

**Univerzita Karlova v Praze  
Pedagogická fakulta  
Katedra francouzského jazyka a literatury**

# **DIPLOMOVÁ PRÁCE**

**FRANCOUZSKÉ PREZIDENTSKÉ VOLBY**

**Prezidentská kampaň v roce 2007**

**Vedoucí diplomové práce: PhDr. Eva Kalfířtová**

**Autorka diplomové práce: Helena Hampejsová**

**Tenisová 9, 102 00 Praha 10**

**6. ročník, francouzský jazyk / společenské vědy  
denní studium**

**Rok dokončení diplomové práce: 2010**

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury

V Praze dne.....

.....

Helena Hampejsová

## **Poděkování**

Děkuji vedoucí této diplomové práce PhDr. Evě Kalfířtové za její cenné rady, připomínky, metodické vedení práce, nápady a náměty, které vedly k úspěšnému zakončení práce.

## **Anotace**

Tato diplomová práce se zabývá prezidentskou volební kampaní v roce 2007. Nastiňuje roli francouzského prezidenta ve francouzském politickém systému a jeho historický vývoj. Prezentuje a srovnává 4 hlavní kandidáty a jejich volební programy. Klade si za cíl popsat průběh kampaně, ústřední roli médií a jejich vliv na výsledek voleb. Opírá se především o informace z tištěných, televizních a internetových periodik.

This thesis is predominately concerned with the 2007 French presidential election. It characterizes the presidential role in the French political system as well as its historical development. It presents the reader with the comparison of the four leading candidates and their political thoughts. The main goal of this paper is to demonstrate the course of the presidential campaign and the role of the media as the decisive factor in the presidential election. This work is mainly based on the information acquired by studying print, internet and TV periodicals.

# Obsah

<b><u>1</u></b>	<b><u>ÚVOD</u></b> .....	<b><u>1</u></b>
<b><u>2</u></b>	<b><u>HISTORICKÝ VÝVOJ</u></b> .....	<b><u>3</u></b>
2.1	ÚSTAVA.....	3
2.2	ROLE PREZIDENTA .....	7
2.3	PREZIDENT BEHEM V. REPUBLIKY.....	10
<b><u>3</u></b>	<b><u>PREZIDENTSKE VOLBY V ROCE 2007</u></b> .....	<b><u>17</u></b>
3.1	PREZENTACE VSECH KANDIDATU .....	18
3.2	PREZENTACE HLAVNICH KANDIDATU .....	24
3.2.1	NICOLAS SARKOZY .....	25
3.2.2	SEGOLENE ROYALOVA .....	31
3.2.3	FRANÇOIS BAYROU .....	36
3.2.4	JEAN MARIE LE PEN .....	39
3.3	HODNOCENI KAMPANE .....	43
<b><u>4</u></b>	<b><u>SDELOVACI PROSTREDKY JAKO NASTROJ MANIPULACE VE FRANCOUZSKE POLITICE</u></b> .....	<b><u>46</u></b>
4.1	POLITIKA A MEDIA .....	46
4.2	MEDIALNI KAMPAN.....	52
4.3	VLIV MEDIALNICH PRUZHUMU A PROGNOZ .....	62
4.4	VOLEBNI DEBATA .....	66
4.4.1	DEBATA MEZI DVEMA KOLY .....	68
4.5	POVOLEBNI PROJEV NICOLASE SARKOZYHO .....	75
<b><u>5</u></b>	<b><u>ZAVER</u></b> .....	<b><u>81</u></b>
<b><u>6</u></b>	<b><u>RESUME</u></b> .....	<b><u>83</u></b>
<b><u>7</u></b>	<b><u>POUZITA LITERATURA</u></b> .....	<b><u>83</u></b>
<b><u>8</u></b>	<b><u>OBRAZKY</u></b> .....	<b><u>97</u></b>
<b><u>9</u></b>	<b><u>PRILOHY</u></b> .....	<b><u>97</u></b>

# 1 Úvod

Prezident a prezidentské volby zaujímají ve Francii jednu z nejdůležitějších a nejzajímavějších rolí z hlediska různých politických systémů.

Francouzi jsou pověstní svým zájmem o politiku, a tudíž jedna z nejdůležitějších voleb, prezidentská, zasahuje významně do jejich každodenního života. Od doby neúspěšného referenda o evropské ústavě se politika stala předmětem čísla jedna společenských diskuzí. Proto bylo hlavním úkolem prezidentské kampaně v roce 2007 najít silnou a rozhodnou osobnost, která by byla schopná reprezentovat francouzský lid v jeho myšlenkách a názorech. Veřejný názor přinutil silné politické strany, aby upustily od svých původních ideologií.

Napjaté období prezidentských voleb a kampaně umožnilo sledovat ze značné blízkosti nejen politickou situaci, ale i reakce tamních obyvatel a události v médiích. O volbě prezidenta se mluvilo na ulici i v dopravních prostředcích. Byla zároveň velmi podrobně sledována domácími a zahraničními médii, která kandidáti využívali k propagaci či k představení hlavních myšlenek programu.

Vedle tradičních médií ovládaly kampaň nejnovější mediální prostředky, internetové servery a blogy. Volba hlavy státu byla, jako vždy, provázena společenskými událostmi. Pomocí sdělovacích prostředků mohli uchazeči o post prezidenta pronásledovat potenciální voliče na každém kroku. Promlouvali z televizních obrazovek, navštěvovali degradované čtvrti, továrny i občanské oslavy, a to vše za hojné přítomnosti televizních kamer a fotoaparátů. Naslouchali jsme jim v rádiích, jejich tváře se na nás usmívaly ze stránek novin.

Co měly osobnosti voleb 2007 jako Nicolas Sarkozy, François Bayrou či Ségolène Royalová společného? Byla to především jejich tvárnost v názorech a postojích, které se měnily na základě nálady voličů. Mezi jejich silné stránky patřila intuice, byly všeobecně známé a měly relativně bohatý politický život. Schopnost opustit „vyšlapané cestičky“ svých mateřských stran, které již byly tolikrát projity, jim zajistila nebývalou pozornost. Ovládaly umění nalézt nové možnosti a nabídnout je svým voličům, vybudovat si s nimi přímý vztah. Dokázaly vytvořit určitý způsob „tabula rasa,“ představily voličům realitu očištěnou od minulosti a nabídly otevřenou budoucnost.

Pokud přemýšlíme o prezidentských volbách, lze vzít v úvahu různá hlediska, která nám je umožní zanalyzovat na základě historických změn nebo jen porovnávat jejich vývoj s ostatními státy a národy. Dalším způsobem, jakým můžeme uchopit volby, je pozorování jejich jednotlivých fází, respektive průběhu volební kampaně. Nejviditelnějším způsobem v současnosti je přístup z hlediska politické kampaně, jejího důsledku, a také role masmédií, která si vydobývají široký prostor pro možnost ovlivnit volební výsledek.

Během desetidenního klání mezi kandidáty svěřili Francouzi veškerou moc do rukou jediného člověka. Cílem vítěze bylo ovládnout na celých pět let politickou scénu. Za těchto podmínek se kandidáti předháněli ve svých návrzích. Každá politická strana měla zájem o to, aby se její největší šampión prosadil.

Nejdůležitějším zdrojem informací pro tuto práci bylo studium autentických dokumentů – televizních zpráv, novin, či rádia. Při jejím vypracování byla použita různá periodika a revue, která situaci kolem voleb komentovala a zabývala se jí.

Výchozí otázkou, kterou si tato práce kladla, bylo: Proč je o prezidentské volby takový zájem a jak si kandidáti tento zájem udržovali?

V práci se nejprve zabýváme historií prezidentských voleb a úlohou prezidenta ve francouzském politickém systému. Částečně se také dotýkáme důvodů, které vedly ke změně prezidentského mandátu.

Ústředním tématem jsou prezidentské volby v roce 2007, jejich průběh a vliv prezidentské kampaně. Hlavní zájem se soustřeďuje na roli masmédií v období předcházejícím prezidentské volbě.

## 2 Historický vývoj

Spolu se vznikem V. republiky<sup>1</sup> docházelo k postupné změně v prezidentských pravomocích. Oproti svým předchůdcům se prezident začal opírat o moc potvrzenou lidem. Ačkoliv Francie zažila svou první zkušenost s prezidentem, voleným všeobecnou přímou volbou, již v roce 1848, u tohoto způsobu nesetřvala. Naopak od něho na dlouhou dobu upustila. Strach z přeměny prezidenta na despotického vládce, který ovládl zemi v roce 1851, po převzetí státu Ludvíkem Napoleonem, vedl k naprosté diskreditaci tohoto druhu volby v očích obyvatel. Následně byla podporována varianta výběru prezidenta parlamentem, jehož členové byli považováni za osvícenou elitu národa disponující politickou vzdělaností. Tato tradice přetrvala až do konce IV. republiky<sup>2</sup> a navázal na ní i počáteční vývoj nově vznikající V. republiky a její ústava.

### 2.1 Ústava

Francie je velice často považována za jednu z kolébek lidských práv. Příčinou je dokument, jež byl schválen v roce 1789: La déclaration des droits de l'homme et du citoyen<sup>3</sup>. Tato listina se skládala ze sedmnácti článků a byla základním pramenem, jenž měl ukázat na nedokonalosti tzv. Starého režimu a položit základy moderní demokracie. Tematika tohoto textu byla velice blízká americké Deklaraci nezávislosti založené na principu svobody, rovnosti a práva vytvořit svobodný stát. Upozorňovala na to, že cílem společnosti je všeobecné dobro a vyžadovala, aby vláda garantovala práva jako je rovnost, svoboda, bezpečnost, majetek, sociální jistoty, či odpor proti násilí.<sup>4</sup> Byla první zemí, která přijala ústavu, jež obsahovala základní znaky demokratického politického zřízení. Právě v této konstituci se poprvé objevila Deklarace práv člověka a občana obsahující mimo jiné oddělení moci zákonodárné, výkonné a soudní. V roce 1791 byla doplněna o psanou ústavu, která ve své preambuli oznamovala, že ve Francii již nejsou instituce, které by neuznávaly rovnost či svobodu.

---

<sup>1</sup> vznik V. republiky – r. 1958

<sup>2</sup> říjen 1946 – říjen 1958

<sup>3</sup> Deklarace práv člověka a občana

<sup>4</sup> LINOTTE, Didier. *Les constitution françaises*. Paříž : Litec, 1991. Constitution des 3-14 septembre 1791, s. 4.



Při tvorbě těchto dvou dokumentů bylo hlavním cílem vytvořit jakousi listinu otevírající moderní dobu založenou na racionalitě, individualitě a universalismu. Byla postavená na hlavních lidských právech jako svoboda, rovnost, vlastnictví majetku a oprávněnost odporu proti nátlaku. Na politickém poli zaručovala právo národů na sebeurčení a oddělení moci. „*Princip veškeré suverenity spočívá především v národu. Nikdo, žádný jedinec, nemůže uplatňovat autoritu, která není výslovně potvrzena.*“<sup>1</sup>

Od té doby každý nový francouzský politický režim, demokratický či nedemokratický, cítil potřebu sestavit nový dokument, který by reguloval vztah mezi vládou a občany. Z toho důvodu se v současnosti jedná o zemi s největším počtem vytvořených konstitucí, jejich množství tvoří 15 z následujících let: 1791, 1793, 1795, 1799 (rok VIII), 1802 (rok X), 1804 (rok XII), 1814, 1815, 1830, 1848, 1852, 1875, 1940, 1946, 1958.

Konstituce z roku 1958 je jednou z nejmladších. Nahrazuje text z roku 1946, který byl přijat po 2. světové válce. K změně přinutila zemi nestabilní situace částečně způsobená Alžírskou válkou o nezávislost. Podklady pro ni tvořila preambule ústavy právě z roku 1946. Samotný text byl kompromisem mezi názory socialistů a komunistů. Potvrzovala myšlenky z roku 1789, které jsou doplněny základními principy republiky.

Důležitým bodem ústavy je její preambule, vytvořená na základě Deklarace práv člověka a občana z roku 1789 a prvních osmnácti článků preambule ústavy z 27. října 1946. Zajišťuje rovnost pohlaví, právo azylu, právo na práci, právo na shromažďování, právo na stávku, účast pracujících na životě ve své společnosti a přebírá základní myšlenky rovnosti, volnosti, bratrství, které se staly devizou státu. Charta o životním prostředí byla přidána v roce 2004.

*„Francouzský lid slavnostně vyhláší svou oddanost Právům člověka a principům národní suverenity tak, jak byly definovány Deklarací z roku 1989, potvrzeny a doplněny preambulí ústavy z roku 1946 a právy a povinnostmi, které byly definovány Chartou o životním prostředí z roku 2004.“*<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Francie. Article 3. In *Déclaration des droits de l'homme et du citoyen*. 1789, Dostupný také z WWW: <<http://www.assemblee-nationale.fr/histoire/dudh/1789.asp>>

<sup>2</sup> Francie. Preambule. In *Texte intégral de la Constitution de 1958*. 1958 s revizí dokumentu v roce 2008, , s. 1. Dostupný také z WWW: <[http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank\\_mm/constitution/constitution.pdf](http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank_mm/constitution/constitution.pdf)>.

„Na základě těchto principů a práva na sebeurčení lidu nabízí Republika zámořským departementům, které se chtějí dobrovolně připojit, nově vytvořené instituce založené na společném ideálu o rovnosti, volnosti a bratrství a pro jejich demokratický rozvoj.“<sup>1</sup>

Článek jedna ústavy říká: „Francie je nerozdělitelnou, světskou, demokratickou a sociální republikou. Zaručuje rovnost před zákonem všem svým obyvatelům bez rozdílu původu, rasy či náboženství. Respektuje všechny víry. Její organizace je decentralizovaná.“<sup>2</sup>

Mezi dalších pět hlavních principů patří všeobecná volba. „Volba může být přímá či nepřímá na základě podmínek, které jsou stanoveny v ústavě. Je vždy všeobecná, rovná a tajná.“<sup>3</sup> Prezident se stal klíčovou osobou politického života. Zástupci volení Francouzi měli možnost odvolat premiéra a vládu za přesně stanovených podmínek. Soudní moc byla nadále nezávislá na politické moci.

Poslední změny v současné ústavě byly prosazeny nedávno. V roce 2008 byla odhlasována společně s podporou prezidenta Sarkozyho změna ústavy. Měla za cíl omezení opakování prezidentského mandátu na dva. Parlamentu přiznala možnost postavit se proti jmenování šéfů nejdůležitějších státních institucí prezidentem a vládou a omezila právo vlády použít ústavního článku, který jí umožňuje zastavit bezvýchodnou parlamentní debatu o návrzích zákonů. Prezident po americkém vzoru získal možnost jednou za rok v parlamentu vystoupit.

Vláda dostala za úkol neprodleně informovat parlament o nasazení francouzských vojáků v zahraničí a získat jeho souhlas k prodloužení takovéto vojenské operace na více než čtyři měsíce.

Mezi další změny patřila možnost vypsát referendum z iniciativy části poslanců, senátorů a voličů a také možnost, aby kterýkoliv občan požádal ústavní radu o prověření

---

<sup>1</sup> Francie. Preamble. In *Texte intégral de la Constitution de 1958*. 1958 s revizí dokumentu v roce 2008, , s. 1. Dostupný také z WWW: <[http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank\\_mm/constitution/constitution.pdf](http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank_mm/constitution/constitution.pdf)>.

<sup>2</sup> Francie. Article 1. In *Texte intégral de la Constitution de 1958*. 1958 s revizí dokumentu v roce 2008, , s. 1. Dostupný také z WWW: <[http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank\\_mm/constitution/constitution.pdf](http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank_mm/constitution/constitution.pdf)>.

<sup>3</sup> Francie. Article 3. In *Texte intégral de la Constitution de 1958*. 1958 s revizí dokumentu v roce 2008, s. 2. Dostupný také z WWW: <[http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank\\_mm/constitution/constitution.pdf](http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank_mm/constitution/constitution.pdf)>.

souladu kteréhokoli zákona se základními právy a svobodami. Referendum o každém novém rozšíření Evropské unie zůstalo zachováno. Prezident ale získal možnost za jistých podmínek rozhodnout pro ratifikaci přijetí nového člena EU parlamentní cestou. Tento článek se nad veškerou pochybnost v nejbližší budoucnosti dotkne hlavně Turecka, jehož přijetí většina Francouzů nadále odmítá.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> ČTK. Sarkozy prosadil změnu francouzské ústavy. *Euroskop.cz : Věcně o Evropě* [online]. 22.7.2008, -, [cit. 2010-05-30]. Dostupný z WWW: <<http://www.euroskop.cz/38/1531/clanek/sarkozy-prosadil-zmenu-francouzske-ustavy/>>.

## 2.2 Role prezidenta

„Prezident republiky dohlíží na respektování Ústavy. Svým rozhodováním zajišťuje pravidelnost fungování veřejné moci stejně jako pokračování státu. Je garantem národní nezávislosti, územní celistvosti a respektování dohod,“<sup>1</sup> je označován za podpůrný sloup V. republiky. Disponuje tzv. „pouvoir neutre“ – nepolitickou mocí. Navzdory této moci je jeho funkce zabudována do řízení státu, a také jeho stranicko-politické poměry naprosté neutralitě zabraňují.

Role prezidenta jako prvního muže ve státě byla ve Francii dlouhou dobu diskutována. Hlavním důvodem byly negativní zkušenosti, které Francouzi získali během vlády Napoleona III.<sup>2</sup>

Politika je velice často prostředek, který drží Francouze pohromadě.<sup>3</sup> Francouzský systém představuje silně modifikovanou parlamentní formu vlády, „jež umožňuje potenciálně i takový výkon moci, který se přibližuje systému prezidentskému.“<sup>4</sup>

Navzdory tomu, že si Francie zakládá na své dlouhodobé republikánské tradici, má hlava státu obrovské pravomoci a mnohdy může být označována za jakéhosi republikánského monarchu. Ve zvláštních případech se může proměnit v diktátora, který nařizuje výjimečný stav.<sup>5</sup> Výraz „republikánská monarchie“ nás odkazuje především na fakt, že je prezident na jedné straně kandidátem zvoleným svou vlastní stranou a na druhé podporovaný lidem. Nejedná se pouze o hlavu státu, ale také, již od doby vlády Charlese de Gaullea, o skutečného předsedu vlády.<sup>6</sup>

Aby se kandidát mohl ucházet o nejvyšší funkci v zemi, musí splnit podmínky, které jsou stanoveny zákonem. Mimo jiné je od něj vyžadováno, aby vykonal základní

<sup>1</sup> Francie. Article 5. In *Texte intégral de la Constitution de 1958*. 1958 s revizí dokumentu v roce 2008, s. 1. Dostupný také z WWW: <[http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank\\_mm/constitution/constitution.pdf](http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank_mm/constitution/constitution.pdf)>.

<sup>2</sup> Louis-Napoléon Bonaparte (20. dubna 1808 - 9. ledna 1873) byl prvním prezidentem (20. prosince 1848 - 2. prosince 1852) Francouzské republiky zvolený 10. prosince 1948 74 % hlasy a císařem (1852-1870) pod jménem Napoleon III. Byl tedy zároveň prvním francouzským prezidentem a posledním císařem ve Francii.

<sup>3</sup> ROZÈS, S. La symbolique présidentielle à l'épreuve de Nicolas Sarkozy. *Etvdes*. Květen 2008, 5, Tome 408, s. 604-615.

<sup>4</sup> KLOKOČKA, V. *Ústavní systémy evropských států*. Praha: Linde, 1996. s. 212

<sup>5</sup> NÍDR, T. Prezident Francie je republikánským králem. *IDNES* [online]. 7.5.2007, -, [cit. 2010-05-30]. Dostupný z WWW: <[http://zpravy.idnes.cz/prezident-francie-je-republikanskym-kralem-fe3-/zahranicni.asp?c=A070506\\_194600\\_zahranicni\\_ad](http://zpravy.idnes.cz/prezident-francie-je-republikanskym-kralem-fe3-/zahranicni.asp?c=A070506_194600_zahranicni_ad)>.

<sup>6</sup> kromě období kohabitace

vojenskou službu. Musí mít francouzskou národnost, nejméně 23 let a získat minimálně 500 podpisů zvolených zástupců potvrzených konstituční radou, tzv. parrainage. Tito zástupci jsou složeni z poslanců, senátorů, starostů měst, starostů připojených společenství, starostů městských částí Lyonu, Marseille a zvolených zástupců shromáždění Francouzů žijících v zahraničí, vrchní rady departementů Mayott, Saint-Pierre-et-Miquelon, rady Paříže, regionální rady Korsického shromáždění, Shromáždění Francouzské Polynésie, Congrès a shromáždění provincie Nouvelle-Calédonie, teritoriální shromáždění ostrovů Wallis-et-Fatuna a francouzských reprezentantů v Evropském parlamentu.

Francouzský prezident je vázán pouze ustanovením a pokyny Ústavy o neměnitelnosti republikánské formy státu. Může si na přechodnou dobu přisvojit také pravomoci Národního shromáždění. Ve své osobě spojuje autoritu státu, dohlíží na respektování Ústavy, nezávislost spravedlnosti a správné fungování veřejné moci.<sup>1</sup> Je vrchním velitelem armády, což mu umožňuje zastávat rozhodující úlohu v otázkách diplomacie a obrany.<sup>2</sup> Jako jediný je odpovědný za použití nukleární zbraně.

Při řešení vnitropolitických krizí hrají jeho kompetence jednu z klíčových rolí. Své pravomoci může využít v otázkách zachování národní svrchovanosti, územní celistvosti, zahraniční politiky, vnější a vnitřní bezpečnosti státu. Přímá všeobecná volba mu zajišťuje vyšší roli než tu, kterou zastává premiér volený nepřímo vybranými zástupci.

V praxi prezident rozhoduje o nejdůležitějších věcech a vláda jeho rozhodnutí registruje a vykonává. Obvykle si vybírá svého premiéra a v klíčových oblastech, jako je obrana, ministerstvo zahraničí a ministerstvo vnitra, si vybírá i své ministry. Jeho vliv se znásobuje v momentech, kdy má oporu v parlamentní většině. Dodržuje se taková interpretace ústavy, která vyhrazuje prezidentovi sféry mezinárodních vztahů, obrany a vztahů se zámořskými územími a departementy. V těchto vyhrazených oblastech může prezident rozhodovat prostřednictvím ministrů i bez vědomí premiéra.

---

<sup>1</sup> Francie. Article 5. In *Texte intégral de la Constitution de 1958*. 1958 s revizí dokumentu v roce 2008, , s. 1. Dostupný také z WWW: <[http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank\\_mm/constitution/constitution.pdf](http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank_mm/constitution/constitution.pdf)>.

<sup>2</sup> Francie. Article 15. In *Texte intégral de la Constitution de 1958*. 1958 s revizí dokumentu v roce 2008, , s. 6. Dostupný také z WWW: <[http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank\\_mm/constitution/constitution.pdf](http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank_mm/constitution/constitution.pdf)>.

Ve chvíli, kdy parlamentní většinu získá strana prezidenta, zformuje se skupina kolem vedoucí osoby státu, která „panuje a spravuje.“ Pokud se většina parlamentu liší od většiny prezidentské, je tato absolutní rovnováha označována, podle některých pozorovatelů, za nefunkční. Jedná se o období, které je nazýváno „kohabitace.“ Termín poukazuje na období soužití prezidenta s opozičním premiérem, kterého podporuje parlamentní většina.

V období kohabitace si prezident musí pro své návrhy získávat parlamentní podporu. Během této doby lze zaznamenat neshody představitelů dvou politických proudů i na poli mezinárodní politiky, která je tradičně právě doménou hlavy státu. Podle Jean-Paula Olliviera není kohabitace „*nic jiného než společnost omezená na škytání, ale Francouzům se líbí, protože znemožňuje výstřelky jednoho či druhého politického tábora.*“<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> OLLIVIER, J.-P. *Président de la République : Les vingt-deux chefs d'Etat français 1848-2002*. Paříž : Reader's Digest, 2002. s. 187

## 2.3 Prezident během V. republiky

V roce 1958, během diskuzí o nové ústavě, byla s nadšením přijata myšlenka omezit moc Národního shromáždění (Assamblé nationale). Zdálo se, že jsou občané na změnu připraveni. Zároveň mělo dojít k posílení prezidentovy role pomocí všeobecné přímé volby. Výběr by byl svěřen do rukou samotného lidu. Druhá nabízená varianta si navzdory prvotnímu nadšení nenašla příliš mnoho příznivců. Politická třída byla v té době spokojena s omezenou mocí prezidenta. De Gaulle však uspěl s myšlenkou rozšířit volební korpus, do té doby vyhrazený výhradně členům parlamentu. Přeměna měla za následek zrod speciální instituce čítající 80 000 členů, jejíž složení kopírovalo rozložení sil v Senátu.

**Obrázek 1** – Francouzští prezidenti za V. Republiky  
(od roku 1959 – 2011)

1.	Charles de Gaulle
▶	1958-1965,
▶	1965-1969
2.	Georges Pompidou
▶	1969-1974
3.	Valéry Giscard d'Estaing
▶	1974-1981
4.	François Mitterrand
▶	1981-1988,
▶	1988-1995
5.	Jacques Chirac
▶	1995-2002,
▶	2002-2007
6.	Nicolas Sarkozy
	Od 16.května 2007, zvolen na období 5 let

Během následujících let nedocházelo k příliš podstatným změnám. Až říjnové referendum z roku 1962 přineslo obrat v událostech. Představovalo dosud asi nejpatrnější změnu konstituce. Francouzský lid se v něm definitivně vyslovil pro modifikaci ústavy a odsouhlasil výběr prezidenta pomocí přímé volby. Za otce všeobecné přímé volby ve Francii je tak dodnes právem považován tehdejší prezident generál Charles de Gaulle.

Během čtyř let předcházejících referendu dokázal získat mandát na nejdůležitější druh moci v zemi. Ke změnám, které plánoval provést, ale nezbytně potřeboval silnější pověření než takové, které by bylo stvrzeno pouze senátory.

Jen prezident zvolený lidem mohl mít potřebnou legitimitu, aby se byl schopen prosadit po boku politických stran. 28. října 1962 bylo z tohoto důvodu uspořádáno referendum o volbě prezidenta. 62,25 % voličů se vyslovilo pro přímou volbu, což poukazovalo na vysokou popularitu plánované reformy. (Obrázek 2)

**Obrázek 2– Referendum o volbě prezidenta – Přímé všeobecné hlasovací právo**

zdroj: <http://www.france-politique.fr/referendum-1962.htm>

		% zapsaných	% hlasujících	% vyjádřených hlasů
<b>Zapsaní</b>	28 185 478			
<b>Absence</b>	6 490 915	23,03		
<b>Hlasující</b>	21 694 563	76,97		
<b>Bílé lísky</b>	569 509		02,63	
<b>Vyjádřené hlasy</b>	21 125 054		97,37	
<b>ANO</b>	13 150 516	46,66	60,62	62,25
<b>NE</b>	7 974 538	28,29	36,76	37,75

Spolu s posílením postavení prezidenta došlo k oslabení pozice dolní komory. Reformou bylo rozhodnuto, že kandidáti musí nasbírat 100 podpisů voličů.<sup>1</sup> Snížil se počet kandidátů 2. kola, kterého se od té chvíle účastnili pouze dva s největším počtem hlasů získaných v prvním kole. Ústava stanoví, že „prezident Republiky je volen absolutní většinou vyjádřených hlasů. Pokud nezíská absolutní většinu v prvním kole, proběhne druhé kolo následující neděli. Pouze dva kandidáti, kteří získali největší počet hlasů

<sup>1</sup> tzv. parrainage



v *prvním kole, se účastní druhého kola*<sup>1</sup>. Je tím zabezpečeno, že se prezidentem stane pouze ten, kdo získá ve své funkci podporu nadpoloviční většiny hlasujících obyvatel.

Logika druhého kola umožnila také jednoznačně oddělit dvě největší možné orientace v zemi a spolu s jejím zvolením dala hlavě státu silnou legitimitu k vládnutí zajištěnou souhlasem lidu. Od té doby bylo jeho úkolem řešit situaci v celé zemi, zabývat se nedostatky celorepublikové politiky, aniž by byl nucen soustředit se pouze na řešení lokálních problémů. Prezidentská volba se stala více personalizovanou než ostatní druhy voleb v zemi. Strany začaly velmi pečlivě vybírat svého leadera, aby dokázaly uspět.

Přímá volba zapříčinila, že se politický život stal celonárodní záležitostí. Ve chvíli, kdy Francouzi volí svého nejvyššího zástupce pomocí přímé volby, vědí, jaký program bude prosazovat. Jsou navíc srozuměni s tím, o jakou parlamentní většinu se bude opírat.

Prezident, který od roku 1958 získával stále silnější moc a zastával důležitější roli, byl od roku 1962 podporován a volen lidem, ne pouze politickou elitou, jak tomu bylo dříve. V důsledku toho má v současnosti mnohem silnější pověření, které mu umožňuje jednat a provádět potřebné změny, nezbytné k úspěšnému vedení vlastní politiky.

Od začátku V. republiky proběhlo devět prezidentských voleb v roce 1958, 1965, 1969, 1974, 1981, 1988, 1995, 2002, 2007, z nichž osm bylo voleno všeobecnou přímou volbou.

Ze všech hlasování se jedná o to, které v historii vykazuje nejmenší počet absencí – průměr 18,8 % mezi lety 1965 – 1995. Ve srovnání s absencí v legislativních volbách se jedná o přibližně sedmi procentní rozdíl a skoro třiceti procentní rozdíl s absencí při volbách do Evropského parlamentu v roce 1989.<sup>2</sup> Stala se hlavním a nejdůležitějším prvkem francouzského politického systému.

Dalším velmi výrazným průlomem v této oblasti byl přechod ze sedmiletého volebního období na pětileté, z tzv. „septennatu na quinquennat.“ Jako zajímavost zmiňme pokus jednoho z tvůrců ústavy Michela Debrého ze čtyřicátých let dvacátého století, který, podle Michela Perottina v *Politologickém revue* z 2. prosince 2001, přišel s

<sup>1</sup> Francie. Texte intégral de la Constitution de 1958 : s revizí dokumentu v roce 2008. In *Titre 2. Article 7*. 1958 s revizí dokumentu v roce 2008, -, s. 3-4. Dostupný také z WWW: <[http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank\\_mm/constitution/constitution.pdf](http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank_mm/constitution/constitution.pdf)>.

<sup>2</sup> *Ipsos.fr* [online]. 24.5.2004 [cit. 2010-05-30]. Européennes : abstention record et victoire du PS. Dostupné z WWW: <<http://www.ipsos.fr/CanalIpsos/articles/1348.asp?rubId=17#08>>. Abstention en France et en Europe.

návrhem prodloužit prezidentský mandát na 12 let. Chtěl tím zachovat kontinuitu, která by odkazovala na myšlenku, že se jedná o přibližnou délku vládnutí v evropských monarchiích.<sup>1</sup> Návrh si ale nenašel mnoho příznivců, naopak se veškeré snahy stočily opačným směrem na zkrácení volebního období hlavy státu.

**Obrázek 3 – Historie francouzských prezidentů v V. republice**

<b>Charles de Gaulle</b>	<b>Georges Pompidou</b>	<b>Valéry Giscard d'Estaing</b>	<b>François Mitterrand</b>	<b>Jacques Chirac</b>	<b>Nicolas Sarkozy</b>	?			
1958	1965	1969	1974	1981	1988	1995	2002	2007	2011

Cílem transformace délky volebního mandátu na pět let bylo přizpůsobit trvání prezidentské funkce legislativnímu mandátu. Návrh však vyvolal další debatu týkající se začátku a konce mandátu. Tvůrci si museli položit otázku, zda by bylo dobré, aby mandáty zákonodárné a výkonné moci začínaly a končily zároveň. I tento krok byl doprovázen živou diskuzí, i když se na jednacím stole objevil dlouhou dobu před tím, než byl schválen.

V roce 1958 při zrodu V. republiky bylo sedmileté volební období ponecháno beze změn, bez jakýchkoliv omezení na znovuzvolení. Legislativní proces byl zahájen již v roce 1973, kdy se poprvé začala změna zákona projednávat na popud parlamentu. Prezident Pompidou tehdy vyjádřil vůli změnit Ústavu zavedením pětiletého volebního období. Jeho záměrem bylo upevnit prezidentskou autoritu. Levicovní poslanci se ze strachu, že by návrh mohl být zaměřen na likvidaci levice, postavili proti. V následujících letech se o reformách délky prezidentského mandátu spíše diskutovalo, ani jeden z prezidentů se ovšem, z obavy z neúspěchu, neodvážil tuto změnu veřejně prosadit.

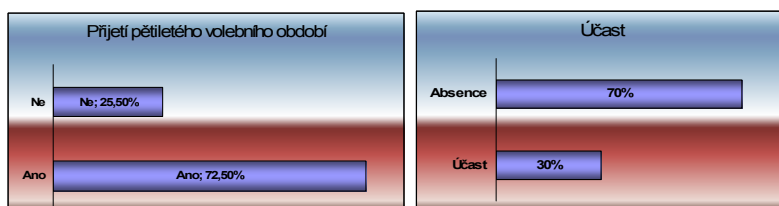
Zlom nastal v roce 1997, kdy několik významných politologů<sup>2</sup> podepsalo dva články v deníku *Le Monde*.<sup>3</sup> Prostřednictvím nich vyzývali ke změně Republiky.

<sup>1</sup> PERROTINO, M. Proměny francouzského politického systému : změna délky mandátu Prezidenta republiky. *Politologické revue*. 2. prosinec 2001, VI, 2001/2, s. 110-122.

<sup>2</sup> Guy Carcassonne, Olivier Duhamel, Yves Mény, Hugues Portelli a Georges Vedel

<sup>3</sup> CARCASSONNE, G., et al. L'appel pour changer la République . *Le Monde*. 7. května 1997, -, s. 1, 16-17.

Na konci 20. století, 11. května 2000, sehrál velmi důležitou úlohu ve změně délky prezidentského mandátu článek, který byl publikován Valéry Giscard d'Estaingem.<sup>1</sup> Bývalý francouzský prezident, podporovaný ministerským předsedou Lionelem Jospinem, tím rozpoutal již dlouho očekávanou diskuzi. Odezva na sebe nenechala příliš dlouho čekat. V krátké době, v červnu 2000, byl Jacquesem Chiracem předložen návrh na snížení délky mandátu francouzským občanům. Zůstala jim nejdůležitější úloha – rozhodnout. Referendum bylo prezidentem vyhlášeno 24. září 2000, aniž by byla zahájena masivní kampaň na podporu či protest. Během jeho průběhu byla zaznamenaná rekordní neúčast, jak uvedla anketa IPSOS: 69,8% absencí a rekordní počet bílých hlasů<sup>2</sup>: 4,9%.<sup>3</sup> Bylo přijato 72,6% hlasů. Pětileté volební období bylo podle referenda odmítnuto pouze 26,6% hlasujících obyvatel. Jednoznačně se zde projevila skutečnost, že, i když Francouzi považují redukci prezidentského mandátu za důležitou, podle ankety IPSOS z 11. a 12. března 2000, nebyla reforma v žádném případě pokládána za prioritu, a tudíž byla provázena vysokou absencí. Účastnilo se jí pouze 18,5% obyvatel.<sup>4</sup> Záříjovým referendem bylo schváleno snížení prezidentského mandátu ze sedmi let na pět.



Obrázek 4 – Referendum o pětiletém volebním období

Zdroj : IPSOS

Po přijetí pětiletého volebního období bylo úkolem ústavních činitelů přepracovat volební kalendář. Nepochybně pozitivním jevem bylo vhodné naplánování následujících voleb. V roce 2002 po sobě měly následovat nejprve volby zástupců do Národního shromáždění (NS) a poté volby prezidentské. Vzhledem k tomu, že byl takový sled

<sup>1</sup> Y. B. Giscard relance le quinquennat. *LaDepeche.fr* [online]. 11.5.2009, -, [cit. 2010-05-30]. Dostupný z WWW: <<http://www.ladepeche.fr/article/2000/05/11/103541-Giscard-relance-le-quinquennat.html>>.

<sup>2</sup> tzv. bílé lístky, které sice voliči odevzdají, ale neoznačují ani kandidáta ani rozhodnutí, jsou prázdné

<sup>3</sup> *Dossier Quinquennat - Sommaire* [online]. 24.9.2000 [cit. 2010-05-30]. Le quinquennat adopté. Dostupné z WWW: <[http://www.ipsos.fr/articles\\_fr/0009/quinquennat/sommaire.htm#1](http://www.ipsos.fr/articles_fr/0009/quinquennat/sommaire.htm#1)>.

<sup>4</sup> *psos.fr* [online]. 27.5.2004 [cit. 2010-05-30]. Européennes : abstention record et victoire du PS. Dostupné z WWW: <<http://www.ipsos.fr/CanalIpsos/articles/1348.asp?rubId=17#08>>.

událostí klasifikován jako příliš nebezpečný, protože by dával zástupcům parlamentu primariát nad prezidentem, došlo mezi členy NS ke shodě. Volby do Národního shromáždění byly přesunuty na 3. úterý v červnu každého pátého roku, následovaly tak po volbě hlavy státu. Zákon byl přijat 9. května 2001 a byl aplikován od jara 2002.

Problémem reformy zůstává i nadále skutečnost, že nemusí mít příliš dlouhé trvání. Hypoteticky by bylo možné, že během několika let prezident nedokončí svůj mandát nebo využije svého práva na rozpuštění Národního shromáždění. V obou případech by byl volební kalendář narušen.

K prověření úspěšnosti této změny, krátce předtím schváleného pětiletého volebního období, mělo dojít hned následující rok. Od 21. dubna do 5. května 2002 totiž probíhala volba 23. francouzského prezidenta. Na tento fakt se však velmi rychle zapomnělo poté, co se do druhého kola probojoval, nad očekávání obyvatel, reprezentant extrémní pravice Jean-Marie Le Pen. Valná většina obyvatel země totiž jeho historický úspěch vnímala jako potenciální ohrožení demokracie v zemi. Pro mnoho voličů představoval výsledek obrovský šok. Byl dáván za vinu především médiím, která pravidelně zveřejňovala předvolební průzkumy. Sdělovací prostředky totiž za hlavního kandidáta označily Lionela Jospina, kandidáta Sociální strany. Jistota jeho zvolení pak pravděpodobně demobilizovala voliče, kteří se chystali až do druhého kola. Po skončení voleb napsaly Britské listy: „*Chirac drtivě zvítězil, zvítězila ale demokracie?*“<sup>1</sup> Voliči se ukázali jako velmi vnímaví se silnou vůlí ovlivnit politické dění v zemi. První kolo tak pojali jako možnost vyslovit a zviditelnit svůj postoj. Upozornili především na svou nespokojenost s neschopností vrcholných politiků reagovat na skutečné problémy občanů a do 2. kola poslali nejkontroverznějšího z prezidentských kandidátů v historii. „*Stárnoucí veterán Jean-Marie Le Pen předvedl mezi dvěma koly velkolepý virtuální boj.*“<sup>2</sup> Dokázal probudit dav a využít hlasů, jež se ozývaly proti „zkorumpovanému systému“ a proti politikům, kteří se čím dál více vzdalovali od hlavních životních hodnot, které tradiční voliči vyznávali

Jako hlavní téma, navrhované podle předvolebních průzkumů médií, se objevila bezpečnost země a obyvatel. „*Během kampaně 2002 dominovalo sdělovacím*

<sup>1</sup> BROŽ, J. Francouzské prezidentské volby : Chirac 81,55%, Le Pen 18,45%. *Britské listy*. 7.5.2002 .

Dostupný také z WWW: <<http://www.blisty.cz/art/10455.html>>.

<sup>2</sup> Tamtéž

*prostředkům téma nebezpečí, které demonstrovalo zájmy voličů (měřené v průzkumech veřejného mínění.)*<sup>1</sup> Toto kontroverzní téma nahrávalo hlavně pravicově orientovaným stranám a bránilo úspěchu levice, které volby v roce 2002 zasadily skoro smrtící ránu, spolu s ní favorizovanému Jospinovi. Hlavním cílem Socialistické strany se následkem toho stal výběr nového schopného leadera, jenž by vylepšil obraz levice a přivedl ji do 21. století. Lekci si také mohly odnést ostatní evropské politické strany a systémy. „*Francie, země vysoce kultivovaných demokratických hodnot, stanula jedním krokem v prázdnotě vlastní nadutosti,*“ komentoval situaci deník Britské listy.<sup>2</sup>

Vztah, který mají Francouzi k politice, nelze s ostatními zeměmi srovnávat. Veškeré jednání spočívá ve snaze dospět ke společným hodnotám. I když se nemusí přímo shodovat s hodnotami jednotlivce. Usilují o vytvoření kvalit přijímaných celou společností a zároveň otevírají prostor pro komunikaci a konfrontaci, někdy i sporům. Žádný Francouz by se totiž nikdy nespokojil s pouhým přijetím či odmítnutím politické nabídky. Abychom lépe pochopili vnímání občanů, je třeba si uvědomit i veřejné mínění mapované průzkumy, které v roce 2006, šest měsíců před prezidentskou volbou, ukazovaly na Nicolase Sarkozyho a Ségolène Royalovou.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> EYRAT-MASSON, I. Le Point sur... : Les recherches sur les campagnes électorales à la télévision. *Le Temps des Médias : Etude d.* 2006/2, n. 7, s. 289-301.

<sup>2</sup> BROŽ, J. Francouzské prezidentské volby : Chirac 81,55%, Le Pen 18,45%. *Britské listy*. 7.5.2002. Dostupný také z WWW: <<http://www.blisty.cz/art/10455.html>>.

<sup>3</sup> PLISSON, H.; HUBBERT, P. *Ipsos.fr* [online]. 13. 12. 2006 [cit. 2010-05-30]. Présidentielle 2007 : Ségolène Royal et Nicolas Sarkozy confirment. Dostupné z WWW: <<http://www.ipsos.fr/CanalIpsos/articles/2015.asp>>.

### 3 Prezidentské volby v roce 2007

Již čtvrt století jsme mohli být svědky banalizace prezidentských voleb. Jednou z prvních příčin bylo oddálení se politických reprezentantů od samotné země, které vedlo k tomu, že na ně voliči začali pohlížet spíše jako na jednu z možností představující politickou nabídku. Navzdory pochybám, které měli Francouzi během prezidentské kampaně, byla však volba prezidenta, vedle starosty, jednou z nejsledovanějších a nejpopulárnějších v zemi. Bylo s ní spojováno velké očekávání a také naděje vkládaná do politického představitele.<sup>1</sup>

*„Být Francouzem neukazuje na definici a priori, je třeba uznávat určité hodnoty týkající se politiky, protože ve Francii byl stát vytvořen spolu s národem,“* dočteme se v *La France qui vote*.<sup>2</sup>

Volby v roce 2007 byly doprovázeny velmi vysokým počtem voličů zapsaných na volebních listinách. Jejich počet na francouzském teritoriu dosáhl 43 973 024. 535 000 Francouzů v zahraničí se zapsalo na konsulární listy. Rozdíl oproti roku 2002, který byl přičítán především demografickému přírostu obyvatel ale i vzrůstajícímu zájmu o politický život, činil 3,3 miliony zapsaných. Nebývalý zájem byl podporován rozsáhlou mediální kampaní a touhou většiny Francouzů po změně.<sup>3</sup> Připoutanost obyvatel k prezidentským volbám, která jim však nebránila účastnit se rozsáhlých kritik a diskuzí, byla spojována s jejich dvojitou povahou. Tato volba nebyla nikdy pouhou znárodněnou legislativní volbou, ale jednalo se o setkání obyvatel určených sociální situací a ideologií, kterou vyznávali.<sup>4</sup>

Datum volby bylo potvrzeno dekretem a uveřejněno ministrem vnitra před radou ministrů 24. října 2006. Poprvé v historii se volba pro obyvatele departementů a zámořských teritorií konala v předsunutém termínu oproti metropolitní Francii.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup>ROZÈS, S. Comprendre la présidentielle . *Le Débat*. 2006/9-10, n.141., s. 64.

<sup>2</sup>BON , F.; CHEYLAN , J.-P. *La France qui vote* . Paříž : Hachette, 1988. s. 177.

<sup>3</sup> do r. 2007 – funkční volební období Jacquese Chiraca

<sup>4</sup> ROZÈS, S. c.d., s.55.

<sup>5</sup> Tento postup byl zvolen proto, aby obyvatelé zámořských regionů nevolili podle předběžných výsledků, které jsou zveřejňovány ihned po uzavření volebních kanceláří.

### **3.1 Prezentace všech kandidátů**

Oficiální kandidáti byli oznámeni Konstituční radou 19. března 2007 v 17 hodin 30 minut. Čtyřicítka kandidátů vyjádřila úmysl zapojit se do tohoto „klání,“ přibližně stejný počet jako v předešlých volbách.

Prezidentská volba v roce 2007 z pohledu země byla netrpělivě očekávána a bylo jasné, že se ostatním volbám nebude příliš podobat. Devět Francouzů z deseti ji hodnotilo jako důležitou a šest z deseti jako velice důležitou. Byla považována za předmět investice, který neměl v historii skoro žádné srovnání.<sup>1</sup> Nešlo pouze o to vybrat kandidáta, který bude co nejlépe reprezentovat a obhajovat jejich zájmy. Jednalo se především o to, aby byl vybrán kandidát, který bude schopen znovu oživit vizi politické smlouvy, která byla po dlouhou dobu odložena stranou.

První kolo voleb se konalo v neděli 22. dubna 2007 od 8 do 18 hodin a účastnili se ho všichni přihlášení kandidáti (Obrázek ...): Nicolas Sarkozy, předseda strany UMP – Unie pro lidové hnutí, Ségolène Royalová, předsedkyně Socialistické strany, podporovaná Radikální levicovou stranou a Republikánským a občanským hnutím, François Bayrou, reprezentant Unie pro francouzskou demokracii, podporován Federalistickou stranou, Alternativními liberalisty, Cap 21 a Nezávislým ekonomickým hnutím, Jean-Marie Le Pen, kandidát Národní fronty podporovaný Národním republikánským hnutím a Populistickou stranou, Olivier Besancenot, reprezentant Revoluční komunistické ligy, Philippe de Villiers, zástupce Hnutí pro Francii, Marie-George Buggetová, zástupkyně Populární a antiliberální levice s podporou Francouzské komunistické strany, Dominique Voynetová, kandidátka Strany zelených, podporována Federací regionů a solidárního lidu, Arlette Laguillerová, reprezentantka Boje dělníků, José Bové, bezpartijní, podporovaný stranou Jednotných kolektivů, Frédéric Nihou, reprezentant Boje, rybaření, přírody a tradic a Gérard Schivard, představitel Národního spojení pro znovuzískání veřejných služeb, podporován Stranou pracujících.

Mimo metropolitní Francii na Guadeloupu, Guayaně, Martiniku, Francouzské Polynésii, Saint-Pierre-et-Miquelon a ve volebních kancelářích otevřených ambasádami a konzuláty na americkém kontinentu proběhla první volba v sobotu 21. dubna 2007.

---

<sup>1</sup> ROZÈS, S. c.d., s. 57.

1. kolo bylo doprovázeno nebývalou účastí. Až 83,77% zapsaných voličů se dostavilo k volebním urnám. Vysoké procento účasti v prezidentských volbách překonala pouze účast z roku 1965 (84,8%), kdy proti sobě stál vítězný Charles de Gaulle a François Mitterand, či z roku 1974 (84,23%) při rozhodování mezi Mitterandem a Valéry Giscard d'Estaingem, který byl nakonec poražen .

Nicolas Sarkozy a Ségolène Royalová se dostali do čela před Françoise Bayroua a Jean-Marie Le Pena.

### Obrázek 5 - Výsledky prvního kola - Neděle 22. dubna 2007

**zdroj:** *Le site officiel du Ministère de l'Intérieur de l'Outre mer et des Collectivités Territoriales* [online]. 6.5.2007 [cit. 2010-05-30]. Résultats de l'élection présidentielle. Dostupné z WWW:

<[http://www.interieur.gouv.fr/sections/a\\_votre\\_service/resultats-elections/PR2007/FE.html](http://www.interieur.gouv.fr/sections/a_votre_service/resultats-elections/PR2007/FE.html)>.

	Počet	% Zapsaných
Zapsaných	44 472 834	100,00
Absence	7 218 592	16,23
Hlasující	37 254 242	83,77
	Počet	% Hlasující
Bíle či Nulové	534 846	1,44
Vyslovených	36 719 396	98,56
	Hlasů	% Vyslovených
M. Olivier BESANCENOT	1 498 581	4,08
Mme Marie-George BUFFETOVÁ	707 268	1,93
M. Gérard SCHIVARDI	123 540	0,34
M. François BAYROU	6 820 119	18,57
M. José BOVÉ	483 008	1,32
Mme Dominique VOYNETOVÁ	576 666	1,57
M. Philippe de VILLIERS	818 407	2,23
Mme Ségolène ROYALOVÁ	9 500 112	25,87
M. Frédéric NIHOUS	420 645	1,15
M. Jean-Marie LE PEN	3 834 530	10,44
Mme Arlette LAGUILLEROVÁ	487 857	1,33
M. Nicolas SARKOZY	11 448 663	31,18



Druhé kolo bylo naplánováno na neděli 6. května 2007. Výsledky byly nejdříve, podle průzkumů, zveřejňovány v belgických a švýcarských médiích. Francouzská média uveřejňovala výsledky těchto průzkumů až po skončení voleb a uzavření volebních místností. První měření byla publikována po 20 hodině.

Z průzkumu výsledků Ségolène Royalové a Nicolase Sarkozyho vyplynulo, že Francouzi očekávali nový návrat ke skutečné politice. Sarkozy nazval ve své knize *Ensemble* tento druh politiky státnictvím.<sup>1</sup>

Výrazným činitelem v očekávání Francouzů bylo především to, že podobnost spočívala v důrazu na rozdílnost. Nutnost řešit problémy, intenzita dovolávání se změn a zkoumání nových možností začaly pohybovat jednotlivými politickými spektry a jejich základními ideami. Hlasy určené kandidátům, kteří se tradičně stavěli proti systému, byly vnímány spíše jako protestní než jako snaha po změně. Hlavní kvalitou kandidátů tedy nebyla schopnost odporovat a přebírat tyto hlasy. Voliči od svých kandidátů nečekali, že budou na tyto výpady reagovat, ale budou silnými vůdci, kteří vyřeší vnitřní problémy státu.

Každý kandidát usilující o své zvolení před francouzským lidem musel respektovat určitá pravidla. Během kampaně se byl kandidující politik nucen smířit s tím, že poklekne před zbytkem národa, ať už ve své předcházející funkci zastával roli premiéra, vládního ministra nebo předsedy strany. Vše probíhalo tak, jako by myšlenka rovnosti platila i pro všechny kandidáty, kteří byli symbolicky umístěni na stejnou startovní linii. V rozhodování si pak Francouzi volili kandidáta na základě jeho názorů a postojů, které prezentoval v kampani. Důležitá byla slova, která užíval, způsob, jakým vyhlásil svou kandidaturu, gesta, absolvované návštěvy aj.<sup>2</sup> Vzhledem k tomu, že volba hlavy státu bývá ve Francii nejsledovanější událostí politického života, byla prezidentská kampaň postavena především na konfrontaci konkurenčních projektů, které kandidáti prezentovali veřejnosti.

Kampaň jako jeden z demokratických prvků výrazně ovlivňovala šanci kandidátů na zvolení. Uchazeči o prezidentský post se v ní snažili představit své návrhy, které by zaručily světlou budoucnost francouzským občanům.

---

<sup>1</sup> SARKOZY, N. *Ensemble*. Bussiere : Saint-Amand-Montrond , 2007. 158 s.

<sup>2</sup> ROZÈS, S. c.d., s. 58.

Stejně jako každý volební rok tvořila kampaň v roce 2007 neoddělitelnou součást prezidentské volby. Během ní si vhodný kandidát musel být schopen vytvořit vztah se zbytkem země. Nestačilo být „pouze“ zapsán do historie Francie, ale bylo důležité spojit se s ideologií a být podporován politickým seskupením. Nabídka musela být prezentována individualitou, s níž byli občané schopni se ztotožnit. Bylo třeba, aby tato osoba byla ostatním veřejně známá. Navíc bylo vyžadováno, aby nabídka vhodného kandidáta zosobňovala myšlenky politického spektra, ve kterém se kandidát pohyboval, a zároveň představovala návrh, jak zajistit zdárný a progresivní rozvoj dané země. Právě kolem těchto myšlenek se soustředila celá politická kampaň. Otázka, zda nově zvolený prezident bude lepší než ten předešlý, nehrála žádnou roli. Jako příklad může posloužit chyba Lionela Jospina v roce 2002, který se místo toho, aby se věnoval ekonomické, sociální a bezpečnostní otázce, soustředil na to ukázat, že je třeba vyhnout se znovuzvolení „neschopného prezidenta“ Jacquese Chiraca.<sup>1</sup>

Debata o dopadu kampaně zůstávala stále otevřená, ale většina badatelů se shodla v tom, že čistě politické technologie, jako jsou veřejné meetingy, volební turné, bankety aj., byly zastaralé a vytlačované na okraj, izolované od venkova či jiných ekonomicky vzdálenějších míst.<sup>2</sup> V kampani se čím dál více projevoval stoupající vliv „politického marketingu,“ který se ze Spojených států rozšířil do celého světa. Nejvíce opěvovanými kandidáty se stali ti, kteří dokázali zaujmout svým charismatem a zapůsobit na city.<sup>3</sup> V rámci volební kampaně stál před kandidáty úkol oslovit tři skupiny voličů. Jedni byli přesvědčeni již dlouhou dobu, druhí se během kampaně nechali přesvědčit a třetí, co nadále zůstávali „obezřetní,“ se rozhodovali až v závěrečném boji.<sup>4</sup> Na základě tohoto rozdělení se objevila otázka, zda voliči, kteří s rozhodnutím čekali na poslední chvíli, byli spíše strategové snažící se předvídat a získat možnost ovlivnit výsledek a stát na straně vítěze, nebo se jednalo o voliče, jež stáli spíše stranou politické hry a měli, tváří v tvář početné nabídce, problém se rozhodnout.

---

<sup>1</sup> ROZÈS, S. c.d., str. 58.

<sup>2</sup> BRIQUET, J.-L.; SAWICKI, F. *Le clientélisme politique dans les sociétés contemporaines*. Paříž : PUF, 1998. 336 s.

<sup>3</sup> Le romans de campagne. *Le Monde diplomatique* [online]. 2007/2, 2, [cit. 2010-05-30]. Dostupný z WWW: <<http://www.monde-diplomatique.fr/carnet/2007-02-27-Romans-de-campagne>>.

<sup>4</sup> CAUTRÈS, B.; JADOT, M. L'indécision électorale et la temporalité du vote : Le moment du choix pour le premier tour de l'élection présidentielle 2007. *Revue française de science politique* . 2007, n. 3-4, s. 293-314.

Otázka chvíle výběru může vypadat jako klíčový moment pro vytváření koncepce volební kampaně, zároveň s tím pomáhá vysvětlit postup při rozhodování voliče.

Většina kandidátů měla k dispozici ty nejlepší poradce stojící v pozadí. Ti samotnou kampaň, i když neveřejně, řídili. Pod jejich vedením kandidáti procházeli různými etapami, méně či více důležitými.<sup>1</sup>

Podle pravidel dobře zvládnuté kampaně docházelo v její první části k důkladnému průzkumu terénu, který pomáhal řešit otázku, jakým směrem by se měl aspirant na prezidentský post vydat. Případně bylo nutné vyřešit, která oblast politické poptávky ještě nebyla důkladně uspokojena. V druhé fázi byly stanovovány zběžné cíle a témata, kterých by se měli kandidáti v průběhu kampaně dotknout.

Hlavní část propagace byla primárně určena nerozhodnutým voličům. Ti váhali, kterému z adeptů umožní svým hlasem postup do další fáze volebního klání. Poradci nezapomínali ani na tradiční příznivce strany či politika. Svou strategií je nesměli odlákat ani ztratit. Kampaň byla, jako již tradičně, destinována těm, kdo se o politiku příliš nezajímali.

Ve chvíli, kdy byla stanovena skupina, na níž se toužili volení zástupci obrátit, byl zahájen opravdový předvolební boj. Ve stejný moment začali volební specialisté přizpůsobovat, upravovat, či zcela měnit image kandidátů. Bylo nutné podtrhnout pozitivní stránky, prospěšnost a důležitost role, kterou do té doby v politickém dění zastávali.

Teprve po těchto fázích mohl volební tým přistoupit k vytvoření programu. Jednalo se o postup, který dokazoval skutečnost, že prezidentští kandidáti z roku 2007 byli představeni veřejnosti a plnili stránky periodik ještě před tím, než se vyprofilovali po stránce programové.

Od roku 1988, z důvodu politicko-finančních skandálů, které propukly v období prezidentských voleb, se objevila i snaha o zprůhlednění politického života. 11. března 1988, uprostřed kampaně, byl přijat nový zákon, který umožňoval zprůhlednění financování politiky. Zákon z 15. ledna 1990 trvale zakázal komerční spoty s politickým podtextem v rádiu a televizi. Jednalo se podle něj o neoficiální

---

<sup>1</sup> ALBOUY, S. *Marketing et communication politique*. Paříž : L'Harmattan, 1994. 340 s.

zviditelňování. Stejný zákon je nepovoloval i během 3 měsíců předcházejících volbám až do dne jejich konání. V tomtéž období byla zakázána i jakákoliv placená reklama v tisku.<sup>1</sup>

Zákony z 10. května 1990, 19. ledna 1995 a 11. března 1999 rozváděly pravidla pro financování kampaně. Výdaje musely být vždy projednány a schváleny Konstituční radou do šedesáti dnů následujících po volbách, zároveň musely být zveřejněny v oficiálně vydaném věstníku. Kandidáti zde měli vyčíslit veškeré výdaje a příjmy.

Oficiální volební kampaň byla vždy zahajována dnem publikace oficiálního listu kandidátů. Končila o půlnoci v pátek den předcházející volbám, ať už se jednalo o první či druhé kolo voleb. Stát poskytoval jednotlivým kandidátům pomoc. Zajišťoval jim zveřejnění, odeslání volebních lístků, televizní a rádiový prostor. Národní komise pro kontrolu volební kampaně dohlížela na rovnost mezi kandidáty.

Neoficiální začátek kampaně však nelze přesně určit. Jeho pravděpodobný start bychom mohli situovat do období, kdy končí předešlá prezidentská volba.

Velký rozmach neoficiální kampaně pro volby 2007 nastal v roce 2006, tedy asi rok před samotným uskutečněním voleb. I když nevolební, byl tento rok doprovázen událostmi, které měly za cíl připravit terén na propuknutí volební kampaně. Svou roli sehrál i neúspěch referenda z roku 2005, který byl přičítán klesající oblíbenosti prezidenta Chiraca a vlády. Referendum o Evropské ústavě z tohoto roku, kterou Francouzi odmítli, stálo u zrodu hlubší krize, která s Evropskou unií souvisela jen okrajově. I přes tento neúspěch předseda vlády Dominique de Villepin živil, do začátku roku 2006, naděje na kandidaturu za UMP a své zvolení. Vystupoval jako potenciální protikandidát ministra vnitra (Sarkozy). Jeho naděje byly definitivně zmařeny až krizí, jež následovala po zveřejnění C.P.E.,<sup>2</sup> která vyvolala masové nepokoje, především ve studentských řadách. Dominique de Villepin se kvůli nespokojeným hlasům, které se začaly ozývat i z řad jeho vlastní strany, musel svých ambicí na úřad prezidenta republiky vzdát.

---

<sup>1</sup> CAROLI, D.; LANCELOT, A. Election présidentielle. *Commentaire*. 2002, n.98.

<sup>2</sup> Le contrat premier embauche – Smlouva o prvním zaměstnání – tento text se setkal se silnou opozicí u studentů a gymnazistů, podporovaných syndikátem zaměstnanců, z toho důvodu, že by zjednodušil zaměstnavatelům propouštění a zrušitelnost smlouvy.

### **3.2 Prezentace hlavních kandidátů**

Prezidentská kampaň roku 2007 byla poznamenána bipolarizací. Spolu s jejím začátkem došlo k úniku dvou hlavních kandidátů Sarkozyho a Royalové v předvolebních průzkumech. Ostatní uchazeči byli postupně odstraňováni z cesty a často označováni za „Petits candidats“ – Malé kandidáty. Tento pejorativní název jim přikládal i menší roli a význam v politickém životě.

Nejúspěšněji zvládnutou kampaní by byla podle výsledků voleb právě kampaň těchto dvou favoritů, v jejich těsném závěsu se pohyboval Bayrou.

Jako každý rok byla v prezidentské kampani zvolena hlavní témata. V roce 2007 se jednalo především o téma národa, které vstoupilo do debat a bylo přijato všemi kandidáty. Mnohokrát se také objevilo ve vyjádření favoritů.

Nicolas Sarkozy a Ségolène Royalová byli vybráni jako ti, kteří byli schopni a chtěli reprezentovat změnu a mít prezidentskou moc, aby mohli realizovat své projekty. Když Nicolas Sarkozy říkal, že myslí na volby při holení, nebylo důležité, zda mluví pravdu, ale že vyjadřuje osobní ambici, protože vše v jeho politickém či osobním jednání bylo příslibem rehabilitace politické moci. Kdekoliv, kde vystupoval, byl schopen vyjádřit svůj názor i svůj pohled a začít ho realizovat. Vystupování Ségolène Royalové bylo spojeno s efektem módy. Mnoho komentátorů politické situace se obávalo, že Royalová nebude schopna důstojně reprezentovat myšlenky levice, na druhé straně měla, díky své minulosti a svému původu, to štěstí, že nemohla být přiřazována k žádné dosud existující skupině či podskupině patřící k levici. Z tohoto důvodu se od těchto, již více či méně, „mrtvých“ skupin mohla částečně distancovat a obrátit se na Francouze s novou nabídkou. Navzdory tomu, že se často v názorech odlišovala od stranických kolegů, našli francouzští občané v jejích ideách a problémech své vlastní problémy. Z tohoto důvodu jim byla kandidátka bližší. Nepatřila do skupiny politiků, kteří by podléhali jen a pouze stranické hierarchii a politickému aparátu, ale byla jednou z nich, řešila stejné problémy i s jejich intimními stránkami.

Royalová i Sarkozy mluvili ke svým potenciálním voličům spíše svými postoji než tím, co sdělovali ústně. Hovořili jako soukromé osoby a ne samotní reprezentanti politického proudu.<sup>1</sup>

Sarkozy viděl problémy a nabízel alternativy a řešení. Říkal: „Pokud chceme, můžeme.“ Ségolène Royalová se vzdálila od tradičních levicových diskuzí. I ona vyjádřila úmysl zastupovat nové hodnoty, které by mohly Francouze spojit.

„Sarkozy se prezentuje jako moderní politik, který vystupuje ve dvojici spolu se svým životním partnerem.“<sup>2</sup> Obracel se na voliče přímo, nabízel jim svůj elán a vitalitu. Skupině lidí oslabených ekonomickou a společenskou krizí vzkazoval: „*Počítejte se mnou, oddělím zrno od plev, abych odlišil zaměstnaného od člověka na podpoře, hodného mladistvého od zlého, dobrého imigranta od špatného.*“<sup>3</sup> Tato morální pomoc byla slibem pro toho, kdo prožíval nějaké příkoří. Jeho heslem se stalo: Pracovat více pro větší výdělek, což bylo zároveň i heslo Medefu, francouzské Federace zaměstnavatelů.

### 3.2.1 Nicolas Sarkozy

Jedním z kandidátů, který již už od začátku vévodil veřejným průzkumům popularity, byl Nicolas Sarkozy. V politickém životě patřil mezi představitele, kteří vzešli z bonapartistické tradice. Od první chvíle velmi dobře využíval svých schopností.

Talent zaujmout dav prokázal již ve svých dvaceti letech během sjezdu své strany. Podle Alaina Duhamela byl tehdy vyzván ke krátkému pětiminutovému projevu za účelem uklidnit posluchače, kteří čekali na hlavní řečníky. „*Tento mladý militant s dlouhými vlasy si ponechal slovo na 20 minut.*“<sup>4</sup> Navzdory tomu, že bylo třeba pro mladého začínajícího politika napnout všechny své síly, aby mohl uspět, uměl upoutat pozornost.(Obrázek 6)

---

<sup>1</sup> ROZÈS, S. c.d., s. 64.

<sup>2</sup> DUHAMEL, A. *Les prétendants 2007*. Paříž : Plon, 2006. Nicolas Sarkozy ou l'audace perpétuelle , s. 50

<sup>3</sup> ZAKHARTCHOUK, J.-M. Le «bon sens», mauvais conseiller d'éducation . *Libération*. 6.12.2006.

<sup>4</sup> DUHAMEL, c.d. , s. 56



**Obrázek 6 – Nicolas Sarkozy jako student v televizním pořadu (21/05/1975)**

První televizní vystoupení Nicolase Sarkozyho.

UDR jeunes, tribune libre

zdroj: INA staženo: 8. května 2009

Ambice stát se významným státníkem si vyžadovala dokonalou přípravu, z které Sarkozy těžil po celou dobu své politické kariéry. Díky bezchybně zvládnutému umění projevu přilákal davy a stal se miláčkem médií. Dokonalá řečnická technika měla však i určité mezery. Týdeník Reflex napsal: „*Nejen jeho nepřátelé, ale dokonce i příznivci vlastní politické strany, ..., tvrdí, že kandidát by se měl více ovládat.*“<sup>1</sup> Časopis tak reagoval na častou kritiku kandidátovy výbušnosti.

Pověst prvotřídního politika si získal hlavně svojí neúnavností a ochotou být stále k dispozici. Po volbách v roce 2002 se, jako ministr vnitra a posléze ministr pro ekonomiku a finance, stal hlavní hvězdou, kterou média velmi často zvala do svých pořadů a vystavovala na stránkách periodik. „*Nikdo jiný neměl tak dobré výsledky sledovanosti.*“<sup>2</sup> V průběhu druhého volebního období Jacquese Chiraca se stal číslem jedna politického života. Preferovala ho veškerá existující média. Podle Duhamela se však nejednalo pouze o náhodu. „*Pokud má Nicolas Sarkozy řečnický dar, který dráždí jeho konkurenty a rivaly, pracuje zároveň mnohem víc než ostatní, metodicky a vytrvale.*“<sup>3</sup>

Před novináři pokaždé vystupoval připravený a s novými nápady. Způsob, jakým byl schopen prezentovat sebe i myšlenky, které zastával, proměnil jeho projev ve společenskou událost. Se svými protivníky komunikoval s úctou, daleko však nešel ani pro ostřejší vyjádření. Nikdy nezapomínal poděkovat za pozvání a pozornost, která mu byla věnovaná. Jean-Marie Colombani o něm v roce 1997 napsala: „*Narodil jste se otci Maďarovi, pocházejícímu z nižší šlechty, který utekl do Francie po válce, a matce*

<sup>1</sup> ŠMÍD, J. Nicolas Sarkozy. *Reflex*. 2007, n. 16, s. 74.

<sup>2</sup> DUHAMEL, A. c.d., s. 59.

<sup>3</sup> Tamtéž, s. 59.

*s řeckými kořeny a židovským vyznáním, Modianově příbuzné, matce, která byla velmi rychle ve svém životě sama, poznal jste spolu s vaším bratrem chudé dětství v Neuilly. A pravděpodobně zde se zrodila vaše úžasná chuť po odvetě a neuvěřitelná snaha po tom, aby vás toto město, které je spíše jednou ze čtvrtí Paříže, přijalo do té míry, že jste se do svého přání dokázal vtělit.“<sup>1</sup>*

Svým příznivcům nabídl myšlenky tradiční parlamentní pravice, přišel však i s návrhy, které navazovaly na republikánské pojetí politiky. „*Levice ho označila za provokatéra, pravicová volební základna ho oslavovala jako zachránce*“<sup>2</sup>

Sarkozy se v průběhu druhého mandátu Jacquese Chiraca stal nejdůležitějším pravicovým představitelem. Prezident, se kterým již delší dobu válčil, mu však nechtěl předat veškerou moc. Proto, když vybíral ministerského předsedu, navzdory Sarkozyho popularitě, dal přednost Raffarinovi. Při krizi v roce 2005 své rozhodnutí změnil a post premiéra Sarkozymu nabídl. Předseda UMP si však byl velmi dobře vědom složitosti politické situace a z obavy, že by mu přijetí předsednického postu zabránilo v cestě k vytouženému postu prezidenta, odmítl. Nijak se netajil svým úmyslem v budoucnu zastávat úlohu prvního muže ve státu. Jeho ambice podporovala i skutečnost, že si během svého působení v politickém životě získal mnoho příznivců i nepřátel z důvodu svých nekompromisních názorů.

Ještě před zahájením boje prošel velkou transformací. Jeho kampaň byla organizovaná v různých etapách. Kandidát stavěl na své nepopiratelné zkušenosti z vysoké politiky. Využíval především svých vztahů k médiím a ovlivňoval reakce veřejnosti na ostatní kandidáty. Sarkozymu tím byla dána možnost kontroly průběhu kampaně a prosazení vlastních témat. Deník *Le Figaro* den po Sarkozyho zvolení napsal: „*Vrací pravici její hrdost.*“<sup>3</sup>

Program tohoto kandidáta se věnoval různým problémům. Ve čtvrtek 8. března 2007 v pořadu „*A vous de juger*“ na France 2 nabídl Sarkozy vytvořit ministerstvo pro národní imigraci a národní identitu. Podle jeho slov byla tato problematika v té době roztříštěna do několika ministerstev. Idea, kterou vyslovil, ho postavila do centra zájmu, nicméně

---

<sup>1</sup> COLOMBANI, J.-M. *De la France en générale et de sesdirigeants en particulier*. Paříž : 1997, Plon. s. 195-196.

<sup>2</sup> DUHAMEL, A. c.d., s. 62.

<sup>3</sup> ORMESSON, J. Un président pour rassembler. *Le Figaro*. 7. 5. 2007.



se nejednalo o novinku. Myšlenka vytvořit funkci ministra pro imigraci byla již součástí projektu jeho mateřské UMP.

Národ u něj tvořil ústřední bod kampaně. V interview pro *Le Journal du Dimanche* uvedl, že Le Pen není vlastníkem národní identity.<sup>1</sup>

Ve svém programu prohlásil: „*Ti, co se k nám chtějí přidat, musí respektovat námi uznávané hodnoty.*“<sup>2</sup> Úkolem, který si předsevzal, bylo zajištění kontrolované selektivní imigrace. Byla by založena na výběru cizinců, kteří by odpovídali na potřeby a prostředky Francie ale i země svého původu. Prohlásil, že útočiště může země nabídnout pouze tomu, komu je schopná dát práci a ubytování. K příchodu rodinných příslušníků dodával, že podmínkou musí být právě tato práce a ubytování. Zabránilo by se tak nebezpečí, že by se rodinní příslušníci ocitli bez prostředků a byli zcela závislí na sociální pomoci země, kterou označil za příliš velkorysou a pečovatelskou. „*Imigrace může být pro Francii šancí v případě, že bude zvládnutá. Akceptovat přijímání bídy z celého světa, by znamenalo stáhnout celou společnost ke dnu. Znamenalo by to, že z neštěstí imigrantů, které nejsme schopni integrovat, uděláme neštěstí všech ostatních.*“<sup>3</sup>

Jako základ úspěchu podtrhoval společnou Evropu a její jednotnou imigrační politiku. Podle něj nebylo možné, aby jednotlivé země uplatňovaly pouze svou vlastní politiku proti nelegálním přistěhovalcům ve chvíli, kdy jsou hranice s ostatními zeměmi zcela otevřené. Za dobrou imigrační politikou musela být na základě jeho slov také úspěšná integrace. „*Francie musí být velkorysá, tolerantní, otevřená a být schopná přijímat, ale jen za podmínky, že ji budeme respektovat. Za podmínky, že se budeme snažit.*“<sup>4</sup> Ve svém programu nabídl, aby jedinec, který bude z Francie vyhoštěn, nemohl získat souhlas dříve než po pěti letech. Základní podmínkou pro získání trvalého povolení k pobytu by měla být přinejmenším znalost mluveného a psaného jazyka, ale i respekt ke kultuře a hodnotám přijímací země. Veškeré principy by zaštiťovala charta pro imigrační politiku, psaná pravidla pro přijímání cizinců na francouzské území.

Vedle téma imigrace se Sarkozy ve svém programu zabýval i otázkou globalizace a Evropské identity. Projevil velmi silný proevropský přístup. Prohlásil, že si uvědomuje,

---

<sup>1</sup> La politique de l'immigration, c'est l'identité de la France dans 30 ans. *Le Journal de Dimanche*. 11.3. 2007

<sup>2</sup> U.M.P. : *L'Intégration* [online]. 2006 [cit. 2010-05-30]. L'abécédaire des propositions de Nicolas Sarkozy.

Dostupné z WWW: <<http://archives.u-m-p.org/propositions/index.php?cat=Int%C3%A9gration>>

<sup>3</sup> SARKOZY, Nicolas. *Ensemble*. Saint-Amand-Montrond : Bussiere, 2007, Str. 47

<sup>4</sup> Tamtéž, Str. 48

co Evropu stálo její rozdělení. Za hlavní úkol sjednoceného kontinentu vybral její úlohu při ochraně svých obyvatel proti globalizaci. „*Měla by chránit demokracii, slabší proti silným, solidaritu a přírodu,*“ uvedl ve svém programu<sup>1</sup>. Viděl sílu ve spolupráci, kdy hlavním cílem bylo nalézt nejlepší řešení pro všechny – vytvořit společnou politiku, společné hranice. V neposlední řadě se znovu vracel k neúspěšnému referendu o Evropské ústavě. Zdůrazňoval důležitost společného textu, na kterém bude třeba stále pracovat. Evropská unie by měla, podle jeho názoru, více spolupracovat s občany jednotlivých zemí. Ti ji pak na oplátku nebudou bránit v rozhodování a nebudou se obávat ztráty vlastní identity a negativních důsledků.

Země by měla mít právo chránit své občany před negativními důsledky globalizace a bránit, zvláště ve Světové obchodní organizaci, své výrobky, podniky a trhy. Postavil existenci Evropské unie jako protiváhu Spojeným státům a zároveň chtěl využít její silné pozice a zamezit negativním vlivům, kterými na evropský trh útočí levné asijské produkty. „*Tváří v tvář globalizaci, amerikanizaci světa, růstu Číny, regionalizaci světové ekonomiky, potřebujeme vytvořit víc než kdy jindy Evropu, abychom umožnili život Francie.*“<sup>2</sup>

Kategoricky odmítl přijetí Turecka do EU, především z důvodů rozdílných historických a kulturních kořenů. Přijetí státu jako je Turecko by, podle jeho názoru, okamžitě oslabilo veškeré jednání Evropské unie a vedlo k jejímu zániku. Oproti tomu navrhl podepsání dohod o společném trhu mezi touto zemí a státy Evropské unie.

Postavil se za posílení bezpečnosti v zámořských územích pomocí boje proti přepravě narkotik, nelegální imigraci a nelegální práci. Jeho hlavním cílem bylo rozvinutí spolupráce se zeměmi sousedícími s francouzským teritoriem, které bojují s chudobou a připravit je na potenciální přírodní katastrofu pomocí zásob, které by byly určeny možnému počtu postižených a obětí. Východisko ze složité situace departementů viděl v podpoře tradičních zemědělských odvětví, mezi které řadil např. pěstování banánů a třtiny, zároveň se chtěl soustředit na výstavbu nových komunikací, nových zdrojů vody a podporu obnovitelných energií použitelných v těchto oblastech. Nedostatek viděl také v malé podpoře plynulého přechodu mezi vzděláním a prvním zaměstnáním. Za cíl si

---

<sup>1</sup> *Fluctuat.net* [online]. 2006 [cit. 2010-06-01]. Programme de Nicolas Sarkozy. Dostupné z WWW: <<http://www.fluctuat.net/3837-Programme-de-Nicolas-Sarkozy>>.

<sup>2</sup> SARKOZY, c.d., str. 91

stanovil uznání rozdílné kultury a jazyka, které by mělo být součástí vzdělání pro všechny obyvatele Francie.

V domácí politice, v rámci různých omezení, navrhl nahradit pouze jednoho ze dvou funkcionářů odcházejících do důchodu. V centru jeho pozornosti byla také, již zmíněná, bezpečnost spolu s odstraněním delikvence a zpřísněním trestů. Bojoval na různých frontách a spolu s násobením svých slibů přidával nové plány na reformy. Názor veřejnosti se v mnohých případech přiklonil na jeho stranu.

Kritickou shledával krizi identity související s nejasným obrazem národních hodnot a s "krizí republikánských hodnot." Francie podle jeho názoru již déle jak 25 let žila v rezignaci a doufala, že se znovu zázračným způsobem vrátí období 30 Glorieuse<sup>1</sup>.

Překážky, které stály v cestě rozvoji, viděl především v oblasti daní. Ekonomická a sociální krize byla patrná především z nedostatečného docenění hodnoty práce. Navíc četné byrokratické překážky a zákony zamezovaly lidem, aby si vydělali víc. Kandidát přicházel s myšlenkou, která by umožnila lidem více pracovat, a tím si i více vydělat. Hlavním prostředkem byla možnost zvýšit počet přesčasových hodin u těch, kteří o ně budou mít zájem. Postavil se také za snížení veřejných nákladů a vysoké zdanění odměn.



**Obrázek 7 – Volební plakát Nicolase Sarkozyho**  
Staženo : Programme Sarkozy. Ensemble tout devient possible,  
[www.sarkozy.fr](http://www.sarkozy.fr), 27.3. 2007

<sup>1</sup> Období mezi roky 1949-1975 s obrovským ekonomickým rozvojem

Plán, který Sarkozy představil v oblasti vzdělání, výzkumu a vývoje, spočíval v rekvalifikaci a ve zvýšení dosavadního vzdělání, které by vedly k získání lepší práce. Podtrhoval rozvoj potenciálu univerzit ve světové konkurenci, s čímž spojil také svůj cíl zvýšit kvalitu výzkumu až na světovou úroveň. „Profesoři, učitelé nejsou zodpovědni za úpadek školy. Většina z nich dokazuje své schopnosti a neuvěřitelnou oddanost v systému, který odrazuje od jakékoliv snahy či iniciativy.“<sup>1</sup> Upozornil na fakt, že škola existuje za účelem předání prostředků k myšlení, ne aby učila mladé lidi, jak být mladými, ale „aby je naučila dělat rozdíl mezi Paní Bovaryovou a dobrým článkem z novin, mezi Antigonou a Harrym Potterem.“<sup>2</sup> „Je to zkrátka osud našeho národa a každého z nás, který je ve hře... Vím, že Francie a Francouzi mají zdroje a schopnosti jich využít. Dát jim prostředky a být o nich přesvědčen bude hlavní osa našeho politického cíle.“<sup>3</sup>

Ve své knize Ensemble, která shrnovala jeho názory, uvedl, že země podle něj procházela politickou krizí, především kvůli nemohoucímu státu a nevýkonným státním strukturám. Stát se nachází na mezníku dvou období a není schopen se rozhodnout, jakým směrem se nadále vydat. „Abychom mohli hrdě dělat politiku, je nutné milovat lidi a respektovat je, dělit se s nimi o jejich radosti i starosti...“<sup>4</sup>

Díky svým dosavadním zkušenostem z vnitřní i zahraniční politiky a zahraničním kontaktům byl řazen na přední místa ve volebních preferencích. Jako jeden z mála byl pak označován za nejschopnějšího a nejpovolanějšího k výkonu prezidentské funkce. (Obrázek 8)

### 3.2.2 Ségolène Royalová

Volební strategie Ségolène Royalové oproti soupeřům odpovídala méně tradičním schémátům politické komunikace z pohledu načasování a organizace.

Dlouhou dobu se držela v ústraní hlavních politických představitelů zastupovaných tradičními či favorizovanými kandidáty na post prezidenta republiky. Nezastávala žádnou z klíčových pozic uvnitř Socialistické strany (PS). Na vládní úrovni se dostala do funkce

---

<sup>1</sup> SARKOZY, N. c.d., s. 38.

<sup>2</sup> Tamtéž, s. 36.

<sup>3</sup> MARIÉ, J. Le programme de Nicolas Sarkozy. *L'Express.fr* [online]. 8.2.2007, -, [cit. 2010-05-30]. Dostupný z WWW: <[http://www.lexpress.fr/actualite/politique/le-programme-de-nicolas-sarkozy\\_478400.html](http://www.lexpress.fr/actualite/politique/le-programme-de-nicolas-sarkozy_478400.html)>.

<sup>4</sup> SARKOZY, N. c.d., s. 18.

ministryně životního prostředí, posléze zastávala pozici ministryně pro rodinu, děti a osoby s handicapem. Stejně, jako v její mateřské straně, se jednalo spíše o pozice s menší důležitostí, které neměly zásadní vliv na politický chod země. Tyto úlohy jí tudíž nezajišťovaly příliš výraznou pozornost médií. I tak jí ale napomohly k vytvoření osobní prestiže, kterou od prezidentského kandidáta očekáváme.

Royalová jako kandidátka v žádném případě nezapadala do obvyklých kategorií. I když byla již delší dobu hodně populární, nezískala si takový věhlas ani impozantní zkušenost, kterou disponovali někteří její straniční kolegové. Dokázala si nicméně najít vlastní cestu, kterou nikdo před ní neprozkoumal a nevyužil. Obešla pravidla, postavila se zaběhlým rituálům a receptům na úspěch. „*Tam, kde se její konkurenti sklonili před tradiční hrou klasické kandidatury – nejprve přesvědčit vedoucí špičky ve straně, poté spolustraníky a teprve pak voliče,*“<sup>1</sup> ona zvolila opačný postup. Za nejdůležitějšího považovala samotného voliče, s jehož pomocí a pomocí jeho přízně postupně získala členy své strany.

Využila všech svých sil, umění naslouchat i vcítit se, aby naplnila své ambice. Teprve, když bylo veřejné mínění na její straně, začala dobývat domácí tábor svých kolegů. Strana, která propadla ve volbách v roce 2002, potřebovala znovu nabýt ztracenou důvěru veřejnosti, k tomu byla Royalová ideální osobou.



### **Obrázek 8 – Royalová představila prezidentský pakt**

Ségolène Royalová - sto způsobů jak přesvědčit

Zdroj: *Matin Plus*, 12. února 2007

Od začátku vsadila na jednu kartu: postavit nové a neznámé proti tradičnímu, city proti racionalitě. Na základě této myšlenky zveřejnila svůj: „*Pacte présidentiel*“ (Obrázek 8), v němž se pokusila dát naději lidovým třídám, které levice

<sup>1</sup> DUHAMEL, A.; PICQ, J.; BEAUVOIS, Y. *Autour de présidentielles. Commentaire*. 2006, 2006-07, n. 116, s. 932.

již dlouhou dobu ztrácela. Rozvinula několik konkrétních způsobů jak zvýšit zaměstnanost u mladých lidí a zdůraznila důležitost inovací v průmyslu a rozvoj obnovitelných energií. Každým svým krokem se snažila překvapit a upoutat pozornost. Mobilizovala s veškerým talentem. Za velmi krátkou dobu se naučila používat své tělo a tvář, svou eleganci, aby zmanipulovala veřejné mínění na svou stranu. „*Instinktivně ví, co chtějí Francouzi slyšet, a říká to svými vlastními slovy. Nikdy se nesnaží objasňovat, předcházet, táhnout, ale naopak reflektovat, vyjádřit, přemýšlet, zveličovat: v tom je kandidátkou v zrcadle, to, co říká nahlas, ostatní šeptají.*“<sup>1</sup> Udělala ze sebe mluvčího obyčejných lidí, navíc velmi atraktivního, který svým voličům vysílal pozitivní zprávu. „*Říkala, že jim nechce vládnout, ale následovat je a jejich přání, být jim k dispozici, protože zná jejich skutečné problémy.*“<sup>2</sup>

Součástí jejího programu byla i otázka změny přístupu k zámořským departementům. Royalová prosazovala navýšení finanční účasti států v těchto regionech, které by kompenzovalo nevýhody způsobené vzdáleností těchto regionů od metropolitní Francie, rozdílný reliéf a také složitější klimatické podmínky. Prosazovala pokles DPH z produktů těchto zemí, snížení ceny přepravy osob, služeb i produktů, čímž sledovala výrazný úbytek nezaměstnanosti v těchto oblastech do deseti let. V jejím programu se, stejně jako u Sarkozyho, projevila i snaha zapojit historii těchto regionů a především historii otroctví do výchovy a vzdělávání.

V oblasti práce se vyjádřila především ke špatnému zacházení s třiceti pěti hodinovou týdenní pracovní dobou, která podle ní znamenala obrovský sociální pokrok. Nicméně vyžadovala novou kontrolu ve společnostech, kde byla myšlenka 35 pracovních hodin špatně aplikována. Její projekt obsahoval i otázky týkající se nadčasových hodin a jejich vyplácení. Jako základ stanovila co nejbližší zvýšení minimální mzdy na 1500 euro.

Svým vzhledem přitahovala pozornost mužů, aniž by dráždila ženy. Navzdory tomu, že se o její vizáži objevily mnohé spekulace v různých médiích, jako je například Dossier du Canard,<sup>3</sup> které jí podezíraly z plastických operací, se snažila dokázat, že její prioritou nebyl pouze dokonalý vzhled. Samozřejmostí zůstává, že kandidátka prošla jistou proměnou. Změnila své stylisty, šatník i způsob vystupování. „*Dlouhou dobu byla*

---

<sup>1</sup> DUHAMEL, A.; PICQ, J.; BEAUVOIS, Y. c.d., s. 932.

<sup>2</sup> Tamtéž, s. 932.

<sup>3</sup> GAILLARD, M. *Dossier du canard enchaîné*. Paříž : 2007. Le Grand bêtissier n. 107.

*Ségolène spíše ve stylu brýlí, drdůlku a květinových vzorů.*<sup>1</sup> Svůj styl změnila v období předcházející kampani. *„Spolu se vstupem do nového tisíciletí se její sukně a vlasy zkrátily.”*<sup>2</sup> Opravdový prezidentský vzhled a vystupování však získala, podle listu *Canard enchaîné*, těsně před volbami, kdy začala intenzivně oslovovat budoucí voliče. Rozhodla se vyhovět požadavkům voličů i svých stylistů. *„Kandidát, který si nevidí na špičku nosu, i když dlouhého, se nenosí.”*<sup>3</sup> Odložila brýle. *„Postupně ztrácí váhu a navštěvuje dentistu, aby jí vytvořil krásný úsměv.”*<sup>4</sup>



Obrázek 9 – Proměny Ségolène Royalové

Zdroj: Forums – France 2 staženo: 8. května 2009

Její věk a vystupování se staly pro voliče zárukou zralosti v rozhodování, zkušenosti, ale i otevřenosti k inovacím. Ženskostí a schopností empatie porážela své protikandidáty.(Obrázek 9)

Dokázala si na svou stranu získat veřejnost. Neváhala k tomu využít ani zkušenosti z regionální politiky. Prezentovala se jako matka, která zná každodenní problémy. Mluvila jako nikdo jiný o rodině, vzdělávání a výchově dětí, potřebě autority, či problémech v zaměstnávání mladých absolventů škol. *„Staví se do role posluchačky, protestující i oběti. Je lidem,“* napsal ve svém článku Alain Duhamel.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Elysée-moi ! : Tout ce que nous cachent les candidats. *Dossier du Canard enchaîné* . 2007. s. 12.

<sup>2</sup> Tamtéž, s. 12.

<sup>3</sup> Tamtéž, s. 13.

<sup>4</sup> Tamtéž, s. 13.

<sup>5</sup> DUHAMEL, A.; PICQ, J.; BEAUVOIS, Y. c.d., s. 934.

Vzdělání hrálo v jejím programu také důležitou roli. Chtěla omezit počet žáků ze škol s označením ZEP<sup>1</sup> na 17 v jedné třídě a zajistit dotaci ve výši 125% na jednoho žáka pro tato zařízení. Postavila se za vytvoření tzv. přípravných tříd pro vysoké školy do čtvrtí, které je nemají. Jejím cílem by mělo být odebrání monopolu na existenci těchto tříd školám nacházejícím se v centru měst. Chtěla zajistit povinnou školní docházku již od tří let dítěte

Navzdory připomínkám si kandidátka dokázala vytvořit vztah s jednou, dosud neoslovenou a nezúčastněnou, skupinou voličů. Její kampaň se oddálila od Socialistické strany a postupně od původního programu. Chtěla být nablízku svým spoluobčanům a voličům, ti ji mohli vnímat jako jednu z nich. Nebála se útočit a vyslovit nahlas problémy, aniž by znala způsob jak je vyřešit. Oproti Sarkozymu se, především na začátku kampaně, Royalová tématu národ spíše bránila. Apelace Sarkozyho označila za nevhodné, nicméně poté, co se v průzkumech ukázalo, že většina Francouzů reaguje na jeho podněty kladně, zapojila i ona toto téma do své kampaně.<sup>2</sup>

Téma národní identity zmínila Ségolène Royalová ve svém kandidátském prohlášení z 29. září 2006. „*Národ není monopolem pravice a tím méně extrémní pravice. Se mnou nezmizí národní identita v globalizačním procesu,*“<sup>3</sup> prohlásila. Spolu s touto kritikou použila s mírnou obměnou i Sarkozyho heslo: Pokud nás bude více, vše se stane možným.

V oblasti imigrace byla hlavním programem Royalové velice často kritika názorů jejího hlavního oponenta. Zcela odmítla politiku „výběrové imigrace“, která by podle ní vedla k novému kolonialismu. Zdůrazňovala, že za dobu existence koloniálních mocností, byla natolik zničena kultura a využit potenciál těchto zemí ve prospěch mocností, že nebude možné pokračovat tímto směrem a úmyslně podporovat odchod vzdělaných pracujících z těchto zemí do Francie. Nebude však ani možné vyhlásit masivní přijímání cizinců, které by mělo nahradit pravidlo deseti let. Toto nové pravidlo by, podle ní, vyřešilo otázku rozdělování rodin.

---

<sup>1</sup> Zone de l'éducation prioritaire – označení pro školy ve složitých čtvrtích

<sup>2</sup> BESSON, E. Sur l'évolution de la campagne de Ségolène Royal. *LePoint.fr* [online]. 26.3.2007, [cit. 2010-05-30]. Dostupný z WWW: <<http://www.lepoint.fr/actualites-politique/2007-03-28/sur-l-evolution-de-la-campagne-de-segolene-royal/917/0/176055>>.

<sup>3</sup> *Le Desire de l'avenir* [online]. 29.9.2006 [cit. 2010-05-30]. Une identité nationale qui rime avec solidarité, hospitalité et ouverture au monde. Dostupné z WWW: <<http://www.desirsdavenir.org/node/27935>>.



Kampaň se dotkla také otázky trvale udržitelného rozvoje. Mezi nabídky Royalové pak patřilo vytvoření pozice vicepremiéra, jehož úkolem by byla právě otázka udržitelného rozvoje. Navrhla také zavedení tzv. „taxe carbon,“ jež by se dotkla speciálního zdanění pohonných hmot a fosilních paliv. Jejím zájmu neunikla ani často diskutovaná otázka francouzského zemědělství. Navrhla přehodnotit systém dotací, který by měl zákonitě vést k pěstování kvalitnějších potravin.

Projektem v oblasti zdraví bylo vytvoření speciálního dokladu pro mládež od 16 do 25 let, který by zaručoval možnost bezplatné konzultace lékaře jedenkrát za semestr. Zároveň navrhla bezplatnou antikoncepci pro ženy mladší dvaceti pěti let. Ruku v ruce s tím chtěla posílit lékařské služby na školách a univerzitách a podpořit každé školské zařízení k zaměstnání zdravotní sestry na plný pracovní úvazek.

V programu se objevila otázka důstojného odchodu. Navzdory spornosti této problematiky se kandidátka postavila na stranu těžce nemocných a podpořila lékaře, kteří se rozhodli pomoci těmto lidem v jejich rozhodnutí.

Jako hlavní úkol si vytyčila ukončení imigrace, která by byla způsobena chudobou a bídou. Každý by měl žít spokojeně a hrdě v zemi, ze které pochází. Bylo by proto důležité vyjednávat se zeměmi, které nenabízejí dobré životní podmínky, a zdůrazňovat politiku spolupráce.

### **3.2.3 François Bayrou**

Zvláštní postavení si mezi kandidáty vybudoval i François Bayrou.

Jeho osobnost se nejprve pokusme charakterizovat pomocí televizního pořadu Guignol, jakýchsi francouzských Gumáků, vysílaných na Canal+. Středový reprezentant zde vystupoval jako spokojený a hloupý „sedlák,“ jemuž naprosto chyběla schopnost porozumět a souvisle odpovědět. Guignol se vysmívali jeho vadě řeči, kterou se mu mezi dvacátým a třicátým rokem podařilo odstranit. Dalo by se říci, že na televizní obrazovce představoval negramotu. Opravdový Bayrou byl však spíše opakem této postavičky. Většina vlastností prezentována tímto pořadem byla Bayrouovi spíše pravým opakem.

#### **Obrázek 10 -François Bayrou - Úvod k programu**

Zdroj: [www.bayrou.fr](http://www.bayrou.fr) , staženo : 31. 3. 2007



Voici mon programme d'action pour la France. Ce ne sont pas de fausses promesses, comme on en fait depuis trop longtemps, mais des objectifs raisonnables qui changeraient profondément la vie de notre pays.

Od začátku své kampaně popíral tradiční vlastnosti středově orientovaného politika. Bez obav vstupoval do otevřených konfliktů se silnými protivníky. Nebál se projevit svůj názor ani kritiku. Charakteristickými kvalitami pro něj byla rozhodnost a nezávislost. Za každých okolností věřil svým myšlenkám, ty se snažil propagovat. Mezi jeho priority patřila federalizace Evropy, podpora sociální demokracie, účast občanů na rozhodování, respekt právního státu a solidarita. Na těchto základech postavil i svou vlastní politiku. „Pro něj je politika osobní výzvou,“ napsal Alain Duhamel, „Bayrou není ani svatý, ani vyvolený, ani ikona ctnosti – ale vášnivě věří, že moc musí mít smysl, že vláda vykonává poslání, že demokracie neexistuje bez idealismu.“<sup>1</sup>

V oblasti ekonomie nabízel tzv. sociální ekonomii. Jeho velkým projektem bylo vytvoření dvou nových míst se smlouvu na dobu neurčitou v každé společnosti. Místo by posléze nepodléhalo sociálnímu zdanění. Stejně jako většina politiků se i on zabýval klesající koupěschopností francouzských obyvatel. Jeho snahou by podle jeho programu mělo být i proplácení přesčasových hodin v hodnotě 135% běžné hodinové sazby. S tím prosazoval podporu malých a středně velkých společností.

Uznával, že stav francouzské společnosti a demokracie nebyl příliš pozitivní. Byl přesvědčen, že tradiční principy, na kterých byla postavena, se neustále vytrácí, spolu s nimi i vzájemný respekt a solidarita, na kterých stavěl svůj volební program. V jeho propozicích se projevilo silné pro-sociální myšlení.

Nebyl ani osvícenec ani fanatik, vystupoval jako jeden z lidu a dával to soustavně najevo. Zastával názor, že jeho úkolem je usmířit Francouze a demokracii, obnovit vazby mezi politiky a občanskou společností. Nepatřil do skupiny kandidátů se silnou podporou

---

<sup>1</sup> DUHAMEL, A. c.d., s. 127.

bohatých mecenášů, což mu přidávalo na popularitě u středních a nižších vrstev obyvatelstva. Se svými schopnostmi se dokázal dostat až do čela jedné z významných politických stran Francie jako je UDF.

Nemalou pozornost vzbudil i jeho nápad reformovat Ústavu a to tím směrem, kdy by v jejím základu měl být zákaz jakékoliv vládě představit schodkový rozpočet v jiném období než v průběhu ekonomické recese.

V oblasti vzdělávání bylo jeho prioritou navýšení prostředků, které byly poskytovány vysokým školám. Chtěl vytvořit třídy nadprůměrných žáků na každé střední škole a gymnáziu. Jeho pozornosti neunikla ani zhoršující se úroveň znalosti žáků. Jako podmínku stanovil, že každé dítě, které vstoupí do 6<sup>e1</sup>, musí umět číst a psát.

Tolik diskutovaná bezpečnost se i u něj dočkala odezvy. Ve svém programu se zaměřil na existenci tzv. rizikových čtvrtí, ve kterých neustále stoupala kriminalita a zvyšoval se počet útoků na obyvatele. Jeho projektem bylo jmenování podprefekta, který by měl danou „nebezpečnou“ čtvrť na starosti. Jako podmínku k jmenování navrhoval jeho trvalé bydliště v této čtvrti, které by zaručovalo znalost místních podmínek. V neposlední řadě se chtěl zasloužit o posílení veřejných služeb v „okrajových“ částech, sociálně ale i po lidské stránce pomoci lidem bez domova prostřednictvím vytvoření 20 000 „hyper-sociálních“ ubytování ročně.

Ze své pozice měl v plánu zabránit i profesní diskriminaci žen. V jeho plánu byla penalizace těch společností, které by se podílely na mzdové diskriminaci tohoto pohlaví, a ochrana žen proti násilí.

Ve vztahu k zahraničním departementům<sup>2</sup> prohlásil, že chce jejich naprosté uznání. Chtěl bojovat proti jejich diskriminaci. Oznámil, že je bude mít rád z toho důvodu, že by v nich viděl výhodné zdroje.<sup>3</sup>

Klíčovou otázkou, na kterou se snažil odpovědět středový kandidát, bylo zvládnutí ilegálního přistěhovalectví v metropoli. Podle něj by kontroly měly být více efektivní. Spolu s tím by úřady připravily zdokonalené procesy, které by umožnily dobrou přípravu povolení k pobytu, které by se nedaly padělat, navrhl tzv. biometrické pasy. Stejně, jako

---

<sup>1</sup> 2. stupeň ZŠ

<sup>2</sup> outre-mer

<sup>3</sup> BAYROU, F. *La France de toutes nos forces* [online]. [cit. 2010-05-30]. Programme d'action de François Bayrou. Dostupné z WWW: <<http://programme.bayrou.fr/>>.

Sarkozy, se zmiňoval o potřebě jazykových testů a integračním programů, které by měly být součástí jeho smlouvy o integraci. Ve většině bodů programu se shodoval se svým protivníkem Nicolasem Sarkozym. Neshodl se však ve způsobu, jak zacházet s cizincem, který byl přijat do Francie. Na rozdíl od Sarkozyho naznačil, že v takovém případě by bylo zapotřebí podat pomocnou ruku a přimět ho, aby se do francouzské společnosti začlenil.

Od roku 2002 úspěch jeho strany narůstal. Při každé příležitosti, ať už v regionálních či evropských volbách, se mu dařilo přilákat čím dál více příznivců, kteří s ním souhlasili. Za každých okolností se snažil odlišit od většiny. Proslavil se svou kritikou Raffarinovy vlády, při vhodném okamžiku se zcela distancoval od Villepina. Členům své strany zakázal stát se ministry, navzdory tomu, že nejméně z nich tuto nabídku obdržel. Sám pak odmítl pozici ministra zahraničních věcí.

Tento postoj byl zároveň jeho strategií. Byl přesvědčen, že úspěšný kandidát může být pouze ten, kdo povede Francouze ke změně.

### 3.2.4 Jean Marie Le Pen

Stálíci francouzských prezidentských voleb byl již tradičně Jean Marie Le Pen, který v roce 2007 patřil k nejstarším a zároveň nejzkušenějším kandidátům na prezidenta. Na politickou scénu vstoupil přibližně před padesáti lety a byl tak jediným kandidátem zvoleným za IV. republiky.



*„Přesto, že Le Pen stále pečuje o svůj zevnějšek a obléká se slušivěji, ztratil jeho kdysi obávaný hlas sílu a jeho fyzická stránka působila unaveně. V televizních studiích už nevystupoval s takovou energií. Jean Marie Le Pen už není Jean Marie Le Pen. Hvězda francouzské extrémní pravice pomalu zachází.“<sup>1</sup>*

Jako kandidát patřil mezi ty osobnosti, které dokázaly získat příznivce především proto, že vyhledával problémy, které občany Francie nejvíce tížily. Nikdy nebyl přijat

---

<sup>1</sup> DUHAMEL, A. c.d., s. 178.

prezidentem v Elysejském paláci<sup>1</sup>, protože byl vyloučen z řad demokratických představitelů moci. Vystupoval jako xenofobní ultranacionalista, jenž stavěl na všeobecném strachu veřejnosti a snažil se podporovat mezilidskou intoleranci a ignoraci. Při referendu o Evropské ústavě se postavil do čela jejích hlavních odpůrců a její odmítnutí slavil jako svůj veliký úspěch.

Velebil národ a francouzskou krev, nesnášel vše ostatní, opovrhoval cizinci, propagoval antisemitismus a antiislamismus. Ačkoliv jeho návrhy působily velice nereálně, byl jimi schopen upoutat pozornost. Navzdory své „středověké ideologii“<sup>2</sup> dokázal svými myšlenkami zaujmout nevídané počty příznivců. Dalo by se říci, že představoval jakýsi meč, který hrozí nad hlavami občanů a politiků Francie, nutící k neustálé opatrnosti.

I on se vyjádřil k otázce eutanázie, kterou kategoricky odmítl. Jeho návrh spočíval v konzultaci s psychiatrem, který na základě psychického stavu může uznat žádost pacienta o asistenci jako odůvodněnou.

Ve svém programu viděl stav Francie kriticky, podobně jako jeho protikandidáti upozorňoval na klesající životní úroveň francouzských domácností, která byla velice často přičítána počátkům ekonomické a sociální krize. Obviňoval také delokalizaci, která podle jeho slov způsobila ztrátu celých průmyslových odvětví, malých obchodníků a řemeslníků. Důležitou roli v jeho kritice hrálo i tolik podporované francouzské zemědělství.

Hlavním důvodem úpadku, byly podle něj externí ale i interní příčiny. Obviňoval politiky z otevírání hranic nebezpečným „zločincům,“ kteří plenili sociální systém a životní prostředí země. Tento fakt byl podle něj doprovázen i vytrácející se národní identitou francouzského lidu. Jeho pohled se promítl i do otázky práva na sociální pomoc, kterou chtěl nabídnout pouze obyvatelům státu stejně tak jako pomoc rodinám.

Prohlásil, že pokud by byl zvolen prezidentem, potvrdil by suverenitu a nezávislost Francie a podmínky, které jsou k fungování státu nezbytné: bezpečnost, střežení hranic, zahraniční záležitosti a rozpočtovou politiku.

---

<sup>1</sup> sídlo francouzského prezidenta

<sup>2</sup> DUHAMEL, A. *c.d.*, s. 184.

Pomocí referenda chtěl zapojit všechny obyvatele. Dát jim možnost rozhodovat o své budoucnosti. Mezi důležité otázky řadil zejména zastavení imigrace a aplikaci principu národnostní preference a spolurozvoje. Nezapomínal ani na posílení spravedlnosti pomocí navýšení počtu soudců a míst ve vězení.

Chtěl zpomalit ekonomický úpadek a znovu se vrátit k období růstu prostřednictvím zrušení sporných opatření, která tlačila na obchodní společnosti, především na ty malé.

V jeho programu si našla místo i rodina, která byla, podle jeho názoru, jediným možným prostředkem, jenž by v budoucnu dokázal zajistit demografický růst. Rodina, jako základ státu, by podle jeho názoru zároveň měla zajistit předávání hodnot mezi generacemi. Sloužila by také k vytvoření pevných hradeb, které by společnost měly chránit proti globalizaci.

Ve svém programu neopomněl zmínit ani zámořská teritoria. Navrhoval zajištění rovnosti všech Francouzů a snížení ceny zámořských letů do těchto destinací. I zde upozornil na stoupající kriminalitu a růst nelegálních přistěhovalců, proti kterému chtěl bojovat. Vybízel k boji proti virovým infekcím, které ohrožují především nejmladší obyvatele území. Podmínkou mělo být i jasné označení tzv. „label pays,“ které by oddělilo kvalitní produkty těchto francouzských teritorií od produktů dovezených ze zahraničí. Základ pro všechny zmiňované reformy spočíval podle Le Pena v ujištění těchto oblastí o podpoře ze strany francouzské vlády a utvrzení, že nadále tvoří součást francouzského území. Podporoval začlenění historie těchto území do historie národa. Jeho cílem bylo vytvořit stabilní instituce, které by rozvoji pomohly.

Zajímavostí při volbě tohoto kandidáta bylo, že ani Le Penovi straničtí kolegové a voliči nevěřili v jeho schopnost zastávat důležitou úlohu prezidenta. Hlasy na jeho podporu byly spíše protestní a více než přízeň kandidátovi vyjadřovaly nespokojenost se stavem bezpečnosti, nezaměstnanosti, imigrace či globalizace. Všechna tato témata tvořila součást Le Penových projevů, které ukazovaly Francii, která trpí a ztrácí svou historickou slávu. Imigraci odsuzoval jako narušitele národní identity.

Jeho největším problémem bylo nasbírat 500 podpisů, aby se voleb mohl zúčastnit.

### **Obrázek 11 - Barometr francouzské politiky**

Zdroj: Baromètre politique français (2006-2007), Cevipof; PEF (2007), Cevipof-Ministère de l'Intérieur, Vague 1, « Enquête pré-électorale présidentielle 2007 »

	<i>Barometr politiky</i>				<i>Volební panel</i>
	<i>Vlna 1</i>	<i>Vlna 2</i>	<i>Vlna 3</i>	<i>Vlna 4</i>	
<b>S. Royalová</b>					
Obáváte se jí/ho	26	31	35	43	37
Má schopnosti na to stát se prezidentem	50	49	52	42	40
Je čestný/á	76	71	72	66	55
Změní věci	63	64	64	59	59
Rozumí problémům lidí, jak jste vy	59	5	57	52	49
<b>F. Bayrou</b>					
Obáváte se jí/ho	28	27	27	26	22
Má schopnosti na to stát se prezidentem		29	36	47	46
Je čestný/á		64	65	74	59
Změní věci		54	51	63	57
Rozumí problémům lidí, jak jste vy	51	46	51	61	53
<b>N. Sarkozy</b>					
Obáváte se jí/ho	49	49	52	52	52
Má schopnosti na to stát se prezidentem	55	58	64	69	61
Je čestný/á	63	60	62	58	44
Změní věci	76	71	71	72	66
Rozumí problémům lidí, jak jste vy	52	53	54	52	42
<b>Jean Marie Le Pen</b>					
Obáváte se jí/ho	65	66	67	67	65
Má schopnosti na to stát se prezidentem	14	15	16	20	22
Je čestný/á	29	30	34	37	31
Změní věci	47	44	48	53	55
Rozumí problémům lidí, jak jste vy	31	29	32	35	28

### 3.3 Hodnocení kampaně

Všichni kandidáti se nakonec shodli na potřebě bránit národní identitu. Rozcházel se ale v tom, co ji nejvíce ohrožuje. Z názorů vplynuly 3 hlavní problémy. První z nich se týkal přístupu Francouzů k Evropské unii, která podle většiny kandidátů spolu s vytvářením supranárodního celku ohrožuje kulturu jednotlivých členských zemí. Globalizace byla dalším problémem, který byl zdůrazňován především Royalovou a Bayrouem.

Změnou v jednání kandidátů byla i jejich snaha oslovit co nejvíce voličů. Tyto snahy byly realizované v každé i nepolitické kampani, v roce 2007 byl však jev, který je pro prezidentskou kampaň běžný, pojat jinak. Kandidáti, snažící se ukázat svou účast na životě obyvatel, procestovali celou Francii. „*Někteří se představili jako politický Père Noël<sup>1</sup> připravený odpovědět na okamžitou poptávku.*“<sup>2</sup> V době rozvoje moderních technologií totiž volební týmy pochopily, že mnoho voličů postrádá přímý kontakt. Schůze, meetingy, návštěvy a rozhovory, to vše ochotně mnozí z kandidátů absolvovali jakoby pod heslem: je třeba podporovat a uspokojit tuto potřebu blízkosti. Ségolène Royalová se zúčastnila více jak padesáti cest, čímž se lehce opozdila za svým protikandidátem. Reprezentant UMP se dostal až na číslo 88, navštívil nejen území Francie, ale v rámci své kampaně se podíval i do Londýna, Berlína či na zámořský departement Réunion.

Kandidáti si velmi dobře uvědomovali možnosti, které jim přímé i nepřímé oslovení voličů umožňovalo, a tak neváhali investovat do tohoto jedinečného prostředku čas, snahu i peníze. Rok od roku byl rozpočet určený na kampaň navyšován. Jako příklad nám poslouží přibližné rozpočty několika kandidátů z roku 2007, publikované v článku Mikaëla Cabon na e-politique, e-media.<sup>3</sup> Podle těchto informací kampaň Françoise Bayroua stála přibližně 8 miliónů eur, Sarkozyho i Royalovou 20 miliónů eur, Le Penova kampaň byla vyčíslena přibližně na 13 miliónů, z nichž 1/5 byla určena na vyhledání parrainage. Někteří kandidáti, z řad menších uchazečů, měli možnost požádat o finanční státní příspěvek. Pokud kandidát získal zmiňovaných 500 podpisů, obdržel od státu 153 000 euro jako zálohu, po volbách pak 774 000 euro navíc.

<sup>1</sup> Obdoba českého Ježíška či amerického Santa Klause

<sup>2</sup> CHARENTENAY, P.de. Derniers temps d'une campagne. *Étvdes.* 2007, n. 4, s. 439.

<sup>3</sup> CABON, M. Présidentielles : une histoire de gros sous. *E-politique, e-media.* 21.1.2007.



Podle článku Rolanda Cayrola *Voter, à l'heure des médias et des sondages* existují tři skutečnosti, které voličům napomáhají v rozhodování. První z nich jsou negativa. Jedná se o možné problémy, které mohou potkat zemi, voliče, či jeho děti. Jde o nejcitlivější témata jako nezaměstnanost, sociální nerovnost, osobní bezpečnost, bydlení aj. Voliči si přesněji kladou otázku, který z kandidátů dokáže, co nejlépe problémy řešit.

Druhým rozhodujícím momentem je kandidátova osobnost. Voliči si přejí vědět, komu svěřují svá práva a kdo má bránit jejich zájmy. Neznamená to, že by pro volbu byla rozhodující rodinná situace kandidáta či jeho rodinné záležitosti, ale i tak jsou na osobním životě zainteresovaní. Čtenáři a diváci v rolích voličů vyžadují více „osobního“ kontaktu s kandidátem. Je pro ně důležité moci se s ním ztotožnit

V neposlední řadě vstupují na scénu kandidátovy hodnoty. „*Protože víme, že se svět velice rychle mění před našima očima.*“<sup>1</sup> Hodnoty zde fungují jako opěrný bod, jenž ukazuje, co bude zítra, co se stane z autority, respektu, disciplíny, rodiny. Do každé z těchto úrovní vstupují média, která tyto informace zprostředkovávají.

Pokud hodnotíme úspěšnost kampaní dvou největších adeptů na prezidentský post a jejich komunikační strategie, je velmi těžké se vyhnout následnému hodnocení kampaně ve chvíli, kdy známe výsledky voleb. Více úspěšnou by byla bezesporu taktika Nicolase Sarkozyho. Relativně velkým překvapením prezidentské kampaně byl úspěch Françoise Bayroua s jeho 6.75 milióny hlasů. Přispěl k pocitu, že se věci, a politická kampaň především, začínají měnit. Nezačínal svou kampaň jako favorit a předpovědi, které se týkaly jeho výsledku, nebyly příliš pozitivní. Až do poloviny listopadu 2006 mu byla rezervována stejná pozice, jakou obsadil ve volbách 2002. Počet jeho příznivců od tohoto data však začal narůstat. V únoru zažíval nebývalý úspěch, podle průzkumů byl podporován až 24% voličů, kteří se k volbám chystali. Tento výsledek ho dostal do rovné pozice s jeho ženskou soupeřkou Royalovou a umožnil mu doufat v úžasný historický úspěch.

Navzdory vývoji se nakonec nedokázal kvalifikovat do druhého kola. Nepovedlo se mu to, co skvěle ovládali jeho „favorizovanější“ soupeři: přebrat nerozhodnuté voliče, kteří měli moc rozhodnout.

---

<sup>1</sup> CAYROL, R. *Voter, à l'heure des médias et des sondage*. *Pouvoir*. 2007, n.120. s. 85.

Čemu ale Bayrou vděčil za tak veliký úspěch? Pomohla mu především jeho neustálá kritika stávajícího systému. Tato kritika byla určena hlavně médiím. Bayrou se nechal vidět, chtěl být slyšen i vyslyšen. Svou úlohu sehrála také křehká podpora Ségolène Royalové neustále reagující na kandidátninu důvěryhodnost a schopnost stát se opravdu silnou hlavou státu. Bayrou systematicky přebíral tradiční levicové voliče, pro které již jejich politické spektrum nereprezentovalo tradiční hodnoty. Je až zvláštní, že byl schopen přebrat tak velké množství příznivců levice vzhledem k tomu, že jeho kritika byla směřována především proti Sarkozymu. I jemu Bayrou ve finále dokázal „ukrást“ příznivce. Jeho volební potenciál byl mnohem vyšší než výsledek. Mnoho Francouzů však ani po odhlasování v prvním kole nevylučovalo možnost, že by byl zvolen francouzským prezidentem a do dalších voleb bude vstupovat s obrovským potenciálem.

V konečné fázi kampaně se znásobily přímé útoky a napadání. Kampaně umožnila vyniknout nové generaci politických osobností z tradičních politických stran. I když byly povolány osobnosti politiky na podporu mladších kandidátů, jinak nazývaní „sloni.“ „Prezidentští nováčci“ se dokázali prosadit bez jejich pomoci. I přes přijetí tradičních způsobů a dědictví svých mateřských stran, nabídli nové myšlenky, které chtěli realizovat. Do kampaně vnesli nové ideje a způsoby prezentace. Zároveň velmi rychle pochopili, že média odrážela a formovala obecné myšlení, a naučili se s nimi zacházet jako se svým soukromým volebním nástrojem.

## 4 Sdělovací prostředky jako nástroj manipulace ve francouzské politice

Sdělovací prostředky mají ve Francii velice dlouhou a bohatou tradici. Francouzi vydali první světové periodikum La Gazette. Od svého počátku tvořila média nedílnou součást francouzského politického života. Zároveň bylo možné najít propojení mezi kariérou politických vůdců a novinářů, jako byl Jean Jaurès, socialistický leader, zakladatel deníku L'Humanité či Georges Clemenceau, radikální republikán, kandidát na prezidenta a novinář. Za dědictví tohoto zvláštního vztahu považujeme i jejich současnou pozici. Hrají ústřední roli v politických debatách a otázkách svobody, kultury a sociální rovnosti.

V třetím tisíciletí jsou média hlavním průmyslovým odvětvím. Představují přibližně 11 miliard euro za tisk, 5,5 miliardy euro za televizi a nejméně miliardu euro za rádio. Zaměstnávají více než 30 000 novinářů, toto číslo se za poslední dvě desetiletí prakticky zdvojnásobilo.<sup>1</sup>

Stoupající role médií je dána také vzrůstajícím časem, jenž Francouzi tráví u televize či posloucháním rozhlasu. Jedná se v průměru o tři hodiny patnáct minut denně. I čas, během kterého se zdržují na internetu, se zněkolikanásobil, aby se zastavil na šesti hodinách čtyřiceti sedmi minutách. Jedná se o informace, které nás nutí položit si otázku, zda tyto statistiky znamenají, že se Francouzi nechají televizí tolik ovládat. „Znamý publicista konstatoval, že Francouzi, co se týče televize, jsou pozorní na všechny pokusy nechat se ovlivnit. Tyto snahy o manipulaci bez problémů zaženou, sledují televizi... aniž by jí věřili.“<sup>2</sup>

### 4.1 Politika a média

Vliv sdělovacích prostředků není možné opominout. K mýtu autonomního voliče se připojuje nový, jenž ho prezentuje jako konzumenta. Nerozhodnutý člověk je postaven před všudypřítomná média a nekončící průzkumy veřejného mínění. Jak se rozhodne?

---

<sup>1</sup> *Embassy of France to Botswana* [online]. - [cit. 2010-05-30]. Media in France. Dostupné z WWW: <[http://www.ambafrance-bw.org/article.php3?id\\_article=439&var\\_recherche=media+in+france](http://www.ambafrance-bw.org/article.php3?id_article=439&var_recherche=media+in+france)>.

<sup>2</sup> CAYROL, R. c.d., s. 88.

Fungování médií podléhá dvojí logice: obchodní a demokratické. Jednání podle obchodní logiky je nutné, aby byla média schopna přežít. Stejně jako jakákoliv jiná společnost se totiž média nacházejí v ekonomickém prostředí a musí uspokojit svou potřebu zisku. Tento fakt se realizuje prostřednictvím reklamy úměrné počtu čtenářů, posluchačů či diváků, kteří čtou, poslouchají či sledují sdělovací prostředky. Je třeba respektovat i jejich demokratickou logiku, jako jeden z hlavních „výchozích“ předpokladů existence nezávislých médií. Prvotní úlohou má být informování občanů. Přesto je třeba mít stále na paměti, že zákazníci, v případě politiky se jedná o voliče, vyžadují i zábavní úlohu. Média na tuto veřejnou poptávku reagují a, ve snaze uspět před konkurencí, přání plní. Pracují jinak než většina ostatních odvětví, se kterými se setkáváme. Jejich systém autoregulace funguje opačným způsobem.<sup>1</sup> Čím větší je absence pevně daných pravidel, tím více je zaručena pozornost ze strany veřejnosti, tzn. přežití informačního orgánu.

Komunikace politiků byla čím dál více poznamenána růstem drammatizace a zrychlenou frekvencí, s níž přicházely nové informace. Od 11. září 2001 byl svět systematicky zahlcován katastrofami a ve Francii tomu nebylo jinak.

Demokratická logika bývá podřízena různým dalším požadavkům, které stanovují, že informace musí být hodnotná a zároveň poutavá. Tato dvě místy se prolínající a místy si odporující pravidla způsobila, že se média stala mocnějšími i křehčími a jednodušeji napadnutelnými. Byla stejně tak manipulátorem a objektem manipulace. Jako manipulátor vystupovala často nepřímou a následného efektu si nemusela být vždy vědoma. K událostem, které popisovala, přidávala vlastní názory, jimiž formovala názor veřejnosti. Aby mohla úspěšně fungovat, byla závislá na vnějším dění.

Vzhledem k tomu, že se role médií v prezidentských volbách nedá zanedbat, bylo třeba stanovit jasná pravidla jejich vstupu do politického života. Zákonitost, podle níž by měla fungovat během prezidentských voleb, stanovila Konstituční rada. Podle názoru účastníka blogu na France5.fr byly i před volbami „*velké mediální skupiny podřízeny podnikové strategii, která spočívá v následování příkazů, jež přicházejí shůry, a tak se stává, že se myšlení jednotlivce rozšiřuje na celý mediální řetězec, aby v konečné fázi*

---

<sup>1</sup> RICALES, P. *La manipulation à la française*. Paříž : Economica, 2003. s. 44.

zaplavil celé naše okolí.“<sup>1</sup> Velmi často byla obviňována z nekalé hry, která stranila největším a nejmocnějším politickým stranám. V případě, že se rozhodla komentovat zprávu, jež byla i navzdory jejich přesvědčení klamná, stávala se spoluautorem tohoto klamu a měla patrný zájem na další podpoře tohoto „mýtu.“ „*Mimo to, jak bychom si mohli představit, že veškerá politická prohlášení, ve chvíli, kdy jsou pronesena veřejně, by mohla být upřímná?*“<sup>2</sup> Otázkou zůstávala, zda by svoboda vyjadřování, která je ústavou zaručena, měla znamenat i svobodu médií navzdory faktu, že často zvýhodňovala „velké“ kandidáty a přehlížela ty „malé.“

Projevy a články si v některých oblastech protiřečily. K rozporu docházelo ve chvíli, kdy média hovořila o úpadku a politikové argumentovali skvělým rozvojem. Tam, kde novináři hovořili o chudobě, strachu, pádu a regresi, byli politici optimističtí. Neuplynul den, aniž by lidé nebyli ze strany politiků bombardováni informacemi o neuvěřitelném rozvoji firem, udivujících výsledcích ekonomiky a důležité roli, kterou Francie zastává na mezinárodní půdě. Žádný proslov se neobešel bez vyzdvižení kvalit Francouzů.

Prezidentská volba nebyla pouze záležitostí propagace samotných kandidátů a jejich komunikačních strategií. Voliči, kteří čím dál více ztráceli důvěru v politické subjekty, obraceli svou pozornost k profesionálům z médií. Bruno Cortès, vedoucí redaktor hlavních zpráv na TF1, vysvětloval, že komunikační strategie se staly výrazně sofistikovanými a začaly zapojovat televizi jako jednoho z hlavních aktérů.<sup>3</sup> Každý z diváků byl neustále vtahován do této promyšlené hry a úmyslně manipulován. Politici se ve své komunikační kampani snažili polapit co největší počet „duší.“<sup>4</sup> Výběr témat a způsobů, jak by na ně obyvatelé měli reagovat, nespočíval pouze v jejich vlastním rozhodnutí. Pro upřesnění využijme příklad z roku 2002, kdy TF1 ve svých hlavních zprávách vytvořila jako ústřední motiv kampaně problematiku bezpečnosti.

*„Nejvíce komplikované je pravděpodobně to, že není regulován způsob, jakým každý den uchopujeme problém bezpečí, naléhavě a emotivně, může posílit kandidáty, kteří do svých programů tyto otázky zapojují.“<sup>5</sup>*

<sup>1</sup> Role des médias durant la présidentielle . In *C dans l'air* [online]. [cit. 2010-05-30]. Dostupné z WWW: [http://forums.france5.fr/cdanslair/Cultureetmedias/role-durant-presidentielle-sujet\\_175\\_1.htm](http://forums.france5.fr/cdanslair/Cultureetmedias/role-durant-presidentielle-sujet_175_1.htm).

<sup>2</sup> RICALENS , P. c.d., s. 40.

<sup>3</sup> CORTÈS, B. Télévision, Politique et Elections : Gérer bien des contraintes . *Dossier de l'audiovisuel* . 2002, n. 102, s. 28.

<sup>4</sup> SOLÉ, R. Rictus présidentiel. *Le Monde* . 17., 18.9.2006.

<sup>5</sup> CORTÈS, B. c.d., s. 34.

Za tímto účelem si bylo třeba uvědomit, že obraz kandidáta byl tvořen veškerými informacemi, jež byly složeny z událostí běžného života. Voliči byli denně bombardováni množstvím rozdílných informací, cíleně zaměřených na prezidentskou volbu a politické dění. V závislosti na nich si vytvářeli podobu svého ideálního kandidáta.

Kandidáti již dlouho chápali důležitost, jež sdělení přinášená médiu mají. Jejich úkolem bylo je ovlivňovat a dění kolem kontrolovat. To byla také příčina, díky které byla kampaň provázena velmi nabitým programem, kdy jedna událost střídala druhou. Pro úspěšné zvládnutí kampaně bylo nutné sledovat tři hlavní hybné síly úspěchu: politickou, veřejnou i mediální.

Vzhledem k tomu, že v 21. století hraje internet důležitou úlohu, nebylo tomu jinak ani v průběhu prezidentské volby. Nejen, že zde bylo možné najít tradiční média, jako je televize, rozhlas a tisk. Více než čtvrtina Francouzů věřila, že internet silně ovlivní výsledky voleb, vzhledem k tomu, že ve významné míře odrážel veřejné mínění a umožňoval přístup k novinkám odkudkoliv. Přesto jeho užití ze strany kandidátů nepřevážilo nad používáním obvyklých sdělovacích prostředků.

Voliči se již příliš nerozhodovali podle příbuzných, sociální příslušnosti, či na základě rozhodnutí partnera. Vybírali kandidáta stejně, jako kdyby šli nakupovat do supermarketu. Často zůstávali věrní stejné značce, ale ještě častěji se jejich chování měnilo podle nabídky na trhu. To vše se dělo pravděpodobně proto, že byli už tolikrát „bombardováni“ množstvím slibů a byli z nich často zklamáni. Proto se raději poohlíželi po jiných možnostech. Jejich výběr se soustřeďoval na různá kritéria a hodnoty. Z tohoto důvodu se také stávalo, že se rozhodovali čím dál později. Se svým hlasem váhali, čímž způsobili značnou nervozitu v politických kruzích.

Co víme o těchto pozdních voličích? Čím dál méně se účastnili politických diskuzí, meetingů a příliš se nezajímali o tisk. Hlavní roli v jejich rozhodování hrála televize. Někteří z jejich odpůrců proto doufali v co nejrychlejší rozvoj internetu, který by umožnil, aby se každý mohl individuálně zmocnit médií.<sup>1</sup>

Internet změnil hodně věcí, nejen ve způsobu, jak mohli voliči získávat informace a názory dalších voličů, ale i ve vztahu kandidáta a občana. V tuto chvíli se teprve učíme a objevujeme možnosti, jež nám internet nabízí. Ve volbách roku 2007 jeho užití oproti

---

<sup>1</sup> CAYROL, R. c.d., s. 85

roku 2002 významně stouplo. Hrál však za televizí pouze druhotnou roli. Ve vztahu k ní byl internet pouze menšinovým zdrojem, který využili kandidáti během voleb. Méně než jedna čtvrtina uživatelů (tj. 15% voličů) navštívila oficiální internetové stránky kandidátů.<sup>1</sup>

Fenoménem prezidentských voleb v roce 2007 se stalo užívání blogů a webových aplikací, jež obsahovaly pravidelné příspěvky jednoho editora na jedné webové stránce a umožňovaly vyjádřit se k rozmanitým problémům.<sup>2</sup> S jejich nebývalým rozvojem se zde začaly objevovat i reakce a pocity voličů. Zájemci měli možnost vyjádřit se k probíhajícímu událostem, prohlášení politiků a jejich výstupům přímo v komentářích blogů či interaktivních pořadech. Debata se rozšířila do mnoha soukromých diskuzí, unikající jak kontrole novinářů, tak i kontrole expertů. „*Zdánlivě bychom se mohli radovat z tohoto rozvoje projevu, často ale hrozilo, že se toto nadšení otočí k populismu, pokud nebude regulováno určitým vztahem k pravdě a všeobecným zájmem.*“<sup>3</sup> Hlavní cíl kampaně byl mnohdy přehlušen potřebou vyjádřit osobní přání a otevřel tak možnost lobbyistům, aby úspěšně plnili svůj úkol. Z diskuzí zcela nezmizely ani myšlenky nastolení míru, rozvoje Třetího světa, role Francie ve světě i kvalita kultury. Tato témata však zazněla v diskuzích pouze okrajově. I když by měla být, podle různých zdrojů, pro rozhodování voličů klíčová. Byla zastíněna tématy každodenního života obyvatel. V dialozích s kandidáty byly obhajovány ve valné většině soukromé zájmy. Veřejné průzkumy, bombardování médií a všudypřítomná tvář kandidáta sváděly k emotivnímu jednání.

Politicky neutrální uživatelé blogů byli spíše výjimkou, i z nich se dříve či později stali příznivci některého z kandidátů. Prezidentská kampaň je totiž nepřímou nutila k tomu, aby se vyjádřili, i když svou pozici nemuseli demonstrovat přímo. Bezprostřední prohlášení podpory by totiž mohlo způsobit ztrátu čtenářů a návštěvníků stránek. Jednou z výjimek byl blog Loica Lemeura (Obrázek 12), který otevřeně vyjádřil podporu Nicolasi Sarkozymu. Čtenáři se však ve většině případů chtěli především účastnit diskuzí, polemizovat, přesvědčovat a získávat nové informace za scénou politické kampaně.

<sup>1</sup> TNS-Sofres [online]. 20.9.2007 [cit. 2010-05-30]. Présentielle 2007. Dostupné z WWW: <<http://www.tns-sofres.com/2007/interview.php?id=427>>.

<sup>2</sup> Blog. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 18.6.2006, last modified on 11.5.2009 [cit. 2010-05-30]. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Blog>>.

<sup>3</sup> CHARENTENAY, P.de. Derniers temps d'une campagne. *Etvdes* . 2007/4, n. 406, s. 437-440.

Accueil • À propos • Annoncez • Archives • Contactez-moi • Abonnez-vous

**LOÏC LE MEUR BLOG**

Les médias traditionnels envoient des messages, les blogs démarrent des conversations

10/09/2006

**Je voterai pour Nicolas Sarkozy.** 0 tweet

Rédigé à 23:47 dans France, Politique | Lien permanent | View blog reactions

Entrepreneur depuis dix ans et après la création de quatre entreprises et quelques centaines d'emplois au coeur du Web, je n'ai jamais été particulièrement intéressé par la politique. J'avais la tête dans le guidon de l'entrepreneur. C'est mon blog qui m'a fait prendre conscience qu'à 34 ans, il était peut-être temps de m'y intéresser.

Dirigeant une entreprise de blogs dont les clients y compris politiques (Typepad héberge de nombreux blogs de militants et élus de gauche et de droite) sont de tous horizons, j'ai toujours maintenu une certaine neutralité sur mon blog. Quand on écrit tous les jours, il arrive forcément qu'on touche à des sujets plus ou moins politiques, parce que je suis comme tout le monde et que j'ai mon avis et mes coups de gueule.

On trouve dans mon blog plusieurs notes qui montrent bien quelques idées qui m'animent depuis dix ans:

- pas assez d'entrepreneurs en France et le milieu est trop souvent hostile pour eux
- je ne comprends pas comment on peut donner comme objectif à un pays de travailler moins (Tolstoï et les 35 heures, mai 2004) et je pense que les 35 heures ont eu des effets catastrophiques sur notre pays
- la France n'est pas en très bonne posture (mai 2004) quand on la voit de l'étranger
- je n'ai pas grand chose contre les grèves du moment qu'elles ne sont pas une atteinte à la liberté des autres de travailler ou se déplacer et pour mieux comprendre j'ai passé une

Rejoignez team Seismic (en anglais) pour obtenir nos produits avant tout le monde et nous aider à les améliorer.

Nom :

Email :

ABONNEZ-VOUS À CE BLOG PAR EMAIL

MON ACTIVITÉ SUR INTERNET

[Twitter](#)

"testing Seismic Desktop rc3"

13 minutes ago

[Twitter](#)

Abonnés FR

26755 readers  
BY FEEDBURNER

Subscribers EN

6912 readers  
BY FEEDBURNER

Twitter Followers

25k Followers  
twittercounter.com

Flux RSS Vidéos

431 listeners  
BY FEEDBURNER

Abonnez-vous au podcast sur iTunes.

ABONNEZ-VOUS

PEOPLE RECENT

POPULAR

Top Commenters

loicdirect@gmail

## Obrázek 12 – Blog Loica Lemeura

Spolu s blogy byla pro uživatele připravena i nová interaktivní zábava, jež pomáhala vtipným způsobem rozhodnout dosud nerozhodnutým voličům. Příkladem může být: [quelcandidat.com](http://quelcandidat.com), který nám pomocí krátkého testu ukázal, k jakému politickému pólu patříme. Internetové stránky [www.presidentielles.net/love-test/](http://www.presidentielles.net/love-test/) (Obrázek 13) se částečně snažily zesměšnit politické kandidáty. Nabízely odpověď na otázku, se kterým z dvanácti kandidátů bychom tvořili nejlepší pár. Pomocí sečtení písmen našeho křestního jména s křestním jménem prezidentského favorita vytvořilo ideální dvojici. Obrázky, jež byly užity k představení kandidáta, evokovaly i samotný názor autora na něj a karikatovaly tyto politické osobnosti. Sarkozy byl vykreslen jako ďábel, Le Pen jako generál, Bayrou jako muž z lidu, který ví, co je opravdová práce, Royalová s nezapomenutelným úsměvem, José Bové s tradiční dýmkou.





Obrázek 13 Love Test - <http://www.presidentielles.net/love-test/> -7. února 2010

Známá média velmi ochotně sledovala dění na internetu a přikládala velkou důležitost zprávám zveřejňovaným voliči. Témata, jako je národní identita či minimální mzda, byla nabídnuta kandidáty. Ti dokázali, velmi úspěšně, zapojit internet do svého předvolebního zápolení. Uvědomili si, že proto, aby mohli být populární, potřebují oslovit co nejširší veřejnost a je prakticky nemožné, aby se obešli bez tohoto nenákladného nástroje, jenž měl k dispozici skoro každý a užívala ho především mladší generace. Každý z nich si stanovil přibližně miliónový rozpočet (5% všech výdajů na volební kampaň).<sup>1</sup> Vyplnili tak prázdné místo spojující různé věkové kategorie, které do té doby nebylo náležitě využito.

Nejvyužívanější z veřejně přístupných internetových portálů byl Dailymotion.com a youtube.com, které voličům umožňovaly sdílení videí či možnost vyjádřit se kreativní cestou. Nezřídka kdy zde byla publikována videa s projevy a přeroky kandidátů i videa, jež se vysmívala jejich snaze získat si co nejširší voličskou základnu. Mohl se zapojit každý vlastník video materiálu, o něž by se rád podělil s ostatními. Stávalo se, že z něj média následně udělala nepostradatelnou součást svého zpravodajství. Bylo možné zde najít humoristické spoty, ukázky z televizních zpráv ale i videa více militantní. Příspěvky se nejčastěji týkaly dvou hlavních politických stran UMP a PS. I tyto strany pak disponovaly vlastními blogy a internetovými stránkami.

## 4.2 Mediální kampaň

Kampaň při prezidentských volbách v roce 2007 probíhala na všech frontách, aby mohli kandidáti oslovit a zároveň získat co nejvíce voličů. K tomuto účelu byla média zvolena jako nejefektivnější prostředek. Politické jednání bylo přímo orientováno na

<sup>1</sup>TNS-Sofres [online]. 20.9.2007 [cit. 2010-05-30]. Présidentielle 2007. Dostupné z WWW: <<http://www.tns-sofres.com/2007/interview.php?id=427>>.

získání hlasů. Zájem novinářů se stácel spíš k soukromí kandidátů než k jejich politickým schopnostem. Použitá strategie mnohdy připomínala volby ve Spojených státech, které se vyznačovaly silným propojením soukromého života a politickým úspěchem.

Dlouhá mediální kampaň zesílila komunikační snahy. Podle průzkumů se dalo předpokládat, vzhledem k velké sledovanosti politických televizních pořadů, že velmi citelně zapůsobí na francouzské občany. Docházelo k obrovskému tlaku na práci novinářů, kteří zpracovávali informace pro televizi či jiná média. Tento vliv spočíval především ve způsobu, jakým byly veřejnosti prezentovány. „*Existuje více než desítka způsobů, jak sdělit zprávu, myšlenku či jejich vzájemný opak.*“<sup>1</sup>

Pokud bychom se chtěli zabývat vlivem médií na politickou kampaň, je nutné vzít v potaz také obrácený vliv. Raphaël Garrigos ve svém článku v Libération popisoval obrovský vliv Nicolase Sarkozyho v roli ministra pro komunikaci a později ministra vnitra na výběr témat, která televize zveřejňovala. Zdůrazňován byl především „pochybný“ výběr Jean-Pierre Elkabbacha, jenž vybíral témata pro les Guignols. Jak sám potvrdil, jeho metoda spočívala v konzultaci s politiky, ale také se syndikáty a asociacemi. Říkal: „*Nemohu zakázat politikům, aby vyjádřili svůj názor. Ale poté se rozhodují stoprocentně sám.*“<sup>2</sup>

4. října 2006 byla pozvána Ségolène Royalová na obrazovky TF1 do pořadu Patricka Poivre d'Arvor. Ten pokládal otázky, které nepoukazovaly na politický zájem a přispívaly spíše k depolitizaci její kampaně.<sup>3</sup> Z celých devíti minut byla pouze jedna třetina zasvěcena politickému tématu a to na začátku rozhovoru v otázce: Co nefunguje v současné Francii? Otázka se dočkala spíše obecné odpovědi. Zbytek rozhovoru byl soustředěn hlavně na osobu Royalové, jejího bratra zapojeného do aféry Rainbow Warrior<sup>4</sup> a jejího životního partnera Françoise Hollanda, sekretáře Sociální strany.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> JAMIN, J. Cette télévision que cache en montrant. *Presse et manipulation*. 2001, 01/05, s. 5. Dostupný také z WWW: <<http://www.parnasse.org/m/articlespdf/7.pdf>>.

<sup>2</sup> GARRIGOS, R.; MALLAVAL, C.; ROBERTS, I. La haut main de Sarkozy sur les médias. *Libération*. 29.9.2008.

<sup>3</sup> *Vidéo, buzz et vous* [online]. 4.10.2006 [cit. 2010-05-30]. Ségolène Royal interview au 20 heures de TF1 04 octobre 2006. Dostupné z WWW: <[http://www.wat.tv/video/segolene-royal-interview-20-30m\\_8f46\\_.html](http://www.wat.tv/video/segolene-royal-interview-20-30m_8f46_.html)>.

<sup>4</sup> Útok na vlajkovou loď Greenpeace „Duhový bojovník“, při němž přišel o život nizozemský fotograf Fernando Pereira. Uskutečnila ho, 10. července 1985, francouzská tajná služba, aby zabránila Greenpeace v protestech proti pokusným jaderným výbuchům na atolu Mururoa. Vyšetřování pumového útoku na loď Greenpeace ukázalo, že byl dílem agentů francouzské tajné služby DGSE (Direction générale de la sécurité extérieure), jedním z nich byl právě bratr kandidátky Gerard Royal. – zdroj: Econnet

Dotazy se týkaly, více než jejích názorů, schopnosti vykonávat roli prezidenta, pocitů, jež měla při vykonávání funkce ministryně vlády. Místy „politická debata“ působila jako bulvární pořad soustředěný na otázky, které „nejvíce zajímaly občany.“ V neposlední řadě i obava, co se stane s Françoisem Hollandem v případě, že bude zvolena prezidentkou republiky. „Zůstane prvním tajemníkem PS, stane se předsedou vlády či ministrem?“ Diváci byli svědky pronikání soukromého života kandidáta do kampaně. V odpovědi na poslední otázku: „Chápete proč přitahujete po dlouhou dobu záři reflektorů a pohledy, kde se vzala tato krystalizace?“ Bylo patrné kandidátčino váhání. „Ráda bych si myslela, že je to díky mé svobodě projevu,“ odpověděla. I obrázky, které byly v průběhu rozhovoru promítány na pozadí, jí ukazovaly, vždy s úsměvem, jako ikonu médií, jako hvězdu milovanou lidmi, populární v televizi a pro televizi. Byla představena jako kandidátka, jejímž jediným programem byly její usměvavé obrazy a přitažlivý zevnějšek.

„Televize je zde především proto, aby vytvořila emoce...Hlasujeme pro člověka, stranu, myšlenku či ideologii. Televize je zde tedy proto, aby vytvořila vztah.“<sup>2</sup> Jediné riziko spočívalo v tom, že se televize i politikové již nadále nebudou obracet na ideálního, rozumného voliče, který by hlasoval na základě existujících argumentů. Media si uvědomovala, že jejich informace nebyly přesnou kopií skutečnosti, ale pouhým obrazem, ve kterém hrálo roli vnímání zprostředkovatele i samotného příjemce. I když často působila hodnověrně, nebylo možné zapomínat, že by zpráva bez dalších ingrediencí nebyla pro čtenáře či posluchače zajímavá. Společnost se totiž neobešla bez fám. Bylo třeba, aby sdělení provokovalo i představivost, čtenáři a posluchači se toužili nechat pohltnout dramatem a tragédií.

Role médií byla zpochybněna „třetím mužem,“ Françoisem Bayrouem. „Za soumraku prezidentské kampaně máme pocit, že kostky již byly vrženy. Dva kandidáti vedou tanec, ostatní nejsou nic jiného než figuranti,“<sup>3</sup> mohli jsme číst na blozích, které komentovaly dění. Tento názor se setkal s ohlasem. „Sledujete pouze povrch věcí,“

---

<sup>1</sup>AZAM, O.; PERRIN, B. Vidéo - Ségolène Royal selon TF1 : l'icône médiatique . *Acrimed : Observatoire des médias*[online]. 6.12.2006, -, [cit. 2010-05-30]. Dostupný z WWW: <<http://www.acrimed.org/article2516.html>>.

<sup>2</sup>SÉGUEL, J. Télévision, Politique et Elections : Créer de l'émotion . *Dossier de l'audiovisuel* . 2002, n. 102.

<sup>3</sup>Role des médias durant la présidentielle . In *C dans l'air* [online]. [cit. 2010-05-30]. Dostupné z WWW: [http://forums.france5.fr/cdanslair/Cultureetmedias/role-durant-presidentielle-sujet\\_175\\_1.htm](http://forums.france5.fr/cdanslair/Cultureetmedias/role-durant-presidentielle-sujet_175_1.htm).

stěžoval si poté, co skoro veškerá pozornost byla věnována duelu Sarkozy-Royalová.<sup>1</sup> „Objevují se na prvních stránkách časopisů, jakoby Francouzi měli výběr jen mezi těmito dvěma fotkami, dvěma obrázky.“<sup>2</sup> Stalo se zcela běžným, že politik, jehož ambicí bylo uspět v prezidentské volbě, byl nucen vstoupit do vlivné strany, aby dostal možnost vykonávat politiku a získal uznání.

„Ve Francii jsou dnes velmi důležité síly, které mají své zájmy v médiích a které tlačí na tento, již předem stanovený výběr, jenž samy zvolily. Nicolas Sarkozy na jedné straně, Ségolène Royalová na druhé,“ postěžoval si Bayrou a rázem se tak i on dostal do středu zájmu voličů a médií.<sup>3</sup>

Média samozřejmě nebyla neutrální. V zemi jako je Francie je mnoho věcí spojeno s průmyslovými a obchodními zájmy, které tíží jak novináře při jejich rozhodování, zda zveřejní či zakryjí některé skutečnosti, tak kandidáty z obavy, že přijdou o velmi vzácnou přízeň. Role akcionářů v audiovizuálním průmyslu je známá. Výběr médií ovlivňuje podle Rolanda Cayrola spolu s mocnými osobnostmi i efekt módy, kdy se všichni zajímají o stejné „příběhy.“ Zákon konkurence poukazuje na to, že se redaktoři zajímají o činnost svých protivníků a komentují témata, která buď zmiňují nebo se na to chystají.<sup>4</sup>

Jako nejzkušenější „manipulátor“ s médii se projevil bývalý ministr vnitra. Díky svým funkcím, které vykonával od roku 2004, se stal mediálně známým s mnohonásobně větší možností ovlivňovat dění kolem sebe. Výzkum, který proběhl 8 měsíců před volbami, ukázal, že by volby pro Sarkozyho mohly být předem vyhrané. „Vše je nakloněno korunování Nicolase Sarkozy do Elysejského paláce,“ napsal v září 2006 Le Monde diplomatique v článku Sarkozy korunován oligarchou médií.<sup>5</sup>

Sarkozy již delší dobu působil v politice a během dvaceti let se mu podařilo získat média na svou stranu. „Pan Sarkozy vlastní tlustý adresář mocných přátel z tisku a sdělovacích prostředků. Nalezneme zde rodiny, jako Martin Bouygues, akcionář TFI či

---

<sup>1</sup> Acrimed : Observatoire des médias [online]. 7.9.2006 [cit. 2010-05-30]. Présidentielle 2007 : la question des médias posée par... l'UDF. Dostupné z WWW: <<http://www.acrimed.org/article2435.html#nb2>>.

<sup>2</sup> Acrimed : Observatoire des médias [online]. 7.9.2006 [cit. 2010-05-30]. Présidentielle 2007 : la question des médias posée par... l'UDF. Dostupné z WWW: <<http://www.acrimed.org/article2435.html#nb2>>.

<sup>3</sup> Acrimed : Observatoire des médias [online]. 7.9.2006 [cit. 2010-05-30]. Présidentielle 2007 : la question des médias posée par... l'UDF. Dostupné z WWW: <<http://www.acrimed.org/article2435.html#nb2>>.

<sup>4</sup> CAYROL, R. c.d ., s. 87.

<sup>5</sup> BENILDE, M. M. Sarkozy déjà couronné par les oligarques des médias ?. *Le Monde diplomatique*. 2006/9, n. 9, s. 22-23.

*Bernarda Arnaulta (La Tribune, Investir, Radio Classique).*<sup>1</sup> Ani taková spojení nebyla náhodou. Po svém nástupu do křesla starosty Neuilly dokázal velmi rychle proniknout do okruhu lidí, kteří by mu později pomohli uspokojit jeho politické ambice. V městě, kde byl Sarkozy starostou Neuilly-sur-Seine, jednom z nejvíce prosperujících ve Francii, bychom našli více než 2400 společností, z nichž některé jsou řízeny nejvýznamnějšími podnikateli. Ani v této oblasti však talent Sarkozyho nekončil. Za své řečnické umění vděčil své advokátské profesi. Nezdíral se používat otázky, jimiž jednoznačně přilákal posluchače na svou stranu.<sup>2</sup> Usiloval o to, aby vytvořil dojem příslušnosti k obyčejnému lidu a zároveň se snažil o pozornost, jež přání lidí věnoval: „*Snažím se, abych byl pochopen lidmi...*“<sup>3</sup> Svým projevem chtěl upoutat i novináře: „*Existuje způsob, jak pokládat otázky, které způsobí, že vždy souhlasíme s odpovědí. Jedná se o jakousi pomoc sparing partnera...*“<sup>4</sup> Stejně tak byl schopen upoutat i občany z řad známých umělců jako Christiana Clavier, Jeana Reno či Johnyho Hallydaye, kteří mu v průběhu politické kampaně vyjádřili svou přízeň. „*Předpokládá, že jeho role je přesvědčit. A především novináře,*“ konstatoval Brice Hortefeux v rozhovoru pro Marianne.<sup>5</sup> Nicméně bylo možné sledovat, že vůle ovládat média k politikově úloze prostě patří. „*Válka mezi politiky a novináři je válkou symbolickou, která má za cíl ovlivnit veřejné mínění.*“<sup>6</sup> Mnozí z nich se rozhodli představit své vlastní myšlenky a využili k tomu nejpopulárnější médium současnosti. Nicolas Sarkozy nabídl internetovou televizi NSTV (Nicolas Sarkozy TV), která nesla jeho iniciály. Ségolène Royalová se skrývala pod iniciály PSTV, webová televize, která zdůrazňovala její příslušnost k politické straně Parti Socialiste (PS). Televizní spoty sloužily i k propagačním účelům. Snažily se uživatelům internetu zpřístupnit svůj program, obrázky z meetingů i videa, která ukazovala zákulisí kampaně.

---

<sup>1</sup> BENILDE, M. M. Sarkozy déjà couronné par les oligarques des médias ?. *Le Monde diplomatique*. 2006/9, n. 9, s. 23.

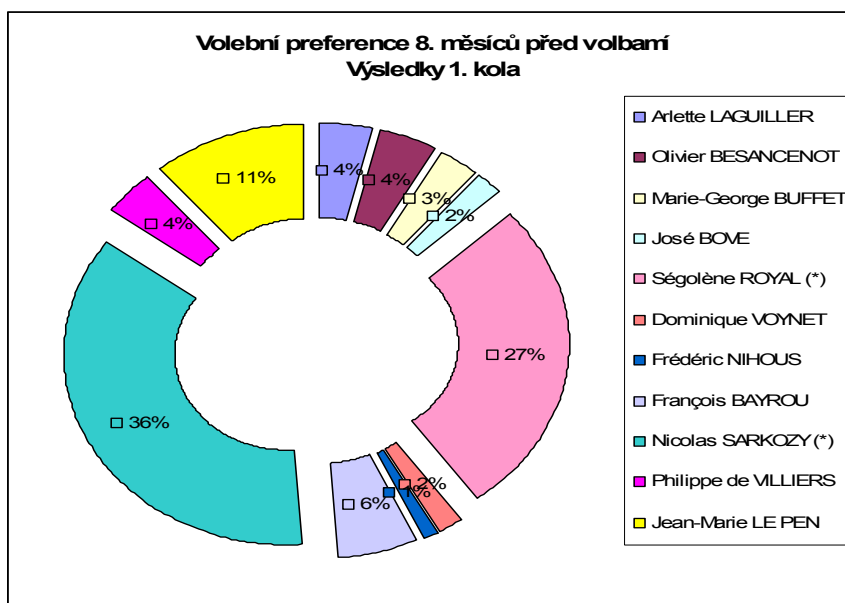
<sup>2</sup> Tamtéž, s. 23.

<sup>3</sup> EMEUR, L. *Loic Lemeur* [online]. 2006 [cit. 2010-05-30]. Interview avec Nicolas Sarkozy. Dostupné z WWW: <<http://www.loiclemeur.com/france/files/sarkozypodcast.m4v>>.

<sup>4</sup> ARTUFEL, C.; DUROUX, M. *Nicolas Sarkozy et la communication*. Paříž : Pepper, 2006. s. 37.

<sup>5</sup> HORTEFEUX, B. Comment Sarkozy cherche à contrôler les médias. *Marianne*. 11.3.2006.

<sup>6</sup> RICALES, P. *c.d.*, s.201,241.



**Obrázek 14 – Volební preference:**

Zdroj dat : IPSOS (11. června 2007)

Internetoví surfaři si čím dál více zvykli nahlížet do soukromí kandidátů. Osobní záběry patřily mezi nejoblíbenější. Kandidáti sami zveřejňovali spoty, jež měly svědčit o jejich lidštvější tváři, nevyhýbali se ani zesměšňujícím videím. Nejčastěji se ale objevovaly obrázky kandidátů s rodinami, dokonale připravené výjevy z rodinného života. Tento marketingový tah měl, po vzoru amerického prezidenta, za úkol přiblížit kandidáta voličovi a umožnit mu ztotožnit se s ním. Ani zde však všemocnost blogů neskončila. Nebylo výjimkou, že zveřejnění krátkého videa odstartovalo celou lavinu mediálních reakcí a zcela opustilo jejich rovinu. Jako příklad uveďme Ségolène Royalovou, jež byla natočena, aniž by o tom věděla, když prohlašovala, že by se pracovní doba učitelů měla prodloužit na 35 hodin, které budou trávit spolu s žáky ve škole, a budou jim dávat zdarma hodiny navíc.<sup>1</sup> Této informace využila média a zabývala se jí více než týden.

Velmi častým jevem, na blozích i v tisku, byly snahy o zlidštění kandidáta v očích voličů. Nicolas Sarkozy využil všudypřítomnosti fotografů: „*Joggingem kontroluje svůj obraz*,” připomenul v Dossier du Canard enchaîné psychiatr Samuel Lepastier.

<sup>1</sup> *Dailymotion.com* [online]. 2006 [cit. 2010-05-30]. Ségolène. Profs. Fracassante . Dostupné z WWW: <[http://www.dailymotion.com/video/xmjsx7\\_segolene-profs-fracassante](http://www.dailymotion.com/video/xmjsx7_segolene-profs-fracassante)>.

„Ukazovat se ve sportovním oblečení je způsob jak říct: Jsem jako ostatní. Ale ne zcela, pracuji i o prázdninách. Stopky na Sarkozyho zápěstí zdůrazňují spíše soutěživost nežli koníček.“<sup>1</sup>

Vzhledem k tomu, že schválení všeobecné volby v roce 1953 znamenalo pro Francii obrovskou personalizaci volby, zvykli si postupem času všichni kandidáti na televizní maratón, který je doprovázel. Každý z nich prezentoval svůj vlastní styl. Naučili se používat masivně se rozvíjející sdělovací prostředky ve svůj prospěch. Během klání také několikrát vyvstala otázka, kdo z kandidátů nejvíce manipuluje médii na svou stranu. V mediální kampani volebního roku 2007 to byli především „skuteční lidé,“ kteří se ptali na své „skutečné problémy.“ Jednalo se o problémy, které je opravdu tížily a přímo se jich týkaly. Ve chvíli, kdy volič nastínil problém, stal se i problémem kandidáta, který se ho musel pokusit řešit. Na základě přání voliče pak uchazeč o prezidentský post vytvářel své sliby. Tato rychlá spontánní reakce vedla k postupné přeměně prezidentské volby na tržní vztah nabídky a poptávky.

Kandidát, který se setkal se svým voličem na internetu či v televizi, ho považoval za spotřebitele a klienta. Proto byl schopen změnit ze dne na den svůj projev a program, aby byl lépe schopen na tuto poptávku reagovat. „Klient chce novinky a je mu je třeba slíbit.“<sup>2</sup> Zboží, které v tu chvíli prodával, byly sliby. Úspěch pro něj znamenal získání více hlasů.

Sarkozy nabídl novinku v podobě rozchodu s vládou. Chtěl, aby voliči zapomenuli, že k této vládě po 5 let patřil. Stejně jako on i Bayrou si vytvořil své vlastní nové teritorium působnosti. Snažil se využít nedostatků svých dvou hlavních rivalů a přebrat jim co nejvyšší počet voličů. Le Pen postavil svou image na svých tradičních tématech. Zapojil i svou dceru, která měla symbolizovat novou krev, a tím přilákat i mladší voliče. Pečlivě sledoval, aby jeho styl nebyl napodobován kandidátem UMP a neztratil tak své dosavadní voliče.

Velká váha byla kladena přednostně na vystupování kandidátů na veřejnosti. Proto do kampaně v roce 2002 vstoupila europoslankyně za Národní frontu, dcera Jean-Marie Le Pena, Marine Le Pen. Od té doby „klon,“ jak ji francouzský tisk nazýval, změnila účes

---

<sup>1</sup> Elysée-moi ! : Tout ce que nous cachent les candidats. *Dossier du Canard enchaîné* . 2007. s.39.

<sup>2</sup> Tamtéž. s.5.

a zhubla o 15 kilogramů. Stala se reprezentativní tváří Národní fronty. „Byla vytvořena dcera monstra, aby se ukazovala na televizních plátcích.“<sup>1</sup>



**Obrázek 15 – Marine Le Pen se svým otcem**

Zdroj: Reuters staženo: 8.května 2009

Royalová díky svému světlému oblečení vynikla v prostředí mužů v šedivých oblecích. I Sarkozy vsadil na styl. „Oblečení bylo pro něj vždy prostředek jak zakrýt nedostatky a jde mu to velmi dobře. Nosí především modrou. Ne příliš šedivé, tu nechává Chiracovi...“<sup>2</sup>

Bayrou si zakládal na své pověsti a vzhledu vzdělaného sedláka. „Chce se líbit pravici a levici a, co se týče vzhledu, dělá venkovana i měšťáka.“<sup>3</sup> Jeho snaha se mu vyplatila. „To, co bylo nemoderní, je najednou autentické, bio, současné...“<sup>4</sup> Jeho obliba vzrostla a stal se vážným konkurentem dvou největších kandidátů. Odhadovalo se, že připoutá především nerozhodnuté. Jeho cílovou skupinou byli i ti voliči, kteří hledali novou alternativu.

„François Bayrou si již dlouhou dobu představoval vládu s lidmi z levice, centra i pravice.“<sup>5</sup> I když Nicolas Sarkozy před kampaní vystupoval jako výhradní představitel pravice a svou politickou kariéru postavil na příslibu sjednocení „rozdělené pravice.“ Ve

---

<sup>1</sup> Elysée-moi ! : Tout ce que nous cachent les candidats. *Dossier du Canard enchaîné* . 2007. s.78.

<sup>2</sup> Tamtéž. s.39.

<sup>3</sup> Tamtéž. s.69.

<sup>4</sup> Tamtéž. s. 69.

<sup>5</sup> BOISSIEU, L. Nicolas Sarkozy et François Bayrou recrutent à gauche. *La Croix*. 23.2.2007.



volební kampani otevřel své názory levicovým tendencím. Témata, která byla dříve výsadní levicovou baštou, začala tvořit i součást jeho předvolebního repertoáru.

Oba dva, Sarkozy i Bayrou, se tak rozhodli pro spojení tradiční pravo-levicové roztržitésti. Na podporu Nicolase Sarkozyho byl vytvořen klub sarkozyovské levice – La Diagonal, který byl složen i z bývalých členů Socialistické strany.<sup>1</sup> Ani Bayrou však nezůstal stranou. Jeho kandidatura byla nadějí pro některé levicově orientované voliče, kteří v jeho zvolení viděli jedinou šanci, jak mohou zabránit zvolení kandidáta UMP.

Navzdory tomu, že televize nabízela kandidátům od 90. let stále menší televizní prostor, upřednostňovala většina kandidátů televizi jako univerzální médium, jehož síla se nedala srovnávat s ostatními. Až tři čtvrtiny voličů sledovaly během politického klání každý večer televizní zprávy.<sup>2</sup> Televizní stanice ale stahovaly politické debaty z hlavního vysílacího času. Klíčové problémy, které nutily klást si otázky, byly vysílány pozdě v noci, kdy většina obyvatel spala. Za tímto krokem stála především obava, že přijdou o své diváky. TF1 přestala vysílat pořad „7 sur 7,“ televizní vysílání uváděné Anne Sinclair od 12. září 1981 do 29. června 1997. Tato televizní relace nabízela pozvanému účastníkovi možnost komentovat obrazové události, které se odehrály v předcházejícím týdnu. Zrušením tohoto pořadu se inspirovaly i další veřejné televizní stanice. Do politických debat se začala promítat snaha pobavit diváka. Za dobrého byl označován takový novinář, jenž dovedl svého hosta k přímé a přesné odpovědi. Přijatelné bylo „ano“ či „ne“ nebo odpověď, která nepřesáhla osm vteřin.

Televizní diváci si odvykli naslouchat politickým projevům. Posledních dvacet let, které byly provázeny finančními aférami, byla politická vyjádření zcela zdiskreditována. Lidé přestali věřit, že volení zástupci budou schopni vyřešit jejich problémy, a začali silně pochybovat o slovech, která politici pronášeli. Jazyk, který užívali, zněl v uších posluchačů cize.

Jediným obdobím, kdy se na televizní obrazovky vracely politické pořady, byl právě čas voleb. Velmi sledované televizní relace (jako „J'ai une question à vous poser“ – „Mám na vás jednu otázku – pozn. autora) však odsouvaly novináře do pozadí. Určily mu roli moderátora, který hlídal čas, či předával slovo, zároveň tak umožnily kandidátům

---

<sup>1</sup> BOISSIEU, L. Nicolas Sarkozy et François Bayrou recrutent à gauche. *La Croix*. 23.2.2007.

<sup>2</sup> TNS-Sofres [online]. 20.9.2007 [cit. 2010-05-30]. Présidentielle 2007. Dostupné z WWW: <<http://www.tns-sofres.com/2007/interview.php?id=427> >.

přímý kontakt s voliči. Takovéto formy dovolily vyslechnout názor lidu. Jejich nevýhodou však byla neorganizovanost diskuze a potřeba přesného programu, o kterém by politici mohli hovořit. „*Místy tato kampaň působila, jakoby se zastavila na místě a hlavním úkolem kandidátů bylo pouze vyslechnout stížnosti, bez nabídky řešení.*“<sup>1</sup>

Klasické politické diskuze založené na argumentech definitivně zmizely. Nejlepším příkladem, kterým bychom mohli ilustrovat ztrátu zvyku naslouchat politickému jazyku, byla neúspěšná kampaň o referendu o Evropské ústavě z roku 2005. Úmysly politiků nebyly jednoznačně vysvětleny a novináři přerušovali jejich projevy, aniž by je nechali dokončit myšlenky z ekonomických, sociálních či jiných oblastí. Zároveň s tím se diváci stali svědky zjednodušených projevů. Na vině byl strach, že dlouhý projev příliš zatíží paměť posluchačů. Ti byli čím dál méně schopni zapamatovat si a pochopit, o čem politik hovořil. Oproti tomu se stali diváci mnohem citlivějšími a pozornějšími na formu, styl, způsob vyjadřování a vystupování řečníka.

Média přijala postoj, ve kterém následovala iniciativní kandidáty na jejich cestě. Jakoby nechtěla vstupovat do kampaně v roli herců a režiséra, ale jen pozorovat a popisovat. Odtud plyne i pocit z kampaně, která nepřinesla žádná nová klíčová témata. Odevzdanost médií byla viditelná i v průběhu nepokojů na Gare du nord (Severní nádraží). Rezervovanost působila dojmem strachu. I když byl na počátku nepokojů třicetiletý multirecidivista, jehož kontroloři vyzvali, aby prezentoval platný lístek, byly události přičítány předvolební nervozitě. Muž na revizora zaútočil, k němu se přidali další protestující. Zpočátku nevinně vypadající incident se rozrostl do obrovských rozměrů, ale média se o něj zajímala spíše okrajově.

V podvečer prvního kola 22. dubna bylo na severovýchodě Paříže zapáleno skupinkami mladistvých několik vozidel. Večer před nedělní volbou bylo spáleno třicet aut v 3., 9., 10., 13. a 18. pařížském obvodu. Hlavní město také zaznamenalo rapidní nárůst útoků na obyvatele. Po vyhlášení výsledků se objevily incidenty v oblasti Bastille v Paříži, v Bordeaux, v Lille na hlavním náměstí, v Clerrmont-Ferrand, v Toulouse, Nantes, Lyonu, Courneuve a dalších.

Někteří politikové se rozhodli využít nepokojů ve svůj prospěch, další jich využili k pohanění svých odpůrců. Sarkozy se prohlásil za kandidáta « čestných lidí » a události

---

<sup>1</sup> CHARENTENAY, P.de. Derniers temps d'une campagne. *Etvdes* . 2007/4, n.406, s. 439.

označil za nepřijatelné. Odmítl být na straně „zločinců, podvodníků a nečestných.“<sup>1</sup> Slíbil, že bude na straně obětí. Royalová se ohradila proti „netoleranci“ a obvinila pravicovou vládu, že za pět let, kdy byla u moci a udělala z bezpečnosti své hlavní téma, bylo prokazatelné, že na celé čáře neuspěla. Kritizovala především situaci, ve které pravicový kandidát popuzoval „jedny proti druhým.“<sup>2</sup>

Situace, kdy byla společnost pod neustálým tlakem již od září 2001, nesmírně nahrávala extremistickým stranám, mezi které řadíme i Fronte nationale. Jediný prezidentský kandidát, jenž se k událostem na Gare du nord nevyjádřil, byl právě předseda této pravicové strany, Jean-Marie Le Pen, jehož vyjádření a kritiku mocných politických stran očekávala velká část populace. Francouzský deník Le Figaro po událostech na Gare du Nord napsal: „*Kočka Le Pen mlčí a číhá.*“<sup>3</sup> Jakoby chtěl vyjádřit škodolibost kandidáta stojícího stranou se slovy: „Já vám to říkal.“ Tyto události velmi ovlivnily klima prezidentských voleb. Hlavní pozornost se od této chvíle přesunula k otázce bezpečnosti

Odevzdanost médií byla neméně patrná v televizních pořadech určených volbám. Kandidáti a voliči byli v popředí, zatímco novináři zastávali roli moderátorů. I tak se sdělovací prostředky staly tvůrcem novodobých mýtů,<sup>4</sup>

V kampani nebyla opomenuta ani, již tradiční praktika, vyvěšování plakátů, jež je v době moderních médiích spíše na ústupu. Stejně jako v minulých letech jsme ji mohli sledovat v různých formách. Vzhledem k tomu, že kandidáti se snažili oslovit co největší počet voličů, objevovaly se na ulicích plakáty komerční, oficiální a často i divoké výlepy, které však nebyly oficiálně přiznány. Divoký výlep nepřímou ukázkou ukazoval na oblíbenost některých kandidátů a silnou základnu podpory.

### **4.3 Vliv mediálních průzkumů a prognóz**

*„Dlouhou dobu nezajímaly volební průzkumy politologii jinak než kvůli jejich měřitelným výsledkům. Později ve věku televize, navzdory veškerému očekávání, se ukázal i jejich nepřímý a omezený vliv na volební chování.“<sup>1</sup>*

<sup>1</sup> Reuters. Les heurts de la gare du Nord alimentent le débat électoral . *Le Monde*. 29.3.2007.

<sup>2</sup> Reuters. Ségolène Royal critique le bilan de Sarkozy à l'intérieur . *Le Monde*. 29.3.2007.

<sup>3</sup> JAGU, C. Le jour où la gare du Nord s'est invitée dans la campagne. *Le Figaro*. 29.3.2007

<sup>4</sup> MUZET, D. *Le rôle des médias dans la campagne présidentielle*. Paříž : Institut médiascopie, 2007. s.4.

V době, kdy světu vládou média, hrají veřejné průzkumy velice důležitou roli. Patří do skupiny nezbytných nástrojů, které mají k dispozici voliči v období kampaně. Právě prezidentské volby zajišťovaly těmto prognózám větší viditelnost z toho důvodu, že média nebyla schopna představovat každý den senzační novinku a využívala jich k vyplnění prostoru. Průzkumy zajistily majitelům mediálních kolosů pozornost příznivců. Staly se jedním z ukazatelů demokratického rozhodování a jakýmsi barometrem volební kampaně a její úspěšnosti. Kandidáti je očekávali a kritizovali. Francouzi je sledovali, ale nedůvěřovali jim. Novináři je komentovali a zveřejňovali, tazatelé je vyráběli a obhajovali. Pro čtenáře, politiky či diváky nebyly závazné, ale sloužily jako základ pro pochopení dění v zemi. V kampani byly používány jako praktická pomůcka pro pomoc při rozhodování. Jejich zájem se soustředil na osobu kandidáta, jeho politickou orientaci a osobnostní kvality. Výsledky pak pomáhaly voličům seznámit se s kandidátem a jeho politickým oponentům lépe poznat protivníka. Navíc umožnily kandidátovi odhalit, napravit a přizpůsobit slabé stránky.

Abychom lépe pochopili roli veřejných průzkumů, stačí si vzpomenout na volby v roce 2002.<sup>2</sup> Projevila se zde totiž špatně vedená kampaň. Strategicky se mohl zachovat ten, kdo znal důvody, jak si volič vybírá „správný“ volební lístek a k jeho rozhodnutí ho nenápadně směřoval.

Průzkumy bylo nutné brát pouze jako dodatkovou složku kampaně, která mohla, ale také nemusela, zajistit hlasy navíc. Nebylo možné je postavit na volebních úmyslech. Zmiňovaly i důležité vlastnosti kandidátů, výzvy, kterým chtěli čelit, jejich osobnost či hodnoty, které zastávali. Vedly k tomu, aby ukázaly společnosti, kde se nachází tvář v tvář těmto tématům. Podtrhovaly problémy, které byly pro danou společnost nejdůležitější, či hodnoty, které stály v pozadí.

Podobný vliv měly průzkumy na zviditelnění jednotlivých kandidátů. Vzhledem k tomu, že média pravidelně sledovala vývoj názorů veřejnosti, měl kandidát, který byl častěji zmiňován a v žebříčku řazen na první místa, větší šanci stát se středem pozornosti nejen médií ale i veřejnosti.

---

<sup>1</sup> LAGROYE, J., et al. *Mobilisations électorales : le cas des élections municipales de 2001*. Paříž : PUF, 2005. s. 5.

<sup>2</sup> viz kapitola Prezident během V. republiky

Bruno Cortès vysvětluje: „Zkušenost z minulých voleb spočívá v rozdělení kandidátů do třech kategorií: „velcí“, „střední“ a „malí.“ Kdy dojde k tomu, že se dostaneme z jedné kategorie do druhé?“ ptá se dále Cortès. „To závisí na průzkumech, parlamentních zástupcích ...“<sup>1</sup> Na základě tohoto rozdělení bychom mohli předpokládat, že volby byly částečně rozhodnuty před jejich začátkem. Samotné oddělení tří skupin způsobilo, že „malí kandidáti“ byli degradováni na pouhé snílky, kteří neměli příliš možností zasáhnout do politického dění. Dominique Dutilloye tvrdí, že tito „malí“ kandidáti navzdory tomu, že pro mnoho novinářů nepředstavovali příliš výraznou politickou sílu, měli co říci a zároveň disponovali vypracovaným prezidentským programem a promyšlenou politickou filozofií.<sup>2</sup>

V roce 2006 došlo k citelnému navýšení počtu veřejných průzkumů, které významně ovlivnily politicko-mediální život. Právě o tyto průzkumy se opírala socialistická kandidátka Ségolène Royalová. S jejich pomocí dokázala zlegitimizovat svou kandidaturu v socialistické straně. Měla největší volební potenciál v rámci své strany a to bylo důležité. Ani politické manévry, které chtěli podniknout její známější spolustraniční protikandidáti, se neseťkaly s úspěchem, protože těmto průzkumům nedokázali čelit.

Zadavatelé a mluvčí institutů si mohli po volbách 2007 gratulovat. Výsledky prvního ani druhého kola nepřinesly žádnou překvapivou povolební polemiku, což vrhlo pozitivní světlo na tyto instituce. Poslední průzkumy, před prvním kolem předvíдалy slabý úspěch malých kandidátů, všichni měli pod 5%, a přesné pořadí čtyř kandidátů. I výsledky průzkumu mezi dvěma koly se přiblížily finálním výsledkům rozdělení sil.

Průzkumy v politice byly vytvářeny, interpretovány a používány za pomoci politických pravidel. Tzv. průzkum Opinionway, jenž byl realizován 3. května 2007 pro deník Le Figaro a LCI,<sup>3</sup> po debatě dvou protivníků Nicolase Sarkozyho a Ségolène Royalové, se snažil určit, co si diváci, kteří duel sledovali, myslí. Jinak řečeno, jednalo se o to rozhodnout, kdo z dvou uchazečů o nejdůležitější pozici v zemi vyšel z diskuze jako vítěz. Navzdory tomu, že debata měla některé charakteristické vlastnosti sportovního

---

<sup>1</sup> CORTÈS, B. Gérer bien des contraintes . *Pouvoir : Voter, à l'heure des médias et des sondages* . 2007/1, n.120, s. 89.

<sup>2</sup> DUTILLOZ, D. Elections présidentielles 2007 : ces candidats dont ont parle peu ! Entretien avec Fanck Abed. *Agora Vox*. 2007/2, n. 2.

<sup>3</sup> *Opinionway* [online]. Le Figaro - LCI, 3.5.2007 [cit. 2010-05-30]. La campagne jugée par les Français. Dostupné z WWW: <[http://www.lefigaro.fr/assets/pdf/opinionway\\_03\\_05.pdf](http://www.lefigaro.fr/assets/pdf/opinionway_03_05.pdf)>.

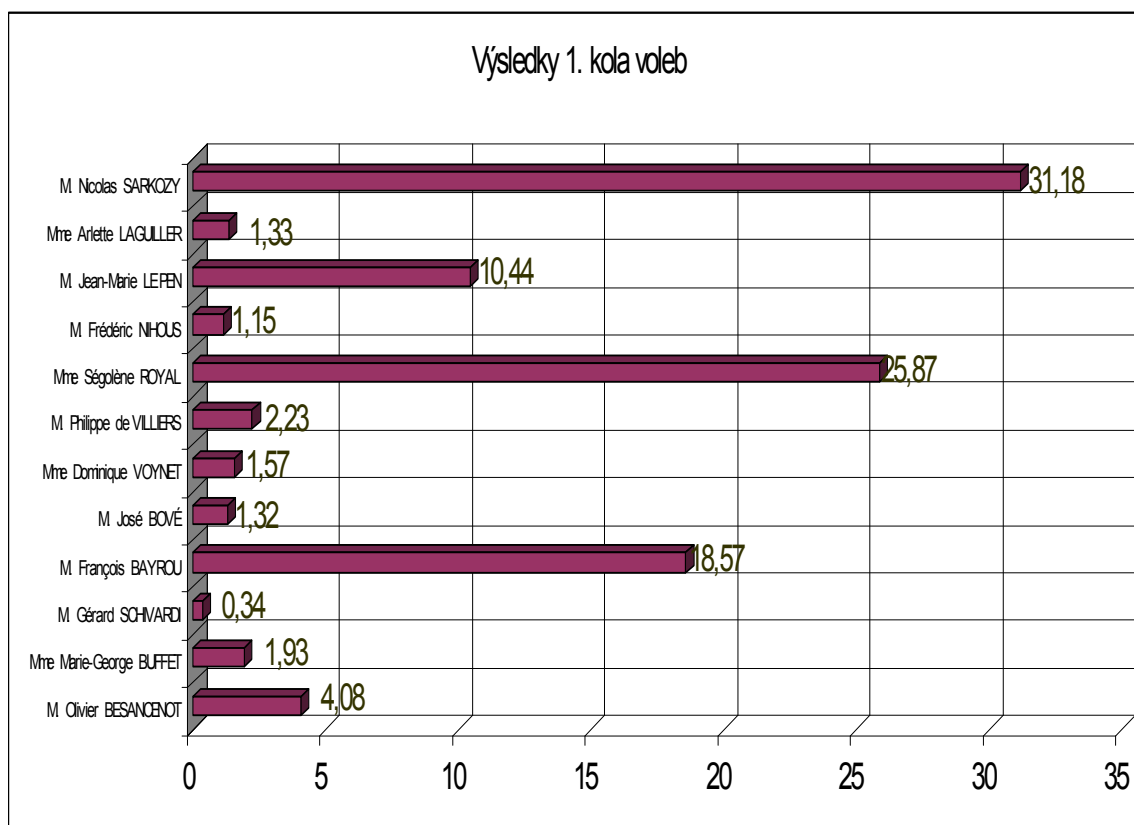
klání, stále šlo o politickou debatu. Toto setkání bylo pečlivě připravováno, aby mohlo být symbolicky vítězné pro jednoho z účastníků. Jako příklad můžeme uvést jednání, které se snažilo destabilizovat soupeře využitím vzteku, jenž měl poukázat na jeho neetické chování, s nímž se samotný mluvčí před diváky nebyl schopen ztotožnit. Dalším způsobem bylo zdůrazňování vlastních schopností. Účastníci uváděli pečlivě zapamatovaná čísla a podtrhávali neschopnost protivníka nalézt řešení u přesných, mnohdy odborných problémů. Na rozdíl od boxu, fotbalu či hokeje, kde je vždy možné najít vítěze, se nedalo jednoznačně určit vítěze politické debaty. Byla více či méně závislá na soudu těch, co hodnotili, co sledovali a komentovali politické klání.<sup>1</sup>

Je samozřejmostí, že se diváci nebyli schopni odpoutat od svých běžných názorů. Jedni z nich preferovali osobnost kandidáta, jiní se soustředili na argumenty, jedni preferovali muže, druzí ženy. Stejně tak i novináři, kteří se ptali po skončení debaty zbylých politických představitelů, kteří bez rozmýšlení odpovídali, že byl jejich favorit jednoznačně lepší. Sdělovací prostředky se snažily uspokojit všechny, respektive nezneprátelit si velký počet diváků, čtenářů či posluchačů. Postupně se přidaly na stranu jednoho či druhého kandidáta a podotýkaly, že oba měli své silné a slabé momenty.

Veřejné průzkumy se jednoznačně staly důležitou součástí politické hry. Podporovaly některé názory a od jiných zase odrazovaly. Pomáhaly směřovat komentáře žurnalistů i nerozhodnuté voliče. Politikům doporučovaly, jakým směrem by se měly ubírat jejich volební strategie.

---

<sup>1</sup> CHAMPAGNE, P. Sondage : des interprétations scientifiquement infondées et politiquement nocive . *Acrimed : Action critique médias* [online]. 7. 5. 2007, -, [cit. 2010-05-30]. Dostupný z WWW: <<http://www.acrimed.org/article2620.html>>.



**Obrázek 16 – Výsledky 1. kola prezidentské volby 2007**

Zdroj: Ministerstvo vnitra

#### 4.4 Volební debata

Až do současnosti byla ponechána analýza volebních debat spíše politologům, týkala se především otázek programů, způsobu vystupování a osobnosti kandidáta. Volební debaty zůstávaly spíše stranou, protože byly považovány za ne příliš přesvědčivé, dalo by se říci, že se voliči na jejich základě neměli tendenci rozhodnout především proto, že volební základna byla relativně stabilní. Volba probíhala především na základě demografických, sociálních a kulturních rozdílů, jako je pohlaví, vzdělání, víra atd.<sup>1</sup> K této skutečnosti se navíc přidával fakt, že přístup k projevům politiků byl složitý a sdělovací prostředky prezentovaly pouze jeho část, aniž by se diváci mohli vyjádřit. Bylo zcela nemožné sledovat celý průběh kampaně všech politických subjektů.

Spolu s úpadkem stranické příslušnosti však došlo k výraznému zvratu. Voliči, kteří byli zvyklí preferovat jednotlivá politická spektra, se začali rozhodovat na základě slibů a

<sup>1</sup> MARTIN, P. *Comprendre les évolutions électorales*. Paříž : Presse de Sciences Po, 2000. 470 s.

hodnot, které nová generace politiků přinášela. Zkoumání proslovů se tak stalo nedílnou součástí voleb.

Každý z kandidátů měl možnost si pro klání zvolit svůj vlastní způsob prezentace, který byl doprovázen také příslušným slovníkem. K lepšímu poznání nám pomůže analýza Dominique Labbé a Denise Minièra, *Des mots pour les voix*<sup>1</sup>, která se snaží poukázat na nejčastěji užívaná slova v politické kampani. François Bayrou mnohokrát použil ve své kampani témata týkající se obchodních společností a otázky týkající se společnosti a světa, Jean-Marie Le Pen se znovu opřel o svá tradiční témata národa, imigrace a bezpečnosti, k nimž přidal ještě nový zájem o zemědělství. Ségolène Royalová a Bayrou se společně setkali v otázkách zaměstnání mladých lidí, žen, spojoval je i zájem o osud zaměstnanců a bydlení. Sarkozy mluvil především o politice, hodnotách, republice, společné historii, o národní identitě, kultuře a civilizaci. Nemenší zájem soustředil na děti a rodiče. Byl rozhodně tím, kdo se dotkl největšího počtu otázek a témat, které Francouze tížily. Společný význam měly pro kandidáty, postupující do druhého kola, práce a hodnoty. Nicméně i v jejich pojetí se místy rozcházeli.

Velmi významnou roli hrály slogany, které kandidáti používali. V tomto případě byly autoři Sarkozyho sloganů úspěšnější nežli tvůrci pomáhající Royalové, *„jejichž talent nedokázal najít krátké „úderné“ věty, jež by si posluchači mohli zapamatovat a opakovat kolem sebe.“*<sup>2</sup> Aby upoutal pozornost voličů využil Sarkozy heslo: *„Společně.“* To bylo doprovázeno dodatkem: *„se vše stane možným.“* Royalová vsadila na svou ženskost a její volební plakáty představily *„La France Présidente.“* Neopomněla připomenout, že s ní nastane změna, což bylo také heslo, které doprovázelo její kampaň: *„Le Désire d'avenir.“* Bayrou upřednostňoval: *„La France de toutes nos forces.“* Jednalo se o heslo, které stejně jako slogany jeho protivníků, předznamenávalo změnu, kterou by bylo možné uskutečnit pouze s podporou všech obyvatel.(Příloha 1)

V lednu 2007 obvinil Nicolas Sarkozy levici, ve jménu Léona Bluma a Jean Jaurèse, že zapomněli na hodnotu práce,<sup>3</sup> kterou kdysi vytvořili. Royalová se proti tomu vyslovila

---

<sup>1</sup> LABBÉ, D.; MONIÈRE, D. Des mots pour des voix: 132 discours pour devenir président de la République française. *Revue française de science politique*. 3.6.2008, n. 58, s. 433-456.

<sup>2</sup> Tamtéž, s. 440.

<sup>3</sup> *Sarkozy.fr* [online]. 21.1.2007 [cit. 2010-05-30]. Projev Nicolase Sarkozyho v Saint Quentin. Dostupné z WWW: <[www.sarkozy.fr/video/?intChannelId=1](http://www.sarkozy.fr/video/?intChannelId=1)>.



v zápětí, když zdůraznila potřebu respektovat pracující a zaměstnané, jejich bezpečnost a pracovní smlouvu, čímž zaútočila na pravicové názory.

Prezidentské volby jsou každý rok doprovázeny mnohými diskuzemi. Tou nejsledovanější z nich byla vždy debata dvou vítězných kandidátů prvního kola.

#### **4.4.1 Debata mezi dvěma koly**

V roce 2007 se jednalo už o pátou diskuzi tohoto typu od roku 1974 vysílanou televizí. Debata tohoto druhu se nekonala pouze ve volbách v roce 2002. Tehdejší pravicový kandidát Jacques Chirac se diskuze odmítl účastnit, protože jeho protivníkem měl být Jean-Marie Le Pen z ultrapravicové Národní Fronty.



**Obrázek 17 – Televizní debata mezi dvěma koly: Ségolène Royalová a Nicolas Sarkozy**

**zdroj: Europe 1 - staženo 10. 10. 07**

Zvláštností v roce 2007 bylo setkání mezi kandidátkou postupujícího do druhého kola Ségolène Royalovou a Francoisem Bayrouem, které se konalo v sobotu 28. dubna ráno. Většina občanů očekávala, že Bayrou, který nepostoupil do druhého kola, vyjádří či

odmítne podporu socialistické kandidátky, a tím nasměruje své voliče a příznivce strany „žádoucím směrem.“ Bayrou se však odmítl přidat na kteroukoliv ze stran a radit svým voličům, ke které straně by se měli svým hlasem připojit. Prohlásil však, že rozhodně neodevzdá svůj hlas Sarkozymu.(Příloha 3)

Tradiční mezikolová televizní rozprava proběhla ve středu 2. května 2007 v 21 hodin. Umožnila zkřížit zbraně dvěma protikandidátům. Vysílala se na několika televizních stanicích, rádiu a přes internet. Ačkoliv pro ni byly vymezeny 2 hodiny, kandidáti svůj čas překročili o 39 minut.

Témata, která byla rozebírána, se postupně dotkla práce, veřejného financování, bezpečnosti, imigrace, důchodové reformy, nukleární energie, vzdělání, evropské integrace a budoucnosti Evropy.

Po skončení debaty se především političtí komentátoři rozcházeli v odpovědi na otázku: Který z kandidátů vyšel z této diskuze jako vítěz? Všichni zdůrazňovali rozdíl mezi stylem Ségolène Royalové, která byla označována za přitažlivou a bojovnou podle svých příznivců, a agresivní, podle názorů odpůrců, a Nicolase Sarkozyho. Jeho způsob vyjadřování byl více vážný. Podle příznivců ukázal, že ovládá své řemeslo. Odpůrci ho označili za příliš nejasného.<sup>1</sup>

Během debaty Ségolène Royalová svého oponenta několikrát přerušila a mluvila o 3 minuty déle než on. Byla vůči svému protivníkovi velmi ofenzivní. Místy přecházeli oba dva do silného útoku.



**Obrázek 18 – Karikatura - Debata mezi dvěma koly**

„Royalová : Já vás vyluxuji<sup>2</sup>, Sarkozy : Klídek, paní Royalová, klídek.“

zdroj: <http://www.linternaute.com/actualite/cartoons/135.shtml> staženo 20.11.07

<sup>1</sup> ETCHEGOIN, M.-F.; COURAGE, S. L'un soutient Royal, l'autre Sarkozy... : Le duel BHL-Glucksmann . *Le Nouvel Observateur*. 3.5.2007, Dostupný také z WWW:

<<http://hebdo.nouvelobs.com/sommaire/documents/071701/le-duel-bhl-glucksmann.html>>.

<sup>2</sup> Výraz použitý Sarkozym určený pro mládež ze sídlišť - *Le Monde*, 21 juin 2005.

Jednalo se o první setkání tváří v tvář po dlouhé době. Dekorace studia, ve kterém se celá událost odehrávala, připomínala boxerský ring. Bitva byla řízena dvěma moderátory Arlette Chabot z France 2 a Patrickem Poivre d'Arvorem z TF1. Socialistická kandidátka byla umístěna nalevo a její protikandidát napravo. Toto umístění bylo pouze náhodné, pozice byla určena pomocí losu, i když odpovídala jejich politickému přesvědčení.

Kandidáti byli na začátku dotázáni na psychický stav. Royalová prohlásila, že se cítí „*velmi dobře, hrdá, že je zde, velmi šťastná.*“ Sarkozy se označil za velmi „*koncentrovaného*“ neboť „*oba dva mají obrovskou zodpovědnost: vrátit politickému životu jeho hrdost.*“ Zároveň přidal, že doufá, že většina Francouzů si po skončení debaty bude moci říct: „*víme o nich něco víc.*“ Přislíbil, že v případě svého zvolení bude usilovat o výsledky a bude zodpovědný. Royalová naléhala na „*politickou morálku.*“

Více než o debatu se jednalo o skutečný duel. Oba kandidáti konfrontovali své plány. Napětí stoupalo především při tématu přijímání handicapovaných dětí na běžné školy. Royalová byla „*šokovaná,*“ neboť, podle jejího názoru, vylíčil Sarkozy situaci se „*slzami v očích,*“ zatímco vláda odebrala těmto dětem pomoc. Označila jeho výroky za vrchol politické nemorálnosti. On ji obratem vyčetl, že ztrácí nervy. „*Proto, abyste mohla být prezidentem republiky, je třeba být klidný.*“ „*Neztrácím nervy, jsem pouze rozčilená, je to rozčilení, které je oprávněné,*“ odvětila na jeho výtku.

Kandidát UMP ji obvinil, že je příliš „*rozvášněná.*“ Ona mu obratem vyčetla, že se staví do role oběti, jakmile se cítí zatlačen do kouta. Během debaty několikrát přerušila svého oponenta.

Důležitou otázku představovala problematika násilí. První se tímto tématem začala zabývat Royalová. Upozornila na neustále stoupající násilí od roku 2002, v období, kdy Sarkozy zastával pozici ministra vnitra a propagoval politiku „*nulové tolerance.*“ Citovala i stoupající čísla a obrátila se na svého protivníka s tím, zda se cítí zodpovědný. „*Mluvíte o násilí? Ano, jsem zodpovědný. Situace, ve které byla republika, byla katastrofická,*“ reagoval. Socialistka přišla s nabídkou, že veřejní pracovníci, především ženy, budou chráněni. „*Budou doprovázeny z práce, pokud se budou vracet pozdě.*“ To vše, bude-li zvolena.

Bývalý ministr vnitra slíbil, že podpoří návrh, aby sexuální delikventi, kteří vyjdou z vězení, měli povinnost se týdně hlásit na komisařství svého obvodu. Vyjádřil přání, aby

multirecidivisté ve věku mezi 16. a 18. rokem byli trestáni „stejným způsobem“ jako dospělí.

Dalším tématem, kterým kandidátka zaútočila na Sarkozyho, byla ekonomická situace Francie. Postupně jmenovala veřejný dluh, 2 500 000 chudých pracujících ve Francii a 2 500 000 Francouzů, kteří žijí pod hranicí chudoby, z nichž 2 000 000 tvoří děti.

Oba dva kandidáti se opakovaně neshodli na délce pracovní doby. 35 hodin bylo Sarkozym označeno jako tragické rozhodnutí pro francouzskou ekonomiku, především pro nemocnice. Tato doba, podle jeho názoru, zabraňuje, aby pracující, kteří chtějí pracovat víc, mohli zároveň s tím získat i více peněz. Royalová uznala, že druhý zákon na 35 hodin byl příliš přísný. Zároveň však zaútočila na návrh zavést určitý počet neproplácených přesčasových hodin. *„Já upřednostňuji, aby zaměstnavatel zaměstnal mladého uchazeče či nezaměstnaného staršího 50 let, než dát přesčasové neplacené hodiny jako dárek podnikům.“*

V oblasti důchodů se oba účastníci shodli na nutnosti provést reformu. Rozcházeli se však v názoru, jakým způsobem by měla reforma proběhnout. Kandidát UMP navrhoval dvaceti pěti procentní revalorizaci důchodů u lidí s nižším příjmem. Opoziční kandidátka navrhla k revalorizaci i finanční přídavky.

Její myšlenka stabilizovat počet funkcionářů tím, že budou zaměstnáni v některé z veřejných funkcí, zatímco se bude snižovat počet zaměstnanců v jiných, se setkala s naprostým nesouhlasem. Odpověděla otázkou: *„Pokud to nemůžete udělat, proč chcete přijmout tak zodpovědnou funkci.“*

Při tématu vzdělávání bývalá ministryně pro mládež podtrhla důležitost nové vzdělávací dohody ve školství. Dodala, že si přeje, aby škola garantovala rovnost. Zástupce UMP projevil učitelům úctu a přišel s nabídkou hodnotit je podle jejich pedagogických schopností.

Sarkozy uvedl, že nechce plošné uzákonění imigrace „bez dokumentů.“ *„Pokaždé jsme za to draze zaplatili, protože jsme vyslali signál všem převaděčům světa. Jediné možné řešení je rozhodování případ od případu. Zároveň upřesnil, že Francie by měla zůstat zemí otevřenou, ale „neměla by přijímat veškerou „bídu“ světa.“* Kandidátka PS

souhlasila s rozhodováním o každém jednotlivém případě, na druhé straně prohlásila, že by toto rozhodování dělala s lidským přístupem.

V otázkách evropských vztahů se Sarkozy postavil proti vstupu Turecka do Evropské unie. Připustil však možnost vytvoření společného trhu. Navrhl, že by se EU měla znovu vrátit k pravidlu jednoty, což by jí, podle jeho názoru, umožnilo vytvořit společnou energetickou a bezpečnostní politiku. Royalová se proti přijetí Turecka mezi členy Unie nepostavila, ale navrhla před přijetím ještě nějakou dobu vyčkat.

U globálního oteplování předpovídala zvyšující se celosvětový tlak. Projevila přání, aby francouzské automobilové společnosti začaly vyvíjet ekologická vozidla. Sarkozy dodal, že není pro naprostou nadvládu nukleární energie. Varoval před naprostým odmítnutím nové generace nukleárního rozvoje.

Na závěr debaty byli oba účastníci vyzváni, aby vyjádřili, co si myslí o druhém kandidátovi. *„Respektuji její talent, není tu jen tak náhodou. A myslím, že dnes večer jsme vytvořili obraz obnovené demokracie,“* vyslovil se vůči své partnerce Sarkozy. Royalová prohlásila: *„Politická debata, to je především diskuze myšlenek a vy jste k tomu partner. Myslím, že je to právě to, co jsme dnes večer ukázali.“*

Sarkozy shrnul svůj výstup prohlášením, že se pokusí vyřešit morální krizi a zasadí se o plnou zaměstnanost. Royalová vyjádřila touhu být ve službách Francie a vyzvala voliče, aby přišli a pomohli k modernizaci tím, že zvolí ženu.

Zájem o tuto debatu potvrdily i mnohé analýzy, které byly uveřejněny po jejím odvysílání. Mezi nejkurióznější z nich patřila analýza počtu použitých slov.<sup>1</sup> Díky této analýze jsem mohli zjistit, že Sarkozy pronesl slova „Francouz“ či „Francie“ celkem devadesátkrát, zatímco jeho odpůrkyně pouze sedmdesátkrát. Nejčastěji používaným slovem dvojice bylo „35 hodin“, Sarkozy ho pronesl devatenáctkrát a Royalová patnáctkrát. Druhé místo mezi nejvíce opakovanými slovy u socialistické kandidátky obsadila spojení „přesčasové hodiny“ a „sociální partner.“ Sarkozy volil „kupní sílu“ a „veřejnou funkci.“

Kandidát UMP vedl i v počtu oslovení své soupeřky. Na oponentku se jmenovitě obrátil celkem dvaatřicetkrát. Royalová se oslovování svého protivníka spíše vyhýbala a

---

<sup>1</sup> LABBÉ, D.; MONIÈRE, D. c.d., s. 440

jeho jméno použila pouze čtyřikrát. Nejčastějším slovem, které následovalo po zájmenu „já,“ bylo pro ni „chci,“ Sarkozy s tímto zájmenem nejčastěji spojoval zápornku „ne.“

K debatě mezi dvěma kandidáty se po jejím odvysílání měli možnost vyjádřit všichni občané v internetových blozích a projevit slova chvály i zklamání. Několik příkladů ilustruje celkovou situaci.:

***„Le jeudi 3 mai 2007 à 00:52, par Jerem***

*Madame Royal a simplement réconforté le vote de 31% des Français au premier tour pour Nicolas Sarkozy. Devant une agressivité dans le ton, les gestes et ses propos, nous avons trouvé à l'étonnement de beaucoup un Sarkozy calme, serein et courtois. Elle à enchaîner contradiction sur contradiction, suppositions et nuances qui ont nuit pour la clarté du débat, "Moi je veux" mais aucune proposition derrière. Beaucoup de dialogue social, c'est uniquement sont programme (on appel ça un programme ?)... A t-elle les épaules pour être président ? J'ai vu un roquet qui, dès les 1eres temps de parole lui étant consacré s'est mis à aboyer toute la soirée sans rien avancé. Ses propos sont incohérents. Allez Mr Sarkozy, je compte sur vous. “*

*„Paní Royalová jednoduše posílila hlas 31% Francouzů pro Nicolase Sarkozyho z prvního kola. Před agresivitou v tónu řeči, gesty a návrhy jsme k našemu údivu našli klidného, jasného a zdvořilého Sarkozyho. Stavěla za sebe jednu námitku za druhou, předpoklady a jemné rozdíly, které narušovaly jasnost debaty. « Já chci », ale žádný návrh za tím. Spoustu sociálního dialogu, to je její jediný program (nazýváme toto programem ?). ... Má opravdu ramena, aby se stala prezidentkou ? Viděl jsem psíka, který od první chvíle, kdy mu bylo dáno slovo, štěkal, aniž by cokoliv pokročilo. Její nabídky jsou nesouvislé. Pane Sarkozy, počítám s vámi.“<sup>1</sup>*

<sup>1</sup> EREM, . *Présidentielle 2007* [online]. 3.5.2007 [cit. 2010-05-30]. Qui a gagné le débat ?. Dostupné z WWW: <<http://www.presidentielle-2007.net/actualite/index.php/2007/05/03/123-qui-a-gagne-le-debat>>.

*„ Jeudi 3 mai 2007 à 01:11, par Erceo*

*Je ne suis absolument pas d'accord avec le commentaire de Jerem. Pour une fois, Sarkozy s'est retrouvé devant quelqu'un qui ne le craint pas, qui le met en face de son bilan et de sa conception de la société et de la politique. Et, n'étant pas à fond socialiste, je trouve quand même que cela fait du bien de voir une femme se mettre "en colère" et de mettre Sarkozy le nez dans son caca de politique politicienne. Deux conceptions de l'avenir se sont montrées. L'une autoritaire, croyant dur comme fer à sa vérité, à l'omniscience d'un président (ça sent le totalitarisme), l'autre ouverte, mettant la concertation au centre du débat et rejetant la manière forte. En tout cas, objectivement, Ségolène Royal a mis Sarkozy hors-jeu durant ce débat... Soyez intelligents, ne croyez pas qu'un homme avide de pouvoir sait et peut régler tous les problèmes d'une société en contentant ceux qui se lèvent le matin pour travailler et ceux qui dorment tous les matins sur une fortune en bourse.“*

*„Já naprosto nesouhlasím s Jeremovým komentářem. Poprvé se Sarkozy ocitl před někým, kdo se ho nebojí, někým, kdo ho postaví tváří tvář jeho hodnocení a koncepcí společnosti a politiky. I když nejsem v jádru socialista, myslím, že bylo dobré vidět našťvanou ženu a Sarkozyho s nosem ve výkalech vlastní politické politiky. Představili dvě koncepce budoucnosti. Jednu autoritářskou, přesvědčenou, že její pravda je pevná jako železo, při všudypřítomnosti prezidenta (je to cítit totalitarismem), druhá se soustředila na debatu, odmítající silné způsoby. Každopádně, objektivně, Ségolène Royalová postavila během této debaty Sarkozyho mimo hru... Bud'te inteligentní, nevěřte, že muž dychtící po moci dokáže a může vyřešit všechny problémy jedné společnosti skládající se z těch, kteří ráno jdou do práce a těch, co spí každé ráno na pytli plném peněz.“<sup>1</sup>*

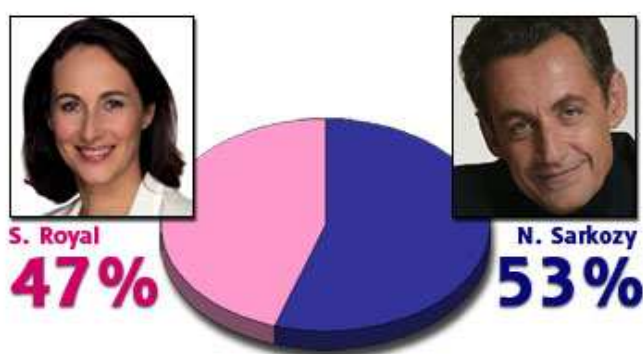
Stejně jako po jiných setkáních tohoto žánru se pozice voličů příliš výrazně neměnily. Komentátoři se shodli na tom, že v tomto stádiu volební kampaně je většina obyvatel rozhodnuta a bylo by jen těžko představitelné, že by se voliči hromadně přidali na jednu jedinou stranu. Navzdory tomu bylo evidentní, že média, která po celou dobu doprovázela voliče i kandidáty velice silně ovlivnila podmínky, za kterých se rozhodovali. Postavila se do pozice jednoho z nejdůležitějších koleček stroje nazvaného demokratická volba.

<sup>1</sup> ERCEO, . *Présidentielle 2007* [online]. 3.5.2007 [cit. 2010-05-30]. Qui a gagné le débat ?. Dostupné z WWW: <<http://www.presidentielle-2007.net/actualite/index.php/2007/05/03/123-qui-a-gagne-le-debat> >.

#### 4.5 Povolební projev Nicolase Sarkozyho

Za zakončení prezidentské kampaně můžeme považovat druhé kolo prezidentských voleb a zvolení jednoho z kandidátů. „*Hlasování je slavnostní moment: občan, poté, co přečetl program a noviny, poslouchal, mluvil, vážil argumenty a rady blízkých, hovoří sám se svým svědomím, uzavře se do izolace a vybere si, což ho významně vtáhne do hry.*“<sup>1</sup>

Prezidentem V. Republiky se stal favorizovaný Nicolas Sarkozy. Jeho vítězství bylo vyvrcholením volební kampaně, během které měl stále převahu nad svými protivníky. S 46,94% byl výsledek Ségolène Royalové označen jako slabý a dokázal, že kandidátka nezvládla vyplnit propast, která se vytvořila po 1. kole.



Obrázek 19 – Výsledky 2. kola, Nicolas Sarkozy zvítězil

zdroj : IPSOS - staženo 10.10.07

Průběžné ankety, které favorizovaly pravicového kandidáta, poukazyvaly na předvidatelnost výsledku. Díky pevnému základu hlasů, které získal Sarkozy v prvním kole voleb, vstupoval do druhého kola jako favorit. Debata ze středy 2. května navíc vyvrátila teorii, která by naznačovala možné propojení mezi Royalovou a Bayrouem.

Exministr vnitra dorazil na konec své cesty, která ho přivedla přes vedení UMP, Bercy, place Beauvau až do Elysejského paláce. Stal se tak šestým prezidentem V. republiky díky podpoře zmobilizovaných voličů. Získal výsledek, který mu zajistil

<sup>1</sup> CAYROL, R. c.d., . s.87.



nepopíratelné a legitimní vítězství. To oslavil před svými příznivci, kteří se shromáždili poblíž sídla UMP a na náměstí Concord v touze oslavit úspěch spolu s ním.(Obrázek 21)



**Obrázek 20 – Nicolas Sarkozy jako vítěz voleb**

zdoj: Europe 1 – staženo 10.10.07

Apelace, kterou vítěz oslovil posluchače, nebyla omezena pouze na hranice země. Ve svém projevu se obrátil i na evropské partnery, Spojené státy a obyvatele Afriky, se kterými plánoval společné řešení imigrační politiky.

Ve své řeči se snažil vyjádřit pýchu, že patří k tak velkému demokratickému národu. *„Moji drazí krajané. Obracím se na vás dnes večer a v tomto momentě, který je, jak každý pochopí, výjimečný v životě každého muže. Cítím obrovské, upřímné a hluboké dojetí. Pociťuji již od svého mládí nevýslovnou hrdost, že patřím k tomuto velkému, starému a krásnému národu, Francii. Miluji Francii jako milujeme drahou bytost, která mi dala vše, teď je na mně ji vše vrátit.“<sup>1</sup>*

Poděkoval za přízeň a projevenou důvěru. Neopomenul poděkovat ani své rodině a blízkým, kteří mu podle jeho slov pomáhali. *„Dnes večer má myšlenka putuje k miliónům*

---

<sup>1</sup> *Dailymotion.com* [online]. 6.5.2007 [cit. 2010-05-30]. Discours Sarkozy. Dostupné z WWW: <[http://www.dailymotion.com/video/x1wu7d\\_discours-sarkozy\\_news](http://www.dailymotion.com/video/x1wu7d_discours-sarkozy_news)>.

*Francouzů, kteří mi dnes prokázali svou důvěru. Chci jim říci, že mi prokázali tu největší čest, která existuje v mých očích tím, že mě vybrali za hodného vládnout osudu Francie. Moje myšlenka se obrací k těm, kteří mě doprovázeli během mé kampaně. Chci jim vyjádřit své uznání, chci jim vyslovit mou náklonnost. Své uznání chci vyjádřit nejdříve své rodině, svým přátelům, svým příznivcům, všem těm co mě podporovali.“<sup>1</sup>*

V duchu zakončení složité kampaně se obrátil i na svou rivalku, které projevil úctu. Svým projevem se snažil oslovit i tu skupinu občanů, která se s jeho názory neztotožnila „*Má myšlenka se obrací k paní Royalové. Chci ji vyjádřit svůj respekt, vůči ní a jejím myšlenkám, ve kterých se zhlédlo tolik Francouzů. Respektovat paní Royalové znamená respektovat miliony Francouzů, kteří pro ni hlasovali.“<sup>2</sup>*

„*Prezident republiky musí milovat všechny Francouze. Moje myšlenka se obrací ke všem Francouzům, kteří pro mě nehlasovali. Chci jim říci, že na druhé straně politického boje, na druhé straně rozdílnosti názorů, existuje jen jedna jediná Francie. Chci jim říci, že budu prezidentem všech Francouzů, budu jednat za každého z nich. Chci jim vzkázat, že dnes večer se nejedná o vítězství jedné Francie proti druhé. Dnes večer je jen jedno vítězství: vítězství demokracie, hodnot, které nás spojují, ideálu, který nás sjednocuje.“<sup>3</sup>*

V neposlední řadě se vracel k jednotlivým bodům svého programu. „*Mojí prioritou bude realizace toho, aby Francouzi měli chuť vzájemně hovořit, pochopit se, pracovat společně. Francouzský lid se vyjádřil. Rozhodl se pro průlom: vzdálit se obyčejům a chování přetrvávajícího z minulosti. Navrátím tedy čest práci, autoritě, morálce, respektu. Vrátím na své místo národní čest, národní identitu, vrátím Francouzům hrdost Francie, skoncuji s litováním chyb, jakožto formou nenávisti vůči sobě samému a skoncuji se vzpomínkami, které živí nenávist těch druhých.“<sup>4</sup>*

Nezapomněl upozornit ani na plán, který chtěl uskutečnit a poukázal na důvod svého úspěchu. „*Francouzský lid zvolil změnu. Změnu, kterou budu realizovat, protože jsem k této změně získal mandát od francouzského lidu a protože ji Francie potřebuje. Ale dosáhnu jí se všemi Francouzi. Dosáhnu jí v duchu jednoty a v duchu bratrství. Dosáhnu jí bez toho, aby se kdokoliv cítil vyloučen, aby zůstal mimo toto rozhodování. Realizuji ji s vůlí, aby každý mohl najít své místo v naší republice, aby se každý cítil uznávaný,*

---

<sup>1</sup> *Dailymotion.com* [online], c.d.

<sup>2</sup> Tamtéž.

<sup>3</sup> Tamtéž.

<sup>4</sup> Tamtéž.

*respektovaný v občanské a lidské ctnosti. Všichni ti, které život zranil, ti, které život vyčerpал, musí vědět, že nebudou opuštěni a bude jim pomoheno, že budou podporováni. Ti, co cítí, že ať udělají cokoli, nebudou se moci z bezvýhodné situace dostat, musí být ujištěni, že nebudou ponecháni na okraji a budou mít stejné šance jako ostatní.“<sup>1</sup>*

V druhé části svého projevu se jmenovitě obracel na partnery, kteří mu v budoucnu mají pomoci s realizací hlavních myšlenek. *„Volám všechny Francouze na druhé straně: jejich strany, jejich víry, jejich původ, aby se ke mně připojili, aby se Francie mohla dát do pohybu. Apeluji na každého, aby se nenechal strhnout netolerancí a sektarismem, aby se otevřel vůči ostatním, vůči těm, kdo mají rozdílné názory, rozdílné přesvědčení.“<sup>2</sup>*

*„Chci apelovat na naše evropské partnery, se kterými je hluboce spojen náš osud, abych jim řekl, že během mého života, jsem byl vždy Evropanem, že hluboce a upřímně věřím v evropské spojení a že dnes večer se Francie do Evropy vrací. Zapřísahám naše evropské partnery, aby vyslyšeli hlas lidu, který chce být chráněn. Zapřísahám naše evropské partnery, aby nezůstávali hluší vůči vzteku lidí, kteří vnímají Evropskou unii ne jako ochranu, ale jako Trojského koně veškerého ohrožení, které v sobě nese světová transformace.“<sup>3</sup>*

*„Chci apelovat na naše americké přátele, abych jim řekl, že mohou počítat s naším přátelstvím posíleným tragédiemi, které nás společně v historii potkaly. Chci jim říci, že Francie bude stále na jejich straně, pokud ji budou potřebovat, chci jim však zároveň říci, že přátelství znamená akceptovat, že jejich přátelé mohou mít jiný názor. A že velký národ, jako Spojené státy, nesmí představovat překážku v boji proti klimatickým změnám, ale naopak být v čele tohoto boje, protože to, co je ve hře, je osud humanity jako takové. Francie z tohoto boje učiní svou prioritu.“<sup>4</sup>*

*„Chci apelovat na všechny obyvatele Středozeří, abych jim řekl, že je to Středozeří, kde se vše bude odehrávat, že je třeba překročit veškerou nenávist a ponechat místo velkému snu o míru, velkému snu o civilizaci. Chci jim vzkázat, že se naplnil čas pro společné vybudování Středozeří unie, která vytvoří spoj mezi Evropou a Afrikou. To,*

---

<sup>1</sup> *Dailymotion.com* [online], c.d.

<sup>2</sup> Tamtéž.

<sup>3</sup> Tamtéž.

<sup>4</sup> Tamtéž.

*co bylo uděláno pro spojení Evropy, už je tomu 60 let, uděláme dnes pro spojení Středozeří. “<sup>1</sup>*

*„Chci apelovat na všechny Afričany, bratrským voláním, abych řekl Africe, že jí chceme pomoci překonat nemoci, hlad, chudobu a žít v míru. Chci jim říci, že společně rozhodneme o zvládnutí imigrační politiky a politice ctižádostivého rozvoje. “<sup>2</sup>*

*„Chci apelovat na všechny na světě, kteří věří v hodnotu tolerance, svobody, demokracie, humanismu, všechny, kdo trpí tyranii a diktaturou. Chci říci všem dětem na světě, všem mučeným ženám, chci jim říci, že hrdostí a úkolem Francie bude stát na jejich straně. “<sup>3</sup>*

Dokázal uvést konkrétní příklady, na kterých chtěl po svém zvolení začít okamžitě pracovat. *„Francie bude na straně libyjských sester (bulharských, holandských) zavřených už osm let, Francie neopustí Ingrid Betancourt, Francie neopustí ženy odsouzené k burce, Francie neopustí ženy, které jsou nesvobodné. Francie bude na straně utlačovaných na celém světě. Toto je úkol Francie, identita Francie, historie Francie. “<sup>4</sup>*

*„Moji drazí krajané, budeme společně psát novou stránku naší historie. Tato strana naší historie, moji drazí krajané, jsem si jistý, že tato strana bude veliká, že bude krásná. A z hloubi mého srdce, chci vám říci s úplnou upřímností, jako je ta moje v tuto chvíli, kdy k vám hovořím: Ať žije republika, ať žije Francie. “<sup>5</sup>*

Ve svém projevu Sarkozy dokázal, proč byl zvolen. Dokázal shrnout veškeré body svého programu. Obrátil se na své voliče i protivníky, které vyzval k odpovědnosti za další vývoj Francie. Davu, který ho poslouchal, dal naději.

Po svém zvolení pronesl Sarkozy ještě několik dalších projevů ke svým příznivcům. Představovaly zakončení více než jednoletého snažení a otevíraly cestu k dalšímu úspěchu Sarkozyho v příštích volbách.

---

<sup>1</sup> *Dailymotion.com* [online], c.d.

<sup>2</sup> Tamtéž.

<sup>3</sup> Tamtéž.

<sup>4</sup> Tamtéž.

<sup>5</sup> Tamtéž.



**Obrázek 21 – Povolební Sarkozyho projev – Place de la Concorde**

Z leva – Cécilia Sarkozy, Nicolas Sarkozy, Francois Fillon – současný předseda vlády

**zdroj : RTL - staženo 10.10.07**

Prezidentské volby roku 2007 s sebou přinesly mnoho zajímavého. V žádném případě však nebylo možné říci, že by jejich výsledek přinesl výrazné překvapení, jaké se konalo v roce 2002 po postoupení ultrapravicového kandidáta do druhého kola. Sarkozy byl po celou dobu svého politického působení znám svými názory i prostředky, které pro dosažení svých cílů používal. Mnoho Francouzů se s jeho pohledem ztotožnilo, především kvůli stoupajícím problémům sociálního rázu, postupnému „vyčleňování“ Francie z Evropské unie a klesající prestiži země.

## 5 Závěr

Problematika prezidentských voleb může být vnímána z různých úhlů pohledu. Hledisko, které bylo zvoleno pro tuto práci, se soustřeďuje především na otázku role médií v prezidentských volbách se zaměřením na volby v roce 2007.

V průběhu politické kampaně se občané rozhodovali o budoucnosti své a svojí země za pomoci argumentů, kterými byli bombardováni ze strany kandidátů. Ti k oslovení svých potenciálních příznivců neváhali volit rozmanité metody pro upoutání pozornosti. Proto se velká část práce věnuje právě úsilí kandidátů, jejich volební strategii, programu a schopnosti ovlivnit ostatní.

Komplexní pohled byl potřebný k správnému pochopení voleb i specifické kultury. Ta se českým zvykům v některých bodech podobá především proto, že jako obyvatelé Evropy máme podobné historické kořeny. Rozloha země, její podoba a vývoj po druhé světové válce však naše vnímání do značné míry odloučil. Proto, abychom pronikli do myšlení Francouzů spojené s politickým životem, bylo nejprve třeba ztotožnit se s jejím politickým vývojem. Úkolem této diplomové práce bylo, mimo jiné, seznámit čtenáře s francouzským politickým systémem, rolí ústavy a prezidenta v tamní společnosti. Vzhledem k tomu, že se prezidentské volby těší ve Francii velikému zájmu, bylo možné na nich důkladně sledovat politickou kulturu obyvatel a jejich politické smýšlení.

Ústředním bodem diplomové práce byl popis role médií v prezidentské kampani v roce 2007 a podrobnější specifikace jednotlivých fází kampaně.

V první části se práce věnuje především studiu systému a nastiňuje roli ústavy a prezidenta. V druhé části se koncentruje na kampaň jednotlivých kandidátů se zaměřením na 4 nejčastěji zmiňované uchazeče o prezidentský post Nicolase Sarkozyho, Ségolène Royalovou, Françoise Bayroua a Jeana-Marie Le Pena. Nedílnou součástí jsou také hlavní body programů, ve kterých je dostatek prostoru věnován zejména bezpečnosti, udržitelnému rozvoji, imigraci, globalizaci, výchově a strategii aplikovatelné v zámořských departementech. V poslední části jsme se zaměřili na roli médií v tomto demokratickém režimu a jejich využití v průběhu politické kampaně. Hlavním cílem bylo představení vzájemného vlivu sdělovacích prostředků a politiky. Chtěli jsme ukázat, že vzájemná závislost je nevyhnutelnou součástí demokratického života. Soustředili jsme se také na zvyklosti spojené s volbami a politické diskuze, které se sice z běžného života

postupně vytrácejí, ale v průběhu voleb se k nim upínají zraky rozhodnutých a nerozhodnutých voličů.

Velký přínos této práce spočívá především v části zpracující mediální pohled na volby 2007, který dosud nebyl komplexně zpracován a ohodnocen. Proto jsou v práci užity rozmanité zdroje, mezi které můžeme řadit sdělovací prostředky – televizi, internet, tištěná periodika. Opíráme se také o skutečnosti, které byly zkoumány politology a publikovány v politologických revue, ale i o populární a odbornou literaturu.

Práci je možné využít při výuce několika předmětů, a proto může být řazena do dokumentů, které pomáhají v orientaci v mezipředmětových vztazích. Je určena především jako podklad pro mediální výchovu, její příklady mohou být využity při výuce francouzských reálií či při výuce francouzského politického systému.

## 6 Résumé

Quel rôle des médias ? Comment des personnalités comme Sarkozy, Royal, Bayrou ou Le Pen seraient-ils capables d'attirer l'attention du peuple tandis que les autres n'ont pas réussi ? Pour étudier toutes ces questions, le mémoire prend appui sur l'analyse de différentes sources de données afin de saisir au mieux la complexité des avis individuels ; les belles lettres, la presse écrite, l'Internet et les études scientifiques ont été utilisés.

L'objectif de ce mémoire, divisé en trois parties, est de comprendre la façon dont les représentants des partis politiques utilisent les médias, les manipulent et, en même temps, comment les médias influencent le comportement des candidats et leurs campagnes.

Dans un premier temps, nous allons aborder les questions théoriques, ensuite nous allons présenter les élections de 2007 en essayant de comprendre la campagne politique. Enfin, nous terminerons par l'analyse du rôle des médias dans la campagne de 2007. L'aperçu complexe permet de comprendre la particularité des élections comme le résultat de la culture française.

La V<sup>e</sup> République signifiait le changement assez important pour la vie politique française. L'existence des élections démocratiques en France semblait naturelle. Elles ont vu le jour en 1789, avec la naissance de la Déclaration des droits de l'Homme et du Citoyen. A partir de cette date, ce document est présent dans toutes les Constitutions démocratiques françaises. De même, celle de la V<sup>e</sup> République y prend ses racines. Il permet d'assurer à tous les citoyens la liberté, l'égalité et la fraternité en France.

La Constitution de la V<sup>e</sup> République a apporté aussi de graves modifications dans les pouvoirs du Président de la République. Son rôle était défini par les articles de la Constitution de 1958 qui lui donnaient des droits divers. Il est possible de désigner le système qui règne en France comme le système présidentiel. Même si le chef d'Etat est obligé de finir son service militaire, avoir plus que 23 ans et collecter au moins 500 signatures des représentants confirmés par le Conseil Constitutionnel, dès qu'il est élu, il devient la tête de la République dont le pouvoir n'est limité que par la Constitution. Le rôle du Président est clé car, en pratique, il dispose du pouvoir décisif qui lui réserve la possibilité d'influencer les questions les plus importantes pour la vie en France.



Au début de la V<sup>e</sup> République, il était possible de voir des tendances diverses pour modifier les pouvoirs du Président qui étaient limités. Avec le référendum en 1962, le Président a obtenu l'accord du peuple pour être élu au suffrage universel direct. De même, le référendum a assuré les pouvoirs sans pareil pour le chef d'Etat. De tous les scrutins, l'élection présidentielle prouvait la plus grande participation des électeurs.

En 2000, Jacques Chirac a décidé d'utiliser le référendum qui avait pour le but de confirmer ou refuser la modification de la durée du mandat pour 5 ans. Ce référendum était accepté et les changements appliqués dans les présidentielles qui suivaient en 2002 et devraient confirmer son succès.

En 2007, une quarantaine de candidats a déclaré sa candidature dans les présidentielles 2007. Le but était de choisir un candidat qui répondrait au besoin du peuple et serait capable d'assurer la stabilité et le développement du pays. Pour que le candidat puisse être élu, il devait respecter les règles du jeu politique ; la campagne électorale. Au cours de cette campagne, les Français choisissaient la voie de leur pays pour les prochaines cinq années. Ils décidaient à l'aide des arguments présentés au long de la campagne. Les décisions prises en quatorze jours des élections avaient pour le but le rétablissement du champ de représentations politiques. Chaque candidat a choisi son propre style. La plupart avaient à sa disposition des meilleurs conseillers qui dirigeaient leur campagne. L'inscription des électeurs sur la liste électorale était sans pareil. Les Français attendaient une grande rupture qui devait être assurée par les nouveaux candidats qui ont montré l'intention de prendre part à cette bataille pré-électorale. L'élection était désignée comme un investissement dans le futur. Une quarantaine de candidats a montré l'intention de se combattre dans cette bataille.

La premier tour a noté une haute présence des électeurs. Deux candidats étaient choisis : Ségolène Royal et Nicolas Sarkozy. Le résultat a souligné la volonté de changement. Les électeurs réclamaient la nécessité de résoudre des problèmes actuels. De ce fait, l'élection répondait surtout à la campagne qui a précédé et qui a énormément influencé la possibilité des candidats d'être élus. Tous ont tenté de montrer comment leur élection aiderait au développement du pays. Chaque candidat a présenté des idées de son champ politique. Il s'ensuit que le soutien de ce champ lui a assuré au moins l'appui d'une telle partie politique et ses supporters.

Il n'est pas facile de voir l'effet de la campagne. Toutefois, nous pouvons constater que les candidats ont choisi les méthodes variées pour attirer l'attention du peuple. Les présidentielles en 2007 étaient ainsi influencées par le marketing politique des Etats-Unis qui laissait pénétrer la vie privée des candidats dans cette campagne. Sa partie la plus importante était destinée surtout aux électeurs non-décidés. Néanmoins, les candidats devaient s'assurer que leur démarche ne va pas causer la perte des électeurs traditionnels. Le programme ainsi que les thèmes auxquels les candidats se sont exprimés devaient être soigneusement choisis à l'aide des préférences des électeurs. En effet, il était presque impossible de fixer la date où la campagne a commencé.

Les élections étaient marquées par la bipolarisation. Deux candidats ont dominé les statistiques, les autres étaient appelés « les petits » candidats. Quatre prétendants ont réussi de présenter leur campagne le plus efficacement : Nicolas Sarkozy, Ségolène Royal, François Bayrou et Jean-Marie Le Pen. Même si les deux premiers nommés étaient des novices dans la bataille présidentielle, ils ont prouvé un grand effort et capacité d'adapter leur offre.

Nicolas Sarkozy a disposé depuis sa jeunesse d'une forte compétence de communication. Ses ambitions lui ont permis de gagner la faveur des journalistes et grands mécènes de la politique. Il était depuis longtemps un homme politique le plus important de l'Etat. Il profitait de la critique du gouvernement ainsi que de son positionnement par rapport à Jacques Chirac. Sa campagne était organisée dans de différentes étapes et elle se concentrait sur des questions diverses. M. Sarkozy voulait résoudre le problème de l'immigration en proposant les testes linguistiques aux étrangers. Son intérêt se retournait vers la question de l'unification de l'Europe et l'identité européenne. Il voulait assurer au pays le droit de protection des citoyens contre les conséquences négatives de mondialisation. Il soutenait le renforcement de sécurité dans les DOMs en luttant contre l'immigration clandestine et le trafic de narcotique. Il voulait diminuer le nombre de personnes employées dans l'administration et simplifier des processus. En proposant d'augmenter le potentiel des Universités, il voulait améliorer l'éducation française.

La candidate féminine, Ségolène Royal, ne répondait pas aux schémas traditionnels des prétendants. Elle n'appartenait pas parmi les représentants politiques les plus connus.

Néanmoins, elle savait très bien profiter de la situation en proposant aux électeurs une nouvelle voie politique. Dès le début, elle proposait des nouveautés : le sentiment et l'inconnu contre les traditions ce qui l'a aidé à attirer les classes populaires. Elle a proposé de changer les relations avec les DOMs en leur assurant la compensation financière là où ils étaient désavantageux. Dans le domaine du travail, elle tentait de restaurer les 35 heures et augmenter le SMIC. De même, elle savait profiter de son expérience de la politique régionale. Elle se concentrait sur l'éducation dans les ZEP. Comme Sarkozy, elle répondait aux questions de l'identité nationale. Pour la problématique du développement durable, elle proposait de créer un poste ministériel. Elle soutenait les jeunes et la contraception pour moins de 24 ans.

François Bayrou occupait une place spéciale parmi les candidats. Même s'il a participé aux élections qui précédaient, il voulait apporter des nouveautés. Il avait pour le but de mettre ensemble de différentes idées des parties gauches et droites. Il préférait l'économie sociale. Le projet qu'il a soutenu proposait la création des postes CDI dans chaque société qui ne subirait pas des taxes. Il voulait soutenir l'état de la société en mettant en oeuvre la visée des heures supplémentaires payées. Il soutenait les changements de la Constitution. Dans le domaine de l'éducation, il critiquait le niveau bas des connaissances des élèves. Comme les autres, M. Bayrou voulait trouver les réponses à la question de l'insécurité dans les quartiers difficiles en créant le poste de sous-préfet. Il a refusé la façon dont M. Sarkozy voulait traiter les immigrés, d'autre côté, il a soutenu son idée de créer les tests linguistiques. Sa force consistait principalement dans la stratégie qui disait que le candidat pourrait réussir au cas où il présenterait une rupture.

Dernier candidat parmi les quatre les plus importants était Jean-Marie Le Pen. Il était considéré comme un candidat extrémiste et antidémocratique. Son programme était construit sur l'idée d'insécurité, de danger et de mondialisation, d'immigration élevée et de perte de nationalité française. Il s'est prononcé à la question d'euthanasie et soutenait l'idée de référendum français qui voulait exploiter à chaque occasion possible. Il soutenait la famille dans laquelle il voyait un seul moyen de ne pas perdre l'identité de la France. Il voulait supporter les DOMs en préférant leurs produits aux produits d'autres pays et en créant la « label pays. » C'était le candidat dont les voix du soutien signifiaient le mécontentement vis-à-vis de la société et des réponses de la part des hommes politiques.

Tous les candidats se sont concentrés aux sujets d'insécurité, à la situation économique difficile, à l'enseignement et à la globalisation. Tous voulaient assurer l'emplacement de la France dans la politique internationale et garantir la prospérité au début de la crise économique. Ils voulaient s'adresser au plus grand nombre d'électeurs. Ils se rendaient compte que leur campagne et leur offre pourrait influencer les français et c'était pour cela que les dépenses augmentaient chaque année. Il existait trois faits qui aidaient les électeurs à se décider : d'abord les problèmes de la société, puis la personnalité du candidat, enfin les valeurs que le candidat soutenait.

En évaluant le succès des campagnes, nous devons souligner celle de Nicolas Sarkozy car elle lui a assuré la victoire. En même temps, nous devons apprécier la campagne de François Bayrou qui va entrer dans la campagne en 2012 comme un grand favori.

L'objectif du mémoire est de comprendre la façon dont les représentants des parties politiques utilisaient les médias, les manipulaient, ainsi que comment les médias influençaient le comportement des candidates et leurs campagnes.

Les médias représentent en France un domaine avec une grande tradition et une branche d'industrie très importante. Leur influence ne peut pas être omise. Leur fonctionnement était soumis à la logique commerciale ainsi qu'à son obligation démocratique. Ils réagissaient à la demande et tentaient d'informer le public de toutes les nouveautés en même temps.

Leur rôle dans les présidentielles était important. Néanmoins, ils étaient souvent accusés de préférer certains champs politiques. Comme depuis longtemps, les électeurs perdaient confiance en hommes politiques, leur attention se tournait vers les médias. De ce fait, il fallait comprendre que l'image de la personnalité du candidat était créée par toutes les informations fournies par ce moyen. Les médias étaient représentés par la télévision, la presse écrite, l'Internet ainsi que par d'autres moyens de communication.

La façon dont les électeurs choisissaient leurs favoris pendant les élections a changé. Au cours des élections en 2007, ils choisissaient comme s'ils achetaient des produits dans un supermarché : d'après le prix, l'emballage attractif, la notoriété, etc. De même, ils faisaient leur choix le plus tard possible. Ce comportement avait pour le but le résultat impénétrable et le prolongement de la campagne jusqu'au dernier jour avant le scrutin.

Même si dans la campagne la télévision occupait une place privilégiée, nous pouvions assister à un grand développement d'Internet. Les blogs sont devenus le phénomène des présidentielles car ils permettaient de s'exprimer, d'échanger, de communiquer ou de consulter de différents points de vue. De plus, l'Internet présentait les sites pour se divertir.

Les médias traditionnels suivaient le déroulement sur Internet avec complaisance et l'amenaient dans leur programme. Ses dirigeants se sont rendu compte qu'en suivant les sites populaires, ils assureraient l'attention à leurs propres informations.

La campagne médiatique était menée par différents moyens pour que les candidats puissent adresser la parole au plus grand nombre de lecteurs, auditeurs, internautes, etc. Il était possible d'observer la connexion entre les hommes politiques et les groupes médiatiques. Généralement, l'intérêt se retournait vers la vie privée des prétendants.

Nicolas Sarkozy et Ségolène Royale ont occupé les premières pages des journaux. Pourtant, Bayrou, le troisième candidat, a réussi d'attirer l'attention par la critique de positionnement des médias qui favorisaient ces deux premiers nommés. L'homme le plus fort dans la manipulation des médias était Nicolas Sarkozy qui savait attirer l'attention du peuple ainsi que celle des artistes français. Les prétendants ont montré leur intérêt lorsqu'ils sont entrés dans la campagne directe sur les sites Internet. Ils utilisaient les blogs, les émissions Internet ou les vidéos privés. Les électeurs étaient considérés comme les clients qui exprimaient la demande à laquelle les candidats devaient donner la réponse. Ils portaient l'attention à leur attitude publique. Ils ont changé l'air et les idées.

Confrontés à la diminution croissante des téléspectateurs, les médias avaient l'ambition d'adresser la parole aux utilisateurs des nouveaux médias – les internautes. Forts de leur appartenance à un groupe capable de captiver l'attention, les médias ont entrepris d'élargir leurs possibilités d'utiliser les moyens qu'ils avaient à leur disposition. En dépit de la descente de la popularité des émissions politiques à la télévision, au cours des élections, l'attention du public augmentait.

L'influence des sondages dans les présidentielles était inoubliable. Elles servaient aux électeurs ainsi qu'aux candidats pour voir si la campagne était efficace. Cependant, l'expérience que la France a connue en 2002 prouvait qu'il fallait être vigilant. Les

sondages pourraient gravement changer l'intention du vote. Les médias les utilisaient pour couvrir les espaces vides dans leurs programmes.

Les candidats profitaient à tout moment de la possibilité de s'exprimer devant le public. Le débat leur donnait de l'espace pour montrer gratuitement leurs idées et expliquer les programmes. Le débat qui était le plus suivi par les électeurs se déroulait entre les deux tours. Deux candidats qui ont gagné la majorité des voix y ont participé.

Les prétendants, dont le temps était limité, ont abordé tous les sujets de leur programme et les développaient. Les téléspectateurs pouvaient observer leur façon de communication, la capacité de faire valoir des projets et les valeurs. Au fur et à mesure, les animateurs posaient toutes les questions nécessaires pour présenter les candidats. La réponse était destinée aux Français et elle avait pour le but de blâmer l'attitude du concurrent. Après les émissions, de nombreux commentaires en faveur des prétendants ou contre eux sont apparus sur les blogs. Pourtant, la décision des électeurs a changé peu.

La fin des élections peut être considérée comme la fin de la campagne. Les sondages ont favorisé Nicolas Sarkozy qui a également gagné la confiance des électeurs. Après être élu, il a prononcé son discours devant le public. Il l'assurait de son devoir, lui remerciait et présentait à nouveau son projet.

Ce mémoire offre un aperçu complexe qui permet aux lecteurs de comprendre le sujet des élections présidentielles en France. Elle présente les différentes stratégies électorales et leurs points communs. Peu à peu, les lecteurs peuvent découvrir comment les médias ont-ils influencé les décisions des électeurs.

Le mémoire est destiné à l'éducation des médias, elle peut servir comme la base pour l'explication du système politique en France, et peut être présentée pendant les cours de la civilisation française.

## 7 Použitá literatura

- Acrimed : Observatoire des médias [online]. 7.9.2006 [cit. 2010-05-30]. Présidentielle 2007 : la question des médias posée par... l'UDF. Dostupné z WWW: <<http://www.acrimed.org/article2435.html#nb2>>.
- ALBOUY, S. Marketing et communication politique. Paříž : L'Harmattan, 1994. 340 s.
- ARTUFEL, C.; DUROUX, M. Nicolas Sarkozy et la communication. Paříž : Pepper, 2006. s. 37.
- AZAM, O.; PERRIN, B. Vidéo - Ségolène Royal selon TF1 : l'icône médiatique . Acrimed : Observatoire des médias[online]. 6.12.2006, -, [cit. 2010-05-30]. Dostupný z WWW: <<http://www.acrimed.org/article2516.html>>.
- BALLE, F.; EYMERY, G. Que sais-je? : Les nouveaux médias. Paříž : PUF, 1990. 128 s.
- BAUMONT, S. Les présidents de la République française. Toulouse : Milan, 2000. 63 s.
- BAYROU, F. La France de toutes nos forces [online]. [cit. 2010-05-30]. Programme d'action de François Bayrou . Dostupné z WWW: <<http://programme.bayrou.fr/>>.
- BENILDE, M. M. Sarkozy déjà couronné par les oligarques des médias ?. Le Monde diplomatique. 2006/9, n. 9, s. 22-23.
- BESSON, E. Sur l'évolution de la campagne de Ségolène Royal. LePoint.fr [online]. 26.3.2007, [cit. 2010-05-30]. Dostupný z WWW: <<http://www.lepoint.fr/actualites-politique/2007-03-28/sur-l-evolution-de-la-campagne-de-segolene-royal/917/0/176055>>.
- Blog. In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 18.6.2006, last modified on 11.5.2009 [cit. 2010-05-30]. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Blog>>.
- BOISSIEU, L. Nicolas Sarkozy et François Bayrou recrutent à gauche. La Croix. 23.2.2007.
- BON, F.; CHEYLAN, J.-P. La France qui vote. Paříž : Hachette, 1988. 464 s.
- BRIMO, N.; FOUKS, S.; GERSTLE, J. La démocratie sous contrôle médiatique. Pouvoirs. 2006/11, n. 119, s. 174-200.

- BRIQUET, J.-L.; SAWICKI, F. Le clientélisme politique dans les sociétés contemporaines. Paříž : PUF, 1998. 336 s.
- BROŽ, J. Francouzské prezidentské volby : Chirac 81,55%, Le Pen 18,45%. Britské listy. 7.5.2002 . Dostupný také z WWW: <<http://www.blisty.cz/art/10455.html>>.
- CABE, C., et al. Les Cles du Citoyen 2006 . Paříž : Milan Presse, 2005. 118 s.
- CABON, M. Présidentielles : une histoire de gros sous . E-politique, e-media. 21.1.2007.
- CARCASSONNE, G., et al. L'appel pour changer la République . Le Monde. 7. května 1997, -, s. 1, 16-17.
- CAROLI, D.; LANCELOT, A. Election présidentielles. Commentaire. 2002/6, n. 98, s. 269-280.
- CAUTRES, B.; JADOT, M. L'indécision électorale et la temporalité du vote : Le moment du choix pour le premier tour de l'élection présidentielle 2007. Revue française de science politique . 2006/11, n. 119, s. 293-315.
- CAYROL, R. Voter, à l'heure des médias et des sondage . Pouvoir : Voter. 2007/1, n. 120. s. 83-95
- COLOMBANI, J.-M. De la France en générale et de sesdirigeants en particulier. Paříž : 1997, Plon. s. 195-196.
- CORTÈS, B. Gérer bien des contraintes . Pouvoir : Voter. 2007/1, n.120
- CORTÈS, B. Télévision, Politique et Elections : Gérer bien des contraintes . Dossier de l'audiovisuel . 2002, n. 102.
- ČTK. Sarkozy prosadil změnu francouzské ústavy. Euroskop.cz : Věčně o Evropě [online]. 22.7.2008, -, [cit. 2010-05-30]. Dostupný z WWW: <<http://www.euroskop.cz/38/1531/clanek/sarkozy-prosadil-zmenu-francouzske-ustavy/>>.
- Dailymotion.com [online]. 2006 [cit. 2010-05-30]. Ségolène. Profs. Fracassante . Dostupné z WWW: <[http://www.dailymotion.com/video/xmjx7\\_segolene-profs-fracassante](http://www.dailymotion.com/video/xmjx7_segolene-profs-fracassante)>.
- Dailymotion.com [online]. 6.5.2007 [cit. 2010-05-30]. Discours Sarkozy. Dostupné z WWW: <[http://www.dailymotion.com/video/x1wu7d\\_discours-sarkozy\\_news](http://www.dailymotion.com/video/x1wu7d_discours-sarkozy_news)>.
- DIAMANTOPOULOS, T. Les systèmes électoraux aux présidetielles et aux législatives. Brusel : Editions de l'Université de Bruxelles, 2004. 192 s.



- Dossier Quinquennat - Sommaire [online]. 24.9.2000 [cit. 2010-05-30]. Le quinquennat adopté. Dostupné z WWW: <[http://www.ipsos.fr/articles\\_fr/0009/quinquennat/sommaire.htm#1](http://www.ipsos.fr/articles_fr/0009/quinquennat/sommaire.htm#1)>.
- DUHAMEL, A. Les Prétendants 2007. Paříž : Plon, 2006. François Bayrou ou la foi granitique.
- DUHAMEL, A. Les prétendants 2007. Paříž : Plon, 2006. Nicolas Sarkozy ou l'audace perpétuelle.
- DUHAMEL, A. ; La candidate au miroir ou l'ascension de Ségolène Royal. Commentaire. 2006-2007, n. 116, s. 931-937.
- DUTILLOZ, D. Elections présidentielles 2007 : ces candidats dont on parle peu ! Entretien avec Fanck Abed. Agora Vox. 2007/2, n. 2.
- Elysée-moi ! : Tout ce que nous cachent les candidats. Dossier du Canard enchaîné . 2007.
- Embassy of France to Botswana [online]. - [cit. 2010-05-30]. Media in France. Dostupné z WWW: <[http://www.ambafrance-bw.org/article.php3?id\\_article=439&var\\_recherche=media+in+france](http://www.ambafrance-bw.org/article.php3?id_article=439&var_recherche=media+in+france)>.
- ERCEO, . Présidentielle 2007 [online]. 3.5.2007 [cit. 2010-05-30]. Qui a gagné le débat ?. Dostupné z WWW: <<http://www.presidentielle-2007.net/actualite/index.php/2007/05/03/123-qui-a-gagne-le-debat> >.
- EREM, . Présidentielle 2007 [online]. 3.5.2007 [cit. 2010-05-30]. Qui a gagné le débat ?. Dostupné z WWW: <<http://www.presidentielle-2007.net/actualite/index.php/2007/05/03/123-qui-a-gagne-le-debat> >.
- ETCHEGOIN , M.-F.; COURAGE , S. L'un soutient Royal, l'autre Sarkozy... : Le duel BHL-Glucksmann . Le Nouvel Observateur. 3.5.2007, Dostupný také z WWW: <<http://hebdo.nouvelobs.com/sommaire/documents/071701/le-duel-bhl-glucksmann.html>>.
- EYRAT-MASSON, I. Le Point sur... : Les recherches sur les campagnes électorales à la télévision. Le Temps des Médias : Etude d. 2006/2, n. 7, s. 289-301.
- Fluctuat.net [online]. 2006 [cit. 2010-06-01]. Programme de Nicolas Sarkozy. Dostupné z WWW: <<http://www.fluctuat.net/3837-Programme-de-Nicolas-Sarkozy>>.
- Francie. Texte intégral de la Constitution de 1958 : s revizí dokumentu v roce 2008. In Titre 2. Article 7. 1958 s revizí dokumentu v roce 2008, -, s. 3-4. Dostupný také z

- WWW: [http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank\\_mm/constitution/constitution.pdf](http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank_mm/constitution/constitution.pdf).
- GAILLARD, M. Dossier du canard enchaîné. Paříž : 2007. Le Grand bêtissier n. 107.
  - GARRIGOS, R.; MALLAVAL, C.; ROBERTS, I. La haut main de Sarkozy sur les médias . Libération. 29.9.2008.
  - GERSTLÉ, J. Les campagnes présidentielle 1965-2007 : De M. X à Mme Royale. La démocratie sous contrôle médiatique. 2006/11, n. 119, s. 29-41.
  - GUETTIER, C. Que sais-je? : Le président sous la Ve République. Paříž : PUF, 1995. 123 s.
  - HORTEFEUX, B. Comment Sarkozy cherche à contrôler les médias. Marianne. 11.3.2006.
  - CHAGNOLLAUD , D.; QUEMONNE , J.-L. La Ve République - Tome 2 : Le Pouvoir exécutif et l'administration. Paříž : Flammarion, 2000. 320 s.
  - CHAMPAGNE, P. Sondage : des interprétations scientifiquement infondées et politiquement nocive . Acrimed : Action critique médias [online]. 7. 5. 2007, -, [cit. 2010-05-30]. Dostupný z WWW: <http://www.acrimed.org/article2620.html>.
  - CHARENTENAY, P.de. Derniers temps d'une campagne. Etvdes . 2007/4, n. 406, s. 437-440.
  - CHAVEAU , A.; TÉTART , P. Introduction à l'histoire des médias en France de 1881 à nos jours. Paříž : Armand Colin, 1999. 96 s.
  - Ipsos.fr [online]. 24.5.2004 [cit. 2010-05-30]. Européennes : abstention record et victoire du PS. Dostupné z WWW: <http://www.ipsos.fr/CanalIpsos/articles/1348.asp?rubId=17#08>. Abstention en France et en Europe.
  - JAGU, C. Le jour où la gare du Nord s'est invitée dans la campagne. Le Figaro. 29.3.2007
  - JAMIN, V. Cette télévision qui cache en montrant. Presse et manipulation : Document 6 espace et libertés. 2001, n. 6.
  - JAN, P.; HASTINGS, M.; PETAUX, J. Les candidatures à l'élection présidentielle. Revue du droit public. 2007/3-4, n. 2, s. 547-569.
  - KLOKOČKA, V. Ústavní systémy evropských států . Praha : Linde, 1996. s. 212
  - KLOKOČKA, V. Volby v pluralitních demokraciích. Svoboda : Praha, 1968. 301 s.

- L'élection présidentielle de 2007 premier aperçus. *Revue française de science politique*. 2007/7-8, n. 3-4, s. 285-487.
- La politique de l'immigration, c'est l'identité de la France dans 30 ans. *Le Journal de Dimanche*. 11.3. 2007
- LABBÉ, D.; MONIÈRE, D. Des mots pour des voix : 132 discours pour devenir président de la République française. *Revue française de science politique*. 2008/6, n. 3, s. 433-456
- LAGROYE, J.; LEHINGUE, P.; SAWICKI, F. Mobilisations électorales : Le cas des élections municipales de 2001. Paříž : PUF, 2005. 368 s.
- LANCELOT, A. Que sais-je? : Les élections nationales sous la Ve République. Paříž : PUF, 1983. 126 s.
- Le Desire de l'avenir [online]. 29.9.2006 [cit. 2010-05-30]. Une identité nationale qui rime avec solidarité, hospitalité et ouverture au monde. Dostupné z WWW: <<http://www.desirsdavenir.org/node/27935>>.
- Le romans de campagne. *Le Monde diplomatique* [online]. 2007/2, 2, [cit. 2010-05-30]. Dostupný z WWW: <<http://www.monde-diplomatique.fr/carnet/2007-02-27-Romans-de-campagne>>.
- LEFEBVRE, R. L'opinion et la participation : la campagne présidentielle de Ségolène Royal. *Hermès*. 2008, n. 52, s. 163-170.
- LEMEURE, L. Loic Lemeur [online]. 2006 [cit. 2010-05-30]. Interview avec Nicolas Sarkozy. Dostupné z WWW: <<http://www.loiclemeur.com/france/files/sarkozypodcast.m4v>>.
- LEMOIN , B. Chiffrer les programmes politiques lors de la campagne présidentielle 2007 : Heurtes et malheurs d'un instrument. *Revue française de science politique*. 2008/6, n. 3, s. 403-431.
- LINOTTE, D. Les constitution françaises : Constitution des 3-14 septembre 1791. Paříž : Litec, 1991. 273 s.
- MARIÉ, J. Le programme de Nicolas Sarkozy. *L'Express.fr* [online]. 8.2.2007, -, [cit. 2010-05-30]. Dostupný z WWW: <[http://www.lexpress.fr/actualite/politique/le-programme-de-nicolas-sarkozy\\_478400.html](http://www.lexpress.fr/actualite/politique/le-programme-de-nicolas-sarkozy_478400.html)>.
- MARTIN, P. Comprendre les évolutions électorales. Paříž : Presse de Sciences Po, 2000. 470 s.

- MARTIN, P.; LANCELOT, A. Les élections en France. Commentaire. 2007, n. 118, s. 397-434.
- MOUTOUH, H. La communication médiatique déterminant de l'action publique. *Pouvoir : La démocratie sous contrôle médiatique*. 2006/6, n. 116, s. 15-29.
- MUZET, D. Le rôle des médias dans la campagne présidentielle. Paříž : Institut médiascopie, 2007. s.4.
- NÍDR, T. Prezident Francie je republikánským králem. IDNES [online]. 7.5.2007, -, [cit. 2010-05-30]. Dostupný z WWW: <[http://zpravy.idnes.cz/prezident-francie-je-republikanskym-kralem-fe3-/zahranicni.asp?c=A070506\\_194600\\_zahranicni\\_ad](http://zpravy.idnes.cz/prezident-francie-je-republikanskym-kralem-fe3-/zahranicni.asp?c=A070506_194600_zahranicni_ad)>.
- OLLIVIER, J.-P. Président de la République : Les vingt-deux chefs d'Etat français 1848-2002. Paříž : Reader's Digest, 2002. 192 s.
- Opinionway [online].Le Figaro - LCI, 3.5.2007 [cit. 2010-05-30]. La campagne jugée par les Français. Dostupné z WWW: <[http://www.lefigaro.fr/assets/pdf/opinionway\\_03\\_05.pdf](http://www.lefigaro.fr/assets/pdf/opinionway_03_05.pdf)>.
- ORMESSON, J. Un président pour rassembler. Le Figaro. 7. 5. 2007.
- PERROTINO, M. Proměny francouzského politického systému : změna délky mandátu Prezidenta republiky.Politologické revue. 2. prosinec 2001, VI, 2001/2, s. 110-122.
- PICQ, J. Institutions : le rendez-vous de 2007. 2006-2007, n. 116, s. 931-954.
- PLISSON, H.; HUBBERT, P. Ipsos.fr [online]. 13. 12. 2006 [cit. 2010-05-30]. Présidentielle 2007 : Ségolène Royal et Nicolas Sarkozy confirment. Dostupné z WWW: <<http://www.ipsos.fr/CanalIpsos/articles/2015.asp>>.
- RAFFY, S. La guerre des Trois. Paříž : Fayard, 2006. 282 s.
- Reuters. Les heurts de la gare du Nord alimentent le débat électoral . Le Monde. 29.3.2007.
- Reuters. Ségolène Royal critique le bilan de Sarkozy à l'intérieur . Le Monde. 29.3.2007.
- RIALS, S. Que sais-je? : La présidence de la République. Paříž : PUF, 1981. 127 s.
- RICALENS , P. La manipulation à la française. Paříž : Economica, 2003. 202 s.
- Role des médias durant la présidentielle . In C dans l'air [online]. [cit. 2010-05-30]. Dostupné z WWW: [http://forums.france5.fr/cdanslair/Cultureetmedias/role-durant-presidentielle-sujet\\_175\\_1.htm](http://forums.france5.fr/cdanslair/Cultureetmedias/role-durant-presidentielle-sujet_175_1.htm).

- Role des médias durant la présidentielle . In C dans l'air [online]. [cit. 2010-05-30]. Dostupné z WWW: [http://forums.france5.fr/cdanslair/Cultureetmedias/role-durant-presidentielle-sujet\\_175\\_1.htm](http://forums.france5.fr/cdanslair/Cultureetmedias/role-durant-presidentielle-sujet_175_1.htm).
- ROZÈS, S. Comprendre la présidentielle . Le Débat. 2006/9-10, n.141. s. 54-67
- ROZÈS, S. La symbolique présidentielle à l'épreuve de Nicolas Sarkozy. Etvdes . 2008/5, n.5, s. 604-615.
- ROZÈS, S. Présidentielle 2007. Etvdes . 2007/2, n.2, s. 175-184.
- SARKOZY, N. Ensemble. Bussiere : Saint-Amand-Montrond , 2007. 158 s.
- Sarkozy.fr [online]. 21.1.2007 [cit. 2010-05-30]. Projev Nicolase Sarkozyho v Saint Quentin. Dostupné z WWW: [www.sarkozy.fr/video/?intChannelId=1](http://www.sarkozy.fr/video/?intChannelId=1).
- SÉGUEL, J. Télévision, Politique et Elections : Créer de l'émotion . Dossier de l'audiovisuel . 2002, n. 102.
- SOLÉ, R. Rictus présidentiel. Le Monde . 17., 18.9.2006.
- ŠEDO, J., et al. Volební systémy. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 2004. 376 s.
- ŠMÍD, J. Nicolas Sarkozy. Reflex. 2007, n. 16, s. 74.
- TNS-Sofres [online]. 20.9.2007 [cit. 2010-05-30]. Présidentielle 2007. Dostupné z WWW: <http://www.tns-sofres.com/2007/interview.php?id=427> >.
- U.M.P. : L'Intégration [online]. 2006 [cit. 2010-05-30]. L'abécédaire des propositions de Nicolas Sarkozy. Dostupné z WWW: <http://archives.u-m-p.org/propositions/index.php?cat=Int%C3%A9gration>
- VEDEL, T. La révolution ne sera plus télévisée. Internet, information et démocratie. La démocratie sous contrôle médiatique. 2006/11, n. 119, s. 41-55.
- Vidéo, buzz et vous [online]. 4.10.2006 [cit. 2010-05-30]. Ségolène Royal interview au 20 heures de TF1 04 octobre 2006. Dostupné z WWW: [http://www.wat.tv/video/segolene-royal-interview-20-30rn\\_8f46\\_.html](http://www.wat.tv/video/segolene-royal-interview-20-30rn_8f46_.html).
- Y. B. Giscard relance le quinquennat. LaDepeche.fr [online]. 11.5.2009, -, [cit. 2010-05-30]. Dostupný z WWW: <http://www.ladepeche.fr/article/2000/05/11/103541-Giscard-relance-le-quinquennat.html>.
- ZAKHARTCHOUK, J.-M. Le «bon sens», mauvais conseiller d'éducation . Libération. 6.12.2006.

## 8 Obrázky

OBRÁZEK 1 – FRANCOUŽTÍ PREZIDENTI ZA V. REPUBLIKY (OD ROKU 1959 – 2011) .....	10
OBRÁZEK 2 – REFERENDUM O VOLBĚ PREZIDENTA – PŘÍMÉ VŠEOBECNÉ HLASOVACÍ PRÁVO .....	11
OBRÁZEK 3 – HISTORIE FRANCOUZSKÝCH PREZIDENTŮ V V. REPUBLICÉ .....	13
OBRÁZEK 4 – REFERENDUM O PĚTILETÉM VOLEBNÍM OBDOBÍ.....	14
OBRÁZEK 5 - VÝSLEDKY PRVNÍHO KOLA - NEDĚLE 22. DUBNA 2007.....	19
OBRÁZEK 6 – NICOLAS SARKOZY JAKO STUDENT V TELEVIZNÍM POŘADU (21/05/1975).....	26
OBRÁZEK 7 – VOLEBNÍ PLAKAT NICOLASE SARKOZYHO.....	30
OBRÁZEK 8 – ROYALOVÁ PŘEDSTAVILA PREZIDENTSKÝ PAKT .....	32
OBRÁZEK 9 – PROMĚNY SÉGOLÈNE ROYALOVÉ.....	34
OBRÁZEK 10 -FRANÇOIS BAYROU - ÚVOD K PROGRAMU .....	37
OBRÁZEK 11 - BAROMETR FRANCOUZSKÉ POLITIKY .....	42
OBRÁZEK 12 – BLOG LOICA LEMEURA.....	51
OBRÁZEK 13 LOVE TEST - <a href="http://www.presidentielles.net/love-test/">HTTP://WWW.PRESIDENTIELLES.NET/LOVE-TEST/</a> -7. ÚNORA 2010.....	52
OBRÁZEK 14 – VOLEBNÍ PREFERENCE: .....	57
OBRÁZEK 15 – MARINE LE PEN SE SVÝM OTCEM .....	59
OBRÁZEK 16 – VÝSLEDKY 1. KOLA PREZIDENTSKÉ VOLBY 2007.....	66
OBRÁZEK 17 – TELEVIZNÍ DEBATA MEZI DVĚMA KOLY: SÉGOLENE ROYALOVÁ A NICOLAS SARKOZY .....	68
OBRÁZEK 18 – KARIKATURA - DEBATA MEZI DVĚMA KOLY .....	69
OBRÁZEK 19 – VÝSLEDKY 2. KOLA, NICOLAS SARKOZY ZVÍTEZIL .....	75
OBRÁZEK 20 – NICOLAS SARKOZY JAKO VÍTĚZ VOLEB .....	76
OBRÁZEK 21 – POVOLEBNÍ SARKOZYHO PROJEV – PLACE DE LA CONCORDE.....	80

## 9 Přílohy

PŘÍLOHA 1 – PLAKÁTY 12 KANDIDÁTŮ PRO PRVNÍ KOLO PREZIDENTSKÝCH VOLEB.	
PŘÍLOHA 2 – NEMOŽNÁ DEBATA	
PŘÍLOHA 3 – BAYROU SE ROZHODL NEVYBRAT SI	
PŘÍLOHA 4 - 23. PREZIDENT REPUBLIKY	
PŘÍLOHA 5 – NOVÝ KAPITÁN FRANCOUZSKÉ DIPLOMACIE	
PŘÍLOHA 6 – CO SI POČNEME...	

### **Příloha 3 – Bayrou se rozhodl nevybrat si**

Le Figaro – čtvrtek 21. duben 2007

#### **Bayrou se rozhodl nevybrat si**

**Prezident UDF vyhradil své nejdrsnější útoky Nicolasovi Sarkozymu, ale nebude radit, jak hlasovat.**

#### Z UDF k Demokratické straně

Kandidát středu, který se jasně nechal slyšet, že nebude hlasovat pro Nicolase Sarkozyho, chce vytvořit novou stranu: Demokratickou stranu, která nahradí UDF.

#### Sarkozy nechce vyjednávat s Bayrouem

Kandidát UMP si nepřeje rokovat s prezidentem UDF. „*Debata druhého kola*, řekl včera vpozdvečer na TF1, *je mezi mnou a paní Royalové. Třetí není ve finále.*“

#### Royalová desorientuje socialisty

Kandidátka PS nabídla Bayrouovi páteční debatu, před regionálním tiskem. Kandidát UDF si přeje, aby byla vysílána televizi. PS se nabídky obává.

#### Villiers volá po hlasování pro Sarkozyho

Prezident MPF, který v neděli získal 2,2% hlasů, pozval své voliče, aby „*zvolili pravici Nicolase Sarkozy a zahradili tak cestu levici.*“

#### Ekonomové UDF se naklání do prava

Ekonomičtí poradci UDF soudí, že je jejich program vzdálen programu Ségolène Royalové a poznávají se v programu UMP.

**Příloha 6 – Informační materiál : Syndikát studentů  
Rozdávaný studentům před Université Cergy-Pontoise**

**Co si počnete s našimi 20 lety?**

UNEF – syndikát studentů

*Podepište otevřený dopis adresovaný kandidátům na prezidenta.*

Dámy a pánové, kandidáti na prezidenta,

V několika týdnech společně svoláte Francouze k volbám. Tato chvíle je zásadní pro budoucnost milionů mladých lidí, kteří žijí, studují a pracují v naší zemi.

Během vítězné mobilizace pro CPE jsme jasně odmítli zrušitelnost kontraktu. Bohužel, spojení brigád během studií, opakované stáže, galeje při hledání ubytování, obava z nezaměstnanosti tvoří i nadále součást našeho každodenního života: být mladý v roce 2007 není žádný med.

V začátcích této kampaně slyšíme nabídky, které neberou v potaz naše právo na budoucnost. Někteří hovoří o zvýšení nákladů na zápis, o přijímacích testech na univerzitu, paušalizaci bankovních půjček pro financování studií... Odmítáme tento výběr, který prohlubuje nerovnost a posiluje individualismus: chceme jinou společnost, která se bude opírat o vzdělání a solidaritu, která ukončí růst nerovností.

Je třeba, podle našeho názoru, obrátit tuto tendenci a masivně investovat do vysokého vzdělání, abychom všem umožnili přístup k tomuto druhu vzdělání, uspět v něm a trvale se začlenit do světa práce. Zatímco extrémní pravice se zjednodušuje a získává pozice, zatímco více než 100 000 studentů žije pod hranicí chudoby, je třeba rychle zakročit.



Adresuji vám tímto dopisem 7 požadavků podávaných mladými lidmi.

1. **PODPORU V AUTONOMII** dostatečným zvýšením dávek, tak abychom mohli uspět ve svých studiích, aniž bychom museli být závislí na našich rodičích či práci  
Pro Observatoire de la Vie étudiant je minimální rozpočet studenta 900 euro na měsíc.
2. **MASIVNÍ INVESTICE STÁTU** do vysokého vzdělání umožňující dosáhnout až 13 000 eur dotací za rok a za studenta, masivně přijímat a znovu obnovit lokální instituce.  
V současné době, stát vydává 13 700 euro za studenta v přípravných třídách a 6700 euro za studenta na univerzitě
3. **Reforma pro VŠEOBECNÝ ÚSPĚCH** na univerzitě. Dosáhnou 50% vysokoškolsky vzdělané populace v rámci jedné generace: reforma prvních cyklů, pedagogická revoluce na univerzitě a navrát národního rámce diplomů.
4. **Garantovat PROFESNÍ ROZVOJ MLÁDEŽE:** uznání diplomů ve světě práce, národní řízení stáží a obnova pracovních míst v konkurzu.
5. **ROVNOST FRANCOUZSKÝCH A ZAHRANIČNÍCH STUDENTŮ** otevřením systému sociální pomoci všem a automatické obdržení pobytové karty ve chvíli zápisu.
6. **Plán pro UBYTOVÁNÍ STUDENTŮ** umožňující dosáhnou 30% ubytovaných studentů na kolejích řízených CROUSEm.
7. **Plán pro PŘÍSTUP KE ZDRAVOTNÍ PÉČI** otevřením zdravotních center pro mládež, bezplatnost antikoncepce.  
V současné době: 24% studentů o sebe dostatečně nepečuje z finančních důvodů.

Drazí kandidáti, drahé kandidátky, nepodceňujte váhu našeho hlasu v dubnu tohoto roku. Očekáváme odpovědi na naše požadavky. Jde o vaši zodpovědnost: co si počnete s našimi 20 lety?