojení politiky a zábavy, a já jsem toho názoru, že zábava v tomto pořadu převážila. Tomu odpovídalo ostatně i vizuální zpracování debaty.

Znělka byla výrazná, s podkresem velmi dramatické hudby, začala příznačným záběrem na noční Pražský hrad, pomocí rychlých střihů nám ukázala také další záběry z budov v jeho areálu, objevil se motiv plápolající prezidentské standarty, záběry z Hudebního divadla Karlín, kde se debata odehrávala, a také střihová montáž na moderátora večera Karla Voříška. Z pohybů kamery ve znělce diváci mohli zaznamenat tzv. švenk i rozostření. Trvala celkem 18 vteřin. Nutno podotknout, že úvodní grafika, kterou znělka končí, tak, jak ji vidíme na obrázku níže, neobsahuje dle mého soudu tehdy aktuální fotografii Miloše Zemana. Je na ní o poznání mladší a trochu více při těle. V momentě, kdy se v médiích diskutoval zdravotní stav prezidenta, může i takový detail jako volba fotografie na hlavní grafiku ovlivnit vnímání daného kandidáta voliči. Ostatně to jsem doložila i na historickém příkladu z USA v teoretické části, kdy se odborníci shodli, že Kennedy vyhrál nad Nixonem díky hladkému oholení a klidnému a relaxovanému výrazu v obličeji. Výrazy obou kandidátů u debaty *Česko hledá prezidenta* jsou ale zvoleny srovnatelné, spíše jemné úsměvy, jinak ovšem neutrální.



Obrázek 7: Úvodní grafika prezidentské debaty na TV Prima – Česko hledá prezidenta, dostupné z:

<https://gloria.tv/video/pPshF2fdMvpy3Cf3ADrmyY93L>

Moderátora uvedl hlas z reproduktorů, když po znělce vkročil na podium. Oba prezidentští kandidáti již byli usazeni na svých místech na podiu, moderátor odvedl celou debatu s nimi ve stoje, zatímco oni seděli. Za ním bylo velké plátno, kde se promítala grafika a skrze nějž jsme viděli pohled do zpravodajského studia s druhou moderátorkou večera Klárou Doležalovou. Na plátně poté také byly promítány předtočené spoty.



Obrázek 8: Pohled na podium debaty na TV Prima – Česko hledá prezidenta, dostupné z:

<https://gloria.tv/video/pPshF2fdMvpy3Cf3ADrmyY93L>

Mezi jednotlivými tématy tak, jak jsem je podrobněji popsala v předešlé kapitole, nebyl výraznější vizuální nebo zvukový předěl. Probírané téma se promítlo na grafice na velkém plátně za moderátorem. Vizuálním ozvláštňením, které se v debatě objevilo několikrát, byl pohled zezadu z podia do publika, kdy jsme viděli záda moderátora, jak hovořil k publiku. Časté byly také záběry přímo na příznivce jednotlivých kandidátů v publiku. Debatu uzavřely závěrečné titulky, které měly shodný hudební dramatický podkres s úvodní znělkou.

4.2.1.2. Česká televize

Debata na České televizi se jmenovala *Prezidentský duel – Finále*. Česká televize je

financovaná především koncesionářskými poplatky, tedy jejím hlavním zdrojem do rozpočtu není prodej reklamního času, jak je tomu u TV Prima. Přesto by mělo být jejím cílem nabídnout divákovi co nejprofesionálnější a nejatraktivnější pořady, zejména ty zpravodajské a publicistické. Nemůže se tedy soustředit pouze na kvalitní řešerše nebo moderátorskou práci, ale musí dbát na každou jednotlivou složku pořadu, a to včetně vizuálních a zvukových prostředků.

Stejně jako v případě TV Prima, i debata na České televizi měla vlastní znělku. Trvala 13 vteřin, tedy byla o něco kratší. Její zpracování se od TV Prima lišilo – tvořila ji především jednoduchá grafika v barvách České republiky. Hudebním podkresem byla ovšem také dramatická hudba, která měla v divákovi vzbudit pozornost a přilákat ho k pořadu. Také navodila atmosféru, že by mělo jít o něco důležitého.



Obrázek 9: Úvodní grafika debaty na ČT – Prezidentský duel – Finále, dostupné z:
<https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/12026078214-volba-prezidenta/218411033190125-prezidentsky-duel-finale>

Ještě před záběrem do dvorany Rudolfinu, kde se debata odehrávala, přes reprodukováný hlas, který uvedl debatu, jsme viděli záběr na noční Pražský hrad, švenk na Rudolfinu a až poté střih do dvorany na moderátorku večera Světlanu Witowskou. Z tohoto popisu lze dovodit, že úvod debat byl velmi podobný, a bylo tedy jedno, zdali šlo o veřejnoprávní televizi nebo o soukromou. Televize zvolily na úvod velmi podobné vizuální a zvukové prostředky.

V pražském Rudolfinu Světlana Witowská, poté, co přišla na scénu, přivítala oba kandidáty, kteří byli již usazeni na místech (stejně jako na TV Prima). Rozdíl byl poté v tom, že si k nim sama usedla ke stolu a řídila celou debatu vsedě. Působilo to klidněji a vyrovnaněji, v debatě na podiu chyběl pohyb, moderátorka tak díky tomu mohla mít více podkladů po ruce.



Obrázek 10: Scéna debaty na ČT – Prezidentský duel – Finále, dostupné z:

<https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/12026078214-volba-prezidenta/218411033190125-prezidentsky-duel-finale>

Popsané tři tematické bloky byly od sebe odděleny krátkým grafickým předělem se zvukem. Ze zajímavých obrazových řešení je třeba zmínit rozdělenou obrazovku, na které divák viděl detail obličejů obou kandidátů zároveň, podobně jako u prezidentské debaty Trump-Clintonová z roku 2016.



Obrázek 11: Rozdělení obrazovky během debaty na ČT – Prezidentský duel – Finále, dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/12026078214-volba-prezidenta/218411033190125-prezidentsky-duel-finale>

Na závěr debaty diváci viděli titulky, tentokrát bez hudebního podkresu, a poté závěrečnou znělku v témže grafickém provedení, jako byla ta úvodní. Celkově působil vizuál České televize minimalisticky. Přes shodné znaky se nejvíce obě debaty liší v tom, že Česká televize neměla zvláštní vstupy z virtuálního studia a za hlavními aktéry debaty nebyla velká obrazovka, na kterou by se něco promítalo.

4.2.2. Publikum

Významným hybatelem průběhu debat se stalo živé publikum. Jeho chování je nutné si rozebrat zejména v případě TV Prima. Debata na TV Prima byla dlouho očekávaná, jednalo se o vůbec první mediální setkání Jiřího Drahoše a Miloše Zemana před televizními kamerami, a to ve vyhrocené atmosféře pár dnů před samotnou volbou. Přímá volba prezidenta rozděluje společnost už ze své podstaty, lidé se musí rozhodnout buď pro jednoho, nebo pro druhého kandidáta. Proto s vrcholící předvolební kampaní rostou i

emoce.

4.2.2.1. TV Prima

Hudební divadlo Karlín, kde se debata odehrávala, má kapacitu 921 míst.⁴⁵ Podle pozdějších vyjádření samotné televize dostaly oba týmy prezidentských kandidátů k dispozici 400 lístků pro své podporovatele. V tiskové zprávě TV Prima napsala: „Oba kandidáti tak měli stejné zastoupení a podmínky byly korektní.“ (TV Prima, Halmoši, 2018) Podle vedení TV Prima museli diváci projít dvojí kontrolou – prohlídkou osobních věcí, kdy jim byly zabavovány nebezpečné předměty, a poté, přímo před vstupem do sálu, také bezpečnostními rámy.

Během debaty se ovšem ukázalo, že to bylo právě publikum, které mělo na její průběh velký vliv. Už od začátku debaty se hlasitě projevovalo, mnohdy bylo agresivní, někteří jedinci vykřikovali sprostě. Podle datových analytiků serveru iRozhlas bylo hlasitější publikum podporující pro post hlavy státu Miloše Zemana (iRozhlas b, 2018).

Moderátor večera Karel Voříšek se snažil publikum několikrát bezúspěšně uklidnit. Zazněly od něj například následující věty: „Přátelé, ať už máme jakékoliv názory, tak jsme v kultivované společnosti a můžeme si je nechávat pro sebe a není třeba tady je nahlas, nahlas komentovat. Prosím, času máme málo, názorů, kteří nám, které nám oba pánové chtějí říct, je hodně. Nechme je domluvit. Souhlasíte?“ nebo „Přátelé, klid, klid, klid, klid, přátelé.“

Nicméně publikum se uklidnit nenechalo a negativní dopad to mělo dle mého názoru zejména na Jiřího Drahoše. Byla na něm vidět nervozita, jeho odpovědi byly častokrát přerušovány křikem z publika. Podle mnohých komentátorů pak působil nejistě a nepřesvědčivě. Šéfredaktor *Týdeníku Respekt* Erik Tabery k tomu například napsal: „Na Jiřím Drahošovi bylo znát, že se nenechá vyvést z míry vyjádřeními Miloše Zemana, ale nevěděl si moc rady s agresivním pokřikováním lidí v hledišti. Místo, aby si ho nevšímal, reagoval na něj a působil nervózně. Na to ho měl připravit jeho tým, což evidentně neudělal.“ (Tabery, 2018)

⁴⁵ Historie, Hudební divadlo Karlín, cit. 30. 3. 2019, dostupné z: <http://www.hdk.cz/o-divadle/historie/>

TV Prima se pak za pokřikující publikum omluvila na svých facebookových stránkách u videopřenosu. Tento příspěvek ovšem, stejně jako jakékoliv jiné záznamy prezidentské debaty, není již na facebookovém profilu TV Prima dostupný. A hlavně již nemá žádný významnější dopad na veřejnost. Média v lednu 2018 citovala tuto omluvu následovně: „Omlouváme se za obecenstvo, které debatu vyrušuje. Bohužel, lístky byly dány oběma táborem, aby je zodpovědně rozdaly mezi své příznivce.“ (Slezák, 2018)

Pražský hrad debatu na TV Prima ani publikum, které v ní sehrálo takovou roli, komentovat nechtěl, ale Jiří Drahoš neukázněné publikum pro ČTK zkritizoval. „Zejména to, co tam předváděli příznivci prezidenta Zemana, to bylo nad únosnou míru. Bylo to nedůstojné.“ (ČTK a, 2018)

4.2.2.2. Česká televize

Jiří Drahoš podle svých vyjádření (ČTK a, 2018), očekával od České televize jiný formát pořadu. „Čekám, že to bude kultivovaná debata a i obecenstvo, že bude kultivované, nebo že to Česká televize udrží v rozumných mezích tak, aby to byla důstojná prezidentská debata,“ dodal.

Česká televize k provedení své debaty přistoupila, zejména v otázce publika, jinak. Není možné říci, zda na základě negativních ohlasů z dřívějšího střetnutí obou kandidátů na TV Prima, nebo zdali to tak dramaturgové plánovali již předem. V Rudolfinu si mohli určit kapacitu sami tím, kolik míst k sezení tam postaví, mohli vše přizpůsobit tak, aby prostředí vypadalo dobře na kamery.

Hlavní dramaturg debaty na České televizi František Lutonský k jejich přístupu k publiku vyjádřil pro server *Aktuálně.cz* takto: „Bude komornější. Nebude tam těžce zvladatelná situace pro moderátora, jak jsme mohli vidět včera. Každý z kandidátů si může přivést třicet podporovatelů, a to bude všechno. Víc lidí v publiku nebude. Jak si je vyberou a zvolí, bude na nich.“ (Frouzová, 2018)

Publikum jako takové nutně pro podobný formát pořadu není nezbytně nutné, když však

porovnáme atmosféru během uzavřených diskuzních pořadů, např. *Otázky Václava Moravce*, a těch s živým publikem, např. *Máte slovo Michaely Jílkové*, je zřejmé, že právě publikum dodává pořadu emoce, a tím tak pořad ozvláštňuje. A také debatu polarizuje. Problém vidím v tom, že se nediskutuje věcně, debatující na jevišti s publikem komunikují, reagují na něj, tak trochu pro něj „hrají divadlo“. Před živým publikem je mnohem těžší se soustředit jak pro mluvčí, tak i pro samotné moderátory.

Debata na České televizi byla opravdu o poznání komornější. Oba kandidáti si mohli přizvat jen 30 příznivců. Česká televize je také upozornila, aby jejich podporovatelé přišli ve vhodném oblečení. Povoleny nebyly ani transparenty. České televizi se podařilo debatu zvládnout, a to i díky výkonu moderátorky, a až na přirozený potlesk zejména ze strany příznivců prezidenta Zemana debatu nic nerušilo.

4.2.2.3. Vyhodnocení

Publikum sehrálo roli zejména v první debatě prezidentských kandidátů na TV Prima. Dle analytiků serveru iRozhlas dostalo prostor dokonce srovnatelný s Jiřím Drahošem – podle nich mluvil Miloš Zeman asi 24 minut, zatímco jeho protikandidát skoro 16 minut a publikum 12 a půl minuty (iRozhlas b, 2018). TV Prima tak ztratila čas, který mohla věnovat debatě, např. doplňujícím otázkám nebo otevřením dalších témat.

Naproti tomu v České televizi není třeba takové číslo počítat, bylo by zanedbatelné. Publikum nerušilo, sem tam odměnilo svého favorita krátkým potleskem. Nebylo třeba, aby moderátorka Witovská, na rozdíl od svého kolegy Voříška, diváky v sále uklidňovala. I během stříhové montáže jsme mohli sledovat u televizních obrazovek mnohem méně záběrů na příznivce kandidátů v Rudolfinu v porovnání s debatou TV Prima. Na druhou stranu byla Česká televize ve výhodě, mohla se již poučit z průběhu debaty na TV Prima, která proběhla o dva dny dříve.

Přestože diváci v Hudebním divadle Karlín debatu velmi rušili, není možné na ně však svádět nepřesvědčivý výkon ani jednoho z prezidentských kandidátů. V tomto případě tedy Jiřího Drahoše, kterého hlasité pokřikování z hlediště značně vyvedlo z míry. I to je ovšem důležitý moment pro voliče – jak jsou kandidáti schopni reagovat na stresové situace, jak se dokáží i v nepříznivých podmínkách vyjádřit. Přestože bych osobně souhlasila

s Drahošovými slovy citovanými výše, že formát debaty byl hlavně kvůli pokřikování a pískotu publika nedůstojný, nic to nemění na tom, že prezident by měl zvládat zachovat chladnou hlavu, přesvědčivý styl a jasný postoj i v mnohem náročnějších situacích, než je vystoupení před stovkami příznivců jeho protikandidáta.

4.2.3. Role moderátora

4.2.3.1. TV Prima – Karel Voříšek

Moderátor Karel Voříšek je stálíci televizního zpravodajství. Dlouhá léta působil jako moderátor *Televizních novin* na TV Nova, od roku 2013 pak moderuje *Hlavní zprávy* na TV Prima. Nikdy však neuváděl politické debaty, a to ani na jedné z těchto soukromých televizí. Jeho výkon v prezidentské debatě tak nelze s ničím jiným porovnávat.

Karel Voříšek den před debatou řekl bulvárnímu deníku Aha! následující: „Úlohou moderátora prezidentské debaty není prosazovat své názory, ale zjistit názory kandidátů na prezidenta. Moderátor usměrňuje, vede debatu, ale neovlivňuje. Máme v rodině domluvu – když nevím už opravdu kudy kam, omdlím – ale to v tomto případě opravdu nejde.“ (Aha!, 2018)

Na to, jak se moderátoru Voříškovi povedlo usměrňovat debatu a neprosazovat své názory, se podíváme podrobněji. Moderátor přivítal oba kandidáty. V rozporu s příkladem prezidentské debaty v USA, o němž jsem psala v teoretické části, neupozorňuje na začátku na to, že by se publikum nemělo vměšovat do debaty svými projevy. Naopak ho přivítá a řekne: „A víte, proč jsem rád, že jste tady? Protože máme jedinečnou příležitost ukázat vše u televizních obrazovek, jak umíme fandit, podporovat svého kandidáta v mezích slušnosti, bez vulgarit (...).“

Přestože vyzve diváky přítomné v sále ke slušnému chování, z jeho úst zaznělo i slovo „fandit“, které vybízelo diváky v sále k potlesku či jiným reakcím na podporu svých kandidátů. Moderátor tak zapojil publikum hned od samého začátku do průběhu debaty. Poté se několikrát během debaty moderátor snažil publikum utiшит. Nutno dodat, že jakkoliv byl hluk podporovatelů nepříjemný pro samotné kandidáty, i pro moderátora nebylo snadné přítomné v Hudebním divadle Karlín uklidnit a odvést tak stoprocentní

profesionální výkon.

Jak jsem již zmiňovala výše, Karel Voříšek nekladl u rozebírání daných témat mnoho doplňujících otázek. Dalo by se říci, že spíše uděloval slovo jednotlivým kandidátům. Častokrát z jeho úst zazněla jednoduše položená otázka: „Pane profesore, chcete reagovat?“ nebo „A co vy na to, pane Drahoši?“

Nicméně se v průběhu debaty objevilo z jeho strany také několik sporných momentů. U tématu možného ústavního práva na držení zbraní položil otázku Jiřímu Drahošovi: „Možná položím otázku takovou zvláštní, ale nemá přece jenom v něčem občan Miloš Zeman pravdu?“ Tuto otázku považuji za manipulativní, nebála bych se ji označit za podlézavou, a to ve prospěch prezidenta Zemana. Navíc s přihlédnutím k tomu, že otázka podobného rázu na adresu Drahošova protikandidáta po celou dobu debaty nezazněla. Nevidím také opodstatnění pro slovo občan, kterým pravděpodobně chtěl Karel Voříšek prezidenta Miloše Zemana zlidštit a přiblížit běžným občanům, resp. divákům. Mohu jen spekulovat, zda se jednalo o záměr nebo o předem promyšlený výrok.

Další ze sporných vyjádření Karla Voříška bylo následující: „Pane prezidente, mně to nedá. Já jsem teď někde četl, že vy začínáte žít zdravěji, než jste žil předtím. Omezil jste kouření?“ Tato otázka byla velmi osobní, nemířila k meritu věci, pokud byl probíraným tématem v danou chvíli tzv. protikuřácký zákon. Prezident Zeman dostal navíc možnost v přímém přenosu sdělovat detaily ze svého osobního života. Ty jsou, myslím, za hranicemi věcné debaty prezidentských kandidátů. Jiří Drahoš žádnou osobní otázku během večera od moderátora nedostal.

Důležitým aspektem, kterého jsme nebyli svědky např. v prezidentských debatách v USA, se stalo to, že během večera Karel Voříšek několikrát ve své promluvě zmínil aktuální sledovanost přímého přenosu. Podle jeho vyjádření se dostala až na 2,2 milionu diváků. To potvrdil i server *Mediaguru.cz*, který údaj zpřesnil na 2,24 milionů diváků straších 15 let. Debata se stala nejsledovanějším pořadem TV Prima v její historii. (*Mediaguru.cz*, 2018)

Moderátor se rozloučil s diváky za bujarého povzbuzování kandidátů publikem v sále také poměrně emotivně, s rukama nad hlavou zvolal: „Ať nás provází síla našich volebních hlasů!“

4.2.3.2. Česká televize – Světlana Witowská

Výběr Světlany Witowské jako moderátorky úplně poslední prezidentské debaty před otevřením volebních místností mnohé překvapil. Až do této doby byli diváci České televize zvyklí, že velké politické diskuze a předvolební panely moderuje Václav Moravec, moderátor pořadu *Otázky Václava Moravce* a měsíčního diskuzního pořadu *Fokus Václava Moravce*. Bylo tomu tak i u debat v roce 2013, jak jsem již popsala v teoretické části. Podle informací ČTK Václav Moravec dostal i v tomto případě nabídku moderovat prezidentskou debatu, rozhodl se ji ale odmítnout. (ČTK b, 2018)

Světlana Witowská je, podobně jako Karel Voříšek, stálíci televizního zpravodajství. Ovšem nejen z pozice hlasatelky zpráv, ale také z pozice novinářky, která v té době moderovala zpravodajsko-publicistický pořad *Interview ČT24*. V České televizi začala pracovat v roce 1996. Působila také ale na soukromé TV Prima, kde od roku 2005 do roku 2010 moderovala hlavní zpravodajskou relaci. Do České televize se vrátila a od roku 2014 moderovala pořad *Interview ČT24*. V současné době moderuje hlavní zpravodajské relace *ČT1* a *ČT24 – Události* a *Události, komentáře*. Za svou práci získala *Cenu Karla Havlíčka Borovského* za rok 2017.⁴⁶

Moderátorka oba kandidáty přivítala a představila plánovanou strukturu prezidentské debaty. Důsledně střídala udělování slova nebo pořadí kandidátů při zodpovídání jejich otázek. V úvodu debaty, kdy si začali Jiří Drahoš a Miloš Zeman skákat do řeči, rázně, ale přitom zdvořile zklidní situaci slovy: „Pánové, prosím, tuto diskuzi řídím já teď momentálně, takže vás poprosím, abyste mě prosím poslouchali.“ A dále trvala na své otázce. Odpovědi na své dotazy se ostatně stejným způsobem dožadovala v průběhu celého pořadu tak, aby žádná z jejích otázek nezůstala nezodpovězená.

Světlana Witowská byla důsledná, kladla doplňující, konfrontační otázky. Z debaty nelze dle mého názoru získat pocit, že by některému z prezidentských kandidátů bylo straněno, že by na některého z nich mířily ostřejší, nebo naopak snadnější a příjemnější otázky. Během analýzy jsem si nevšimla žádných dotazů nebo promluv moderátorky, které by dokazovaly náklonnost k jednomu nebo druhému z nich.

⁴⁶ ČESKÁ TELEVIZE: *Světlana Witowská – moderátorka zpravodajství*. [online]. cit. 21.4.2019. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/lide/svetlana-witowska/>

Zajímavým momentem z hlediska moderace se stal seznam sponzorů kampaně Miloše Zemana. V momentě, kdy se Witowská zeptala na to, odkud je 11 milionů, které zaplatil spolek Přátelé Miloše Zemana za jeho kampaň, odvětil prezident Zeman: „Výborně, já jsem si tuhle otázku neobjednal, paní Witowská“. Moderátorka ihned zareagovala: „To mohu potvrdit“. Načež Miloš Zeman poprvé v rámci předvolební kampaně ukázal seznam všech dárců spolku a prosil o jeho předání Jiřímu Drahošovi. V daný moment moderátorka promptně zareagovala, nenechala se vyvést z míry, a tím i deklarovala, že nelze otázky do prezidentské debaty objednat ke spokojenosti některého z kandidátů.

Financování Zemanovy kampaně bylo otazníkem prezidentských voleb. Přestože Jiří Drahoš seznam jmen od Miloše Zemana odmítl se slovy: „Já je nepotřebuji,“ moderátorka dle mého velmi správně trvala na tom, aby Miloš Zeman alespoň některá jména přečetl a následně si ho sama nechala. Poté ho České televize zveřejnila v kompletní podobě na svých stránkách.⁴⁷ Díky vhodné reakci Witowské tak měli všichni voliči příležitost do seznamu dárců nahlédnout.

Důkazem, že Witowská nikomu nenadržovala a že po celou dobu měla debatu ve svých rukou, mohly být i následující situace. Například se snažila uklidnit Jiřího Drahoše, který mluvil nevyzván: „Pane profesore, prosím, já se teď ptám pana prezidenta.“ Aby hned záhy reagovala na slova Miloše Zemana: „Až pan Drahoš přestane povykovat, vám rád odpovím,“ takto: „Pane prezidente, prosím, zachovejme důstojnost debaty. Já jsem pana Drahoše požádala o to, aby vám neskákal do řeči.“

Je třeba také dodat, že moderátorka kladla doplňující otázky ve všech částech debaty, ať už se jedná o jí řízenou diskuzi na různá témata v první části, nebo otázky ústavních činitelů, či když si kandidáti pokládali dotazy sobě navzájem.

Na závěr debaty moderátorka poděkovala diskutujícím, divákům, oslovila i přítomné v sále, kteří podle ní vytvořili svým favoritům příjemnou atmosféru. Ještě, než živý přenos skončil, ocenil prezident Miloš Zeman její výkon slovy: „I když to většinou nedělám, mojí

⁴⁷ ČT24: *Zeman v duelu zveřejnil jména sponzorů kampaně. Drahoš je má veřejně.* [online] 25. 1. 2018. cit. 21.4.2019. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2373157-zeman-v-duelu-zverejnil-jmena-sponzoru-sve-kampane-drahos-je-ma-verejne-jednoho-darce>

povinností je poděkovat moderátorce za férové vedení debaty. Nikomu nestraniła a nebyla nikým než sama sebou ovlivněna,” řekl. Jiří Drahoš dodal, že souhlasí.

Nejen prezidentští kandidáti ovšem ocenili výkon moderátorky debaty na veřejnoprávní televizi. V médiích a na sociálních sítích zaznívala pochvala od novinářů, komentátorů, odborníků a politiků. Níže jsem vybrala pár komentářů od různých osobností, které toto tvrzení dokazují:

Matěj Trávníček, politolog z Institutu politologických studií FSV UK:

„(Witowská) předvedla výborný výkon a řekla si o to moderovat větší pořad než Interview ČT24.“⁴⁸

Václav Legner, mediální lektor, Metropolitní univerzita:

„Zatímco moderátorka byla nakonec bravurní, Jiří Drahoš se počáteční nervozity nezbavil.“⁴⁹

Ondřej Kundra, novinář, *Týdeník Respekt*:

„Světlana Witowská předvedla skvělý, profesionální výkon. V mých očích rehabilitovala řemeslo televizní debaty, oproti té ostudě na Primě.“⁵⁰

Jan Kuliš, novinář, *Deník Referendum*:

„Debata byla zvláště díky dramaturgii České televize a moderátorce Witowské značně kultivovanější než v případě minulé debaty na televizi Prima. To byla nejzřetelnější změna.“⁵¹

⁴⁸ SATTLER, Jakub: *Prezidentský duel vyhrála Witowská. Drahoš prohrál hned na začátku, míní expert*. In Lidovky.cz, [online]. 26. 1. 2018. cit. 21.4.2019. Dostupné z:

https://www.lidovky.cz/domov/experti-hodnoti-debatu-prezidentskych-kandidatu-na-ceske-televizi.A180125_220708_in_domov_rsa

⁴⁹ Tamtéž

⁵⁰ PÁSZTOR, Dávid: *Drahoš odrážal Zemanove výpady, nejlepší výkon v prezidentskej debate však predviedla ČT a moderátorka*. In Dennikn.sk, [online]. 26. 1. 2018 [cit. 21.4.2019]. Dostupné z: <https://dennikn.sk/1010074/drahos-odrazal-zemanove-vypady-najlepsi-vykon-v-prezidentskej-debate-vsak-predviedla-ceska-televizia-a-jej-moderatorka/>

⁵¹ DENÍK REFERENDUM: *Verdikt DR k debatě v České televizi: Napravený dojem*. In Denikreferendum.cz, [online]. 26. 1. 2018. cit. 21. 4. 2019. Dostupné z: <http://denikreferendum.cz/clanek/26941-verdikt-dr-k-debate-v-ceske-televizi-napraveny-dojem>

Tomáš Prouza, bývalý tajemník vlády pro evropské záležitosti:

„Výborně připravená, důrazná a korektní Světlana Witowská. Takto mají vypadat klíčové politické debaty. Díky za to!“⁵²

Markéta Pekarová Adamová, poslankyně a místopředsedkyně TOP 09:

„Jestli si můžeme odnést z dnešní debaty prezidentských kandidátů něco navíc, tak je to jasná ukázka, proč potřebujeme nezávislou veřejnoprávní televizi. Kvalitní službu veřejnosti, profesionální žurnalistiku. Važme si jí a braňme ji před útoky všech destruktivních snah.“⁵³

Bohumil Pečinka, komentátor, *Reflex*:

„České televizi v uplynulých pěti letech vyrostla nová generace novinářů, kteří mají dobré vzdělání a dokáží vést politické debaty na úrovni západních televizí. Světlana Witowská je jednou z nich. Lidé z této generace dokazují, že když dostanou šanci, jsou schopni zvládnout i debatu dvou prezidentských kandidátů a dají zapomenout na přežilé debaty Václava Moravce. I tenhle moment udělal z přenosu České televize důstojnou událost.“⁵⁴

Toto jsou jen některé z reakcí, které již daný večer a hojně pak následující den plnily mediální prostor. Dokazuje to, že debata na České televizi vyvolala diskuzi nejen o prezidentské volbě, kandidátech a tématech, kterými se zabývala, ale také o potřebnosti veřejnoprávní televize a profesionálního přístupu novinářů v této době.

4.2.3.3. Role moderátora – vyhodnocení

Role moderátora v jednotlivých debatách se značně lišila. V té na TV Prima byl Karel

⁵² IDNES.cz: *Prezidentská debata na úrovni, moderátorka Witowská obstála, míní politici*. In iDnes.cz, [online]. 25. 1. 2018. cit. 21. 4. 2019. Dostupné z: https://volby.idnes.cz/prezidentska-debata-ohlasy-reakce-politici-milos-zeman-jiri-drahos-ct-ceska-televize-svetlana-witows-i63-volby.aspx?c=A180125_225004_prezidentske-volby-2018_ane

⁵³ INFO.cz: *Debata na ČT: Witowská hvězdou večera. Takto hodnotí večerní duel politici*. In Info.cz, [online]. 25. 1. 2018. cit. 21. 4. 2019. Dostupné z: <https://www.info.cz/volby/prezidentske-volby-2018/debata-na-ct-witowska-hvezdou-vecera-takto-hodnoti-vecerni-duel-politici-23040.html>

⁵⁴ PEČINKA, Bohumil: *Bohumil Pečinka: Nedobry čtvrtční večer inženýra Zemana*. In Reflex.cz, [online]. 26. 1. 2018. cit. 21. 4. 2019. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/clanek/volby-prezidentske-volby-2018/84680/bohumil-pecinka-nedobry-ctvrtecni-vecer-inzenyra-zemana.html>

Voříšek více jako uvaděč pořadu. Mnoho do diskuze nezasahoval, nedoptával se a jeho otázky nebyly příliš založeny na faktech, spíše na dojmech a emocích, nechával kandidátům mnohem volnější prostor k vyjadřování a spíše jim uděloval, nebo se snažil udělovat, slovo. Výsledkem byla debata především mezi Jiřím Drahošem a Milošem Zemanem, kladli si otázky častokrát sami navzájem. Výše jsem zmínila některé sporné momenty moderátora Voříška, které zasluhují kritiku, jako jsou například osobní otázky na prezidenta Zemana, subjektivní hodnocení či neúspěšná snaha uklidnit publikum. Je třeba ovšem říci, že formát pořadu na TV Prima nevyžadoval nutně stejný přístup jako na veřejnoprávní České televizi.

Debata na TV Prima se odehrála zhruba před tisícovkou neukázněných diváků. Moderátor tak měl ztížené podmínky, publikum do promluv obou kandidátů vstupovalo, přestože se ho snažil uklidnit, tak nebylo v jeho moci zjednat zcela pořádek. K tomuto pořadu TV Prima přistupovala pravděpodobně jako k show spíše než jako k serióznímu zpravodajsko-publicistickému diskuznímu pořadu. Moderátor Voříšek podle všeho splnil svou roli dobře. Soudím tak z toho, že si zcela vědomě vedení televize vybrala moderátora, který neměl do té doby zkušenosti s žádným podobným formátem, ale vsadilo spíše na roky proslavenou tvář TV zpravodajství. Záměrem komerční televize je vždy především přilákat k obrazovkám diváky. Neudivuje mne tedy, že zvolila Karla Voříška, který je jednou z nejvýraznějších tváří zpravodajství na TV Prima a který je svým projevem schopný zaujmout. Důležitým faktorem při výběru moderátora mohlo být také to, zdali je ochoten tuto nabídku přijmout.

Nejen po zkušenosti s pořadem na TV Prima se domnívám, že od debaty na České televizi měli diváci, politici, novináři i samotní kandidáti velká očekávání. Mělo se jednat o druhé a poslední veřejné střetnutí obou kandidátů jen pár hodin před tím, než se otevřely volební místnosti. Pro mnohé debata na TV Prima navíc nesplnila očekávání, minimálně co se týče formátu a probíraných témat. Česká televize dbá na zpravodajské standardy a s přihlédnutím např. na neukázněné publikum na TV Prima přistoupila ke své dramaturgii prezidentské debaty o to důsledněji.

Přestože Světlana Witowská do té doby neměla zkušenosti s moderací podobně významné politické diskuze, několik let ve veřejnoprávní televizi a její zkušenosti s vedením

rozhovorů v rámci pořadu *Interview ČT24* ji pro tento úkol dostatečně kvalifikovalo, i když byla až druhou volbou České televize po Václavu Moravcovi.

Světlana Witowská měla výhodu oproti Karlu Voříškovi v tom, že nebyla ve své práci rušena pokřikujícím publikem, v zákulisí měla podporu od velkého týmu analytiků a rešeršistů, kteří kontrolovali správnost výroků kandidátů okamžitě během přímého přenosu. Zázemí, ať už technické, ale zejména novinářské, má Česká televize mnohem masivnější. Jak vyplývá z reportáže zpravodajského týdeníku *Newsroom*, který informuje o událostech uplynulého týdne v médiích, tvořilo zázemí prezidentské debaty na České televize zhruba sto dalších pracovníků. S moderátorkou komunikoval editor debaty prostřednictvím tzv. ucha, navíc probíhaly rešerše a ověřování výroků díky speciálnímu týmu redaktorů.⁵⁵ Zázemí debaty na TV Prima nebylo médiím odhaleno. Určitou roli pro pozitivní ohlasy na styl moderace debaty redaktorkou Witowskou mohl sehrát také fakt, že je žena. Scénu mezi dvěma mužskými prezidentskými kandidáty zjemnila, působila klidně a vyrovnaně, diskuzi zbytečně nevyostřovala.

Světlana Witowská si díky precizně zvládnuté moderaci prezidentské debaty na České televizi vysloužila řadu kladných reakcí u diváků i odborníků. Jak jsem již zmínila, dostala příležitost se pak stát jednou z hlavních zpravodajských tváří České televize v pořadu *Události a Události, komentáře*. Také moderovala významnou diskuzi prezidenta Miloše Zemana a premiéra Andreje Babiše u příležitosti 100 let od vzniku republiky.⁵⁶ Světlana Witowská prokázala, že patří k české moderátorské špičce a že je může být právem vzorem pro ostatní novináře.

4.3. Vliv debat na rozhodování voličů (výzkum agentury Median)

Jak jsem již avizovala, v práci jsem se odchýlila od schválených tezí, sama jsem pomocí dotazníkového šetření nezkoumala vliv prezidentských debat na rozhodování voličů.

⁵⁵ NEWSROOM ČT24: *Neděle 28. ledna 2018*. In ceskatelevize.cz. [online]. 28. 1. 2018. cit. 21. 4. 2019. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/11030967025-newsroom-ct24/218411058170004/video/596677>

⁵⁶ 100 LET REPUBLIKY: *Rozhovor s prezidentem a premiérem*. In ceskatelevize.cz. [online]. 28. 10. 2018. cit. 21. 4. 2019. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/12511231596-100-let-od-vzniku-ceskoslovenske-republiky/218411033621028-debata-prezidenta-milose-zemana-a-premiera-andreje-babise>

Hlavním důvodem je to, že už profesionální výzkum ověřené agentury vznikl, a to pomocí dotazování v reálném čase, bezprostředně po odvysílání debat. Zpracovala ho agentura Median a výsledky zveřejnila na svých stránkách pod názvem *Prezidentský panel 2018 - Debaty a rozhovory na televizních stanicích, jejich hodnocení a vliv na rozhodování o volbě*, ze dne 29. 1. 2018⁵⁷, průzkum si zadávala firma Seznam.cz.

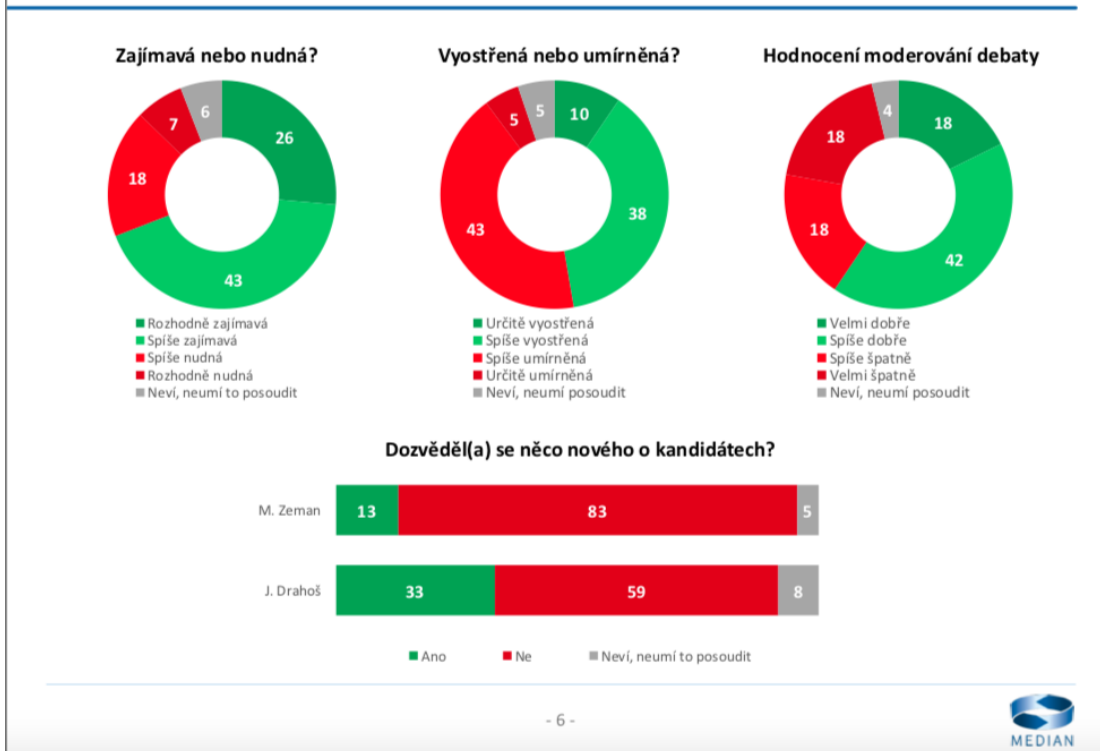
Výzkum byl proveden na základě kvótního výběru respondentů, ve třech vlnách dotazování (a to během posledního předvolebního týdne 22.–27. 1. 2018, kdy se konaly i obě prezidentské debaty analyzované v této diplomové práci). Agentura Median se zaměřila na všechny čtyři televizní výstupy označované jako prezidentské debaty, ale jak jsem již zmínila, pouze ve dvou se střetli oba prezidentští kandidáti (TV Prima a Česká televize, případný vliv na rozhodování voličů debat na TV Nova nebo TV Barrandov tedy pro tuto práci neuvažuji.)

Debatu na TV Prima a České televizi zaznamenala většina dotázaných, nezaznamenalo ji pouze 24 % (TV Prima) a 21 % (Česká televize) z nich.

Debatu na TV Prima hodnotili diváci podle průzkumu Median následovně:

- 2/3 z nich přišla zajímavá,
- asi polovině dotázaných přišla umírněná, druhé polovině naopak vyostřená (to poukazuje na to, jak rozdílné reakce vyvolává prezidentská volba),
- moderátora hodnotili diváci také rozporuplně, větší část ho v průzkumu pochválila, ale 18 % z dotázaných hodnotilo jeho výkon jako „velmi špatný“,
- o Miloši Zemanovi se prý nedozvěděli v naprosté většině nic nového,
- o Jiřím Drahošovi se třetina diváků naopak něco nového dozvěděla.

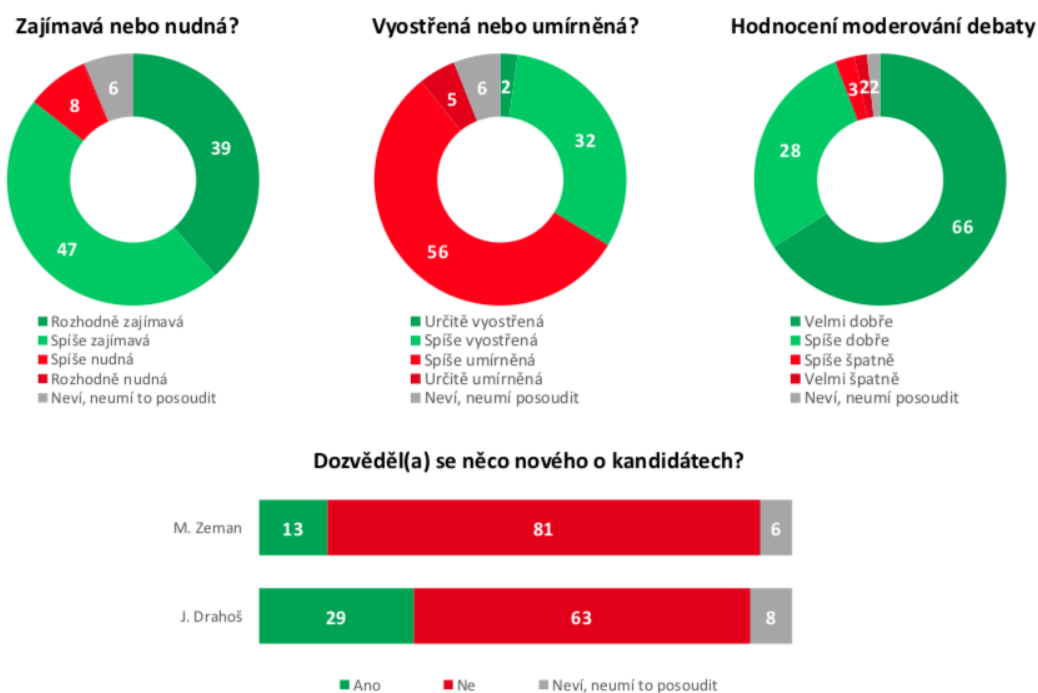
⁵⁷ MEDIAN: *Prezidentský panel 2018 - Debaty a rozhovory na televizních stanicích, jejich hodnocení a vliv na rozhodování o volbě*, 29. 1. 2018, cit 19. 4. 2019, dostupné z: http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/2018/01/PREZIDENTSKY_PANEL_Vliv_debat_SEZNAM.pdf



Grafika 3: Hodnocení debaty TV Prima, zdroj: Median, dostupné z: http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/2018/01/PREZIDENTSKY_PANEL_Vliv_debat_SEZNAM.pdf

Debatu na České televizi diváci hodnotili takto:

- téměř všem dotázaným přišla zajímavá,
- za velmi vyostřenou ji považovala pouhá 2 % diváků, naopak více než polovina z nich ji hodnotilo jako umírněnou,
- téměř všichni (94 %) dotázaní hodnotí výkon moderátorky jako velmi dobrý nebo spíše dobrý,
- o Miloši Zemanovi se většina z nich nedozvěděla nic nového,
- o Jiřím Drahošovi se třetina dozvěděla nové informace.



- 7 -



Grafika 3: Hodnocení debaty ČT, zdroj: Median, dostupné z: http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/2018/01/PREZIDENTSKY_PANEL_Vliv_debat_SEZNAM.pdf

Výzkum potvrzuje z větší části to, co jsem napsala v předchozích kapitolách. Debata na TV Prima byla i kvůli hlučnému publiku, polarizujícím tématům a subjektivně kladeným otázkám hodně emotivní. To dokazují i diváci, kteří se naprosto neshodnou na hodnocení, zda byla umírněná nebo vyostřená. Naproti tomu debata na České televizi většinou přišla umírněná a hodnotili ji jako zajímavější než na TV Prima. To je dle mého způsobeno pestrostí témat a jejich výběrem i mírou konfrontace prezidentských kandidátů. Zajímavé je podívat se na rozdílné hodnocení výkonů moderátorů, průzkum potvrdil to, co jsem zmínila výše – Světlana Witowská si svým profesionálním výkonem získala přízeň téměř všech diváků, bez ohledu na jejich voličské preference. Naproti tomu Karel Voříšek coby moderátor pořadu působil na voliče rozporuplně, jedna pětina jeho výkon zcela odsoudila.

Z tohoto výzkumu vyplývá, že „všechny debaty měly subjektivně vliv na posílení voličské angažovanosti – zhruba 20 % diváků každé z debat deklaruje po jejím odvysílání, že zvýšila jeho ochotu zúčastnit se voleb. Po debatě Primy 16 % diváků deklarovalo příklon

k Zemanovi a 9 % k Drahošovi. Po debatě ČT byl tento poměr vyrovnanější (15:10), ale také ve prospěch Miloše Zemana.⁵⁸

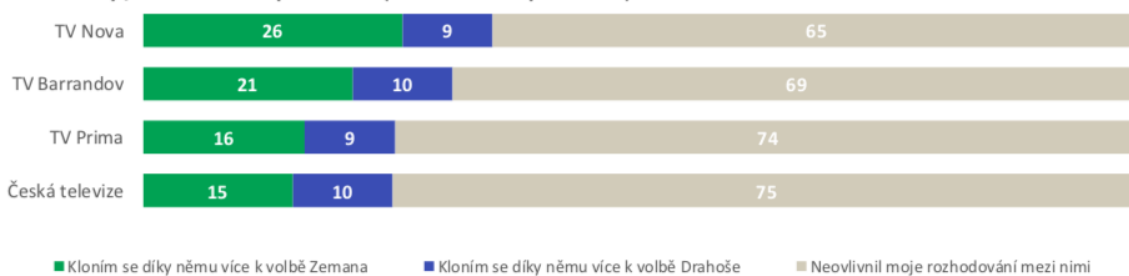
Autoři výzkumu tak došli k závěru, že debata na TV Prima šance Jiřího Drahoše stát se prezidentem zřejmě snížila. Nezískal žádné nevoliče a nerozhodnuté voliče. K Miloši Zemanovi se díky debatě naopak posunula část nevoličů. Debata na České televizi vyvolala v divácích srovnatelnější reakce. Došlo k utvrzení voličského jádra u obou kandidátů a ke zhruba rovnoměrnému přesunu před debatou zcela nerozhodnutých diváků k oběma kandidátům.⁵⁹

Subjektivně pociťovaný vliv debat – na účast a preferenci

Vliv debaty / rozhovoru na ochotu k účasti (hodnocení respondenta)



Vliv debaty / rozhovoru na preferenci (hodnocení respondenta)



N = XXX respondentů; zobrazena % odpovědí

Grafika 4: Subjektivně pociťovaný vliv debat – na účast a preferenci, zdroj: Median, dostupné z:

http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/2018/01/PREZIDENTSKY_PANEL_Vliv_debat_SEZNAM.pdf

⁵⁸ MEDIAN: *Prezidentský panel 2018 - Debata a rozhovory na televizních stanicích, jejich hodnocení a vliv na rozhodování o volbě*, 29. 1. 2018, cit 19. 4. 2019, dostupné z:

http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/2018/01/PREZIDENTSKY_PANEL_Vliv_debat_SEZNAM.pdf, str. 2

⁵⁹ Tamtéž, str. 11, 12

Z průzkumu vychází, že ač debaty zaznamenala většina z dotázaných, jen zhruba pětina (případ České televize) a čtvrtina (případ TV Prima) změnila přístup k volbě. Většina diváků deklarovala, že televizní prezidentské debaty neovlivnily jejich chuť se voleb účastnit. V obou případech účast a výkon v televizní debatě pomohla Miloši Zemanovi.

Z průzkumu agentury Median lze dovodit, že televizní prezidentské debaty neměly zásadní vliv na rozhodování voličů, dokonce ani většinově neovlivní, zda se lidé rozhodnou jít k volbám, či nikoliv. Potvrzuje to i názory Denise McQuaila a Boba Franklina, které jsem interpretovala v teoretické části v kapitole 5. *Vliv médií na politiku, vliv politiky na média*. Nicméně z těch, kteří uvedli, že jim tyto pořady nějakým způsobem změnila pohled nebo názor na prezidentskou volbu, se většina přiklonila k prezidentu Miloši Zemanovi. Myslím, že v této mediální disciplíně vítězí schopnější rétor, kterým současný prezident Zeman rozhodně je, odpovídal jasně, jednoduše, většinou krátce. To na diváky působilo mnohem důrazněji, než pochybnosti či diplomatické odpovědi jeho protikandidáta Drahoše. Také hraje dle mého názoru důležitou roli to, že se jednalo o známějšího kandidáta (Miloš Zeman působí v české politice od dob sametové revoluce, navíc prezidentský mandát obhajoval). Diváky také ovlivnil způsob moderace, zejména na TV Prima, kdy Karel Voříšek k Miloši Zemanovi volil smířlivější přístup, jak jsem ostatně popsala výše. Jiřímu Drahošovi velmi uškodilo v TV Prima neukázněné publikum, kvůli kterému značně znejistěl.

4.4. Prezidentské debaty v ČR a v USA – srovnání

Moderní pojetí televizních debat prezidentských kandidátů ve Spojených státech, jak jsem se ho pokusila shrnout v kapitole 2.3. *Prezidentské debaty v USA – moderní pojetí*, a v České republice se v základních parametrech shoduje. Formát všech třech (resp. čtyřech – v jedné z nich debatují kandidáti na viceprezidenta) prezidentských debat je v případě USA stejný. V České republice debata na TV Prima a na České televizi neměla např. shodnou stopáž, srovnání s USA je tedy spíše orientační.

Shodné znaky:

- považováno za mediální vrchol předvolební kampaně,
- diskutují dva klíčoví kandidáti na prezidenta (v USA z republikánské strany a ze strany demokratů, v ČR ti dva, kteří postupují do druhého kola volby),
- debata se odehrává před živým publikem,
- je přítomný jeden klíčový moderátor, který kandidátům klade otázky a určuje tempo diskuze, dohlíží na dodržování času a střídání jejich promluv,
- vysílatel používá různé vizuální a zvukové efekty, tj. znělku, předěly, grafiky aj.,
- stopáž 90 minut (shodné v případě České televize),
- moderátorem avizovaná struktura debaty,
- tematická pestrost – bohaté zastoupení témat vnitropolitických, zahraničních, ekonomických, jednotlivá témata jsou od sebe oddělena v rámci debaty, a to grafikou, znělkou nebo podobným předělovým prvkem,
- vysíláno živě,
- velký mediální ohlas.

Debaty v Česku se od debat v USA liší naopak v následujícím:

- v Česku není stanoven přesný počet televizních debat prezidentských kandidátů (v USA tři),
- chybí tradice pořádání debat,
- publikum výrazně ovlivňuje průběh debaty – zejména v případě TV Prima, reakce publika jsou nevyvážené – v případě TV Prima bylo publikum velmi aktivní, naopak v případě České televize bylo značně komornější (publikum v případě USA nebylo oprávněno zasahovat do průběhu debaty, moderátor na začátku přímého přenosu diváky přítomné na místě na tento fakt důrazně upozornil),
- kandidáti nejsou tak ukázněni, výrazně více si skáčou do řeči,
- debata není tak strukturalizovaná – případ TV Prima,
- chybí reportéři ve volebních štábech jednotlivých kandidátů,
- není kladen takový důraz na zahraničněpolitická témata.

Rozdíly, které jsem výše zmínila, jsou ve velké míře dány tím, že v České republice máme

jiný politický systém – i přes zavedení přímé volby prezidenta jsme stále parlamentní demokracií, zatímco Spojené státy mají systém prezidentský. Pravomoci prezidenta v USA jsou výrazně širší, rozsáhlejší, větší než u nás. Navíc prezident Spojených států je z důvodu ekonomické, vojenské i symbolické moci této země považován za jednoho z nejvlivnějších lidí planety. V televizní prezidentské debatě tento fakt nutně ovlivňuje jak výběr témat (důraz na zahraniční politiku a globální problematiku), tak i celkový přístup kandidátů a vysílatelů. Zcela jistě se pojetí televizních debat v USA více blíží volba formátu provedená Českou televizí – nejen zmíněnou stopáží, ale také je debata serióznější, podstatně lépe, resp. důsledněji vyvážená, vedena přední českou novinářkou-profesionálkou, kandidáti si neskáčou do řeči, chovají se distingovaně a s nimi i publikum, které až na krátký potlesk do debaty nezasahuje. Pojetí debaty na TV Prima spíše připomíná mnohé laciné reality show.

5. Závěr

Přímá volba prezidenta v České republice nemá dlouhou tradici. Byla tu zavedena v roce 2012, od roku 1993 do roku 2012 volil prezidenta nepřímo Parlament České republiky. Sněmovna schválila *Ústavní zákon č. 71/2012 Sb., kterým se mění ústavní zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky, ve znění pozdějších ústavních zákonů, o přímé volbě prezidenta*, v prosinci 2011, Senát toto přijal usnesením v únoru 2012. Poprvé si šli občané volit hlavu státu v lednu 2013. Funkční období prezidenta České republiky je totiž 5 let. V této práci jsem se ovšem zaměřila na historicky již druhou přímou volbu prezidenta, která se udála v lednu 2018, a to konkrétně na speciální politickou i mediální disciplínu – prezidentské debaty.

Cílem této diplomové práce bylo analyzovat dvě televizní události – prezidentskou debatu *Hledá se prezident 2018* na soukromé TV Prima, vysílanou 23. 1. 2018, a debatu *Prezidentský duel – Finále* publikovanou veřejnoprávní Českou televizí, vysílanou 25. 1. 2018. Jedná se o jediné dva televizní pořady, ve kterých se tváří tvář střetli dva prezidentské kandidáti postupující do druhého kola přímé volby prezidenta v roce 2018 – Miloš Zeman a Jiří Drahoš.

Toto téma jsem si vybrala, protože byly tyto volby prvními, k jejichž mediálnímu pokrytí jsem osobně přispívala, konkrétně svou prací pro DVTV. Debaty jsem sledovala v přímém přenosu, z výroků, které během nich padly, jsem nadále čerpala při přípravě rozhovorů v následujících dnech. Zajímalo mě zejména, jak a v čem konkrétně se liší pojetí a realizace na soukromé televizní stanici a jak k tomuto formátu přistupuje veřejnoprávní instituce. Dále jsem se zajímala o to, jaký mohou tyto duely mít vliv na rozhodování voličů.

V teoretické části jsem se pokusila ukázat, jak televize ovlivňuje náš každodenní život a jaký má v něm význam. Televizorem je vybavena naprostá většina českých domácností. K televizi se obracíme, když potřebujeme získat rychlé zprávy o světě, a to i přes sílicí vliv internetu. Díky němu se televize sama značně proměňuje, nabízí v dnešní době mnohem více funkcí – za všechny můžeme zmínit popularitu streamovacích služeb na vyžádání, jako je např. Netflix nebo HBO Go.

Snažila jsem se vystihnout, jaký je vliv médií na politiku a politiky na média, protože se jedná o vztah reciproční. Média ovlivňují politiku, stejně jako jakékoliv politické události

nutí média reagovat. Konkrétně prezidentské debaty jsou považovány za vrchol předvolební kampaně. Jsou velmi sledované, jak jsem doložila na příkladu z USA (a to jak v roce 1960, tak v roce 2016), nicméně je těžké změřit, do jaké míry ovlivňují voliče.

Na historickém příkladu z USA, kde se v roce 1960 konala vůbec první série televizních prezidentských debat, jsem ovšem poukázala na to, že i zdánlivě malé detaily, jako je svěží vzhled či správné oholení, mohou v divácích vyvolat pozitivní nebo negativní reakce a zájem či neochotu kandidáta volit. Věnovala jsem se také celkovému pojetí debaty v roce 1960 a snažila jsem se postihnout ty největší rozdíly od toho, jak prezidentské debaty vypadají v USA v současnosti, a to na příkladu první prezidentské debaty mezi Hillary Clintonovou a Donaldem Trumpem na podzim 2016. Z komorního formátu se stala velká televizní show vysílaná živě před publikem, nicméně serióznost a profesionální přístup si tento formát v USA i přesto zachoval.

Krátkou kapitolu jsem také věnovala historii prezidentských debat v České republice – tam se jednalo pouze o sérii televizních diskuzí v lednu roku 2013. V souvislosti s nimi a s jejich vlivem na rozhodování voličů se komentátoři zabírali především tzv. Benešovými dekrety, které se nečekaně staly hlavním bodem debat.

Oproti schváleným tezím jsem se v mnohém odchýlila. Zmíněný vliv debat na rozhodování voličů jsem měla zkoumat vlastním dotazníkovým šetřením, ale, jak vysvětluji v kapitole 3.3. *Opomenuté metody oproti schváleným tezím*, rozhodla jsem se tuto problematiku vynechat, protože již existuje profesionálně odvedený průzkum veřejného mínění od agentury Median. Jeho výsledky jsem tedy jen krátce interpretovala.

Jádrem práce se tedy stalo to, jaké najdeme rozdíly nebo naopak shody ve zpracování jednotlivých debat mezi zmíněnými vysílateli. Jako výzkumnou metodu jsem zvolila obsahovou kvalitativní analýzu a následnou komparativní analýzu výstupů z obou debat – na TV Prima i na České televizi. Snažila jsem se najít odpověď na následující otázky:

- jak se lišilo pojetí tohoto specifického televizního formátu na soukromé TV Prima a na veřejnoprávní České televizi,
- do jaké míry přistupovaly tyto instituce odlišně nebo naopak shodně k výběru a řazení témat,
- jak lze porovnat výkony moderátorů a jejich styl moderace,
- jaké byly během debaty použity vizuální a zvukové prostředky,

- jaké bylo celkové vyznění debaty podepřené názory novinářů, politologů či jiných odborníků z médií,
- zda a případně jakým způsobem lze posoudit možný vliv televizních debat na rozhodování voličů.

Velké rozdíly mezi debatami jsem zaznamenala především v oblasti volby probíraných témat a v přístupu moderátora. Vizuální a zvukové prostředky se naopak většinou podobaly. TV Prima přistoupila k debatě spíše jako k show – zvolila moderátora Karla Voříška, který je sice všeobecně známý a je to jedna z hlavních tváří soukromé televizní obrazovky, nicméně s moderováním podobně náročných politických diskuzí nemá v podstatě žádné zkušenosti. Také témata do velké míry nesouvisela s přímou volbou prezidenta a s jeho pravomocemi, které v úřadu může zastávat. Naopak TV Prima volila témata, které rozdělují společnost – kouření v restauračních zařízeních, ústavní právo na držení zbraní nebo masová migrace a její skutečné, možné i vyfabulované důsledky. Rámování zpravodajských příspěvků, které tato témata uvozovaly, bylo v mnohem případech značně manipulativní, ukazovalo často pouze jeden pohled na danou problematiku.

Naproti tomu debata na České televizi se zabývala mnohem širším spektrem témat a upřednostnila taková, která mají přímou souvislost s výkonem funkce prezidenta. Také se věnovala prezidentské kampani a nejbližšímu okolí obou kandidátů, jako je hradní kancléř, tiskový mluvčí nebo poradci. Světlana Witowská svým profesionálním výkonem v roli moderátorky zajistila, aby se všemi odpověďmi byli kandidáti stejnou mírou konfrontováni. Její práci ocenili nejen odborníci, novináři i politici, ale také samotní diváci, jak vyplývá z průzkumu agentury Median.

Debata na České televizi více odpovídala standardům, které můžeme vidět v prezidentských televizních debatách v USA. Kromě seriózní novinářské práce moderátora nebo moderátorky a zodpovědného přístupu k výběru a řazení témat pak velkou roli sehrálo klidné publikum. V USA má publikum zákaz během vysílání zasahovat jakýmkoliv projevy do jeho průběhu. Stejně tak požádala Světlana Witowská v případě České televize o ukázněné chování. Ona, prezidentští kandidáti ani diváci u televizních obrazovek tak nebyli rušeni neslušnými zvoláními, skandováním ani přespříliš bujarým

potleskem. Toho jsme ale byli svědky v případě debaty na TV Prima. Sprosté výkřiky doprostřed promluv jednoho z kandidátů nejen že znervóznily jeho samotného, ale také moderátora, a degradovaly důležitou politickou a mediální událost na emotivní estrádu.

Jakékoliv volby, tím spíše volby prezidentské, si zaslouží plně profesionální zpravodajský přístup. Debaty by proto měly být sice svým pojetím atraktivní, pro širokou veřejnost přitažlivé, přesto však přísně korektní, vyvážené, seriózní. Měly by především představit názory jednotlivých kandidátů, ale také jejich osobnostní charakteristiky. Měly by přispět k tomu, aby se voliči správně rozhodli. Nikoliv tak, jak si přeje ten či onen kandidát, ta či ona politická strana nebo ten či jiný zahraniční partner, ale tak, aby se diváci, resp. voliči rozhodli podle svého vlastního přesvědčení a pocitu. Aby jim tedy nebyly implantovány názory a pocity cizí. Aby jejich mínění a vnímání nebylo ovlivňováno, manipulováno. Veřejné televizní debaty kandidátů by měly přispívat ke skutečně svobodné volbě, to by mělo být otázkou cti a profesionality médií. Z tohoto hlediska obstála debata vysílaná Českou televizí mnohem lépe než debata vysílaná soukromoprávním kanálem.

Ze zmíněného průzkumu agentury Median vyplývá, že tyto televizní debaty neměly velký vliv na rozhodování voličů. Přestože dosáhly značného mediálního dopadu i ohlasu, většina diváků se ve svém rozhodování jimi již nenechala ovlivnit. Ti, kteří ano, se ale ve většině případů přiklonili k volbě Miloše Zemana. Z toho vyplývá, že v této mediální a politické disciplíně vítězí schopnější rétor, známější tvář a schopnost rychlých, stručných a jasně řečených odpovědí nad diplomatický přístupem a váhavými odpověďmi. Nicméně je třeba brát na zřetel také na skutečnost, že skoro žádný společenský problém nelze vyřešit jednoduchým opatřením, na složité otázky zpravidla není dlouhodoběji možné odpovídat jen triviálními odpověďmi, přestože to je bohužel u většiny společnosti oblíbené. Je třeba se na probíraná témata podívat podrobně, snažit se o různé úhly pohledu, zvážit všechna pro a proti. Prezidentské debaty svým přístupem, zejména pak ta na TV Prima, v mnohém zjednodušují, někdy až bagatelizují závažné otázky týkající se správy našeho státu a je tedy potřeba k nim přistupovat s kritickým myšlením.

Tato práce by mohla sloužit jako střípek do mozaiky analýz o významu a provedení prezidentských debat v České republice. Může být vodítkem pro budoucí dramaturgy tohoto typu pořadu, čeho by bylo dobré se vyvarovat nebo co naopak dobře zafungovalo.

Je také jedním ze záznamů o průběhu prezidentských debat v roce 2018.

6. Summary

The direct presidential election in the Czech Republic has no long tradition. It was introduced here in 2012, from 1993 to 2012 the President of the Czech Republic was elected indirectly – by the Parliament. The Chamber of Deputies approved the Constitutional Act No. 71/2012 Coll., Amending Constitutional Act No. 1/1993 Coll., The Constitution of the Czech Republic, as amended by the Constitutional Act, on the direct election of the President, in December 2011, the Senate adopted this resolution in February 2012.

For the first time, citizens went to vote for the head of state in January 2013. The term of office of the president of the Czech Republic is 5 years. In this thesis, however, I focused on the historically second direct election of the president, which took place in January 2018, specifically on the special political and media discipline – TV presidential debates.

The aim of this thesis was to analyse two television events - the presidential debate *Hledá se prezident 2018* on private TV Prima, broadcast on 23rd January 2018, and a debate *Prezidentský duel - Finále* made by the Czech public television, broadcast on January 25, 2018. This is the only two TV shows in which two presidential candidates advancing towards the second round of direct presidential election in 2018 - Miloš Zeman and Jiří Drahoš - met.

I chose this topic because these elections were the first to contribute to my media coverage, specifically my work for DVTV. I watched the debates live, continuing to draw on the statements they made during the preparation of the interviews in the coming days. In particular, I was interested in how and in what way the concept and implementation of a private television differ and how it is accessed by a public institution. Furthermore, I was interested in how these duels could influence voters' decisions.

In the theoretical part I tried to prove how television affects our everyday life and what is its meaning. The vast majority of Czech households are equipped with television. We turn to TV when we need to get quick news about the world, despite the growing influence of the Internet. Thanks to it, the television itself is changing considerably, offering much more features today - the popularity of on-demand streaming services such as Netflix and HBO Go.

I tried to describe the influence of the media on politics and politics on the media because it is a reciprocal relationship. The media influence politics, just as any political event forces the media to react. Specifically, presidential debates are considered the top of the election campaign. They are popular, as I have shown in the example from the USA (both in 1960 and 2016), but it is difficult to measure to what extent they influence voters.

However, on a historical example from the USA, where the first ever series of television presidential debates took place in 1960, I pointed out that even seemingly small details, such as a fresh look or the right shave, can trigger negative or positive reactions and willingness or unwillingness to vote. I also dealt with the overall concept of the 1960 debate and tried to capture the biggest differences from how presidential debates in the US look today, on the example of the first presidential debate between Hillary Clinton and Donald Trump in the fall of 2016 has become a big TV show broadcast live in front of the audience, but the seriousness and professionalism of this format has been preserved in the US.

I also devoted a short chapter to the history of the presidential debates in the Czech Republic - there was only a series of television discussions in January 2013. In connection with them and their influence on voter decision-making, the commentators mainly dealt with the so-called Beneš Decrees, which unexpectedly became the main point of the debates.

Compared to the approved theses, I deviated in many ways. The impact of the debate on voters' decision-making was to be examined by my own questionnaire survey, but, as I explain in chapter 3.3. *Opomenuté metody proti schváleným tezím*, I decided to ignore this issue because there is already a professionally conducted opinion poll from Median. So I

only briefly interpreted its results.

The main purpose of the work is what we find differences or, conversely, consensus in the processing of individual debates among the broadcasters. As a research method I chose the qualitative content analysis and the following comparative analysis of the outputs from both debates - on TV Prima and on Czech Television. I tried to find answers to the following questions:

- how differed the concept of this specific TV format on private TV Prima and on public Czech Television,
- the extent to which these institutions have approached differently or on the contrary the choice and ranking of topics,
- how to compare moderator performance and moderation style,
- what visual and audio means were used during the debate,
- what was the overall tone of the debate backed by the opinions of journalists, political scientists or other media experts,
- whether and, if so, how to assess the possible impact of television debates on voting.

I have noticed the big differences between the debates especially in the area of choosing the topics discussed and the moderator's approach. On the contrary, visual and sound effects were mostly similar. TV Prima made the debate more like a show - it elected moderator Karel Voříšek, who is generally known and is one of the main faces of a private television screen but has no experience with moderating similarly challenging political discussions. Also, the topics were largely unrelated to the direct choice of the President and his authority. On the contrary, TV Prima chose topics that divide society - smoking in restaurants, constitutional right to possession of weapons or mass migration and its actual and possible consequences. The framing of news reports that introduced themes was much manipulative in many cases, often showing only one view of the issue.

On the other hand, the debate on Czech Television dealt with a much wider range of topics and favoured those that are directly related to the performance of the President's office. It also devoted itself to the presidential campaign and the closest co-workers of both candidates, such as the chancellor, the press spokesperson, or the advisers. With her

professional performance as moderator, Svetlana Witowska ensured that with all the answers the candidates were equally confronted. Her work was appreciated not only by professionals, journalists and politicians, but also by the audience itself, as shown by a survey by Median.

The debate on Czech Television was more in line with the standards we can see in the US presidential television debates. In addition to a serious journalist's work as a moderator and a responsible approach to selecting and ranking themes, a quiet audience played a major role. In the US, the audience is prohibited from interfering with any speeches during the broadcast. Similarly, Svetlana Witowska asked for disciplined behaviour in the case of Czech Television. So, neither the presidential candidates nor the viewers at the television screens were disturbed by indecent appeals, chanting, or over-applauding applause. But we have seen this in the case of a debate on TV Prima. Screaming in the middle of one of the candidates' speeches not only made him nervous, but also the moderator, and demoted an important political and media event into an emotional show.

Any elections, the more presidential elections, deserve a fully professional approach. The debate should therefore be attractive in its conception, attractive to the general public, yet strictly correct, balanced and serious. In particular, they should present the views of individual candidates, but also their personality characteristics. They should help voters make the right choice. Not as the candidate or that political party, but in such a way that the audience, respectively the voters decided according to their own convictions and feelings. So that they are not implanted with opinions and feelings of others. So that their opinion and perception are not influenced, manipulated. Presidential television debates should contribute to a truly free choice, which should be a matter of honour and media professionalism. From this point of view, the debate broadcast by the Czech Television was much better than the debate broadcast on the private channel.

The Median survey shows that these television debates have not had a major impact on voters' decisions. Although they have achieved considerable media impact and response, have no longer influenced most viewers in their decisions. But those who were influenced, in most cases, chose Milos Zeman. This implies that in this media and political discipline, a more capable rhetoric, a more familiar face, and the ability of quick, concise and clearly

stated responses prevail to a diplomatic approach and hesitant answers. However, it should also be borne in mind that almost no social problem can be solved by simple measures, it is usually not possible to answer trivial answers in the long run, although this is unfortunately popular with most societies. It is necessary to look at the topics discussed in detail, to try different perspectives, to consider all the pros and cons. Presidential debates in their approach, especially those on TV Prima, simplify in many ways, sometimes downplaying serious questions about the administration of our state and it is therefore necessary to approach them with critical thinking.

This work should serve as a fragment of a mosaic of analyses of the significance and performance of presidential debates in the Czech Republic. It could serve as a guide for future producers of this type of program, what it would be good to avoid or, on the contrary, what serves good. It is also a detailed analysis of the 2018 presidential debates in the Czech Republic.

Použitá literatura

9/11: *Second plane hits South Tower*. In: Youtube [online]. 9. 9. 2011. cit. 12. 12. 2018. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=sBciZFE8lAw>. Kanál uživatele CNN.

100 LET REPUBLIKY: *Rozhovor s prezidentem a premiérem*. In ceskatelevize.cz. [online]. 28. 10. 2018. cit. 21. 4. 2019. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/12511231596-100-let-od-vzniku-ceskoslovenske-republiky/218411033621028-debata-prezidenta-milose-zemana-a-premiera-andreje-babise>

AHA!: *Moderátor Karel Voříšek (54) o prezidentské debatě: Ještě fouknu do ohně* in ahaonline.cz [online]. 22.1.2018. cit. 3.4.2019. Dostupné z: <https://www.ahaonline.cz/clanek/zhave-drby/143093/moderator-karel-vorisek-54-o-prezidentske-debate-jeste-fouknu-do-ohne.html>

AKTUÁLNĚ.cz: *Zmírnění protikuřáckého zákona neprošlo. Hlasování provázely zmatky, muselo se opakovat*, In Aktualne.cz, 29. 5. 2018, cit. 23. 3. 2019, dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/zive-protikuracky-zakon/r~c6136778631c11e896cd0cc47ab5f122/>

BBC.co.uk: *The Coronation of Queen Elizabeth II*: BBC - Home [online]. cit. 12. 12. 2018. Dostupné z: <https://www.bbc.co.uk/programmes/p019rmk2/members>

BBC.co.uk: *World Remembers Diana*. BBC – Home [online]. cit. 12.12.2018. Dostupné z: <https://www.bbc.co.uk/news/special/politics97/diana/world.html>

BOTEHLO, Greg: *The day politics and TV changed forever*. In CNN.com [online]. 14. 3. 2016. Cit 22. 4. 2019. Dostupné z: <https://edition.cnn.com/2016/02/29/politics/jfk-nixon-debate/index.html>

BROWN, Campbell: *Why I Blame TV for Trump: A former cable host says the industry utterly caved to the candidate*. In Politico.com [online]. 6. 2018. cit. 13. 12. 2018.

Dostupné z: <https://www.politico.com/magazine/story/2016/04/2016-donald-trump-blame-tv-cable-news-media-campbell-brown-campaign-cnn-fox-msnbc-213839>

COMMISSION ON PRESIDENTIAL DEBATES: *1960 Debates*.

In: *Debates.org*. [online] cit. 19. 4. 2019. Dostupné z: <https://www.debates.org/debate-history/1960-debates/>

CUSHION, Stephen. *Television Journalism: Journalism Studies: Key Text*. London: Sage, 2012. ISBN 978-1- 4462-0740-6.

CHALABI, Mona: *Clinton v Trump: why the first post-debate poll should be read with caution*, www.theguardian.com, [online]. 27.9.2016. cit. 3.4.2019. Dostupné z:

<https://www.theguardian.com/us-news/2016/sep/27/post-debate-poll-results-analysis-clinton-trump>

ČESKÁ TELEVIZE: *Prezidentský duel 2013*, 17. 1. 2013, cit. 20. 4. 2019. Dostupné z:

<https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10483849868-mimoradne-porady-ct24-2013/213411033170117-prezidentsky-duel/>

ČESKÁ TELEVIZE: *Světlana Witowská – moderátorka zpravodajství*. [online]. cit.

21.4.2019. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/lide/svetlana-witowska/>

ČT24.cz: *Zeman v duelu zveřejnil jména sponzorů kampaně. Drahoš je má veřejně*,

www.ct24.cz, 25. 1. 2018, cit. 25. 3. 2019, dostupné z:

<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2373157-zeman-v-duelu-zverejnil-jmena-sponzoru-sve-kampane-drahos-je-ma-verejne-jednoho-darce>

ČT24: *Zeman potvrdil zájem o Hrad. Chce vyhrát bez kampaně a bez účasti v debatách*, in

www.ct24.cz, 10. 3. 2017, cit. 18. 4. 2019. Dostupné z:

<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2053852-zeman-potvrdil-zajem-o-hrad-chce-vyhrat-bez-kampane-a-bez-ucasti-v-debatach>

ČT24: *Zeman v duelu zveřejnil jména sponzorů kampaně. Drahoš je má veřejné.* [online] 25. 1. 2018. cit. 21.4.2019. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2373157-zeman-v-duelu-zverejnil-jmena-sponzoru-sve-kampane-drahos-je-ma-verejne-jednoho-darce>

ČTK a: *Drahoš: Výběr témat v duelu byl bulvární, chyběla důležitá témata* [online]. 24.1.2018. cit. 3.4.2019. Dostupné z: <https://ib.ctk.cz/cs/fond?id=T201801241124201>

ČTK b: *Prezidentskou debatu na ČT bude moderovat místo Moravce Witowská* [online]. 18.1.2018. cit. 21.4.2019. Dostupné z: <https://ib.ctk.cz/cs/fond?id=T201801180560202>

DENÍK REFERENDUM: *Verdikt DR k debatě v České televizi: Napravený dojem.* In Denikreferendum.cz, [online]. 26. 1. 2018. cit. 21. 4. 2019. Dostupné z: <http://denikreferendum.cz/clanek/26941-verdikt-dr-k-debate-v-ceske-televizi-napraveny-dojem>

DU, Yueying: *FROM TELEVISION TO TWITTER: HOW MEDIA INFLUENCE THE PRESIDENTIAL ELECTION IN THE UNITED STATES.* BU College of Communication [online]. 17. 11. 2017. cit. 14. 12. 2018. Dostupné z: <https://sites.bu.edu/cmcs/2017/11/16/from-television-to-twitter-how-media-influence-the-presidential-election-in-the-united-states/>

FRANKLIN, Bob. *Packaging Politics: Political Communications in Britain's Media Democracy.* Bloomsbury Academic, 2004. ISBN 978-03-4076-1946.

FRIEDLAENDOVÁ, Hana, NEKVINDA, Matěj: *Český divák a druhá vlna digitalizace,* závěry z prezentace výsledků výzkumu Nielson Admospere v rámci Innovation Day, 26. 11. 2018. [online] cit. 14.12.2018, str. 9. Dostupné z: <https://digital.rozhlas.cz/plochy-televizor-uz-je-beznou-soucasti-ceskych-domacnosti-netflix-si-predplaci-7688208>

HALBERSTAM, David. "President Video." *Esquire*, červen 1976, 1976 – 94-97, 130 – 34. In SCHROEDER, Alan. *Presidential Debates: 40 Years of High-Risk TV*. New York: Columbia University Press, 2000. ISBN 0-231-11400-1.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2016. 440 s. ISBN 978-80-262-0982-9.

HISTORY.COM: *The Kennedy-Nixon Debates*. In. History.com [online]. A&E Television Networks, cit. 14.12. 2018. Dostupné z: <https://www.history.com/topics/us-presidents/kennedy-nixon-debates>

IDNES.cz: *Prezidentská debata na úrovni, moderátorka Witowská obstála, míní politici*. In iDnes.cz, [online]. 25. 1. 2018. cit. 21. 4. 2019. Dostupné z: https://volby.idnes.cz/prezidentska-debata-ohlasy-reakce-politici-milos-zeman-jiri-drahos-ct-ceska-televize-svetlana-witows-i63-/volby.aspx?c=A180125_225004_prezidentske-volby-2018_ane

IDNES.cz: *Útočnicka v obchodu zastavila střelecká šampionka. Sama už přepadená byla*, In iDnes.cz, 26. 7. 2017. cit. 23. 3. 2019, dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/strelkyne-sebeobrana-praha-obchod-opletalova-ulice.A170725_211006_domaci_bur

INFO.cz: *Debata na ČT: Witowská hvězdou večera. Takto hodnotí večerní duel politici*. In Info.cz, [online]. 25. 1. 2018. cit. 21. 4. 2019. Dostupné z: <https://www.info.cz/volby/prezidentske-volby-2018/debata-na-ct-witowska-hvezdou-vecera-takto-hodnoti-vecerni-duel-politici-23040.html>

IROZHLAS.cz: *Úřad hlídající financování stran prověřuje peníze od Přátel Miloše Zemana. 'Nic neporušujeme,' říká Nejedlý*, www.irozhlas.cz, 25. 1. 2018, cit. 25. 3. 2019, dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/milos-zeman-prezidentske-volby-kampan-financovani_1801250800_mos

IROZHLAS.cz b: *Inventura prezidentské debaty na Primě: Zeman ji opanoval, Drahoš mluvil stejně dlouho jako moderátor* [online]. 24.1.2018. cit. 3.4.2019. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/volby/prezidentska-debata-milos-zeman-jiri-drahos-karel-vorisek_1801241758_ace

JAKUBOWICZ, Karol. *Nová ekologie médií: konvergence a mediamorfóza*. Zlín: Verbum, 2013. ISBN 978-80-87500-38-5.

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

JONES, Graham: *Live Aid 1985: A day of magic*. In: CNN.com [online]. 6. 7. 2005. cit. 12. 12. 2018. Dostupné z: <http://edition.cnn.com/2005/SHOWBIZ/Music/07/01/liveaid.memories/index.html>

KLEIN, Christopher. *7 Things You May Not Know About U.S. Presidential Debates*. In HISTORY.com [online]. A&E Television Networks, OCT 3, 2012. cit. 14. 12. 2018. Dostupné z: <https://www.history.com/news/7-things-you-may-not-know-about-u-s-presidential-debates>

KÖNIGOVÁ, Marie: *Prezidentská kampaň se zvrhla v hádku o dekrety*. In Právo a Novinky.cz, [online]. 21.1.2013. cit. 3.4.2019. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/domaci/290783-prezidentska-kampan-se-zvrhla-v-hadku-o-dekrety.html>

Listina základních práv a svobod: Ústavní zákon č. 2/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 162/1998 Sb., Oddíl druhý – politická práva, článek 17, Praha, Česká republika, 1993. cit. 20. 4. 2019. Dostupné z: <https://www.psp.cz/docs/laws/listina.html>

LUPA.cz: *Prezidentskou debatu na Primě vidělo 2,2 milionu diváků*. In Lupa.cz [online]. 24. 1. 2018 cit. 20. 4. 2019, Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/prezidentskou-debatu-na-prime-videlo-2-2-milionu-divaku/>

MCNAIR, Brian. *An introduction to political communication*. 5. Oxon, UK: Routledge, 2011. ISBN 978-0-415-59643-5.

MEDIAGURU.cz: *Prezidentská debata ČT ovládla vysílání s 2,7 mil. diváků*. In Mediaguru.cz [online]. 26. 1. 2018 cit. 20. 4. 2019, Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/prezidentskou-debatu-na-prime-videlo-2-2-milionu-divaku/>

MEDIAN: *Prezidentský panel 2018 - Debaty a rozhovory na televizních stanicích, jejich hodnocení a vliv na rozhodování o volbě*, 29. 1. 2018, cit 19. 4. 2019, dostupné z: http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/2018/01/PREZIDENTSKY_PANEL_Vliv_debat_SEZNAM.pdf

MIRCICÁ, N. (2017): *Mass Media Coverage and Political Communication Channels in Ethical Democracies*, Annals of Spiru Haret University, Journalism Studies, 18(2), str. 43–49. cit. 12.12.2018. Dostupné z: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ufh&AN=127028703&lang=cs&site=ehost-live>

MORLEY, David: *Television, Technology, and Culture: A Contextualist Approach*. Communication Review, vol. 15, no. 1, Mar. 2012, str. 79–105. EBSCOhost, doi:10.1080/10714421.2012.674459. Dostupné z: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=9&sid=2d231881-1476-4b6d-89c1-df1287b53eac%40sessionmgr102&bdata=Jmxhbmc9Y3Mmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=ufh&AN=75908929>

MORTON, Bruce. Kennedy-Nixon debate changed politics for good. *CNN.com* [online]. 26. 9. 2005. cit. 14. 12. 2018. Dostupné z: <http://edition.cnn.com/2005/POLITICS/09/26/kennedy.nixon/index.html?iref=allsearch>

NEWSROOM ČT24: *Neděle 28. ledna 2018*. In *ceskatelevize.cz*. [online]. 28. 1. 2018. cit. 21. 4. 2019. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/11030967025-newsroom-ct24/218411058170004/video/596677>

NBC News: *The First Presidential Debate: Hillary Clinton And Donald Trump (Full Debate)* | NBC News, živě vysíláno 26. 9. 2016, cit. 20. 4. 2019. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=855Am6ovK7s> . Youtube kanál uživatele NBC News.

OLYMPIC.ORG: *Global Broadcast and Audience Report – June 2018*. In: Olympic.org [online]. cit. 20. 4. 2019. Dostupné z: <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Games/Winter-Games/Games-PyeongChang-2018-Winter-Olympic-Games/IOC-Marketing/Olympic-Winter-Games-PyeongChang-2018-Broadcast-Report.pdf>

PÁSZTOR, Dávid: *Drahoš odrážal Zemanove výpady, nejlepší výkon v prezidentské debatě však předvedla ČT a moderátorka*. In Dennikn.sk, [online]. 26. 1. 2018 [cit. 21.4.2019]. Dostupné z: <https://dennikn.sk/1010074/drahos-odrazal-zemanove-vypady-najlepsi-vykon-v-prezidentskej-debate-vsak-predviedla-ceska-televizia-a-jej-moderatorka/>

PEČINKA, Bohumil: *Bohumil Pečinka: Nedobry čtvrteční večer inženýra Zemana*. In Reflex.cz, [online]. 26. 1. 2018. cit. 21. 4. 2019. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/clanek/volby-prezidentske-volby-2018/84680/bohumil-pecinka-nedobry-ctvrtecni-vecer-inzenyra-zemana.html>

PSP.cz: *5. schůze, 8. hlasování, 16. ledna 2018, 15:28, Žádost vlády České republiky o vyslovení důvěry*, cit. 23. 3. 2019. Dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/hlasy.sqw?g=67263>

PSP.cz: *53. schůze, 351. hlasování, 9. prosince 2016, 11:56, Vl.n.z. o ochraně zdraví před škodlivými účinky návyk. látek – EU*, cit. 23. 3. 2019, dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/hlasy.sqw?g=64925&l=cz>

PSP.cz: *Ústava České republiky, ze dne 16. prosince 1992, Článek 62: Prezident republiky a) jmenuje a odvolává předsedu a další členy vlády a přijímá jejich demisi, odvolává vládu a přijímá její demisi*, cit. 23. 3. 2019. Dostupné z: <https://www.psp.cz/docs/laws/constitution.html>

ROBBINS, K.: *The Murrow Boys on the Front Lines of Broadcast Journalism*, Midwest Quarterly, 39(3), str. 361–363. cit. 18. 4. 2019. Dostupné z: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=551494&lang=cs&site=ehost-live>

ROYAL.uk: *50 facts about The Queen's Coronation - The Royal Family*: The Royal Family [online]. cit. 12. 12. 2018. Dostupné z: <https://www.royal.uk/50-facts-about-queens-coronation-0>

ROZSYPAL, Michael. *Analýza debat kandidátů ve 2. kole přímé volby prezidenta České republiky v kontextu politické kampaně* [online]. 2015. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/149161>. Vedoucí práce Josef Mlejnek.

SATTLER, Jakub: *Prezidentský duel vyhrála Witowská. Drahoš prohrál hned na začátku, míní expert*. In Lidovky.cz, [online]. 26. 1. 2018. cit. 21.4.2019. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/domov/experti-hodnoti-debatu-prezidentskych-kandidatu-na-ceske-televizi.A180125_220708_in_domov_rsa

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky*. Praha, Česká republika: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9.

SHAPIRO, Seth. *Television: Innovation, disruption, and the world's most powerful medium*. Los Angeles: New Amsterdam Media, 2016. ISBN 978-09-9730-4206.

SCHROEDER, Alan. *Presidential Debates: 40 Years of High-Risk TV*. New York: Columbia University Press, 2000. ISBN 0-231-11400-1.

SIDES, John: *A deep dive into the news media's role in the rise of Donald J. Trump*. In Washingtonpost.com [online]. 24. 6. 2016. cit. 13. 12. 2018. Dostupné z: https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/06/24/a-deep-dive-into-the-news-medias-role-in-the-rise-of-donald-j-trump/?noredirect=on&utm_term=.b53ffd1016bc

SILLITO, David: *Donald Trump: How the media created the president*. In BBC.com [online]. 14. 11. 2016. cit. 13. 12. 2018. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-37952249>

SLEZÁK, Prokop, ČTK: *Zeman s Drahošem skončili debatu u migrantů. Moderátor marně krotil křičící publikum, za které se Prima omluvila* in iHned.cz [online]. 23. 1. 2018. cit. 3.4.2019. Dostupné z: <https://domaci.ihned.cz/c1-66025970-zacal-prvni-duel-zemana-s-drahošem-hovorit-budou-o-eet-ustave-i-smerovani-ceska>

SMITH, Aaron. *The Internet's Role in Campaign 2008* [online]. 15. 4. 2009. cit. 13. 12. 2018. Dostupné z: <http://www.pewinternet.org/2009/04/15/the-internets-role-in-campaign-2008/>

Standard Eurobarometer 88: *Media Use in the European Union*. 2017. ISBN 978-92-79-80983-5. cit. 18. 4. 2019. str. 4. Dostupné z: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a575c1c9-58b6-11e8-ab41-01aa75ed71a1>

STATISTA: *Olympic Games: TV viewership worldwide 2016*. Statistic. *Statista - The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies* [online]. cit. 12. 12. 2018. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/287966/olympic-games-tv-viewership-worldwide/>

STELTER, Brian: *Debate breaks record as most-watched in U.S. history*. In CNN, www.cnn.com, [online]. 27.9.2016. cit. 3.4.2019. Dostupné z: <https://money.cnn.com/2016/09/27/media/debate-ratings-record-viewership/index.html>

STUHLÍKOVÁ, Lucie: *Dohra debat: Zeman se omluvil, nepravdu ale šíří dál* in Aktuálně.cz, [online]. 23.1.2013. cit. 3.4.2019. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/dohra-debat-zeman-se-omluvil-nepravdu-ale-siri-dal/r~i:article:769439/>

ŠMÍD, Milan: *Svět televize: Televize a volby*. Z anglického originálu: *Media and Elections*. Praha, Česká republika, Česká televize. 1996. ISSN 0862-6227.

TABERY, Erik: *PREZIDENTSKÁ DEBATA: S MEDVĚDEM V JESKYNI*, in Respekt, www.respekt.cz, [online]. 24.1.2018. cit. 3.4.2019. Dostupné z:

<https://www.respekt.cz/politika/prezidentska-debata-s-medvedem-v-jeskyni>

TNC:172 Kennedy-Nixon First Presidential Debate, 1960, In: Youtube [online].

21.9.2010. cit. 14. 12. 2018. Dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=gbrcRKqLSRw>. Kanál uživatele JFK Library.

TV Prima, Halmoši: *Duel, který předčil všechna očekávání – Česko hledá prezidenta*.

Tisková zpráva. Za Televizi Prima Adam Halmoši. Externí konzultant odd. Marketingu a PR pro FTV Prima. 24. 1. 2018. Dostupné z:

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwiA0I75nYLiAhVOY1AKHXoKDzsQFjAAegQIBhAC&url=ftp%3A%2F%2Fftp.iprima.cz%2F_FTV%2520Prima%252025%2520let%2FZpravodajstvi%2520a%2520publicistik a%2FZpravodajstvi%2FPrezidentsky%2520duel%2520leden%25202018%2FAH%2520T Z%252020180124%2520FTV%2520Prima%2520Duel%2520navrhKor.docx&usg=AOvVaw3Qy-uGEiykUBgSz5NbXJRM

URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3563-4.

VOLTMER, Katrin a Rüdiger SCHMITT-BECK. *Mass Media and Political Communication in New Democracies*. Oxon, UK: Routledge/ECPR Studies in European Political Science, 2006. ISBN 978-0-415-33779-3.

VOLTMER, Katrin. *Mass Media and Political Communication in New Democracies*. Oxon, UK: Routledge/ECPR Studies in European Political Science, 2006. ISBN 978-0-415-33779-3.

WEBLEY, Kayla: *How the Nixon-Kennedy Debate Changed the World*. In Time.com [online]. 23. 9. 2010. cit. 22. 4. 2019. Dostupné z:

<http://content.time.com/time/nation/article/0,8599,2021078,00.html>

WOLSFELD, Gadi. *Making Sense of Media and Politics: Five Principles of Media Communication*. Velká Británie: Routledge, 2011. ISBN 978-0415885232.

ZEMAN, Jan. *Terorismus: historicko-psychologická studie*. Vyd. 1. V Praze: Triton, 2002, 166 s. Psychologická setkávání, sv. 3. ISBN 80-725-4305-9.

Zpráva o návrhu nařízení Evropského parlamentu a Rady, kterým se stanoví kritéria a postupy pro určení členského státu příslušného k posuzování žádosti o mezinárodní ochranu podané státním příslušníkem třetí země nebo osobou bez státní příslušnosti v některém z členských států (přepracované znění) [online]. Evropský parlament, 21.10.2017. cit 28. 1. 2019. http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0345_CS.html?redirect#title2