

**Univerzita Karlova**  
**Pedagogická fakulta**  
**Katedra občanské výchovy a filosofie**

**DIPLOMOVÁ PRÁCE**

**Obraz volby amerického prezidenta v r. 2016  
v českých médiích**

Reflection of the US presidential election in 2016 given in  
Czech media

**Bc. Michaela Vojtíšková**

Vedoucí práce:	PhDr. Josef Straceny, CSc.
Studijní program:	Učitelství pro střední školy
Studijní obor:	Učitelství společenských věd, filozofie a etiky pro střední školy a vyšší odborné školy

2017

Odevzdáním této diplomové práce na téma Obraz volby amerického prezidenta v r. 2016 v českých médiích potvrzuji, že jsem ji vypracovala pod vedením vedoucího práce samostatně za použití v práci uvedených pramenů a literatury. Dále potvrzuji, že tato práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Ráda bych poděkovala PhDr. Josefu Stracnému, CSc. za velmi cenné náměty, rady a připomínky, které pro mě byly důležitým zdrojem inspirace při psaní této práce.

## **Abstrakt**

Předmětem diplomové práce jsou média, jejich historie a funkce a některé konkrétní pojmy s nimi spojené (především pojem objektivita a teorie nastolování agendy), dále se v práci budu zabývat vztahem médií a politiky. Cílem praktické části práce je zanalyzovat práci tří českých deníků (Hospodářské noviny, Mladá fronta DNES, Právo) a dvou televizních zpravodajských relací (Televizní noviny na TV Nova, Události České televize) se zaměřením na téma amerických prezidentských voleb ve vymezeném časovém období (7. 11. 2016 – 13. 11. 2016), přičemž jádro analýzy spočívá ve sledování celkového prostoru, který byl tématu věnován, a dále se v této analýze budu zaměřovat na dodržování objektivita, případně na výskyt bulvárních rysů.

## **Klíčová slova**

média, masová komunikace, zpravodajství, agenda-setting, objektivita, bulvár, politický marketing, volby, prezident

## **Abstract**

The subject of this thesis is the media, its history and function, and some other specific associated terms (in particular, the concept of objectivity and the theory of agenda-setting). In my thesis, I will also address the relationship between the media and politics. The aim of the practical part of the thesis is to analyze the work of three Czech journals (Hospodářské noviny, Mladá fronta DNES, Právo), and two television newscasts (Televizní noviny on TV Nova and Události České televize), in each case focusing on the theme of the American presidential election within a defined period of time (7. 11. 2016 – 13. 11. 2016). The core of the analysis consists of observing the proportion of total space and time that was dedicated to the topic, and in this analysis, I will focus on objectivity, or on the occurrence of the tabloid features.

## **Key words**

media, mass communication, news, agenda-setting, objectivity, tabloid press, political marketing, election, president

# Obsah

<b>1. Úvod</b> .....	7
<b>2. Vznik médií a jejich následný vývoj</b> .....	9
<b>2.1 Tištěná média</b> .....	10
<b>2.2 Vysílací média</b> .....	12
<b>2.3 Nová média</b> .....	13
<b>3. Základní charakteristické rysy médií a jejich funkce</b> .....	15
<b>3.1 Objektivita v médiích</b> .....	16
<b>3.2 Funkce médií</b> .....	19
<b>4. Vliv médií a teorie účinků</b> .....	21
<b>4.1 Agenda-setting</b> .....	23
<b>5. Politika a média</b> .....	27
<b>6. Denní tisk v období 7. 11. – 13. 11. 2016</b> .....	31
<b>6.1 Charakteristika vybraných deníků</b> .....	32
<b>6.2 Analýza denního tisku v období 7. 11. – 13. 11. 2016</b> .....	33
<b>6.3 Závěry vyplývající z analýzy</b> .....	47
<b>7. Analýza televizního zpravodajství v období 7. 11. – 13. 11. 2016</b> .....	50
<b>7.1 Závěry vyplývající z analýzy</b> .....	68
<b>8. Závěr</b> .....	70
<b>9. Seznam použitých informačních zdrojů</b> .....	72

# 1. Úvod

Masová média sehrávají v každodenním životě lidí významnou úlohu, každým dnem je člověk vystaven desítkám zpráv a informací, které nám právě média předkládají. V dnešní době předpokládáme, že média zůstávají nestranná a o událostech informují maximálně objektivně.

Právě z tohoto důvodu jsem se rozhodla zpracovávat tuto diplomovou práci – zaprvé mi přijde zajímavé sledovat, jakým tématům se média věnují, což může ovlivňovat celá řada nejrůznějších faktorů (od vlastníka např. některého z deníků, přes celkovou „náladu“ panující v dané společnosti, až po osobnost novináře, který se tomu kterému tématu věnuje), a zadruhé mi přišlo zajímavé zabývat se konkrétně volbou amerického prezidenta, protože toto téma patří bezesporu mezi události, které s určitým očekáváním sleduje velká část světa, především vzhledem k postavení, které Spojené státy americké mají na poli mezinárodní politiky.

V této diplomové práci se tedy v teoretické části zaměřím na vznik a postupný vývoj jednotlivých mediálních typů, obecně na jejich fungování, funkce, vliv a účinky, dále také na požadavek objektivity médií, který je dokonce zanesen v českých zákonech. Důležitou součástí práce bude také rozpracování teorie agenda-setting, protože právě tato teorie se snaží osvětlit, jakým způsobem média ovlivňují naše smýšlení. Jedna kapitola bude věnována vztahu politiky a médií (co pro sebe vzájemně tyto dvě proměnné znamenají a jakým způsobem se ovlivňují).

Ke zpracování teoretické části budu využívat dostupnou literaturu zaměřenou především na problematiku masových médií, základních principů politického marketingu a některé publikace zabývající se hlavními sociologickými tématy.

V praktické části práce bude hlavním cílem analýza mediálního obrazu americké prezidentské volby v České republice ve vymezeném krátkém časovém úseku (od 7. 11. 2016 do 13. 11. 2016). Pro tyto potřeby budu analyzovat konkrétně večerní zpravodajskou relaci TV Nova (*Televizní noviny*) a České televize (*Události*) a dále deníky Mladá fronta, Hospodářské noviny a Právo.

Při výběru televizních stanic rozhodovalo především to, aby jedna stanice byla veřejnoprávní a druhá soukromoprávní, protože mě v první řadě zajímalo, zda se soukromoprávní televizní stanice bude chovat více bulvárně než veřejnoprávní stanice.

U výběru deníků rozhodla jejich politická orientace, protože se dá předpokládat, že Hillary Clintonová (jakožto „levicová“ kandidátka) by i v České republice mohla mít větší podporu levicově orientovaných deníků, a Donald Trump („pravicový“ kandidát) by mohl být více podporován pravicovými deníky.

V této praktické analýze se zaměřím především na to, jakým konkrétním tématům jednotlivé nosiče v daném období věnovaly největší pozornost a jaký prostor byl celkově tématu volby amerického prezidenta v jednotlivých vydáních věnován. Jednotlivé hypotézy a přesný postup práce při této analýze je podrobně popsán u samotné analýzy (tedy v kapitolách 6 a 7).



## 2. Vznik médií a jejich následný vývoj

Provést jakoukoli univerzální periodizaci vývoje a významu médií je prakticky nemožné, protože tento vývoj je podmíněn z největší části významnými společenskými a technologickými změnami, jejichž jednotlivé etapy neprobíhaly ve všech modernizujících se společnostech ve stejnou dobu a měly mimo jiné i odlišné projevy.<sup>1</sup> Pokusím se zde tedy nastínit alespoň ty nejzákladnější mezníky.

Vznik médií je spojen v první řadě se schopností lidí komunikovat mezi sebou, na úvod je však potřeba především odlišit komunikaci, masovou komunikaci a média jako taková. Běžná komunikace je „proces přenášení sdělení od nějakého zdroje (podavatele) k nějakému adresátovi (příjemci).“<sup>2</sup> Jakýkoli druh komunikace je základním stavebním kamenem všech společností, je principem, bez kterého by lidská společnost ztratila hodně ze svých charakteristik: „Sociologové dokonce pokládají komunikaci za základní, integrální součást společnosti – společnost bez komunikace ztrácí svou základní identifikační hodnotu, přichází o obsah.“<sup>3</sup>

Proces masové komunikace v širším slova smyslu byl součástí již dávných společností a probíhal v rámci nejrůznějších institucí (především náboženských nebo politických), které již v oněch dobách dokázaly zajistit tok myšlenek a informací do širší veřejnosti: „Již na počátku středověku měla církev k dispozici důmyslné a účinné prostředky, jimiž zajišťovala přenášení informací ke všem lidem bez výjimky. Tento přenos bychom mohli nazývat masovou komunikací, přestože byl do značné míry nezávislý na jakémkoli ‚médiu‘ v dnešním smyslu slova.“<sup>4</sup>

Teprve v novověku došlo na základě využití dřívějších vynálezů a technologií ke vzniku masových médií v užším slova smyslu. V pojetí některých autorů dochází k významovému odlišení masové komunikace a mediální komunikace, přičemž i samotná masová komunikace bývá chápána jiným způsobem, než bylo zmíněno výše – v případě mediální komunikace můžeme hovořit o jakékoli sociálně-komunikační aktivitě, na jejímž vzniku se podílejí jakákoli vysílací, tištěná nebo internetová média.

---

<sup>1</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 62-63. ISBN 978-80-7367-3.

<sup>2</sup> Tamtéž, s. 26.

<sup>3</sup> JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ. *Politická komunikace a média*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2000, s. 6. ISBN 80-246-0182-6.

<sup>4</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 35-36. ISBN 978-80-7367-574-5.

V případě masové komunikace již nehovoříme o jakémkoli „masovém“ předávání informací (jak bylo popsáno o pár řádků výše), ale hovoříme o komunikaci, na které participují média masová (tedy například vysokonákladový tisk, celostátní televizní stanice apod.).<sup>5</sup>

Nezávisle na tom, kolik příjemců oslovují, se však obecně média v dnešní době dají v základu rozlišit na tři hlavní typy – tištěná média, vysílací média a nová média.

## 2.1 Tištěná média

Důležitým mezníkem pro vznik a rozvoj tištěných médií byl bezpochyby Gutenbergův vynález knihtiskařského lisu s vyměnitelnými literami v polovině 15. století. Ten již od konce 16. století umožnil vydávání různých (avšak ještě ne periodických) tiskovin: „Rozvoj tiskárenství a nárůst tiskárenských kapacit vedly k tomu, že vedle knih se začaly tisknout i nejrůznější další produkty (kalendáře, karty, úřední oznámení, odpustky) a po roce 1500 také jednorázové tisky líčící nezvyklé a zajímavé události (válečná tažení a bitvy, přírodní katastrofy, popravy, zámořské objevy apod.).“<sup>6</sup> Nelze ale opomenout některé veřejné projevy z doby před Gutenbergovým vynálezem, které byly důležitým předstupněm následného rozvoje masových médií: „... některé ‚protožurnalistické‘ rysy vykazovala psaná korespondence, poslové sloužili jako distributoři zpráv, minesengři a trubadúři poskytovali nejen zábavu, ale také informace apod.“<sup>7</sup>

Prvotní noviny se začaly objevovat až v první polovině 17. století – přibližně dvě stě let od vynalezení knihtisku. Vyznačovaly se periodicitou (i když zpočátku spíše nízkou), mnohostrannými funkcemi (pobavení, rozptýlení, informování, inzerování, ...) a v neposlední řadě také svým komerčním charakterem, tedy dostupností ve volném prodeji. Ve druhé polovině 17. století se také začínají objevovat první časopisy. Význam těchto médií spočíval především v tom, že dokázaly reflektovat nastalé změny v uspořádání společnosti: „...– šlo o nalezení nové literární, sociální a kulturní formy.

---

<sup>5</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 24. ISBN 978-80-7367-3.

<sup>6</sup> BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: Od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011, s. 38. ISBN 978-80-247-3028-8.

<sup>7</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 63. ISBN 978-80-7367-3.

Jejich zvláštnost ve srovnání s jinými podobami kulturní komunikace tkví v jejich individualismu a orientaci na realitu, v užitečnosti, světskosti a v celkové schopnosti vyhovět potřebám nové třídy: řemeslníkům a obchodníkům bydlícím ve městech. Jejich novost nespočívá v technologii či způsobu distribuce, nýbrž v tom, že slouží jedné významné třídě v měnícím se a stále liberálnějším společensko-politickém klimatu.“<sup>8</sup>

V 18. století se dále pozměňuje společenská situace. Dochází k výraznému přesunu venkovských obyvatel do měst, v důsledku toho se města stále zvětšují, roste vzdělanost, rozšiřují se osvícenské ideje, dochází k větší politické emancipaci atp., což zavdalo i proměně dosavadního tisku. Toto období „představuje údobí, kdy se tisk postupně stával prostředkem politické debaty a nástrojem měšťanstva v boji o politickou moc. ... Postupně se utvářející politická role tisku vedla k rozvoji politické (názorové) žurnalistiky, založení velkých deníků ... a k rozšíření nabídky různých typů periodik. ... Na sklonku 18. století, v období boje za nezávislost ve vznikajících USA a Velké francouzské revoluce, se projevila politická síla tisku a jeho potenciál šířit a přenášet poznatky a ideje a umožňovat veřejnou diskuzi o politických tématech.“<sup>9</sup>

McQuail rozlišuje tři typy tištěných médií, které se souběžně vyvíjely od počátku vzniku novin.<sup>10</sup>

Prvním typem je politický a stranický tisk. Noviny tohoto typu byly vydávány politickými stranami a sloužily k aktivizaci obyvatel a k předávání informací o činnosti strany. Tento typ se však do dnešní doby nedokázal udržet, proto v současnosti hrají důležitou roli mezi čtenáři především zbylé dva typy, které do jisté míry můžeme považovat za protiklady – seriózní a bulvární tisk.

Seriózní tisk se ustavil na konci 19. století. Jeho hlavními rysy jsou formální nezávislost na státu, uznání novin jakožto významné instituce, která má schopnost ovlivňovat veřejné mínění, etická odpovědnost a snaha o objektivní zpravování veřejnosti. V této podobě a s těmito zásadami se i v dnešní době pokouší fungovat velké množství deníků, nicméně jak bylo nastíněno již v samotném úvodu práce, úplná objektivita často nebývá z různých důvodů možná. Tento fakt ovšem nic nemění na

---

<sup>8</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 40. ISBN 978-80-7367-574-5.

<sup>9</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 65. ISBN 978-80-7367-3.

<sup>10</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 40-43. ISBN 978-80-7367-574-5.

tom, že ve společnosti panují jisté představy a očekávání, že právě podle výše zmíněných zásad by seriózní tisk měl skutečně fungovat.

Poslední typem je bulvární tisk. Ten se ve společnosti v podobě, v jaké ho známe dnes, objevuje již přibližně sto let a našel svou popularitu mezi širokými skupinami lidí: „Jedná se o skutečně ‚masový‘ tisk, který vznikl proto, aby jej kupovali městští dělničtí obyvatelé a aby jej četli prakticky všichni.“<sup>11</sup> Tato popularita plyne částečně z lidské povahy jako takové a také z toho, že četba bulvárních sdělení je velice nenáročná – plní tedy „odpočinkovou“ funkci, která je pro mnoho lidí v jejich volném čase stěžejní. Tuto funkci bulvární tisk naplňuje nejrůznějšími způsoby – od volby témat, přes užívání určitých jazykových prostředků až po využívání doplňkového obrazového materiálu: „V obecné rovině se bulvární tisk vždy specializoval na osudy obyčejných lidí (human interest story) ... podávané dramatickým a senzacechtivým způsobem. Dále se zaměřoval na zločiny, katastrofy, krize, skandály, války a slavné osobnosti.“<sup>12</sup> Není tedy příliš překvapující, že právě bulvární deníky a časopisy patří tradičně mezi nejprodávanější tiskoviny v dané zemi.

## 2.2 Vysílací média

Mezi hlavní vysílací média patří televize a rozhlas. Obě zmíněná média mají jakožto masová média mnohem kratší tradici než tištěná média (v případě rozhlasu můžeme hovořit o přibližně devadesáti letech, v případě televizního vysílání o šedesátileté historii), nicméně jejich vznik umožnily některé vynálezy, které jsou staršího data: „Obě média vyrostla z technologií, jež existovaly i před nimi – z telefonu, telegrafu, pohyblivé i nehybné fotografie a nahrávání zvuku.“<sup>13</sup>

Přestože vysílací média bývají tradičně považována spíše za prostředek odpočinku a zábavy, jejich význam například při utváření veřejného mínění (ať už v oblastech politických či kterýchkoli jiných) je nesporný.<sup>14</sup> Především televize je totiž jedním z hlavních zdrojů informací pro velkou většinu moderního světa, stejně tak

---

<sup>11</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 42. ISBN 978-80-7367-574-5.

<sup>12</sup> Tamtéž, s. 42-43.

<sup>13</sup> Tamtéž, s. 46.

<sup>14</sup> Tamtéž, s. 47.

rozhlasové vysílání si se svými zpravodajskými relacemi a diskuzními pořady dokázalo vytvořit stabilní základnu pravidelných posluchačů. Výhodou těchto médií je totiž bezesporu i určitá „interaktivita“, díky které může být komunikace mezi daným médiem a divákem/posluchačem oboustranná – zatímco v novinách si můžeme článek pouze přečíst a nedostane se nám odpovědi na případné další otázky, rozhlasová i televizní média se naopak snaží divákům a posluchačům zpřístupnit možnost přímé komunikace s vystupujícími hosty, případně alespoň zprostředkovávají tuto komunikaci například předáním vzkazu, otázky atp.

## 2.3 Nová média

Síťová média jsou „nejmladší“ ze všech tří zmiňovaných typů médií. Historie internetu je spojena s vynálezem počítače a sahá teprve do druhé poloviny 20. století. V počátcích vzniku ale internet pochopitelně ještě nebyl přístupný běžným uživatelům. V moderním světě však nabývají internetové příspěvky na důležitosti, protože především v současnosti, kdy je běžnou záležitostí mít internet například už i v mobilním telefonu, případně mít po ruce tablet nebo alespoň počítač, je tok zpráv a informací směrem k uživatelům internetu v podstatě neustálý. V případě televizního a rozhlasového vysílání existuje omezení časovým limitem a přesným určením, kdy se který pořad (tedy například zpravodajství) bude vysílat, v případě internetu však toto omezení neplatí a informace tímto médiem procházejí bez jakéhokoli časového ohraničení.

Jiráková a Köpplová rozlišují čtyři základní typy internetových sdělení: internetová sdělení mající povahu výstupu výrobní organizace (právě sem bychom mohli zařadit nejrůznější zpravodajské portály, jejichž úkolem je podávat téměř nepřetržitě informace mnohem rychleji, než to dokáží kterákoli jiná média). Druhým typem jsou servery akumulující uživatelské příspěvky (např. YouTube), třetím typem jsou servery individuálních příspěvků – nejčastěji osobních blogů, které mají především mezi mladými lidmi velkou schopnost ovlivňovat názory a postoje těchto čtenářů, a proto je jejich význam nezanedbatelný. Posledním typem jsou nejrůznější sociální sítě neboli stránky, jejichž prostřednictvím lidé mohou vzájemně komunikovat, ale i sdílet rozmanité příspěvky (např. facebook, MySpace). Především velké množství uživatelů,

kteří využívají tyto stránky poměrně často, je důvodem, proč i v tomto případě můžeme hovořit o významném prostředku utváření lidských názorů.<sup>15</sup>

V souvislosti se zmiňovanými síťovými médii je zajímavé, že někteří autoři v dnešní době upozorňují na jejich rapidní vzestup, co se týká sledovanosti a čtenosti (především oproti klasickému tisku): „Vrátíme-li se ke klasickým tištěným novinám, které ... volí náročnější formu obsahu, lze říci, že zaznamenávají závažný úbytek čtenářů všude na světě, a nevznikne-li dostatečně početná střední vrstva, ..., zřejmě zaniknou. Zaniknou s největší pravděpodobností i takzvaně náročnější pořady, internet se stane všemocnou vzdělávací i kulturní institucí a ostatní se budou muset jeho ‚zrychlenému diktátu‘ podřídit.“<sup>16</sup> Důvod je podle těchto autorů poměrně prostý a jednoznačný – dnešní doba je velice uspěchaná, a lidé se proto orientují na příjem informací, které jsou stručné, jasně a jednoduše podané, to znamená informace především takové, které jsou co nejméně náročné časově. A právě efektivní práce s časem je devizou především internetového zpravodajství.

---

<sup>15</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 21. ISBN 978-80-7367-3.

<sup>16</sup> RŮŽIČKA, Vladimír. *Politika a média v konzumní společnosti*. Praha: Grada, 2011, s. 91. ISBN 978-80-247-3667-9.

### 3. Základní charakteristické rysy médií a jejich funkce

Média můžeme rozlišovat různými způsoby. Kromě výše zmíněného základního rozdělení na tisk, vysílací média a nová média můžeme rozlišit také například tzv. horká a chladná média (horká média nevyžadují oproti chladným médiím tak vysokou míru participace ze strany příjemce, protože obsahují vysoké množství samostatných podnětů, tudíž je příjemce nemusí vlastním úsilím dále doplňovat – patří mezi ně např. televizní vysílání).<sup>17</sup> Ať už se rozhodneme pro kterékoli dělení, podstatné je, že jednotlivé mediální nosiče (rozhlas, noviny atd.) mají samozřejmě rozdílné charakteristické rysy, nicméně je možné najít určité základní charakteristiky, které mají všechna výše zmíněná média společné.

Důležitým rysem, který hraje hlavní roli ve schopnosti médií ovlivňovat společnost, je jejich snadná dostupnost. Tato vlastnost by však sama o sobě nebyla pravděpodobně dostačující – významným předpokladem rozmachu médií je totiž také jejich schopnost (na základě různých technických vymožeností) předávat lidem obsahy aktuální, v krátkých časových intervalech (případně neustále, jak již bylo zmíněno výše v souvislosti s internetovými sděleními), a tím udržovat pozornost čtenářů, diváků a posluchačů, kteří mají dojem, že sledováním médií se stále udržují „v obraze“.

Dále můžeme rozlišit čtyři podstatné charakteristiky, které jsou společným bodem pro vysílací, tištěná a v neposlední řadě také internetová média. První charakteristikou je fakt, že díky technickým možnostem je zajištěna rozsáhlá distribuce zacílená na velké množství příjemců, což zajišťuje veliké množství uživatelů a tím pádem tedy i přenos informací široké vrstvě obyvatel.

Druhá charakteristika je zacílená především na obsah mediálních sdělení. Ten je pro potenciální uživatele nějakým způsobem zajímavý a užitečný, což vede ke zvýšené potřebě takový mediální obsah vyhledávat. Důvody mohou být různé a u jednotlivých osob se jistě liší, jako příklad můžeme uvést média jako zdroj zábavy a odpočinku, prostředek získávání informací (ať už se jedná o aktuální dění ve světě nebo odborné informace z rozličných oblastí), pomoc při orientaci ve světě atd.

---

<sup>17</sup> MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím*. Praha: Odeon, 1991, s. 33. ISBN 80-207-0296-2.

Třetí charakteristika byla nastíněna již na začátku této kapitoly. Jedná se o formy a obsahy, které jsou předávány průběžně, v momentě, kdy jsou aktuální, a v jejich vydávání můžeme vysledovat i určitou pravidelnost.

Na závěr výčtu hlavních charakteristik médií je třeba zmínit charakteristický rys, který by mohl být opomenut, ale je potřeba si uvědomit, že je velmi podstatný. Tento rys spočívá v tvrzení, že samotná existence všech zmiňovaných médií je přímo závislá na potřebách a zájmu jednotlivých adresátů.<sup>18</sup> V první řadě můžeme hovořit o ekonomických důvodech potvrzujících toto tvrzení, ale samozřejmě se jedná i o čistě logické vyvození – i kdyby na ekonomické stránce věci nezáleželo, nemělo by smysl vydávat jakékoli mediální sdělení, které by si nenašlo žádného příjemce.

Pokud hovoříme o médiích, ústředním pojmem je také požadavek dodržování jisté objektivity – právě na tento pojem se zaměřím v následující podkapitole, protože vzhledem k charakteru praktické části této práce je to pojem klíčový.

### 3.1 Objektivita v médiích

Požadavek objektivity v médiích je nejen principem očekávaným ze strany společnosti jakožto jednoho ze základních prvků novinářské profesní etiky, ale je také ukotven v zákoně. Konkrétně se jedná o zákon č. 231/2001 Sb. (zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání), v jehož § 31, odstavci 2 lze vyčíst: „Provozovatel vysílání poskytuje objektivní a vyvážené informace nezbytné pro svobodné vytváření názorů. Názory nebo hodnotící komentáře musí být odděleny od informací zpravodajského charakteru.“<sup>19</sup> A dále v odstavci 3: „Provozovatel vysílání je povinen zajistit, aby ve zpravodajských a politicko-publicistických pořadech bylo dbáno zásad objektivity a vyváženosti a zejména nebyla v celku vysílaného programu jednostranně zvýhodňována žádná politická strana nebo hnutí, popřípadě jejich názory nebo názory jednotlivých skupin veřejnosti, a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě.“<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 21. ISBN 978-80-7367-3.

<sup>19</sup> *Portál veřejné správy: Zákony* [online]. [cit. 2017-09-28]. Dostupné z: <https://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=51457&nr=231~2F2001&rpp=15#local-content>

<sup>20</sup> *Tamtéž* [online]. [cit. 2017-09-28].



Podstatou objektivitu je mimo jiné oddělování faktů od názorů autora, očividně se nepřiklánět k jedné ze zúčastněných stran, nevyužívat obrátů, které nejsou přesné, jsou výrazně emotivně laděné a spíše mají navozovat pocit „senzace“ aj. Tyto principy nemají být dodržovány pouze v psaných projevech a televizních (rozhlasových) reportážích, ale musí být uplatňovány např. i v případě moderovaných diskuzí, debat a rozhovorů, kde je kladen důraz na nestrannost moderátora: „Redaktor by např. neměl ani vyjadřovat souhlas nebo nesouhlas s interviewovaným hostem, ... Neměl by samozřejmě jednomu dotazovanému klást otázky agresivní a nepřátelské a jinému otázky mírné a podpůrné.“<sup>21</sup> Proč je ale objektivita pro média tak zásadní, že je požadavek na ni ukotven dokonce v zákoně? Proč ji lidé očekávají a svým způsobem i vyžadují?

Pokud média spravedlivě rozloží pozornost mezi všechny zúčastněné strany a budou se snažit využívat různé zdroje, můžou být pro „běžného“ člověka cenným přínosem v oblasti informací a podněcovat tak prostor pro utváření vlastních názorů. Zjednodušeně by se dalo říci, že „neutrannost je oceňována především proto, že mnoho událostí v sobě obsahuje konflikt a jsou otevřeny alternativním interpretacím a hodnocením (nejzřejmější je to u politických zpráv, ale stejně tak to platí i o sportu). Zcela nejjobecněji platí, že běžný standard nestrannosti žádá rovnováhu ve výběru a užití zdrojů, aby bylo možné reflektovat různé názory, a také prezentaci dvou (nebo více) názorů, pokud je zpochybňováno posouzení faktů.“<sup>22</sup>

Důležitá je především otázka, jak vypadá objektivní zpráva v praxi, tedy jaké náležitosti musí splňovat, aby mohla být považována za objektivní: „V žurnalistice to znamená poskytnout spolehlivé (správné) odpovědi na otázky Kdo?, Co?, Kde?, Kdy? a možná Proč? a odtud pak vycházet. ... Pro analýzu kvality zprávy ovšem potřebujeme přesnější kritéria. Konkrétně se ptáme, zda daná fakta jsou *přesná* a jestli jsou dostatečná k vytvoření adekvátního popisu – to je kritérium *úplnosti*. Přesnost sama může znamenat několik věcí, protože nemůže být ‚přečtena‘ nebo ‚změřena‘ pouze přímo v samotných textech. Jeden z významů přesnosti je shoda s nezávislými záznamy či událostmi, ať již v dokumentech, jiných médiích, nebo v očitých svědectvích. ...

---

<sup>21</sup> HOFFMANNOVÁ, Jana, ČMEJRKOVÁ, Světa, ed. *Jazyk, média, politika*. Praha: Academia, 2003, s. 102. ISBN 80-200-1034-3.

<sup>22</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 368. ISBN 978-80-7367-574-5.

Stejně těžko definovatelná a měřitelná je úplnost, protože kompletní popisy byť jednoduchých událostí nejsou možné ani nutné.<sup>23</sup>

Již z předchozí citace je patrné, že objektivita je poněkud komplikovanější termín hned z několika důvodů (na což také upozorňují někteří autoři věnující se problematice médií): „Objektivita může být pouze ideálním cílem, který je v procesu poznávání reality a při jejím pojmenování nedosažitelný, neboť účastníkem poznávacího procesu jsou a budou vždy zcela konkrétní subjekty, ...“<sup>24</sup> Prvním problémem tedy je fakt, že člověk jakožto poznávající subjekt nikdy nemůže zcela odhlédnout od svých osobních zkušeností, charakteristik, hodnotového žebříčku, postojů atd. (a toto tvrzení pochopitelně neplatí jen pro novináře, ale také pro učitele, psychology, vědce a mnohé další). Už jen samotný výběr tématu, které bude zpracováváno, ve své podstatě není objektivní, protože je tento výběr často proveden určitým subjektem na základě jeho osobních pohnutek. Zjednodušeně můžeme říci, že „se tedy jedná o řemeslnou dovednost žurnalisty vedoucí k tomu, aby se potlačila nevyhnutelná a zákonitá subjektivita zpravodajství ...“<sup>25</sup>

Druhým problémem je, jak reálně stanovovat, co je a co není objektivní. V některých případech je to možná zjevné, ale v některých to příliš jasné není. Otázkou pak také zůstává, kdo a podle jakých kritérií bude objektivitu hodnotit: „Z tohoto důvodu je uvedení požadavku objektivity v § 31 zákona č. 231/2001 něčím, co bez dalšího normativního výkladu či interpretace je právnicky neuchopitelné a velice obtížně přezkoumatelné.“<sup>26</sup>

Za další problém můžeme také považovat velikou rozrůzněnost jednotlivých médií v dnešní době. Je potřeba si uvědomit, že mezi média už neřadíme jen tištěná média s televizním a rozhlasovým vysíláním (u kterých většina lidí objektivitu skutečně stále ještě očekává, i když si tito lidé jistě alespoň částečně uvědomují, že práci těchto médií ovlivňuje minimálně to, kým je dané médium vlastněno), ale že mezi média patří i výše zmiňovaná nová média, která představují nejen internetové zpravodajské portály, ale také nejrůznější osobní blogy a stránky na sociálních sítích, kde pochopitelně

---

<sup>23</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 367-368. ISBN 978-80-7367-574-5.

<sup>24</sup> RŮŽIČKA, Vladimír. *Politika a média v konzumní společnosti*. Praha: Grada, 2011, s. 96. ISBN 978-80-247-3667-9.

<sup>25</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 311. ISBN 978-80-7367-3.

<sup>26</sup> RŮŽIČKA, Vladimír. *Politika a média v konzumní společnosti*. Praha: Grada, 2011, s. 96. ISBN 978-80-247-3667-9.

objektivitu očekávat nemůžeme – naopak tyto platformy slouží spíše k vyjadřování osobních a subjektivních názorů jednotlivých přispěvatelů.

## 3.2 Funkce médií

Budeme-li chtít vymezit základní funkce médií, je potřeba si nejprve uvědomit, že neexistuje žádné obecně platné a univerzálně používané rozdělení těchto funkcí – už jen z toho důvodu, že existují různé úhly pohledu, různé způsoby jak lze na funkce médií nahlížet, přičemž toto odlišné vnímání funkcí ovlivňuje například věk, dosažené vzdělání atp.<sup>27</sup>

Dále je důležité být si vědom toho, že ne všechna média naplňují všechny hlavní funkce: „Konkrétní médium může na některé z nich dobrovolně rezignovat (třeba z důvodu sledování masové popularity a generování zisku, nebo ze své podstaty); ... Některá média vzdělávají více než jiná, další se pro změnu více zaměřují na relaxaci a zábavu, některá dění ve společnosti ‚pouze‘ monitorují (též zaznamenávají), ... To je přirozené a bylo by pošetilé od každého titulu očekávat plnohodnotné naplňování všech funkcí najednou.“<sup>28</sup>

Mezi základní funkce médií patří funkce informační. Ta představuje jednu z nejvýznamnějších funkcí u tištěných médií (především novin) a také u zpravodajských relací ostatních mediálních typů. Do jisté míry se ale samozřejmě uplatňuje ve všech typech médií. Podstatou této funkce je přenést aktuální informace k příjemcům, přičemž zřetel by měl být v případě tištěných a vysílacích médií kladen především na objektivitu a spolehlivost těchto informací (pojem objektivita byl v této práci rozebrán v kapitole 3.1). S funkcí informační se pojí také funkce vzdělávací.

To, že nám média přinášejí informace, má na příjemce dalekosáhlejší dopad než pouhé nabytí nových poznatků – média mají takový vliv, že dokáží ovlivňovat postoje jednotlivců, ale i celkové veřejné mínění, a také mají schopnost ovlivnit to, jaká témata bude daná společnost považovat za nejpodstatnější (podrobněji viz kapitoly 4 a 4.1). Další funkci bychom tedy mohli nazvat funkcí formativní.

---

<sup>27</sup> SEKOT, Aleš. *Sociologie v kostce*. Brno: Paido, 2006, s. 75. ISBN 978-80-7315-126-3.

<sup>28</sup> URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Praha: Grada, 2011, s. 50. ISBN 978-80-247-3563-4.

Další velice zásadní funkcí, která je pro všechna média společná a při vytváření mediálních obsahů se na tuto funkci často bere ohled, aby mělo dané sdělení potřebný odbyt, je funkce relaxační, zábavní. Vše pochopitelně souvisí vždy se společenským vývojem – a současná společnost se dostala do fáze, ve které je po pracovní stránce kladen obrovský důraz na výkon a efektivitu, ale na druhou stranu je také zdůrazňováno kvalitní využívání volného času a odpočinek. Právě z toho důvodu se velká většina lidí chce po práci při čtení nebo sledování médií nejen dozvědět nové informace, ale také se pobavit a odreagovat. Tento požadavek musí média pochopitelně nějakým způsobem reflektovat, proto často dochází k tomu, že se například i v „seriózních“ novinách a zpravodajských relacích objevuje bulvární obsah (a právě to bude jednou ze zjišťovaných hypotéz v praktické části této práce), který má odlehčit celkové vyznění daného sdělení.

Tyto zbulvarizované obsahy pak často zastíňují zprávy, které nedisponují bulvárním obsahem, protože pro příjemce je jejich sledování mnohem méně náročné. Často také dochází k tomu, že bulvární sdělení nejsou stoprocentně pravdivá, ale většina příjemců je považuje za regulérní zdroj spolehlivých a pravdivých informací.<sup>29</sup>

Co se týká funkcí médií, mohli bychom použít jiné dělení a rozlišit jistě i další funkce, případně podrobněji rozčlenit funkce výše zmíněné, pro potřeby této práce je však dostačující toto základní dělení mediálních funkcí.

---

<sup>29</sup> JEDLIČKOVÁ, Lucie. Místo bulváru ve společnosti. In: *Bulvarizace českých médií*. Praha: Medias res, 2016, s. 13. ISBN 978-80-87957-08-0.

## 4. Vliv médií a teorie účinků

Média mají na životy lidí prokazatelný dopad: „... ovlivňují chování, postoje či názory jedinců, ... mohou rozšiřovat obzory poznání, vzdělávat, pomáhat v politickém i spotřebitelském rozhodování, ovlivňovat životní styl (a tím i zdraví), ale také děsit, vyvolávat napětí, navádět ke společensky nežádoucímu jednání či uvádět v omyl.“<sup>30</sup> Pokud by tomu tak nebylo a média by nebyla tak vysoce vlivná, výrobcům a prodejčům by se nevyplatilo investovat nemalé částky do rozmanitých reklamních sdělení, politici by neměli zapotřebí vystupovat se svými názory v nejrůznějších diskuzních pořadech atd. Není ovšem tak jednoduché prokazatelně určit, jaké konkrétní dopady má dané mediální sdělení, vždy je potřeba celou problematiku chápat v širším kontextu, protože na jednání člověka má dopad celkové uspořádání společnosti a kultury. Také je potřeba rozlišit mezi dopadem krátkodobým (okamžité a pomíjivé reakce) a dlouhodobým (změny v uspořádání společnosti, případně v postojích jednotlivců), dále mezi působením přímým a nepřímým a v neposlední řadě můžeme hovořit o působení záměrném a nezáměrném.

Poměrně problematická je v tomto případě samotná terminologie: „V anglosaské literatuře, týkající se médií a jejich podílu na stavu a proměnách společnosti a rozpoložení a jednání jedince, se vcelku zaměnitelně a jen s nepatrnými významovými rozdíly používají pojmy *impact* (dopad, působení), *influence* (vliv) a *effect* (účinek), ...“<sup>31</sup> Sémanticky jsou si tyto pojmy tedy z části podobné, nicméně pokud hovoříme o vlivu médií, hovoříme spíše o přístupu teoreticko-spekulativním, a pokud zmiňujeme efekt médií, jedná se více o hledání vazby mezi nějakým konkrétním mediálním produktem a konkrétní odezvou jednotlivce (nebo skupiny) vůči tomuto produktu.<sup>32</sup>

V této kapitole se zaměříme především na tzv. účinky médií. Zajímavé v případě účinků je to, že „představy o působení médií se rozvíjejí tak dynamicky, že už dnes mají vlastní dějiny vykládající vývoj těchto představ.“<sup>33</sup> Nejčastěji jsou v literatuře

---

<sup>30</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003, s. 151. ISBN 80-7178-697-7.

<sup>31</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 325. ISBN 978-80-7367-3.

<sup>32</sup> Tamtéž, s. 325-326.

<sup>33</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003, s. 153. ISBN 80-7178-697-7.

zmiňovány čtyři etapy této periodizace, které se odvíjejí od toho, jaká síla účinků byla v dané době médiím přisuzována.

První fázi můžeme vysledovat od přelomu 19. a 20. století až do pozdních třicátých let. V tomto období můžeme hovořit o víře ve „všemocnost“ médií (v některých pramenech můžeme nalézt tuto fázi pod pojmy teorie magické střely nebo teorie injekční jehly): „V tomto období se médiím přikládala moc utvářet mínění a přesvědčení, měnit životní návyky a aktivně ovlivňovat chování, ... Tyto názory nebyly založeny na vědeckém zjišťování, ale pouze na pozorování mimořádné popularity tisku a nových médií - filmu a rozhlasu, která v mnoha ohledech pronikla do každodenního života i veřejného dění.“<sup>34</sup>

Druhá etapa probíhá přibližně od třicátých let do šedesátých let 20. století a mimo jiné díky silnému rozmachu empirického výzkumu v této oblasti „představuje postupné procitání z představy všemocných médií a unifikovaných reakcí publika.“<sup>35</sup> I díky výše zmíněným výzkumům se zjišťuje, že na jedince a společnost působí mnohem více proměnných než pouze ona „všemocná média“. Vzhledem k této charakteristice můžeme etapu označit jako období přesvědčení o omezených účincích médií: „Mediím se začala připisovat mnohem skromnější schopnost vyvolávat plánované či mimovolné účinky.“<sup>36</sup> V tomto období také Lazarsfeld, Berelson a Gaudet poprvé prezentují tzv. dvoustupňový model komunikace, podle kterého se mediální sdělení k lidem dostávají primárně prostřednictvím názorových vůdců (*opinion leaders*), nikoli přímo ze samotných médií.<sup>37</sup>

S nástupem televize jakožto nového (a velmi „mocného“) média však přichází přibližně v sedmdesátých letech třetí názorová etapa, ve které se odborníci začínají znovu přiklánět spíše k názorům potvrzujícím poměrně vysokou moc a sílu médií. Nejedná se ale jako v případě první etapy o „unáhlené“ teorie nepodložené žádnými fakty, navíc se pozornost začíná ubírat trochu jiným směrem: „Příznačný je pro tuto etapu zájem o hledání vlivu médií na celou společnost, její uspořádání a dynamiku

---

<sup>34</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 470. ISBN 978-80-7367-574-5.

<sup>35</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003, s. 162. ISBN 80-7178-697-7.

<sup>36</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 471. ISBN 978-80-7367-574-5.

<sup>37</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003, s. 163. ISBN 80-7178-697-7.

vývoje, nikoli pouze na jednotlivce. Začíná se více uvažovat o dlouhodobém a nepřímém vlivu médií ...“<sup>38</sup>

V tomto období se poprvé objevuje termín „spirála mlčení“, který zavedla Elizabeth Noelle-Neumannová a podle něž „mají lidé u kontroverzních témat strach být se svými názory v izolaci. Proto neustále a pozorně sledují své okolí, aby poznali, který názorový tábor získává na síle a který ztrácí a stává se menšinovým. Jedinec, jenž má pocit, že jeho názorový tábor sílí, má tendenci o svém přesvědčení hovořit volně a bez obav. Kdo má naopak pocit, že podpora jeho mínění ve veřejnosti slábné, stává se stále opatrnějším a zamklejším.“<sup>39</sup> Výsadní postavení v této teorii zaujímají právě média se svým přístupem k nejrůznějším událostem.

V sedmdesátých letech je v rámci obnovených diskuzí o moci a působení médií také publikován článek, ve kterém poprvé zaznívá pojem nastolování agendy (*agenda-setting*). Termín je pro tuto práci stěžejní, proto se jím podrobněji budeme zabývat v následující podkapitole (4.1).

Od přelomu sedmdesátých a osmdesátých let 20. století nastává etapa čtvrtá, tzv. etapa „dohodnutého“ vlivu médií, která je charakteristická svou představou o vysoké moci médií, ovšem se zřetelem na určité aspekty na straně publika, které již není považováno za pouhého pasivního příjemce předkládaných zpráv: „Spolu s předcházející etapou vnímají (tyto představy – pozn. autorky) média jako opravdu mocná, ale současně stále silněji nechávají zaznít úvahy o opravdu aktivním (tedy nikoli odevzdaném a bezmocném) publiku, o potenciální schopnosti jeho rezistence a samostatnosti.“<sup>40</sup> Jinak řečeno, význam (a účinky) médií tedy aktivně vytvářejí samotní příjemci.<sup>41</sup>

## 4.1 Agenda-setting

---

<sup>38</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003, s. 163. ISBN 80-7178-697-7.

<sup>39</sup> REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 231. ISBN 80-7178-926-7.

<sup>40</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003, s. 167. ISBN 80-7178-697-7.

<sup>41</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 473. ISBN 978-80-7367-574-5.

Termín agenda-setting se poprvé objevil v roce 1968<sup>42</sup> a do češtiny ho můžeme přeložit jako „nastolování agendy“. Touto problematikou se zabývají teorie, které se snaží postihnout nejrůznější aspekty toho, jak média ovlivňují nastolování veřejné agendy ve společnosti (tedy konkrétněji to, jak a proč média způsobují, že se některá témata dostávají lidem do povědomí více než jiná). Za veřejnou agendu můžeme zjednodušeně považovat taková témata, která jsou danou společností považována za ta nejzásadnější: „Základní myšlenkou je to, že zpravodajská média naznačují veřejnosti, co jsou hlavní otázky dne, a to se odrazí na tom, co veřejnost vnímá jako nejdůležitější aktuální záležitosti.“<sup>43</sup>

Pro mnohé odborníky zabývající se fungováním médií je agenda-setting v posledních desetiletích významnou a opakovaně zkoumanou problematikou. Je ale potřeba upozornit na fakt, že i když byl termín agenda-setting zaveden před „pouhými“ padesáti lety a teprve po tuto dobu se vytvářejí jednotlivé studie a výzkumy, nastolování agendy existovalo již v podstatě od samotného počátku rozšiřování masových médií, na což upozorňují výzkumy sahající do vzdálenější minulosti: „Například v Chicagu byla všechna veřejná témata, která na konci devadesátých let 19. století nabyla zásadního významu, předtím pro značnou část této dekády prominentní součástí agendy novin. Intenzivní a soustavné zpravodajství o regulaci pouliční železnice vedlo k tomu, že se z něj na mnoho let stalo dominantní téma lokálních voleb do té míry, že v roce 1899 všichni kandidáti na starostu cítili potřebu učinit z regulace pouliční železnice hlavní téma své kampaně.“<sup>44</sup>

Stěžejní roli ale mají spíše výzkumy a experimenty zabývající se současností. Pro tyto potřeby vzniklo za posledních padesát let již několik set empirických studií<sup>45</sup>, které se snaží porovnávat reálný dopad agendy médií na vývoj veřejné agendy, ovšem provedeno bylo také několik laboratorních experimentů, které dokázaly, že lidé přiřkládají větší důležitost těm tématům, která byla více akcentována v upravených ukázkách mediálních sdělení vytvořených pro účely tohoto experimentu. (Nutno

---

<sup>42</sup> MCCOMBS, Maxwell. *Agenda setting*. Praha: Portál, 2009, s. 19. ISBN 978-80-7367-591-2.

<sup>43</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 527. ISBN 978-80-7367-574-5.

<sup>44</sup> MCCOMBS, Maxwell. *Agenda setting*. Praha: Portál, 2009, s. 66. ISBN 978-80-7367-591-2.

<sup>45</sup> Tamtéž, s. 69.



podotknout, že podobné experimenty bývají pro jejich nízkou spolehlivost často kritizovány.)<sup>46</sup>

Většina lidí je denně vystavena určitému množství zpráv, které pocházejí přímo z nějakého mediálního zdroje nebo jsou nám zprostředkovány jinými lidmi, jejich původní zdroj je však opět v některém médiu, tudíž většina témat veřejné agendy je skutečně ovlivněna jednotlivými médii a novináři: „Zprávy nás denně upozorňují na nejnovější události a změny v širším okolí mimo naši přímou zkušenost. ... Editoři a vedoucí zpravodajství každý den vybírají a zveřejňují zprávy, čímž zaměřují naši pozornost a ovlivňují, která denní témata vnímáme jako nejdůležitější. Schopnost ovlivňovat významnost („salience“) témat ve veřejné agendě se označuje jako schopnost zpravodajských médií nastolovat agendu.“<sup>47</sup>

Roli pochopitelně nehraje jen to, že se určité zprávy objeví ve zpravodajství, přenos do veřejné agendy ještě více umocňují další aspekty – v novinách označuje vyšší důležitost zprávy například její umístění na titulní stranu, velikost nadpisu nebo celkový prostor, který je danému tématu věnován, v televizním zpravodajství se může jednat o délku reportáže, její pořadí v rámci zpravodajství, případně také o zmínění daného tématu v úvodní krátké upoutávce, která se přímo vyznačuje tím, že shrnuje nejdůležitější události uplynulého dne. „Pro všechna zpravodajská média platí, že pokud se některé téma den po dni objevuje znovu, jde o nejmocnější sdělení o jeho důležitosti.“<sup>48</sup> (Právě i z tohoto důvodu můžeme hovořit o tom, že listopadové volby amerického prezidenta měly v určitém období v médiích tak výsadní postavení, že se toto téma stalo zároveň součástí agendy veřejné.) Nezáleží přitom ani tolik na míře dosaženého vzdělání jednotlivých příjemců, média mají potenciál ovlivňovat všechny osoby bez výjimky, jediným rozdílem v případě vyššího vzdělání může být to, „že se daný jedinec začne více zajímat o zpravodajská média a vzroste jeho citlivost na širší spektrum témat, která se ve zprávách objevují.“<sup>49</sup>

Jednou z možných příčin, proč dochází k přenosu agendy mediální do agendy veřejné, může být psychologický koncept potřeby orientace<sup>50</sup>, který spočívá v tvrzení, že všichni lidé mají přirozenou potřebu se co nejrychleji zorientovat v nových a

---

<sup>46</sup> MCCOMBS, Maxwell. *Agenda setting*. Praha: Portál, 2009, s. 45-46. ISBN 978-80-7367-591-2.

<sup>47</sup> Tamtéž, s. 26.

<sup>48</sup> Tamtéž, s. 26.

<sup>49</sup> Tamtéž, s. 76.

<sup>50</sup> Tamtéž, s. 92.

neznámých situacích – ať už se jedná o situaci, kdy se člověk ocitne na neznámém místě, nebo o situaci, ve které se člověk musí před volbami rozhodnout, komu vhodí svůj hlas atd., a právě v některých z těchto situací mohou média posloužit jako cenná pomoc.

Zajímavé je také zamyšlení nad tím, jestli mají některá média větší moc při nastolování veřejné agendy. I na toto téma byly provedeny některé výzkumy, které prokázaly, že (možná trochu překvapivě) mají noviny nepatrně vyšší vliv než televize. Důvod je však poměrně jasný: „... pokud se v rychlosti probereme vývojem většiny témat, větší kapacita deníků ve srovnání s televizními zprávami způsobuje, že čtenáři novin mají obvykle více času na seznámení s novinovou agendou. Televizní zpravodajství působí spíše jako titulní stránka novin.“<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> MCCOMBS, Maxwell. *Agenda setting*. Praha: Portál, 2009, s. 85. ISBN 978-80-7367-591-2.

## 5. Politika a média

Základem politické komunikace je její vztah k politickému systému a vliv na jeho fungování, konkrétně se může jednat například o určování mechanismů, jak dosahovat cílů a hodnot, které udržují funkčnost celého systému, dále politická komunikace napomáhá rozvoji symbolů přispívajících k pocitu sounáležitosti nebo dopomáhá regulaci konfliktů, které se v systému objeví.<sup>52</sup> Politická komunikace je tedy nedílnou součástí a důležitým pojítkem vyspělých společností: „Všechny sociální systémy mají svou politickou sféru, tj. politické systémy, tedy mechanismy, smyslem jejichž existence je rozdělovat v dané společnosti hodnoty, činit rozhodnutí. Bez politického systému nemůže žádná společnost fungovat. Politický systém a společnost však musí být propojeny, musí být schopné vzájemně si předávat informace.“<sup>53</sup>

Ani v oblasti politické komunikace nemůžeme opomenout zásadní roli masových médií, která (jak již bylo nastíněno výše) mají schopnost ovlivňovat veřejné mínění a nastolovat témata, která bude daná společnost považovat za nejzásadnější: „Vzrůstající pronikání médií do politické sféry vede v mnoha zemích k úvahám o ‚republikách řízených médii‘ (...), o mediokracii, v níž se média zmocňují některých funkcí politických institucí.“<sup>54</sup> Jedním z důvodů, proč právě i v oblasti politických záležitostí nabývají masová média takového významu je to, že „médiá jsou hlavním (a někdy jediným) zdrojem poznatků o politice a politicích, kteří se ucházejí o přízeň či toleranci veřejnosti (ve volbách i v obdobích mezi volbami), vysvětlují své úspěchy, selhání i přečiny, přesvědčují o správnosti svých rozhodnutí.“<sup>55</sup>

Chceme-li hovořit o politické komunikaci, musíme si uvědomit víceznačnost tohoto termínu. V první řadě se může jednat o formy komunikace realizované politickými aktéry s vidinou dosažení nějakého cíle. Jednat se ale může naopak také o komunikaci adresovanou těmto aktérům ze strany aktérů nepolitických, případně můžeme hovořit o komunikaci zabývající se těmito aktéry a jejich činnostmi (ať už

---

<sup>52</sup> JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ. *Politická komunikace a média*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2000, s. 7-8. ISBN 80-246-0182-6.

<sup>53</sup> Tamtéž, s. 7.

<sup>54</sup> Tamtéž, s. 5.

<sup>55</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 346. ISBN 978-80-7367-3.

v rámci zpravodajské relace nebo diskuzního pořadu v médiích apod.) – zde opět vidíme výraznou roli médií.<sup>56</sup>

Masová média ve velké míře ovlivňují kromě jiného i to, jakým způsobem lidé vnímají politické události: „... média vstupují do politické komunikace a ovlivňují její průběh mimo jiné tím, jak prezentují politické aktéry a rozhodování ...“<sup>57</sup> Také nastolují agendu politických témat, která následně společnost přejímá jakožto hlavní témata daného období. Princip tohoto jevu byl podrobněji popsán v kapitole 4.1.

Vzhledem k faktu, že masová média pronikají do různých oblastí společnosti, stávají se tato témata středem zájmu odlišných společenských disciplín – problematikou se nezabývají jen mediální studia, ale také například sociologie a v neposlední řadě politologie, pro kterou je stěžejní právě problematika interakce médií v souvislosti s politickou komunikací.

Studium médií a jejich vztahu k politické sféře má ve výše zmíněných vědních disciplínách své místo, a to především s důrazem na studium některých konkrétních témat, která se ustanovují podle aktuálního společenského kontextu, případně podle postupného vývoje poznání médií. Mezi tato témata můžeme zařadit například dopad médií na vládu, ale opačně také dopad vládních zásahů na média (například v podobě určitých restrikcí, zákonů) nebo také masově mediální zpravodajství s důrazem na jeho institucionální a sociální podobu.<sup>58</sup>

„Normativní představa o chování médií v demokratických poměrech je založena na přesvědčení, že média jsou nadána schopností ve víceméně nezkrácené podobě ‚dodávat‘ čtenářům, posluchačům a divákům referáty o politickém dění, analýzy politického rozhodování a komentáře k obojímu.“<sup>59</sup> Již je samozřejmě obecně známo, že tato „vysněná“ představa není zcela naplňována, a tak se v posledních několika desetiletích jedním z nejvýraznějších témat stává právě ovlivňování veřejnosti a společenského (i politického) dění masovými médii: „Kritické úvahy o mediokracii, o ‚neodolatelné‘ moci médií, o ‚nemoci z obrazovky‘ dominují statím o vztahu médií a politiky zvláště v 90. letech. Někteří autoři se dostávají až na hranice úvah o

---

<sup>56</sup> KŘEČEK, Jan. *Politická komunikace: Od res publica po public relations*. Praha: Grada, 2013, s. 10. ISBN 978-80-247-3536-8.

<sup>57</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 347. ISBN 978-80-7367-3.

<sup>58</sup> JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ. *Politická komunikace a média*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2000, s. 15. ISBN 80-246-0182-6.

<sup>59</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 347. ISBN 978-80-7367-3.

sociopatologickém působení médií. ... V roce 1993 vydává profesor politologie Thomas E. Peterson knihu *Není to v pořádku* (Out of Order), jež přímo nese podtitul ,O tom, jak úpadek politických stran a vzrůstající moc zpravodajských médií podkopávají americký způsob volby prezidenta‘.<sup>60</sup>

Badatelé a odborníci z nejrůznějších oborů se snaží popsat principy, díky kterým k tomuto výraznému ovlivňování lidí všech věkových skupin, ze všech společenských vrstev a s rozličným vzděláním dochází. Studují se jazykové struktury jednotlivých mediálních sdělení, jejich grafická úprava, použití obrazového materiálu a další důležité aspekty. Nejednou se objevila kauza, ve které bylo prokázáno, že bylo manipulováno s obrazovým materiálem v případě některých kontroverzních a palčivých témat (ať už oříznutím fotografie, případně zveřejněním jen určitého výseku pořízeného materiálu, který přímo nevypovídal o nastalé situaci).

V první řadě je potřeba uvědomit si, že aby se média ekonomicky „uživila“, musí dodržovat určitá kritéria a postupy, které jim zajistí větší odbyt – v tomto případě můžeme hovořit o tzv. mediální logice: „Mediální logika, ..., označuje způsoby, jakými ,médiá prezentují a přenášejí informace‘, a pro vliv médií na politiku má význam v tom, že ... transformovala novinářskou kulturu.“<sup>61</sup> V důsledku tohoto postupného vývoje dochází k personalizaci politiky, při které již přestávají být zásadní témata jako taková a větší důraz se naopak klade na osobu politika, na jeho soukromý život (často s důrazem na informace bulvárního charakteru), „ale také na zdůrazňování gest, zachycování grimas či připomínání defektních výroků. Politici jsou zobrazováni na fotografiích se zavřenýma očima, otevřenými ústy, pohledem obráceným v sloup apod.“<sup>62</sup>

Toto chování pak často vede až k bulvarizaci i původně seriózních médií, jejichž snahou je pomyslně udržet krok s nastoleným trendem a co nejvíce zaujmout své čtenáře, případně diváky. Jakým způsobem může novinář dosáhnout takového posunu? „Chci-li veřejně někoho znemožnit, vytahuji na něj různé efektní záležitosti, které jej v očích veřejnosti zostuzují a špiní. Nezatěžuji se příliš ověřováním pravdivosti těchto ,informací‘ a – co je nejhorší – nedám poškozenému prostor, aby se proti nařčení

---

<sup>60</sup> JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ. *Politická komunikace a média*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2000, s. 16. ISBN 80-246-0182-6.

<sup>61</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 348. ISBN 978-80-7367-3.

<sup>62</sup> Tamtéž, s. 348.

efektivně hájil. To jsou ústřední a symptomatické rysy politického bulváru, jak jej známe z české zkušenosti.“<sup>63</sup>

Při slovním spojení politiky a médií si tedy musíme především uvědomit, že oba zmíněné pojmy mají silný dopad na fungování a podobu společnosti a zároveň ovlivňují i sebe navzájem (v některých ohledech můžeme hovořit dokonce o tom, že toto ovlivňování je tak stěžejní, že jeden z pojmů přímo utváří podobu toho druhého). Nesmíme však zapomínat na to, že postupným vývojem se přetváří podoba obojího (a především vzájemný vztah těchto dvou proměnných).

---

<sup>63</sup> ŽANTOVSKÝ, Petr. Bulvarizace médií a politika. In: *Bulvarizace českých médií*. Praha: Medias res, 2016, s. 52. ISBN 978-80-87957-08-0.

## 6. Denní tisk v období 7. 11. – 13. 11. 2016

Pro analýzu v této práci jsem zvolila tři přední české seriózní deníky (Právo, Mladou frontu DNES a Hospodářské noviny), konkrétně čísla vydaná v období 7. listopadu až 13. listopadu 2016. Při analýze se budu snažit ověřovat několik hypotéz. První z nich se pojí s otázkou, zda všechny deníky dodrží požadovanou objektivitu a i přes svou politickou orientaci dokáží zajistit, že o obou kandidátech budou informovat pravdivě, vyváženě budou prezentovat kritiku i možné přínosy H. Clintonové i D. Trumpa, shodně budou představovat odpůrce i příznivce obou dvou a nepřikloní se na stranu žádného z kandidátů. Můžeme však předpokládat, že alespoň v náznacích vysledujeme některé jevy, ze kterých bude patrné, se kterým z kandidátů který deník sympatizuje více.

Pro úplnost je důležité zmínit, že v amerických prezidentských volbách nefigurují pouze dva kandidáti, jak by se na první pohled mohlo zdát, ale síla Demokratické i Republikánské strany je zde tak velká, že šance jiných kandidátů na vítězství se rovná prakticky nule (a ani média se jimi tedy nezabývají): „V systému dvou stran je většina voličů tak věrna jedné nebo druhé z hlavních stran, že kandidáti třetí strany – tedy zákonitě strany menšinové – mají jen malou naději na vítězství. To platí přinejmenším o prezidentských volbách, ... Pokud kandidáti třetí strany přece jenom zvítězí, je to většinou pouze ve volbách do funkcí na místní a státní úrovni. Od doby, kdy systém dvou stran vznikl, zvítězilo ve volbách do Sněmovny relativně málo kandidátů menšinových stran, pouze několik jich zvítězilo ve volbách do Senátu a *žádný* se nestal prezidentem.“<sup>64</sup>

Dále také předpokládám, že ani v jednom z deníků se neobjeví výrazně bulvární obsah, a pokud ano, bude se tak dít v co nejmenší míře.

Důležitou součástí analýzy bude (stejně jako u analýzy televizního zpravodajství) analýza prostoru, který jednotlivé deníky věnují tématu amerických prezidentských voleb. Dle mého názoru se nedá dopředu odhadovat, zda některý deník bude této problematice věnovat výrazně větší/menší prostor než zbylé dva deníky, nicméně můžeme očekávat, že v případě všech tří deníků zaujmou tyto prezidentské

---

<sup>64</sup> JANDA, Kenneth, Jeffrey M. BERRY, Jerry GOLDMAN a Earl HUFF. *Výzva demokracie: Systém vlády v USA*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1998, s. 164-165. ISBN 80-85850-54-0.

volby výsadní postavení, čímž nastolí toto téma jako jedno z hlavních témat veřejné agendy pro dané období.

## **6.1 Charakteristika vybraných deníků**

### **Mladá fronta DNES**

Mladá fronta DNES jako středo-pravicový deník začala vycházet v roce 1990 a je jedním z nejprodávanějších českých deníků. Náleží do portfolia mediální skupiny MAFRA (dále společně s Lidovými novinami, týdeníkem Téma, servery iDNES.cz atd.), která patří mezi největší české mediální společnosti: „Je zastoupena všemi mediatypy – printem, onlinem, TV a rozhlasem. Svými tištěnými tituly MAFRA pravidelně oslovuje 2,4 milionu čtenářů, internetové projekty navštíví týdně 3,4 milionů uživatelů.“<sup>65</sup>

Většinovým vlastníkem společnosti MAFRA je společnost Agrofert.

Mladá fronta DNES je vydávána každý den s výjimkou neděle v průměrném nákladu 200 tisíc výtisků, šéfredaktorem je v současné době Jaroslav Plesl.

V této práci budu pracovat s pražským vydáním deníku.

### **Hospodářské noviny**

Hospodářské noviny jsou středo-pravicový deník vydávaný od roku 1990 a jsou zaměřeny primárně na oblast ekonomiky a politiky. Vydavatelstvím je nakladatelství *Economia* vlastněné Zdeňkem Bakalou. Noviny vychází pětkrát týdně (od pondělí do pátku) v nákladu kolem 30 tisíc výtisků. Šéfredaktorem Hospodářských novin je Petr Jašminský.

### **Právo**

Deník Právo je levicově se profilující deník vycházející pod tímto názvem od roku 1995 (dříve vycházel pod názvem Rudé právo). Vydavatelem je společnost Borgis

---

<sup>65</sup> O společnosti. *Mediální skupina mafra* [online]. [cit. 2017-02-07]. Dostupné z: <http://www.mafra.cz/o-spolecnosti.aspx>



patřící Zdeňku Porybnému, který v Právu zároveň od roku 1989 působí jako šéfredaktor.

Deník vychází šestkrát týdně (od pondělí do soboty) v celkovém nákladu cca 260 000 výtisků.

## **6.2 Analýza denního tisku v období 7. 11. – 13. 11. 2016**

### **7. 11. 2016**

#### **Právo**

Titulní strana: „Šéf NBÚ Navrátil: U prověrky Mynáře mi různí lidé radili, jak se mám chovat“; „Sobotka v Rize vylepšoval vztahy s Čínou“; „Až třetina školáků druhého stupně neumí pořádně číst“; „Alkohol na honech? Dávná minulost, tvrdí myslivci“

Strana 10: „Šéf FBI: Clintonovou kvůli e-mailům stíhat neplánujeme“ (rubrika Ze zahraničí)

Celkový počet stran: 24

#### **Mladá fronta DNES**

Titulní strana: „Šest tisíc Čechů se letos ozbrojilo“; „Poplach! Trumpa zachraňovali před domnělým útokem“; „Trumpland: rezavý pás, kde se naučili mít rádi Donalda“

Strana 6: „Volby asi rozhodne pár hlasů“; „Trump je nadějí na změnu“ (rubrika Ze světa)

Strana 8: „Kde se naučili mít rádi Donalda“; „Co chtějí Trump a Clintonová“ (rubrika Ze světa)

Celkový počet stran: 24

#### **Hospodářské noviny**

Titulní strana: „Speciální vydání HN: Americké volby“; „Trump X Clintonová: Pět důvodů, proč by nás měly zajímat tyto volby“

Strana 2 a 3: „Jiné volby“ (rubrika Téma)

Strana 4 a 5: „Strojená Hillary“ (rubrika Téma)

Strana 6 a 7: „Velký iluzionista“ (rubrika Téma)

Strana 8 a 9: „Tak já tedy přijdu volit“ (rubrika Téma)

Celkový počet stran: 20

Deník Právo věnoval americkým volbám jednoznačně nejmenší prostor ze všech tří sledovaných deníků – na titulní straně se zpráva o volbě prezidenta neobjevila vůbec a posléze byl tématu věnován prostor až na desáté straně (přibližně však jen jedna třetina strany), kde se konkrétně rozebírala pro tyto dny neustále rezonující „emailová“ kauza<sup>66</sup>, zároveň ale Právo informovalo také o „skandálu“ na straně Donalda Trumpa (bulvární deník vlastněný Trumpovým blízkým přítelem údajně koupil výhradní právo na zveřejnění příběhu jedné Američanky, která měla mít s Trumpem v letech 2006 – 2007 poměr, přičemž tento deník zprávu ve skutečnosti ale nikdy neotiskl), Právo se tedy nejspíše snažilo udržet rovnováhu a neinformovat o skandálech jen jednoho kandidáta.

Mladá fronta věnovala nadpoloviční část titulní strany Donaldu Trumpovi, volbami se následně zabývala celá strana 6 a téměř celá strana 8. Ústředním tématem se stala vyrovnaná pozice obou kandidátů napříč Spojenými státy, nicméně o něco více akcentován byl možný přínos D. Trumpa v případě jeho zvolení, naopak Hillary Clintonová byla očima amerického politologa prezentována jakožto „starý establishment“<sup>67</sup>, který by do USA nepřinesl žádné potřebné změny. Důraz byl také kladen na informování o místech, kde se z původních demokratů stávají lidé podporující pod vidinou možného zvýšení životní úrovně naopak spíše Donalda Trumpa.

V Hospodářských novinách byla celá titulní strana potíštěna karikaturou Donalda Trumpa a Hillary Clintonové. Navíc se již z titulní strany čtenář dozví, že se jedná o speciální vydání, ve kterém jsou celé strany 2 – 9 věnovány americkým volbám. Jednoznačně tak Hospodářské noviny předčily oba své konkurenty co do prostoru, který tématu věnovaly. Důvod, proč věnovat tak velký prostor právě americkým prezidentským volbám, vysvětlují tvůrci Hospodářských novin již na druhé straně: „Letošní prezidentské volby v USA, které se konají 8. listopadu, jsou výjimečné. Jejich výsledek více než kdy jindy ovlivní, jak bude vypadat svět v budoucnu.“<sup>68</sup> V tomto vydání Hospodářských novin ale vnímám jako stěžejní snahu vystihnout silná a slabá místa obou kandidátů. H. Clintonová je zde prezentována jako zkušená politička se složitým volebním programem, která ovšem nedokáže pro své nápady strhnout davy, protože působí příliš strojeně a ambiciózně.

---

<sup>66</sup> Hillary Clintonová používala pro řešení pracovních záležitostí svůj soukromý e-mail. (pozn. autorky)

<sup>67</sup> Trump je nadějí na změnu. *Mladá fronta DNES*. 7. 11. 2016, s. 6.

<sup>68</sup> Jiné volby. *Hospodářské noviny*. 7. 11. 2016, s. 2.

D. Trump je naopak prezentován jako byznysmen, který má za sebou již několik krachů a neúspěšných projektů, je známý svými často až vulgárními výpady vůči některým vrstvám amerických obyvatel, nicméně jeho charisma a rétorické umění dokázalo na jeho stranu přiklonit masy Američanů. Hospodářské noviny se pak v souvislosti s tím také zamýšlejí nad snižováním vlivu tradičních médií: „Nikdy v historii amerických prezidentských kampaní se nestalo, že by jeden z kandidátů měl tak jasnou podporu ze strany novinářů – Clintonovou podpořily téměř všechny významnější deníky a časopisy či zpravodajské servery, včetně takových, které to udělaly buď poprvé v historii, nebo po hodně dlouhé době, ... Avšak v době sociálních sítí a obecně skepse vůči establishmentu, do nějž Američané řadí i média, tato doporučení, v minulosti klíčová, ztrácejí na důležitosti.“<sup>69</sup>

## 8. 11. 2016

### Právo

Titulní strana: „Biskupové stáhli žaloby, řády ne“; „Američané dnes volí novou hlavu státu“; „Soudní řízení ovládli nedotknutelní znalci“; „Čeští vědci umí přečíst i nečitelné otisky prstů“

Strana 6: „Antipatie“ (sloupek); „Trump a ošidný monopol“ (rubrika Publicistika)

Strana 12: „Pár míst na mapě. A nakonec určí vše“; „Američané dnes volí novou hlavu státu“ (rubrika Ze zahraničí)

Strana 13: „Co čekat od Trumpa? A od Clintonové?“; „Jak vypadá procedura, z níž vzejde nová hlava USA“; „Šéf FBI je teď pod palbou ze všech stran. Ovlivnil kampaň“ (rubrika Ze zahraničí)

Strana 14: „Bude to mission impossible, vidí tisk limity nové hlavy USA“ (rubrika Ze zahraničí)

Celkový počet stran: 20

### Mladá fronta DNES

Titulní strana: „Sabotáž v továrně na léky“; „Pojišťovna lustruje mladé řidiče podle toho, co píší na Facebook“; „Trump? Ne, větší šok než on je vzpoura voličů“

Strana 2: „Poslance by Trump neurazil“ (rubrika Z domova)

---

<sup>69</sup> Velký iluzionista. *Hospodářské noviny*. 7. 11. 2016, s. 7.

Strana 6: „Větší šok než Trump je vzpoura“; „Amerika dnes rozhodne. Náskok držela Clintonová“; „Leckde se volilo už o víkendu, v Clevelandu se stály fronty“; „Slavná čínská opice Ke-ta má jasno: vyhraje Trump“ (rubrika Ze světa)

Strana 7: „Donald, nebo Hillary?“; „Jak Američané volí. Cizinec nad tím kroutí hlavou“; „Pole, svíčky, sníh: proč zrovna dneska“ (rubrika Ze světa)

Strana 8: „Jak volí vzteklá Amerika“ (rubrika Názory)

Celkový počet stran: 20

### **Hospodářské noviny**

Titulní strana: „Rozdělená Amerika dnes volí“

Strana 2: „Byznys s Amerikou roste“ (rubrika Extra)

Strana 3: „Trump i Hillary žijí každý v jiné Americe“ (rubrika Události)

Strana 4: „Prezidentští kandidáti se předháněli, že za nich bude v USA líp“ (rubrika Události)

Strana 8: „Američané svojí volbou změní svět“ (rubrika Názory)

Strana 24: „Amerika minutu po dvanácté“

Celkový počet stran: 24

V den amerických voleb všechny tři deníky využívají pro téma téměř shodné množství prostoru, Hospodářské noviny ale téma zařadily blíže k titulní straně, naopak deník Právo umístil první zmínku o amerických volbách (pokud nebudeme počítat titulní stranu) až na stranu 6, kde navíc nefiguroval článek jako takový, ale pouze sloupky od dvou českých publicistů.

Novináři deníku Právo se také v žádném případě nezdráhali „otitulovat“ oba kandidáty nepřiliš lichotivými přívlastky: „Neurvalý autokrat, mizogyn i sukničkář v jedné osobě Donald Trump (70) sváděl v barvách Republikánské strany minulých osmnáct měsíců stále tvrdší souboje s kandidátkou Demokratické strany Hillary Clintonovou (69), kterou její odpůrci viní z hamižnosti, nezřízené touhy po moci a z chladné vypočítavosti.“<sup>70</sup> Tato pasáž na mě nicméně působí trochu dojmem, že zatímco přívlastky připsané Donaldu Trumpovi jsou jeho obecně platnou charakteristikou, v případě Hillary Clintonové se jedná o vlastnosti, které jí připisují v podstatě pouze její odpůrci. Konotace nesoucí se v podobném duchu má i článek *Co*

---

<sup>70</sup> Američané dnes volí novou hlavu státu. *Právo*. 8. 11. 2016, s. 1.

*čekat od Trumpa? A od Clintonové?*<sup>71</sup>, ve kterém jsou na straně D. Trumpa popisovány jeho výhradně kontroverzní návrhy (stavba zdi na hranicích s Mexikem, zákaz vstupu muslimů na půdu USA, vyhoštění 11 miliónů ilegálních imigrantů apod.), případně návrhy, které podle deníku Právo nemají nejmenší šanci na schválení. H. Clintonová pak v článku sice není přímo vyzdvihována, ale jsou zde prezentovány její návrhy, které se zdají být rozhodně „vznešenější“ než návrhy D. Trumpa (např. péče o výše zmíněných 11 miliónů ilegálních imigrantů, podpora vztahů se zahraničím atd.).

Mladá fronta DNES se zabývá mimo jiné tím, kterého kandidáta více podporují Češi, včetně českých politiků. Zcela vyváženě představuje pět politiků, kteří by volili H. Clintonovou, a pět politiků, kteří se přiklání naopak na stranu D. Trumpa. Podobně jako v deníku Právo je i v Mladé frontě DNES umístěn článek vysvětlující systém amerických prezidentských voleb, což považuji za přínosné, protože vzhledem k jeho atypičnosti je často špatně chápán. Právo se tímto tématem však zabývalo mnohem podrobněji a s ohledem na tuto tematiku věnovalo také velký prostor problematice důležitých a rozhodujících „swing states“ (státy, jež mají přibližně na polovinu rozdělenou voličskou základnu Demokratické a Republikánské strany).

Hospodářské noviny se mnohem více zaměřily na ekonomickou stránku věci – důraz byl tedy kladen na témata týkající se možného ovlivnění světových trhů a obchodních vztahů a na možný ekonomický vývoj ve Spojených státech v případě zvolení jednoho, nebo druhého kandidáta. Kritické připomínky byly mířeny na oba kandidáty v přibližně stejné míře, trochu více však byly akcentovány důvody, proč se tak velká část Američanů rozhodla volit kontroverzního Trumpa.

## **9. 11. 2016**

### **Právo**

Titulní strana: „Amerika volila, zájem byl velký“; „Po Altnerově smrti čeká ČSSD jednání s dědici“; „Klíč si vyrobili podle internetu, ukradli šperky za milión“

Strana 6: „Nová hlava rozdělené Ameriky“ (rubrika Publicistika)

Strana 12: „Amerika volila, zájem byl velký“; „Kongresman je připraven: Clintonové pěkně zatopíme“; „Tisíce na webu obchodovaly s negací“; „Celou kampaň výrazně

---

<sup>71</sup> Co čekat od Trumpa? A od Clintonové?. *Právo*. 8. 11. 2016, s. 12.

provázel ‚Putinův faktor‘; ‚Obama tlumil stres košíkovou‘; ‚Herečka četla výběr z e-mailů‘; ‚Voliči chtěli letos ‚silného vůdce‘ (rubrika Ze zahraničí)

Strana 13: ‚Pozorovatele OBSE odmítlo 13 států‘; ‚Navzdory pokutě nedá hlas Hillary‘; ‚Kybercentra byla ve střehu‘; ‚WikiLeaks zveřejnil další maily Podesty‘

Celkový počet stran: 20

### **Mladá fronta DNES**

Titulní strana: ‚A co teď, Ameriko‘; ‚Pojišťovny zdraží ručení špatným řidičům‘

Strana 2: ‚Napínavý den v Severní Karolíně‘; ‚Clintonová nevyvolala v Unii nadšení, Trump ale budil děs‘; ‚Diktátoři všech zemí si přáli výhru miliardáře‘; ‚V klíčových státech se tvořily fronty‘; ‚Zveřejněny e-maily z kampaně Hillary‘ (rubrika Ze světa)

Strana 3: ‚A co teď, Ameriko. Volby skončily‘; ‚V Los Angeles řešili, jestli s kondomem, anebo bez‘ (rubrika Ze světa)

Celkový počet stran: 20

### **Hospodářské noviny**

Titulní strana: reklama, dále malé okénko s upoutávkou ‚Volby v USA on-line‘

Strana 3: ‚DVTV: Dnes živě od 8:00 Americká snídaně‘

Strana 4: ‚Taková je Amerika‘ (rubrika Extra)

Strana 5: ‚Akcie a volby v USA: po výhře Obamy se trhy propadly, po Bushovi posílily‘ (rubrika Události)

Strana 17: ‚Volby v USA: Mnoho povyku pro nic‘ (rubrika Podniky a Trhy)

Celkový počet stran: 24

Bezprostředně po volbách se na titulní straně všech tří deníků prezidentské volby objevily, nicméně dále byl tématu věnován výrazně menší prostor než například v následujícím dni (a možná trochu překvapivě i ve dni předcházejícím) – pravděpodobně je to způsobeno časovým posunem, kvůli kterému novináři ještě nemohli zpracovat články týkající se samotných výsledků voleb.

Právo se zaměřilo především na samotný průběh voleb – ve kterých městech se volební místnosti otevřely nejdříve, kde volili oba kandidáti, zda volby doprovázely nějaké nepokoje apod. Prostor byl také věnován informaci, že třináct amerických států odmítlo dohled pozorovatelů OBSE (Organizace pro bezpečnost a spolupráci v Evropě).

Mladá fronta DNES chtěla zaujmout své čtenáře především autentickými reportážemi od svých zahraničních redaktorů, kteří se v průběhu volebního dne

zdržovali v bezprostředním okolí volebních místností a dělali rozhovor s voliči i členy volebních komisí. Podobně jako v ostatních médiích v tomto období bylo zdůrazňováno, že v případě Trumpa i Clintonové se jedná o dva nejméně populární kandidáty v historii amerických prezidentských voleb, což je příčinou toho, že velká většina Američanů z těchto kandidátů vybírá pouze „menší zlo“.

Hospodářské noviny se znovu zaměřily nejvíce na ekonomické aspekty a dopady voleb. Největší prostor byl věnován tomu, jakým způsobem by mohly být po vyhlášení výsledků ovlivněny akciové trhy (nechyběl ani krátký exkurz do minulosti), a dále se Hospodářské noviny zaměřily na předložení podle nich nejzajímavějších faktů s potenciálem ovlivnit volby vystihujících současnou situaci ve Spojených státech (např. jaké je složení obyvatelstva USA a jaká je mezi jednotlivými vrstvami obyvatel nezaměstnanost, jaké je jejich postavení ve světové ekonomice, kdo jsou hlavní obchodní partneři USA atd.).

## **10. 11. 2016**

### **Právo**

Titulní strana: „Trumpova revoluce“; „Politici věří, že jako prezident bude Trump mírnější“; „Američan si v pražském baru ze zoufalství ostříhal vlasy“

Strana 2: „Zemanovi udělali voliči v USA radost“; „Politici věří, že jako prezident bude Trump mírnější“; „Američan si v pražském baru ze zoufalství ostříhal vlasy“ (rubrika Zpravodajství)

Strana 6: „Nastane v USA český scénář?“; „Cesta k novým Trumpům“; „Promluvila druhá Amerika“ (rubrika Publicistika)

Strana 7: „Vítězství poražených“; „Síla přehlížených voličů“ (rubrika Publicistika)

Strana 14: „Trumpova revoluce“; „Hillary se koalice rozpadla“; „V klíčových státech rozhodli o vítězi bílí voliči z malých měst“ (rubrika Ze zahraničí)

Strana 15: „Tajemství vzestupu protřelého byznysmana“; „Republikáni si udrží v Kongresu dosavadní většinu“; „Cher: Svět nebude jako dřív“; „Obě politické strany teď vpluly do nejistoty a bouře změn“; „Gorbačov: On se naučí!“; „Kanadský imigrační web zkolaboval“ (rubrika Ze zahraničí)

Strana 16: „Evropa přijala výsledek USA kysele“; „Rusko je celé natěšené. Putin gratuloval mezi prvními“; „Zpráva z Ameriky rozhoupala světové trhy. Víc než 11.

září“; „Na západě Spojených států se protestovalo“; „Stoupenci Trumpa velebí Čecha za video o kolapsu“ (rubrika Ze zahraničí)

Celkový počet stran: 24

### **Mladá fronta DNES**

Titulní strana: „Svět podle Trumpa“

Strana 2: „Trump chce NATO, ale férové“; „Svět podle Donalda Trumpa: Všechno lze vyjednat“ (rubrika Americké volby)

Strana 3: „Čeští Trumpové“; „První dáma z východního bloku“ (rubrika Americké volby)

Strana 4: „Blondatý Obama“; „Clintonová získala víc hlasů, ale uznala prohru“; „On to ten Trump přece jen nakonec dokázal!“ (rubrika Americké volby)

Strana 6: „Přijde čas byznysových zdí“; „Putin může i u Trumpa rychle skončit“; „Bookmakeři i Horáček ve volbách tratili“ (rubrika Americké volby)

Strana 8: „Trump oprášil americký sen“; „Trump pošle do Prahy Erika Besta“; „Přežití NATO je teď na nás“; „Naučme se číst volební průzkumy“; „Čeští státníci a české hysterky“ (rubrika Názory)

Strana 9: „Inspirace Trumpem“ (rubrika Z domova)

Celkový počet stran: 24

### **Hospodářské noviny**

Titulní strana: „Speciál: Prezident Trump“; „Co čeká svět s Trumpem“

Strana 2: „Jak může Trump vládnout“; „Nejstarší hlava USA“ (rubrika Téma)

Strana 3: „Volební sliby Donalda Trumpa“; „Kdo je Mike Pence, klíčový muž nového prezidenta?“; „Čeští sázkaři berou desítky milionů“; „Republikáni si udrží většinu v Kongresu“; „Merkelová nabídla vítězi voleb úzkou spolupráci“ (rubrika Téma)

Strana 4: „Clintonová má smůlu, je žena“; „Jako brexit. Průzkumy se mýlily“; „VW znepokojuje Trumpův úspěch“ (rubrika Téma)

Strana 5: „Vůdcové Ruska i USA jsou silné osobnosti, to může vést k napětí“; „Kalifornie se nechce smířit s prohrą Hillary“; „Kanadě zkolaboval imigrační web“ (rubrika Téma)

Strana 6: „Dohodě USA-EU hrozí, že utone v Atlantiku“; „Trhy se po šoku rychle otrěpaly“; „Ford chce spolupracovat s novým prezidentem“ (rubrika Téma)



Strana 7: „Rodinné impérium staví na jméně symbolizujícím bohatství“; „Kuba oznámila, že zahajuje pětidenní vojenské cvičení“; „Porošenko doufá, že USA budou podporovat Ukrajinu“; „Slovinci slaví ‚svou‘ první dámu“ (rubrika Téma)

Strana 8: „Evropští populisté oslavují“; „Polsko hodlá Trumpa hodnotit podle plnění slibů“; „Zvolení Trumpa může být katastrofou“ (rubrika Téma)

Strana 9: „Trump chce zničit Islámský stát i zavést cla na čínské zboží“; „Zeman se raduje, ostatní jsou obezřetní“; „Šéf OSN vyzval USA k boji se změnami klimatu“; „Egyptský prezident blahopřál Trumpovi jako první“ (rubrika Téma)

Strana 10: „Povstanou i u nás noví Trumpové?“; „Trumpova kampaň nekončí. Jde do EU“; „Černá labuť v křesle prezidenta USA“ (rubrika Názory)

Strana 11: „Průzkumy preferencí selhaly, musíme na to jít jinak“; „Zvolit špatně je tak lákavé“; „Americké zrcadlo feministické revoluce“ (rubrika Názory)

Strana 18: „Trumpovi pomohli centrální bankéři“ (rubrika Podniky a Trhy)

Celkový počet stran: 22

Až 10. listopad byl dnem, kdy jednotlivé deníky mohly informovat o konečných výsledcích voleb (předchozí den to nebylo možné kvůli časovému posunu) – podle očekávání byl tedy právě tento den ve všech třech denících volbám věnován velmi výrazný prostor (počítáno na počet stran bylo téma zastoupeno nejvíce u Hospodářských novin, u deníku Právo a Mladé fronty DNES byl počet stran s tématem amerických voleb shodný a jen o málo nižší než v případě Hospodářských novin, stejně tak u všech deníků zaujímaly volby výsadní postavení na titulní straně – v případě Práva a Mladé fronty DNES se toto téma stalo dokonce jedinou zprávou na titulní straně).

Deník Právo sice umístil zprávy týkající se amerických voleb na šest stran (plus stranu titulní), tedy shodně jako Mladá fronta DNES, rozdíl od ostatních dvou deníků vidím ale především v tom, že zprávy byly umístěny dále od titulní strany (jako tomu bylo například i v předešlých dnech) a z velké části se jednalo o sloupky českých publicistů, případně odborníků např. z řad sociologů. Mezi články nechyběly zprávy o reakcích různých světových lídrů (ať už se jednalo o Vladimira Putina, Miloše Zemana nebo další evropské představitele) – vyvážené bylo zastoupení Trumpových přívrženců i odpůrců. Velmi malý prostor byl věnován zmínce o reakci světových trhů na zvolení D. Trumpa a také protestům, které po Trumpově zvolení vypukly (zde byl patrný rozdíl oproti televiznímu zpravodajství, které naopak mělo v těchto dnech protesty Američanů

jako téma číslo jedna, což přisuzuji z velké části také tomu, že americké protesty byly obrazově mnohem „zajímavější“ než kterákoli jiná témata související s volbami).

Mladá fronta DNES tento den zařadila do svého vydání články a reportáže pojednávající o nejrůznějších tématech (viz výše v přehledu jednotlivých nadpisů), problematika bouřlivých nepokojů probíhajících v USA ale nebyla zmíněna vůbec. Nejvíce mě na celém vydání zaujala strana 3, která byla celá věnována poměrně výrazně bulvárně laděnému obsahu ohledně Trumpova manželství s Ivanou Trumpovou (a výchovy jejich tří společných dětí), jeho vztahu s bývalou tchyní Marií Zelníčkovou a krátkému „životopisu“ současné první dámy Melanie Trumpové. V článcích nechyběly ani citace přejaté z nejčtenějšího českého bulvárního deníku Blesk: „„Já alkohol nepiju a Don taky ne,“ řekla (M. Zelníčková – pozn. autorky) Blesku před odletem.“<sup>72</sup>

Jak již bylo zmíněno výše, v Hospodářských novinách jsme (podobně jako v předchozích dnech) mohli nalézt nejvíce stránek věnovaných zvolení Donalda Trumpa americkým prezidentem. Ani zde se však neobjevila žádná zpráva o nepokojích probíhajících na území Spojených států, naopak stěžejní roli opět hrála ekonomicky orientovaná témata. Několikrát bylo v rámci různých příspěvků zmíněno, že D. Trump je populist, přesto ale Hospodářské noviny hned v úvodních slovech na své titulní straně uznaly určitý neopomenutelný význam, který s sebou Trumpovo zvolení nese: „Nic lepšího než vítězství Donalda Trumpa v amerických prezidentských volbách si Evropa nemohla přát. Ve vzájemných sporech a byrokratických zákrutech utopená Evropská unie se musí postavit čelem k faktu, že bude mít v USA méně spolehlivého partnera a že si bude muset sama zajistit svou obranu i obchodní zájmy.“<sup>73</sup>

## **11. 11. 2016**

### **Právo**

Titulní strana: „Předání moci začalo“; „Přibývá žalob na nemocnice. Hlavně přes trestní oznámení“; „Legendární albatros začne druhý život v české armádě“

Strana 6: „Kocovina“; „Co nám přinesou americké volby?“; „Trumpovo vítězství není revoluční změna“ (rubrika Publicistika)

---

<sup>72</sup> Čeští Trumpové. *Mladá fronta DNES*. 10. 11. 2016, s. 3.

<sup>73</sup> Co čeká svět s Trumpem. *Hospodářské noviny*. 10. 11. 2016, s. 1.

Strana 12: „Předání moci začalo“; „Je to demokracie v praxi, hodnotí tisk volby“; „Magnátovi věrní: kdo mu nyní stojí po boku“; „Exmanželka ze Zlína volila Donalda“; „Bílý dům bude asi bez mazlíčků“ (rubrika Ze zahraničí)

Strana 13: „Nespokojení američtí voliči v ulicích“ (rubrika Ze zahraničí)

Celkový počet stran: 20

### **Mladá fronta DNES**

Titulní strana: „Lafata musí doplatit na dani milion“; „Trump v Bílém domě“; „Za odepření testu na alkohol rok vězení“

Strana 6: „Do své nové vlády chce Trump víc byznysmenů“; „Moskva přiznala kontakty s lidmi kolem Trumpa“; „Někteří Američané zvažují kvůli volbám emigraci“; „Trump slíbil Jižní Koreji, že USA ji neopustí“ (rubrika Amerika po volbách)

Strana 7: „Vítěze volili bohatí pesimisté“; „Fanoušci Clintonové se bouří: Pryč s Trumpem“; „Trhy uvěřily v Trumpa, akcie rostou“ (rubrika Amerika po volbách)

Strana 8: „Vítejte v Demokracii, s. r. o.“; „Trump bude šéf státu i vlády, Kongres přesto potřebuje“ (rubrika Amerika po volbách)

Strana 11: „Trumpův recept na úspěch“ (rubrika Názory)

Celkový počet stran: 20

### **Hospodářské noviny**

Titulní strana: „Trumpova válka s teroristy“

Strana 2: „Trumpovi voliči“ (rubrika Téma)

Strana 3: „Demokraté v USA řeší, jak ven z krize. Vzhlížejí k Michelle Obamové, ale ta o politiku nestojí.“; „Noční můra bezpečnostních expertů: Trump dostane jaderný kufrík“; „Clintonovou porazila koalice bělochů“; „Francouzi prý nejsou u voleb blázní jako v USA“; „Donalda Trumpa v Bílém domě přijal Barrack Obama“; „Trump pozval Mayovou k brzké návštěvě USA“ (rubrika Téma)

Strana 4: „Trumpova vláda: ministerstva za loajalitu, ale i odborníci“; „Blízký východ vítá vítězství Trumpa“; „Newsweek vydal číslo s vítěznou Clintonovou“; „Japonský premiér se příští týden setká s Trumpem“; „Židovské osady nejsou pro Trumpa překážkou míru“; „Většina Němců očekává zhoršení vztahů s USA“ (rubrika Téma)

Strana 5: „Energetiku USA čeká s novým prezidentem rozvoj. Budou víc využívat domácí nerostné bohatství“; „Čím víc trucků, tím víc Trump“; „Někteří Američané chtějí kvůli Trumpovi emigrovat“; „Trump prý Jižní Koreji slíbil dál ochranu USA“;

„Maduro chce pozitivní spolupráci s Trumpem“; „Volby vidělo v televizi 71,4 milionů lidí“ (rubrika Téma)

Strana 10: „Směšní i nebezpeční čeští Trumpové“ (rubrika Názory)

Strana 14 a 15: „Trump potěšil generály“ (rubrika Rozhovor; rozhovor s Jiřím Šedivým, armádním generálem v záloze)

Strana 20: „Výnosy dluhopisů po zvolení Trumpa rostou“ (rubrika Podniky a Trhy)

Strana 24: „Zpráva z jiné Ameriky, než jakou jsem znal“

Celkový počet stran: 24

V deníku Právo zaujímaly v tento den americké volby nejmenší prostor ze všech tří sledovaných deníků (např. oproti Hospodářským novinám se jednalo o velmi výrazný rozdíl), zprávy byly navíc umístěny až poměrně daleko od titulní strany (první zpráva na straně 6, další pak až na straně 12 a 13). Možná částečně pod vlivem televizního zpravodajství, které položilo velký důraz na stávky a nepokoje ve Spojených státech, i Právo tyto zprávy do svého vydání zařadilo a jejich barvitému popisu věnovalo půl strany. Malý prostor byl také věnován mírně bulvárně laděnému obsahu, který jsem v deníku Právo v předchozích dnech prozatím nezaznamenala. Jednalo se především o zprávu, že Bílý dům nebudou po zvolení D. Trumpa prezidentem obývat již žádná zvířata, přičemž nechyběl citovaný výrok amerického veterináře, který o tomto faktu říká, že „je to skandál“.<sup>74</sup>

Stejně jako deník Právo, i Mladá fronta DNES věnovala pozornost setkání Baracka Obamy s Donaldem Trumpem. Téměř totožný rozsah byl také věnován výše zmíněným bouřlivým demonstracím, které Trumpovo zvolení prezidentem vyvolalo. Mladá fronta DNES také předložila přehledně zpracovanou grafiku, ze které bylo patrné, které skupiny obyvatel upřednostnily kterého z kandidátů. Dále nechybělo zamýšlení nad stále častějším jevem: „Do čela států míří podnikatelé – a lidé jim často věří víc než politikům.“<sup>75</sup> V článku byly představeny příklady některých významných světových i českých politiků, kteří do politické sféry přešli bez předchozích větších zkušeností ze sféry podnikatelské (mimo D. Trumpa např. A. Babiš, P. Porošenko, A. Kiska aj.). V článku bohužel nejsou dále rozpracovány možné důvody, proč lidé začínají více důvěřovat podnikatelům bez politických zkušeností, což si myslím, že je

---

<sup>74</sup> Bílý dům bude asi bez mazlíčků. *Právo*. 11. 11. 2016, s. 12.

<sup>75</sup> Vítejte v Demokracii, s. r. o. *Mladá fronta DNES*. 11. 11. 2016, s. 8.

samo o sobě poměrně zajímavé téma a určitě by nebylo na škodu, kdyby se jím deník zabýval o něco více a pokusil by se například požádat o názor některého odborníka (na politologii, sociologii...).

V Hospodářských novinách se volbám věnovali opět nejvíce – pokud nebudeme počítat titulní stranu, zaujímaly zde americké prezidentské volby o tři strany větší prostor než v Mladé frontě DNES a o čtyři strany větší prostor než v deníku Právo. Volbám byla navíc věnována téměř celá titulní strana, kde získalo výsadní postavení téma týkající se Trumpovy potenciální války proti terorismu a jeho možné ovlivnění i jiných částí světa. Větší prostor věnovaný volbám však může být do jisté míry způsobený také tím, že oproti svým dvěma „konkurentům“ vycházejí Hospodářské noviny pouze pětkrát týdně, páteční číslo tedy vychází pro dny pátek – neděle.

Bez povšimnutí nelze nechat článek ze strany 2, který je doplněný Trumpovou karikaturou zaujímající téměř půl strany. Tvzení v článku jsou autorem podložena poměrně jasnými argumenty, nicméně jedná se spíše o kritický a v některých pasážích lehce výsměšný článek, ve kterém je snaha poukázat na nedostatky Trumpových předvolebních slibů namířených především na některé skupiny obyvatel (v první řadě na manuálně pracující bílé Američany s nižším vzděláním): „Jenže je Donald Trump pro tyto lidi skutečně spásou? Pohled na Trumpův program dává jasnou odpověď: ne.“<sup>76</sup>

V „neprospěch“ D. Trumpa hovoří i článek ze strany následující, kde je právě zvolený americký prezident prezentován jako veliká bezpečnostní hrozba s ohledem na jeho přístup k americkým jaderným hlavicím: „Desítky bezpečnostních expertů v USA přitom v minulosti označily Donalda Trumpa za nezpůsobilého zvládnout jaderné zbraně.“<sup>77</sup> Na druhou stranu článku ze strany 5 hovoří o možném Trumpově přínosu na poli ekonomiky, nelze tedy říci, že cíleně by byly prezentovány informace vrhající na Donalda Trumpa pouze negativní světlo.

**12. – 13. 11. 2016**

**Právo**

---

<sup>76</sup> Trumpovi voliči. *Hospodářské noviny*. 11. 11. 2016, s. 2.

<sup>77</sup> Noční můra bezpečnostních expertů: Trump dostane jaderný kufrík. *Hospodářské noviny*. 11. 11. 2016, s. 3.

Titulní strana: „Unaveni se necítily, přesto šli“; „Sobotka: ČSSD nesmí dopadnout jako Hillary Clintonová“; „Místo přístrojů kupují nemocnice budovy na papíry“; „Ležící pacienti nemá kdo přebalit či otočit, tlumí je léky“

Strana 6: „Trumpovi není co závidět“; „Systém bez předstírání“ (rubrika Publicistika)

Strana 15: „Zatřese Trump obchodními vztahy USA?“; „Ukrajina se po amerických volbách zmítá v obavách“; „Albrightová v Praze: Nevíme, proč vlastně vyhrál populist“; „Rusko přiznalo kontakty s miliardářovým štábem“; „Zbrojaři se prý těší na duo Bílý dům-Kreml“; „Volička Clintonové potkala v lese Hillary i s Billem“ (rubrika Ze zahraničí)

Celkový počet stran: 24

### **Mladá fronta DNES**

Titulní strana: „Oběti čistky: Dientsbier a Němeček“; „Soud ji očistil. Ale pro lidi je ‚vraždicí sestra‘“

Strana 3: „Trumpovi muži vracejí do hry radar. V tom jim Zeman nefandí“ (rubrika Z domova)

Strana 8: „Atlantické manželství chladne“; „Na čaji v Bílém domě. Setkání prvních dam“; „Kalifornie zkoumá, jde-li se trhnout od USA“; „Americká města odmítají deportace“; „Trump prý brzy prozradí jména členů svého týmu“ (rubrika Ze světa)

Strana 9: „Trump a Čína: Peking vidí šanci na oslabení moci USA“; „Trumpův efekt se může přesunout do Evropy“ (rubrika Ze světa)

Strana 20: „Trump, hry a politika“ (rubrika Sport)

Celkový počet stran: 24

### **Hospodářské noviny**

Viz 11. 11. 2016 (Hospodářské noviny vychází pouze pětkrát týdně, 11. 11. tedy vyšlo číslo na období 11. – 13. 11. 2016)

Při srovnání rozsahu na počet stran by se deník Právo znovu umístil na pomyslném posledním místě, protože Mladá fronta DNES se volbami zabývala na čtyřech stranách, což je přesně dvakrát více než u deníku Právo. Právo také už na svou titulní stranu ohledně amerických voleb neumístilo žádnou zprávu (můžeme zde najít pouze odkaz k neúspěchu Hillary Clintonové, ovšem v souvislosti s jiným tématem), což je ale stejné jako v případě Mladé fronty DNES, která se volbám na titulní straně také nevěnovala.

Na již výrazně menším prostoru než v dřívějších dnech se Právo zaměřilo především na možný budoucí vývoj obchodních vztahů Spojených států a na případné ovlivnění již existujících nebo projednávaných obchodních smluv USA se svými obchodními partnery. I přes to, jak malé množství prostoru bylo tématu nově zvoleného prezidenta vyhrazeno, se vešla do vydání krátká zpráva, která sice neměla přímo bulvární charakter, nicméně v „seriózním“ deníku působila mezi ostatními zprávami trochu atypicky – jednalo se o informaci, že volička H. Clintonové potkala těsně po volbách svou preferovanou kandidátku na procházce v lese: „Zatímco vítězný Donald Trump mluvil v Bílém domě s Barackem Obamou, poražená Hillary Clintonová šla do lesa poblíž svého domova v obci Chappaqua ve státě New York. Právě tam na političku s manželem Billem a jejich dvěma psy narazila překvapená Margot Gersterová.“<sup>78</sup> Je na zvážení, zda by prostor této zprávy, která byla rozsahem přibližně stejná jako například zpráva o potvrzených kontaktech mezi Ruskem a volebním štábem D. Trumpa, neměl být využit lepším způsobem.

Mladá fronta DNES se podobně zaměřila na vývoj vztahů USA s ostatními světovými velmocemi, největší pozornost byla zaměřena na možné vztahy s Čínou. I v tomto deníku se však objevil obsah, který nemůžeme označit za bulvární, ale jeho informační hodnota je v kontextu ostatních zpráv o něco nižší. Jedná se o zprávu s titulkem „Kalifornie zkoumá, jde-li se trhnout od USA“<sup>79</sup> Titulek článku navíc konotuje, že o tento krok usiluje skutečně celá Kalifornie, což je při nejmenším velice nadnesené.

### 6.3 Závěry vyplývající z analýzy

Za zkoumané období 7. listopadu 2016 až 13. listopadu 2016 bylo možno vysledovat vcelku zásadní rozdíly v prostoru, který byl v jednotlivých denících věnován tématu amerických prezidentských voleb. Právo a Mladá fronta DNES v tomto období vyšly šestkrát, Hospodářské noviny pětkrát. Pokud nebudeme do tohoto výčtu počítat titulní strany, v deníku Právo bylo volbám vymezeno 19 stran (z celkového počtu 132

---

<sup>78</sup> Volička Clintonové potkala v lese Hillary i s Billem. *Právo*. 12. – 13. 11. 2016, s. 15.

<sup>79</sup> Kalifornie zkoumá, jde-li se trhnout od USA. *Mladá fronta DNES*. 12. – 13. 11. 2016, s. 2.

stran), v Mladé frontě DNES to bylo 22 stran (taktéž ze 132 stran) a Hospodářské noviny umístily volby amerického prezidenta na 37 stranách (ze 114 stran).

Tato čísla mají pro analýzu dvojí význam. První souvisí s termínem agenda-setting, který byl nastíněn dříve v této práci. Jestliže teorie agenda-setting tvrdí, že média mají „moc“ nastolovat ve společnosti agendu (tedy témata, která společnost považuje za stěžejní) tím, že například dané téma opakují několik dní po sobě, umísťují ho mezi prvními zprávami atd., můžeme předpokládat, že právě americké prezidentské volby se i díky práci médií staly ve společnosti velmi diskutovaným a sledovaným tématem.

Druhý význam spočívá v možnosti srovnání jednotlivých deníků, ve kterém si můžeme povšimnout, že zatímco Právo a Mladá fronta DNES se volbami zabývaly na téměř shodném prostoru, Hospodářské noviny ustanovily volbu nové hlavy USA jako své pomyslné téma číslo jedna a tématu se věnovaly nepoměrně více, tedy téma pro dané období považovaly nejspíše za ještě více stěžejní než zbylé dva deníky.

Součástí analýzy byla také snaha vysledovat, zda některý z deníků strnil jednomu ze dvou hlavních kandidátů. Mohli bychom očekávat, že levicový deník (v našem případě Právo) bude nepřímo podporovat spíše Hillary Clintonovou, zatímco středo-pravicové deníky (Mladá fronta DNES, Hospodářské noviny) se přikloní více na stranu Donalda Trumpa. V tomto případě se však dle mého názoru projevilo to, co bylo zmíněno v práci již dříve – tedy že americké prezidentské volby roku 2016 přinesly souboj dvou nejméně populárních kandidátů všech dob, a nebylo tak snadné přiklonit se na kteroukoli stranu ani v souvislosti s politickou orientací (obzvlášť pak v případě Donalda Trumpa, jehož některé výroky byly tak kontroverzní, že jeho veřejné podporování by mohlo vyvolat i nemalou kritiku směrem k podporovatelům).

V souladu s požadavkem objektivity se všechny deníky snažily vyváženě informovat o obou kandidátech – vždy představit stejný počet podporovatelů/odpůrců, silné a slabé stránky D. Trumpa i H. Clintonové, skandály a kontroverzní jednání obou výše zmíněných. Přesto se však deníky v některých dnech neubránily alespoň částečnému náznaku, který kandidát by podle nich mohl být pro Spojené státy (potažmo celý svět) větším přínosem, respektive větší hrozbou. Všechny deníky se sice snažily udržet svou objektivitu, nicméně je známým faktem, že i z prosté volby slov může být očividné, se kterou stranou dané médium sympatizuje: „Existují také známky svědčící o



tom, že výběr slov může odrážet a naznačovat hodnotové soudy při referování o citlivých záležitostech, ...<sup>80</sup> Nejpatrnější byly tyto tendence např. 7. listopadu v Mladé frontě DNES, která D. Trumpa vyhodnotila jako možné narušení starého establishmentu, 8. listopadu naopak deník Právo více vyzdvihoval H. Clintonovou, když v případě D. Trumpa zdůrazňoval mnohem více kontroverze, kterými je tento kandidát obklopený, 10. listopadu Hospodářské noviny kladly velký důraz na to, jaký pozitivní přínos má zvolení D. Trumpa americkým prezidentem, nicméně hned 11. listopadu ten samý deník otiskl několik článků, které byly vůči D. Trumpovi velice kritické, až posměšné.

Na bulvární aspekty v tištěných médiích jsem se původně příliš zaměřovat nechtěla, protože jsem téměř nepředpokládala, že by se v seriózních denících objevily jakékoli bulvárně laděné články. Skutečně se příliš takových článků v žádném z deníků najít nedalo, nejvíce tak „vyčnívala“ Mladá fronta DNES vydáním z 10. listopadu, kde byla celá jedna strana věnována bulvárnímu obsahu (navíc citovanému z deníku Blesk). Ostatní dva deníky se sice snažily vyvarovat otisknutí ryze bulvárních zpráv, ale deník Právo také otiskl některé články, které buď s bulvárností hraničily, nebo byla při nejmenším sporná jejich informační hodnota (např. 11. listopadu zpráva o absenci psů v Bílém domě a 12. – 13. listopadu informace o náhodném setkání H. Clintonové se svou voličkou při procházce v lese).

---

<sup>80</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 369. ISBN 978-80-7367-574-5.

## **7. Analýza televizního zpravodajství v období 7. 11. – 13. 11. 2016**

V této části práce budu analyzovat večerní zpravodajské relace TV Nova (Televizní noviny) a České televize (Události), konkrétně z období 7. 11. 2016 – 13. 11. 2016. Analýza bude spočívat ve vypsání názvu jednotlivých reportáží, aby bylo jednoznačně znázorněno, jakými konkrétními tématy se dané zpravodajství zabývalo. Za název každé reportáže do závorky uvedu celkový čas, který byl danému tématu věnován, což je dle mého názoru jeden z nejvýznamnějších ukazatelů této analýzy. Součástí analýzy není jen sledování délky a pořadí jednotlivých reportáží, ale budu se také snažit najít odpověď na hypotézu, zda bude zpravodajství TV Nova (jakožto komerční stanice) zaměřeno více bulvárně než zpravodajství České televize. Dále se také zaměřím na to, zda obě televizní stanice dodržely požadovanou objektivitu vůči oběma kandidátům a předkládaly vyvážené informace.

Názvy a časy reportáží uveřejněných ve zpravodajské relaci Události jsou čerpány z internetového archivu České televize<sup>81</sup>, případně měřeny přímo během zpravodajské relace, zatímco časy reportáží v Televizních novinách jsem musela všechny sama měřit vzhledem k tomu, že TV Nova ve svém archivu časovou stopu přesně neudává a jednotlivé díly navíc archivuje velmi omezeně. Časy jsou měřeny od chvíle, kdy danou reportáž začne uvádět moderátor ve studiu, po konec reportáže, případně po konec dalších vstupů zabývajících se daným tématem (živý vstup reportérky, rozhovor s hostem atd.). Celkový čas zpravodajského pořadu Televizní noviny je přibližně 40 minut, Události České televize trvají přibližně 45 minut.

Pro přehlednější orientaci vyznačím kurzívou ty části, které se přímo zabývají volbou amerického prezidenta.

### **7. 11. 2016**

#### **TV Nova – Televizní noviny**

Již v úvodním medailonku se objevuje informace, že se blíží volby amerického prezidenta,

---

<sup>81</sup> Dostupné z <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/dily/>

1. „Čeká Sobotkův kabinet výměna ministrů?“ (3:00)
2. „Popová legenda Rod Stewart navštívila Prahu“ (2:00)
3. „Zemřel největší věřitel ČSSD právník Altner“ (1:45)
4. „Obrovský požár skladu způsobil škodu za 100 milionů“ (1:45)
5. „*Volby prezidenta: Spojené státy na rozcestí?*“ (1:45)
6. „Kriminalisté jdou po stopě lupičů luxusních hodinek“ (1:35)
7. „Autorům videa s klaunem hrozí pokuta“ + „Kadlec dostal za nehodu zákaz řízení a pokutu“ + „Italové žalují SŽDC za ukončení nájmu Hl. nádraží“ (1:00)
8. „Devátý obvod odmítá zavést modré zóny“ (1:48)
9. „Případ drsné bitky v baru před soudem“ (1:50)
10. „Válka proti IS: boje o irácký Mosul pokračují“ (1:50)
11. „Kabaret paroduje mluvčího Hradu Jiřího Ovčáčka“ (2:15)
12. „Pojistný podvod? V troskách domu zůstali 2 lidé“ (1:40)
13. „Smrt v pizzerii: během pohřbu asistovala policie“ (1:50)
14. „Vláda posvětila kariérní řád pro učitele“ (1:40)
15. „Lucie Bílá zrušila koncerty“ + „Michael Bublé prožívá těžké životní období“ + „Roman Vojtek se stěhuje zpátky domů“ (0:50)
16. „Nouzové přistání: rvačka cestujících na palubě letadla“ (1:10)
17. „Obviněný doktor zásoboval léky drogovou scénou“ (1:45)
18. „Policie vyšetřuje agresivní útoky na strážníky“ (1:50)
19. „Vyšší platby za chronicky nemocné“ (1:45)
20. „Kladno stále hledá komisaře pro autoškolu“ (1:25)
21. „Kurdové osvobozují město Rakka. Turci jsou proti“ + „V Mnichově vznikla zeď proti migrantům“ + „Tornádo v Itálii má na svědomí dva lidské životy“ (0:55)
22. „Unikátní výstava děl architekta Jana Kaplického“ (1:40)

Pouhý den před volbami byly tomuto tématu věnovány jen necelé dvě minuty, konkrétně byla v reportáži otevřena kauza uniklých soukromých e-mailů, která byla ve zpravodajství rozebírána i několik předchozích dnů. Diváci byli také informováni o tom, že Hillary Clintonová má podle průzkumů před Donaldem Trumpem stále náskok o tři procentní body.

## Česká televize – Události

1. „Výměna ministrů“ (2:50)
2. „Schůzka premiéra s ministrem zdravotnictví S. Němečkem“ (0:55)
3. „Odvolávání ministrů“ (1:20)
4. „Kauza harvardských fondů“ (2:15)
5. „Den do amerických voleb“ (2:05)
6. „Vyhrocená prezidentská kampaň“ (6:25)
7. „Žaloba Grandi Stazioni na SŽDC“ (0:44)
8. „Koalice v krajích“ (0:26)
9. „Koalice v Ústeckém kraji“ (1:24)
10. „Odhalení kriminalistů z Kobry“ (0:20)
11. „Změny v lékové politice“ (2:33)
12. „Týden vědy a techniky“ (1:32)
13. „Budoucnost vepřína v Letech“ (2:10)
14. „Zemřel advokát Zdeněk Altner“ (0:42)
15. „Dopravní komplikace kvůli počasí“ (1:56)
16. „Kauza okradeného válečného veterána“ (1:09)
17. „Útraty Čechů rostou“ (2:22)
18. „Hospodaření domácností“ (1:32)
19. „Statisticky průměrná česká rodina“ (2:30)
20. „Dostavba třineckého obchvatu“ (1:06)
21. „Bouřky a tornádo v Římě“ (0:19)
22. „Nástup amerického vlivu na Blízkém východě“ (2:22)
23. „Kontrola kvůli záměně léků v Zentivě“ (1:11)
24. „Škody po sesuvu půdy ve Vlašimi“ (1:39)
25. „Protičínské protesty v Hongkongu“ (2:02)
26. „Ceny architektury“ (1:02)
27. „Domy a díla Jana Kaplického“ (1:34)

Oproti zpravodajství TV Nova bylo v Událostech tématu voleb věnováno 8 minut a 30 vteřin, což je výrazně delší doba, než byla tématu věnována právě v Televizních novinách. Kauza s emaily byla zmiňována jen okrajově, stěžejní částí byla reportáž o tom, jak probíhala předvolební kampaň obou hlavních kandidátů – podle

slov reportéra se jedná o kampaň, která v historii USA nemá obdoby, o kampaň plnou „nej“. Reportér využívá obrátů, které zanášejí celé sdělení až do extrémů (např. „... nic nenasvědčovalo tomu, že spolu svedou jednu z nejkrvavějších a nejbrutálnějších bitev, jaké Amerika pamatuje.“) Tento přístup k prezentování zpráv přesně vystihuje současný trend nastolený v médiích (ať už soukromoprávních nebo veřejnoprávních), kdy se novináři snaží o personalizaci politiky (viz kapitola 5) a o kladení důrazu na dramatizaci a konfliktnost, konkrétně až na „styl prezentování politiky jako série střetů, zvratů a nečekaných odhalení.“<sup>82</sup>

V případě Donalda Trumpa jsou zdůrazňovány jeho útoky „na všechny strany“ a jeho agresivní výstupy, naopak Hillary Clintonová je prezentována jakožto kandidát usilující o jednotu, solidaritu a podobné „vznešenější“ hodnoty. V závěru vstupu je vysvětlován princip amerických prezidentských voleb.

## 8. 11. 2016

### TV Nova – Televizní noviny

V úvodním medailonku jsou americké prezidentské volby opět zmíněny, konkrétně se jedná o informaci, že tento den občané USA volí nového amerického prezidenta.

1. „Obměna ministrů? Schůzka Zeman Sobotka v Lánech“ (1:55)
2. „Pomstil se muž firmě za výpověď záměnou léků?“ (1:45)
3. „Nehoda letadla: v troskách zemřeli 2 lidé“ (0:50)
4. „Občané USA volí nástupce Baracka Obamy“ (1:45) + reportáž s reportérkou s názvem „Vaše téma“ zabývající se noční relací s názvem Americká noc (2:10)
5. „Další operace Zlatého slavíka Gotta“ (1:50)
6. „Prchající auto zastavila až policejní zbraň“ (1:40)
7. „Ústavní soud zakázal exekuci úspor z důchodu“ + „Autorské poplatky: poslanci odmítají prudké zdražení“ + „Nezaměstnanost v ČR nejnižší od prosince 2008“ (0:55)
8. „Řidiči podceňují ranní mrazíky, neškrábou skla“ (1:50)
9. „Utajené centrum NATO pro výcvik chemiků v ČR?“ (1:35)
10. „Díra do pekla‘ na křižovatce japonské Fukuoky“ (1:35)
11. „Požár bytu vyhnal 20 lidí z paneláku“ (1:40)

---

<sup>82</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 348. ISBN 978-80-7367-3.

12. „Právník Halbich prohrál s ČSSD spor o milióny“ (1:50)
13. „Hromadný hrob vydal svědectví krutosti IS“ (1:55)
14. „V Německu zadrželi 5 podporovatelů Islámského státu“ + „Změnu maďarské ústavy parlament neodhlasoval“ + „Princ Harry má americkou přítelkyni“ (0:55)
15. „Lipský ‚zázrak‘ v Bundeslize prohání Bayern“ (1:40)
16. „Magazín Víkend sledujte dnes po ‚Ordinaci‘“ (1:45)
17. „Policie obvinila středoškoláka za vtíp s pistolí“ (1:45)
18. „Dostane vláda právo rozhodnout o akcích armády?“ (1:40)
19. „Cena M. Velíška za statečnost pro J. Dryáka“ (1:35)
20. „Tragická nehoda: znalec obhajoby před soudem“ (1:55)
21. „Další případ napadení exekutora“ (1:45)
22. „Štěňata z krabice skončila v útulku pro zvířata“ (1:20)

Z celého zpravodajství byly tématu amerických voleb věnovány přibližně necelé 4 minuty, větší část tohoto času však nebyla věnována tématu jako takovému, ale upozornění na blížící se zpravodajskou relaci s názvem Americká noc, která zde byla představena jako šestihodinový ambiciózní projekt TV Nova, ve kterém budou průběžně sledovány výsledky voleb, a ve vysílání bude možné sledovat desítky vstupů s nejrůznějšími hosty a odborníky.

### **Česká televize – Události**

1. „Prezidentské volby v USA“ (3:29)
2. „Jak probíhá volební den“ (2:35)
3. „Profil kandidáta na prezidenta – Hillary Clintonové“ (2:35)
4. „Kampaň Donalda Trumpa“ (1:24)
5. „Profil kandidáta na prezidenta – Donalda Trumpa“ (2:22)
6. „Vliv kandidátů na finanční trhy“ (0:41)
7. „Volební účast“ (1:35)
8. „Vztah prezidentských kandidátů k Česku“ (2:00)
9. „Americké volební finále“ (00:50)
10. „Změny ve vládě“ (0:12)
11. „Pokles nezaměstnanosti“ (0:08)
12. „Nehoda vlaku“ (0:10)

13. „Změny ve vládě“ (3:05)
14. „Schůzka premiéra s ministry“ (1:00)
15. „Návrh na změnu ústavy kvůli nasazení vojáku“ (0:48)
16. „Nezaměstnanost v říjnu“ (2:25)
17. „Problémová dostavba D8“ (1:45)
18. „Kauza ČSSD vs. Halbich“ (0:35)
19. „Kontroly reflexních prvků chodců“ (2:30)
20. „Jak se stanovuje výše důchodu“ (3:10)
21. „Verdikt ústavního soudu k exekuci důchodu“ (0:38)
22. „Exekuce důchodů“ (0:20)
23. „Pomoc zadluženým seniorům“ (1:30)
24. „Výsledky hospodaření skupiny ČEZ“ (0:19)
25. „Nový hejtman Olomouckého kraje“ (1:30)
26. „Hlasování o migračních kvótách v Maďarsku“ (0:20)
27. „Nehoda českého vlaku na Slovensku“ (1:30)
28. „Protest studentů ČVUT proti rektorovi“ (1:07)
29. „Přípravy na zimní sezónu finišují“ (1:05)
30. „Cena Josefa Škvoreckého“ (0:20)
31. „Po stopách československých parašutistů“ (2:15)
32. „Aktuální volební informace z New Yorku“ (1:19)

V den samotné volby můžeme vidět největší rozdíl mezi Událostmi a Televizními novinami již v tom, jaký prostor byl v Událostech České televize americkým volbám věnován – kromě toho, že téma zaujímalo „nejvýšadnější“ pozici v rámci zpravodajství (tedy úplný začátek, navíc byly tématem zprávy i uzavírány), bylo této tematice věnováno podstatně více času (cca 19 minut, oproti 4 minutám v Televizních novinách). Po dlouhé sérii reportáží věnovaných volbě amerického prezidenta bylo moderátorkou ohlášeno, že následovat budou „nevolební“ zprávy – pomyslně tak rozdělila celé zprávy na dva bloky, které dávaly najevo, že tématem číslo jedna jsou americké volby a poté bude následovat „zbytek“. Z hlediska problematiky nastolování agendy (viz kapitola 4.1) se tak jedná o jasný příklad toho, kdy média svým působením ovlivňují a určují, co budou příjemci považovat za nejzásadnější informace dne.

Zdůrazňovány byly mnohem vyšší šance na vítězství pro H. Clintonovou, dále byl velký prostor věnován klíčovým státům, které budou mít na celkový výsledek zásadní vliv. Česká televize také zařadila do svého zpravodajství profil obou kandidátů, přičemž oběma byl vyčleněn téměř shodný čas (nicméně v případě Donalda Trumpa byla před jeho profil zařazena ještě reportáž o jeho předvolební kampani).

Clintonová byla prezentována na základě svých dosavadních zkušeností jako jeden z nejvhodnějších kandidátů, ale upozorňováno bylo na její nízkou popularitu mezi voliči. V reportáži nechyběly ani ukázky směřující ke skandálům ze života Clintonové (např. záběry Billa Clintona po boku Moniky Lewinské), opět byla zmiňována e-mailová kauza.

Reportáž o D. Trumpovi se nesla v podobném duchu – nechybí zamyšlení nad tím, proč je mezi některými Američany tak populární a mezi jinými naopak vysoce nepopulární, a také krátký exkurz do jeho podnikatelských aktivit a osobního života.

Dále se Česká televize zaměřila na provázanost obou kandidátů na Českou republiku – v případě D. Trumpa prostřednictvím jeho první manželky Ivany Trumpové a v případě H. Clintonové přes její blízký vztah k Václavu Havlovi.

## **9. 11. 2016**

### **TV Nova – Televizní noviny**

Úvodní medailonek je tentokrát věnován jen americkým prezidentským volbám.

1. „Donald Trump prezidentem“ (32:30)
2. „Přísný trest za likvidační útok nožem“ (1:45)
3. „Taylor Swift si nejvíce vydělala“ + „Jakuba Koháka málem skolila borelióza“ + „Další díl Výměny manželek už dnes“ (00:50)
4. „Vánoční nákupy. Ráj zlodějů na parkovištích“ (2:05)
5. „Rarita ve výběhu: v Putimi mají bílého klokana“ (1:00)

Televizní noviny, které byly vysílány den po amerických prezidentských volbách, se tomuto tématu věnovaly více než tři čtvrtiny svého vysílacího času. Konkrétně byla pozornost věnována např. „náladě“ voličů Donalda Trumpa i Hillary Clintonové, tedy bylo možno sledovat záběry z míst, kde se příznivci těchto dvou kandidátů shromažďovali a kde se později také dozvěděli výsledky voleb, dále byly



odvysílány krátké útržky z povolebních projevů obou výše zmíněných kandidátů. Nechyběl ani živý vstup s reportérkou přímo ze zpravodajského studia, která během přibližně dvou minut nastínila, jakým způsobem americké prezidentské volby fungují, a dále prostřednictvím grafů ukázala, ve kterých státech zvítězil Donald Trump a ve kterých zvítězila Hillary Clintonová.

Nastíněno zde bylo i téma tzv. swing states, tedy států, které nemají trvale ustáleno, zda se přiklání na stranu republikánů, nebo demokratů, proto jsou na tyto státy kampaně často zacíleny. Právě tyto swing states měly významný podíl na zvolení Donalda Trumpa, protože se Trumpovi podařilo přiklonit na svou stranu některé opravdu významné státy (např. Floridu, Wisconsin, Ohio).

Největší pozornost pak byla věnována osobnosti Donalda Trumpa, jeho „životopisu“ (včetně výčtu všech manželek a nejnámějších skandálů), zamyšlení nad tím, proč právě Donald Trump ve volbách zvítězil, a především tomu, jakým směrem se Donald Trump bude ubírat v pozici nového amerického prezidenta a o jaké změny bude usilovat (v reportáži byla zmíněna např. stavba zdi na hranici s Mexikem atd.).

Další vstup se věnoval reakcím světových i českých předních politiků na právě proběhlé volby, zhodnocení průběhu předvolebních kampaní a zařazen byl také vstup věnující se videím kolujícím po internetu, která mají parodovat oba nejvýraznější prezidentské kandidáty. Celý časový úsek věnovaný volbám byl završen připomínkou pořadu Americká noc a také pozváním na internetové stránky tn.cz, kde je možné zhlédnout „sexy fotky nové první dámy“ (jedná se o doslovný přepis z upoutávky).

### **Česká televize – Události**

1. „*Nový americký prezident Donald Trump*“
2. „*Americké volby v obrazech*“
3. „*Výsledky prezidentských voleb v USA*“
4. „*První prohlášení Trumpa po zvolení*“
5. „*Atmosféra ve volebním štábu Donalda Trumpa*“
6. „*Atmosféra ve volebním štábu Hillary Clintonové*“
7. „*Profil nově zvoleného prezidenta*“
8. „*Volební mapa USA*“
9. „*Výsledky rozhodujících států*“
10. „*Demonstrace před Bílým domem*“

11. „První kroky nového prezidenta“
12. „Dopady na dění ve světě“
13. „Pozvánka prezidenta Zemana“
14. „Potápění trhů“
15. „Reakce trhů na výsledky voleb“
16. „Volební tábory“
17. „Jak volilo průmyslové Ohio“
18. „Vyhrocená kampaň“
19. „Reakce na vítězství Donalda Trumpa“
20. „Zlomové okamžiky dne ve fotografiích“
21. „Česko-americké obchodní vztahy“
22. „Budoucí první dáma Melanie“
23. „Sázky na volby v USA“
24. „Program nového prezidenta“
25. „Hledání nových ministrů“
26. „Nový spolek z ČSBS“
27. „Levnější tisk“
28. „Změny ve zdravotnictví“
29. „Protesty ocelářů v Bruselu“

Vzhledem k technické chybě na straně České televize, která zapříčinila, že tento díl Událostí je v archivu poškozený, se mi nepodařilo získat přesné časové údaje (a přesné znění) jednotlivých vstupů. Tento problém jsem se snažila vyřešit se zákaznickým centrem České televize, bohužel bez úspěchu. Pro srovnání s TV Nova můžeme ale uvést minimálně to, že americkým prezidentským volbám byla věnována naprostá většina zpravodajské relace, pouze posledních pět vstupů se týkalo nevolebních zpráv.

Americký volební den je ve zpravodajství detailně rozebírán – od výrazné kampaně kandidátů (především však D. Trumpa), přes Trumpovy příznivce a odpůrce, příčiny jeho zvolení novým americkým prezidentem, až po reakci světových finančních trhů na tuto událost. Také nechybí zmínka o budoucí první dámě Spojených států. V případě vstupu o Melanii Trumpové byly ale vynechány veškeré informace, které by mohly být považovány za čistě bulvární – zmíněn byl pouze její věk, původ, kdy

proběhla svatba s Donaldem Trumpem, dále že svého manžela během kampaně stále podporovala, ale také nechyběla zmínka o „plagiátorství“ Melaniina projevu, který nápadně připomínal někdejší projev Michelle Obamové.

**10. 11. 2016**

### **TV Nova – Televizní noviny**

V úvodním medailonku se TV Nova opět věnuje tématu prezidentských voleb, respektive zde zaznívá informace, že úřadující prezident Barack Obama přijal v Bílém domě Donalda Trumpa.

1. „Obama – Trump: střídání stráží v Bílém domě“ (4:40)
2. „Tisíce Američanů demonstrují proti Trumpovi“ (1:20)
3. „Herci a zpěváci Donalda Trumpa většinou odmítají“ (1:45)
4. „Vítězství Trumpa rozděluje českou politickou scénu“ (2:15)
5. „Krok od tragédie: ke srážce vlaků chybělo 100 metrů“ (1:25)
6. „Červenou na trati letos ‚nevidělo‘ 77 strojvedoucích“ (1:50)
7. „Magazín Prásk sledujte dnes po ‚Ordinaci‘“ (1:05)
8. „OKD podala žalobu na NWR a na Bakalu“ + „Sněmovní komise opět vyslechla exšéfa ÚOOZ“ + „S vyčištěním Vrbetic pomůže nový stroj“ (1:00)
9. „Oprava připraví turisty na 2 roky o pražský Orloj“ (1:40)
10. „První větší sněžení a mráz, první větší komplikace“ (2:45)
11. „Policie hledá podvodníka s jizvou na krku“ (1:35)
12. „Ivana Jirešová se definitivně rozvedla“ + „Operní pěvkyně prozradila jméno potomka“ + „Nenechte si ujít další díl Ordinance“ (0:50)
13. „Husy na talíři: svatomartinské oslavy se blíží“ (1:40)
14. „Derby velikánů už dnes v noci na Nova Sport 2“ (1:45)
15. „Soud potrestal dva muže za únos dcery podnikatele“ (1:45)
16. „Brněnští vědci vyvinuli umělé mechanické plíce“ (1:35)
17. „Výměna manželek: jak žijí aktéři včerejšího dílu?“ (1:50)
18. „Vězni si budou moci zavolat domů levněji“ (1:45)
19. „Volby do senátu v Mostu se budou znovu opakovat“ (0:55)
20. „Evropská komise prošetřuje České dráhy“ (1:35)

21. *pozvánka na pořad Vaše téma, který se bude zabývat americkými volbami (1:25)*

22. *„Útočníci vhodili granát na ambasádu v Řecku“ + „Na vídeňském letišti našli novorozeně“ + „Princ Charles nakupoval na tradičním tržišti“ (0:50)*

23. *„Hasiči zachránili poníka spadlého do zahradní jímky“ (1:30)*

Dva dny po amerických prezidentských volbách byla v Televizních novinách tématu věnována čtvrtina z celkového času relace, tedy deset minut ze čtyřiceti. Navíc byly věnovány necelé dvě minuty pozvánce a ukázce z pořadu Vaše téma, jež se bude tématu věnovat podrobněji.

Patrná byla tendence vystihnout spokojenost a nespokojenost s volbami nejen občanů Spojených států amerických, ale např. i významných českých politických představitelů. Ve snaze poukázat na obě stanoviska byli v reportážích představováni v první řadě odpůrci Donalda Trumpa, ale nechybělo ani představení jeho příznivců. Nicméně se zde otevřelo téma, které bude rezonovat médií i v dalších dnech – téma ostrých protestů proti Donaldu Trumpovi, které v největší míře vypukly pochopitelně na území Spojených států amerických.

### **Česká televize – Události**

1. *„Setkání Obamy a Trumpa v Bílém domě“ (1:45)*

2. *„Americké předání moci“ (2:03)*

3. *„Den po volbách“ (1:03)*

4. *„Reakce finančních trhů“ (1:18)*

5. *„Předvolební sliby Donalda Trumpa“ (1:04)*

6. *„Trumpův tým“ (2:00)*

7. *„Neplatné volby na Mostecku“ (2:00)*

8. *„Volby na Mostecku“ (0:40)*

9. *„Žaloba OKD“ (0:20)*

10. *„Pokuta pro farmaceutickou firmu“ (1:53)*

11. *„Aktuální situace v Sýrii“ (1:05)*

12. *„Humanitární centrum pro migranty v Paříži“ (0:22)*

13. *„Baletní Malá mořská víla“ (1:53)*

14. *„Omluva pro Schapira“ (0:28)*

15. *„Budoucnost hnutí STAN“ (1:42)*

16. *„Policejní přípravy 17. listopad“ (2:33)*

17. „Ledovka a nehody na Vysočině“ (0:40)
18. „Smog na Ostravsku“ (1:34)
19. „Pořízek zproštěn obžaloby“ (0:28)
20. „Odvrácená srážka vlaků“ (1:35)
21. „*Tým nového amerického prezidenta*“ (3:08)
22. „*Profil Rudyho Giulianiho*“ (2:07)
23. „*Profil Trumpovy rodiny*“ (2:35)
24. „*Očekávání od prezidenta Trumpa*“ (1:45)
25. „*Kořeny Trumpovy rodiny*“ (1:50)
26. „Jednota ČSSD“ (0:35)
27. „Slovenský prezident na návštěvě v Praze“ (1:27)
28. „Nový hejtman Moravskoslezského kraje“ (0:20)
29. „Čistá mobilita“ (2:24)
30. „Komise k policii vyslechla Šlechtu“ (0:40)
31. „Budoucnost veřejnoprávních médií“ (2:08)

Dvojnásobná stopáž oproti Televizním novinám opět napovídá, že zpravodajský tým České televize přisuzoval zprávám o amerických prezidentských volbách největší prioritu. Tentokrát však nebyly zprávy týkající se Donalda Trumpa umístěny pouze na začátku zpravodajské relace, ale část (přibližně polovina z celkového času) byla vložena až za zprávy z domácího prostředí (a okrajově také ze světa).

Celé zpravodajství otevřeli redaktoři informacemi o setkání D. Trumpa s B. Obamou, které se nad očekávání neslo ve velmi přátelském duchu – na rozdíl od bouřlivých protestů probíhajících v amerických ulicích. Dále byl největší prostor věnován potenciálním budoucím spolupracovníkům nově zvoleného amerického prezidenta a nejbližším osobám z jeho bezprostředního okolí – v první řadě Trumpově rodině. Nechybí ukázky rodinných portrétů, které jsou doplňovány již od pohledu trefným komentářem, že Trump si vždy potrpěl na velmi okázalý luxus a jeho veřejnou demonstraci, dále také výčet Trumpových manželek a představení jeho potomků. Trumpova rodina je v reportáži prezentována jako naprosto stěžejní pro jeho úspěch, protože její členové dokázali vždy kultivovaně umírnovat některé Trumpovy výroky, čímž mohli zvyšovat jeho popularitu.

**11. 11. 2016**

**TV Nova – Televizní noviny**

V úvodním krátkém medailonku už tématu není věnován žádný prostor.

1. „Sobotka vymění ministry Němečka a Dientsbiera“ (3:17)
2. „Čeští sportovci mají problém s daněním příjmů“ (4:24)
3. „Byla to vražda! Smrt holčičky z Hodonínska“ (1:35)
4. „Prezident Zeman se omluvil velvyslanci USA“ (1:47)
5. „Kontroly ČOI letos odhalily více pochybení“ + „Policisté pátrají po vrahovi muže z pražských Košíř“ + „Trhavina v bytě: trojici hrozí 5 let vězení“ (1:00)
6. „*O co miliardář přijde ve funkci prezidenta USA?*“ (2:45)
7. „*Příběh Melanie: z malého města do Bílého domu*“ (1:52)
8. „Ledovka dělala problémy řidičům i stavařům“ (1:42)
9. „Jednání o ničem: poslanci zrušili všechny body“ (1:53)
10. „Zemřel legendární básník a zpěvák Leonard Cohen“ (2:10)
11. „Pojistný podvod: škodu zaplatí pojišťovna“ (1:37)
12. „Válka proti IS: aliance na dosah iráckého Mosulu“ (1:27)
13. „Útok na německou ambasádu v Afghánistánu“ + „Interpol poprvé v historii povede Číňan“ + „Polsko slaví den nezávislosti“ (0:55)
14. „Smlouva snů: Ronaldo zbohatne o 25 miliard“ (1:40)
15. „Chladně počasí: sněhová děla jedou naplno“ (1:45)
16. „Mezinárodní den veteránů uctily děti rekordem“ (1:42)
17. „Společnost OKD podala žalobu na NWR a Bakalu“ (1:50)
18. „Vratislavický rodák F. Porsche má nové muzeum“ (1:48)
19. „Volejte Novu sledujte zítra. Začátek 12:15“ (1:30)
20. „Daman pralesní. Bratranec slona velikosti králíka“ (1:15)

Z amerických prezidentských voleb se stává až šestý a sedmý vstup Televizních novin s celkovou stopáží necelých pět minut. V první reportáži jsme se mohli dozvědět, kterých věcí a činností se Donald Trump jako americký prezident bude muset vzdát a kterými lidmi se ve své funkci pravděpodobně obklopí. Největší pozornost však byla věnována Melanii Trumpové jakožto nové první dámě. Cílem reportáže bylo poukázat na až „pohádkový“ příběh mladé dívky z maloměsta, která se přes Donalda Trumpa

propracovala až do Bílého domu. Nechyběly ani ukázky aktů budoucí první dámy a také byl v reportáži prezentován názor, že Melanie Trumpová „plní úlohu krásného doplňku pro bohatého muže“.

### **Česká televize – Události**

1. „Premiér Sobotka ohlásil změny ve vládě“ (1:05)
2. „Výměna ministrů“ (3:10)
3. „Změny ve vládě“ (3:00)
4. „Kandidáti na ministerské posty“ (1:45)
5. „Reakce na vládní změny“ (2:20)
6. „Prezident Zeman k výměně ministrů“ (1:30)
7. „*Protesty proti Trumpovi*“ (2:14)
8. „*Trumpovy sliby a program*“ (3:13)
9. „*Reakce na zvolení Donalda Trumpa*“ (1:01)
10. „Zeman se skoro omluvil“ (00:26)
11. „Den válečných veteránů“ (2:48)
12. „Britský ministr zahraničí v Praze“ (2:04)
13. „Zemřel Leonard Cohen“ (2:47)
14. „Končí ministr zdravotnictví: Svatopluk Němeček“ (2:45)
15. „Končí ministr pro lidská práva: Jiří Dientsbier“ (1:28)
16. „Personální změny v Sobotkově vládě“ (00:38)
17. „Kandidáti na ministerské posty“ (1:50)
18. „Mimořádná schůze sněmovny k zahraniční politice“ (1:37)
19. „Nové senátorské volby na Mostecku“ (2:06)
20. „Útok na německý konzulát v Afghánistánu“ (00:20)
21. „Protesty v Polsku na den nezávislosti“ (2:22)
22. „Sporné elektronické recepty“ (1:56)
23. „Mimoň má nejkrásnější nádraží“ (00:18)
24. „Napravování justičního omylu“ (1:25)
25. „Zpřístupnění dalších šumavských oblastí“ (1:45)

Rozdíly mezi Událostmi a Televizními novinami se vyrovnávají – Česká televize zařadila reportáže o zvolení Donalda Trumpa americkým prezidentem až na 7.,

8. a 9. místo ve svém vysílání (podobně jako TV Nova), stejně tak 6 a půl minuty stopáže se již tolik neliší od zpravodajství na konkurenční televizní stanici.

Výrazný prostor byl věnován reportáži o demonstracích a nepokojích nespokojených Američanů a dále zamyšlení nad tím, jestli se Donaldu Trumpovi může podařit dodržet své předvolební sliby (vzhledem k tomu, že bude mít skutečně obtížné tyto sliby prosazovat).

## **12. 11. 2016**

### **TV Nova – Televizní noviny**

1. „Nová pravidla. V Česku končí éra levných hypoték?“ (4:25)
2. „Oprava potrubí. Výpary chemikálií zamořily obec.“ (2:00)
3. „Výměna ministrů: kdo jsou „noví koně“ B. Sobotky“ (4:10)
4. „Výměna ministra: lékaři v zásadní změny nevěří“ (1:43)
5. „Popová hvězda Justin Bieber poprvé v Praze“ (1:40)
6. „Pád do světlíku: nezvaný host se těžce zranil“ + „Tragická nehoda: srážka osobních aut v Brně“ + „Požár podkroví vyhnal z pokojů hosty penzionu“ (1:05)
7. „Tisíce Američanů protestují 3. den proti Trumpovi“ + „Donald Trump bude mít v týmu členy své rodiny“ (4:05)
8. „Nebezpečná hra: brněnské děti na oji tramvaje“ (1:30)
9. „Tragická nehoda: srážku 4 vozidel nepřežili 2 lidé“ (1:20)
10. „Žalovaný politik ve vedení firmy vlastněné krajem“ (1:58)
11. „Hudební show ‚Tvoje tvář‘ už zítra po počasí“ (1:20)
12. „Útok na základnu v Afghánistánu. Češi v pořádku“ (1:32)
13. „Lyžařská sezóna v Krkonoších právě začala“ (1:50)
14. „Smrt na stavbě: dělníky otrávil benzínový agregát“ (1:40)
15. „Válka taxikářů: Jablonečákům vadí pražská firma“ (2:00)
16. „Rozsáhlý požár štěpky v areálu družstva“ (1:25)
17. „Dobří andělé pomáhají nemocným lidem“ (2:15)
18. „Výstava stavebnic vrátila rodiče do dob dětství“ (1:20)

Tentokrát byl ve zpravodajství tématu amerických voleb věnován až sedmý vstup s celkovým časem čtyři minuty. Stěžejním bodem byly opět protesty, které na



území Spojených států amerických pokračovaly od zvolení Donalda Trumpa již několikátý den. Za další významné téma byl autorem reportáže považován také fakt, že Donald Trump se ve svém úřadu obklopí i některými členy své rodiny.

### **Česká televize – Události**

1. „Ministerské výměny“ (3:26)
2. „Změny ve vládě“ (2:52)
3. „Rok od útoků v Paříži“ (3:53)
4. „Demonstrace v Soulu“ (00:34)
5. „Česká ekonomika zrychluje“ (2:37)
6. „Investice přes CzechInvest“ (00:50)
7. „Varování před náledím“ (2:10)
8. „Sebevražedný atentát v Afghánistánu“ (00:47)
9. „*Předvolební sliby Donalda Trumpa*“ (1:39)
10. „Nový šéf stomatologické komory“ (00:20)
11. „Pojar dětem“ (2:09)
12. „Přípravy na pochod na památku padlých v Londýně“ (00:39)
13. „H-System“ (2:42)
14. „Cena dříví roste“ (1:58)
15. „Konec Dolu Centrum“ (1:54)
16. „Potravinová sbírka pro potřebné“ (2:01)
17. „Potravinová sbírka v číslech“ (00:35)
18. „Jak probíhá sbírka potravin“ (00:53)
19. „Jak pomáhá darované jídlo“ (1:36)
20. „Školní výuka na staveništi“ (1:55)
21. „Nová pravidla pro telefonování vězňů“ (1:39)
22. „Chaotická výměna peněz v Indii“ (00:21)
23. „Neobvyklé úlovky v Labi“ (2:14)
24. „Idol mladých v Praze“ (1:10)

Česká televize v podstatě ze dne na den opouští problematiku voleb, přesouvá ji v pořadí reportáží až na 9. místo s celkovým časem cca 1:40, což je oproti předcházejícím dnům znatelný rozdíl.

V tomto jediném vstupu bylo znovu probíráno téma Trumpových předvolebních slibů, konkrétně s důrazem na to, že Donald Trump ustupuje od své původně „plamenné rétoriky“, jeho názory a postoje začínají být umírněnější a od některých svých kontroverzních priorit chce do jisté míry ustoupit.

**13. 11. 2016**

### **TV Nova – Televizní noviny**

1. „Schůzka v Lánech: Zeman posvětil výměnu ministrů“ (3:25)
2. „Opilý bezdomovec nepřežil mrazivou noc v centru Prahy“ (1:35)
3. „Nová lyžařská sezóna začala těžkým úrazem“ (1:25)
4. „*Protitumpovské protesty v USA se vyhrocují*“ (1:40)
5. „Vánoční nákupy: kapsářům začíná hlavní sezóna“ (1:55)
6. „Hudební show „Tvoje tvář“ hned po počasí“ (1:35)
7. „Výjimky ze zákona torpédují smysl registru smluv“ (1:30)
8. „Tragický víkend: na silnicích opět umírali lidé“ (1:40)
9. „Oprava potrubí: výpary toluenu zamořily obec“ (1:40)
10. „Recepční hotelu odmítla lupiči vydat peníze“ (1:40)
11. „Francie vzpomíná na oběti loňského útoku teroristů“ (1:37)
12. „Nehoda Pandurů: vyšetřování zatím závěr nepřineslo“ (1:30)
13. živý vstup s reportérkou, pozvánka na Střepiny (1:25)
14. „Conor McGregor žijící legendou zápasů v kleci“ (1:55)
15. „Pražské politiky rozděluje názor na parkovací zóny“ (1:50)
16. „Odložené vraždy: oba pachatelé jsou nepřičetní“ (1:45)
17. „Risk na přejezdu: řidiči výstrahu nerespektují“ (1:55)
18. „Příkaz k demolici dolu Frenštát soud zrušil“ (1:35)
19. „Nový Zéland zasáhlo silné zemětřesení“ + „Irácká armáda osvobodila město Nimrud“ + „Ve Vysokých Tatrách zemřel český turista“ (0:45)
20. „Zbytečný autobus: prodělečnou linku není možné zrušit“ (1:30)

V pořadí reportáží se sice americké prezidentské volby posunuly na čtvrtou příčku, nicméně tématu byla věnována již jen jedna minuta a čtyřicet vteřin a hlavním tématem byly opět protesty proti nově zvolenému prezidentovi. Později v Televizních

novinách jsme mohli sledovat ještě živý vstup s reportérkou z publicistického pořadu Střepiny, která avizovala, že nejbližší vydání pořadu se bude zabývat výhradně volbami nového amerického prezidenta.

### **Česká televize – Události**

1. „Výměny ve vládě“ (6:20)
2. „Rok od teroristických útoků v Paříži“ (2:11)
3. „Osvobození města Nimrúd“ (0:19)
4. „Počet prostonaných dnů“ (1:49)
5. „Klíčová jména ve vládě Donalda Trumpa“ (1:59)
6. „Donald Trump a NATO“ (0:59)
7. „Národní potravinová sbírka 2016“ (0:30)
8. „Pohled do potravinové banky“ (0:49)
9. „Pochod za padlé vojáky a veterány“ (2:21)
10. „Zemětřesení na Novém Zélandu“ (0:19)
11. „Amadeus živě“ (2:12)
12. „Výdaje na obranu“ (0:39)
13. „Nové útočné pušky pro armádu“ (2:06)
14. „V Tatrách zemřel Čech“ (0:16)
15. „Rekvalifikační kurzy pro vězně“ (1:58)
16. „Lesům České republiky klesá zisk“ (0:25)
17. „Přísnější pravidla pro nezkušené řidiče“ (2:33)
18. „Žlutá záře nad Frýdlantskem“ (2:58)
19. „Mezinárodní spory“ (0:51)
20. „Varování před ekologickou katastrofou na Labi“ (2:43)
21. „Protesty zubařů“ (0:14)
22. „Slovensko-čínské vztahy“ (2:30)
23. „Vzpomínka na Josefa Václava Radeckého“ (0:24)
24. „Málo ovoce na pálenky“ (1:47)
25. „Pohled na K2 z dronu“ (1:52)

Poslední den zkoumaný v rámci analýzy si téma nově zvoleného amerického prezidenta ve zpravodajství České televize udrželo téměř stejnou pozici v pořadí reportáží a byly mu věnovány tři minuty.

Tentokrát byl největší prostor věnován osobám, kterými se Donald Trump plánuje jako prezident obklopit, dále jeho vztahu k NATO a okrajově byly opět zmíněny mohutné protitrumpovské protesty a jeho nepopulární kontroverzní plány do budoucna.

## 7.1 Závěry vyplývající z analýzy

Podobně jako v případě sledovaných tištěných médií můžeme jasně vyvodit, že obě analyzované zpravodajské relace umísťovaly zprávy týkající se amerických prezidentských voleb na přední místa ve svém vysílání, u celkové stopáže věnované tomuto tématu ale nemůžeme vyvodit jednoznačný závěr, protože čas věnovaný volbě nového amerického prezidenta se v jednotlivých dnech výrazně lišil (a zároveň docházelo v některých dnech k výrazným rozdílům mezi jednotlivými stanicemi).

Den před volbami jsme v Televizních novinách mohli sledovat pouhou zmínku o této blížící se události, zatímco v Událostech bylo americkým volbám vyčleněno přes 8 minut (což není z celkové stopáže 45 minut zanedbatelný čas). Mnohem výraznější rozdíl však nastal o den později (tedy v den samotné volby), kdy TV Nova tématu opět nevěnovala příliš velkou pozornost, zatímco Česká televize se stopáží blížila téměř k polovině celkového vysílacího času Událostí.

Ze dne po volbách bohužel nemám vzhledem k technické chybě k dispozici přesné časové údaje ze zpravodajství České televize, nicméně spolehlivě lze říct, že obě stanice se tématu věnovaly téměř po celou dobu svého zpravodajství. Ještě 10. listopadu pak obě televizní stanice měly téma voleb jako stěžejní, nicméně znovu se objevily výrazné rozdíly – TV Nova volbám věnovala 10 minut, Česká televize přibližně dvakrát více. O den později se přístup obou stanic znovu vyrovnal, ani v jednom zpravodajství už nebyly volby umístěny na začátek relace a v obou jim byl věnován téměř shodný čas (mezi 6 a 7 minutami, což je stále poměrně vysoké číslo).

12. listopadu již obě stanice nevěnovaly volbám tak veliký prostor (poprvé se volbami zabývala o něco více TV Nova) a 13. listopadu byla situace v podstatně shodná

jako o den dříve, jen se role vyměnily a o něco více jsme se o volbách mohli doslechnout ve zpravodajství České televize.

V otázce bulvárnosti obou stanic nepřinesla analýza žádná velká překvapení. Obě stanice se snažily své zpravodajství odlehčit i méně seriózními zprávami týkajícími se v první řadě soukromí zmiňovaných osob, což je v dnešní době poměrně častý jev. TV Nova však projevila jako soukromoprávní stanice oproti České televizi více bulvárních rysů (např. zveřejnění aktů Melanie Trumpové, reportáž o jejím „pohádkovém příběhu“ atd.). Na druhou stranu Česká televize se sice vyvarovala těchto ryze bulvárních záležitostí, ale některé reportáže a slovní obraty v nich vyznívaly tak dramaticky, že často balancovaly na hraně seriózního emocemi nezabarveného zpravodajství.

V některých reportážích (především v Událostech České televize) mi připadalo, že u Donalda Trumpa jsou oproti Hillary Clintonové v divácích vyvolávány spíše negativní konotace, ale tento jev nebyl tak častý. Zanedlouho pak ale Rada pro rozhlasové a televizní vysílání vydala prohlášení, že Česká televize ve svém pořadu Americká volební noc stranila kandidátce Hillary Clintové, čímž porušila zákon: „ČT podle rady odvysílala nevyvážené a neobjektivní zpravodajství, během něhož docházelo k nadržování jedné straně, zejména soustavnou a zcela jednostrannou kritikou jen jednoho z kandidátů na amerického prezidenta.“<sup>83</sup> Je tedy pravděpodobné, že Česká televize v některých případech nedodržovala požadavek objektivity ani ve svém hlavním zpravodajství. Tento názor mj. opětovně vyslovil i prezident Miloš Zeman (např. Prima 16. 11. 2017).

---

<sup>83</sup> Česká televize podle vysílací rady nadržovala během voleb Clintonové. *LIDOVKY.cz* [online]. [cit. 2017-10-30]. Dostupné z: [https://www.lidovky.cz/ceska-televize-podle-televizni-rady-nadrzovala-clintonove-pot-/zpravy-domov.aspx?c=A170112\\_162758\\_ln\\_domov\\_ele](https://www.lidovky.cz/ceska-televize-podle-televizni-rady-nadrzovala-clintonove-pot-/zpravy-domov.aspx?c=A170112_162758_ln_domov_ele)

## 8. Závěr

Působení médií na život jednotlivce i celé společnosti je tak rozsáhlé, že zabývat se tématy s médii spojenými má jistě své opodstatnění. Každý člověk by měl chápat, jak mohou média ovlivňovat jeho nazírání na určité problémy a jak mohou vůbec spoluutvářet jeho celkový pohled na svět a na to, co považuje za důležité. V této práci bylo poukázáno na to, že takový vliv média skutečně mají a že vzhledem k jejich současnému vývoji (bulvarizace, snížená míra objektivity, kladení důrazu na odlišné funkce oproti minulosti atd.) mohou být tyto dopady na společnost částečně negativní.

Na tyto aspekty bylo nejvíce poukazováno v praktické části této práce, která sloužila k potvrzení (či vyvrácení) stanovených hypotéz. Americké prezidentské volby byly pro tyto potřeby „vděčným“ materiálem, protože se vzhledem ke své důležitosti jedná o jednu z mediálně nejsledovanějších světových událostí, takže bylo od počátku jisté, že k dispozici bude dostatek materiálu potřebného k dané analýze.

Ze závěrů praktické části této práce vyplynulo, že téma amerických voleb mělo ve zkoumaných médiích skutečně výsadní postavení, nicméně nelze říct, že ve všech médiích byl tématu věnován shodný prostor – z analyzovaných deníků se volbám ve vymezeném období nejvíce věnovaly Hospodářské noviny (37 stran ze 114), na pomyslném druhém místě to byla Mladá fronta DNES (22 stran ze 132) a nakonec deník Právo (19 stran ze 132). Bylo také zřejmé, že v některých případech se deníkům nepodařilo zachovat úplnou nestrannost a jakožto seriózní tisk se neubránily ani bulvárním obsahům (podrobněji viz kapitola 6.3).

Podobné výsledky bylo možné vypořádat u obou sledovaných televizních stanic – obě zpravodajské relace věnovaly volbám ze svého vysílacího času výraznou část (9. 11. 2017 byly do *Televizních novin* TV Nova zařazeny pouze tři reportáže týkající se „nevolebních“ témat, v případě *Událostí* České televize to bylo pět reportáží), nicméně v celkovém součtu za celé sledované období byl tento prostor větší u České televize. Při analýze se také potvrdila hypotéza, že TV Nova uveřejní více bulvárního obsahu než Česká televize. V případě kritéria objektivity a nestrannosti bylo v práci poukázáno na nepřiliš objektivní jednání České televize (viz kapitola 7.1).

Jak vyplývá z předchozích odstavců, médiím se skutečně podařilo nastolit agendu a udělat z voleb amerického prezidenta téma číslo jedna i v České republice (což

mi mimo jiné potvrdilo i to, že jako učitelka jsem si ve škole všimla, že ve dnech bezprostředně kolem voleb byly tyto volby častým tématem rozhovorů a otázek velké části žáků – a to počínaje těmi nejmenšími na 1. stupni). Zde musíme vzít v potaz samozřejmě také úlohu rodiny a nejbližšího okolí dětí – nemám důkazy, že by žáci měli informace přímo z médií – ale i v případě, že by je měli z rodinného prostředí, můžeme vycházet z předpokladu, že dané informace z médií pocházejí alespoň původně.

Jako učitelka jsem se také zamýšlela nad možným didaktickým využitím této práce (případně typově podobných prací). Práce se dá využít k vytvoření nejrůznějších aktivit pro hodiny občanské výchovy (respektive základů společenských věd), českého jazyka a samozřejmě také pro výuku průřezového tématu věnovaného mediální výchově. V těchto hodinách se dá například pracovat s některými novinovými články, ze kterých je patrné nedodržování objektivit, a dále je možné poukázat na články bulvárního charakteru, které se v oficiálně seriózních denících objevily (viz kapitola 6).

Co se týká televizního zpravodajství, situace je u jeho využití k vyučování poněkud složitější, protože práce s ním je náročnější časově a navíc jsou zde určité technické požadavky, ale možností by bylo například pustit reportáže odlišných televizních stanic týkající se stejného tématu a snažit se vysledovat, zda se některá stanice opět nedopouští neobjektivit, případně snahy vyvolávat senzaci apod.

I z toho důvodu, že je pro mě práce tímto způsobem dále využitelná, považuji za velmi přínosné, že jsem se rozhodla pro její napsání.

## 9. Seznam použitých informačních zdrojů

- BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: Od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3028-8.
- Bulvarizace českých médií*. Praha: Medias res, 2016. ISBN 978-80-87957-08-0.  
(sborník)
- HOFFMANNOVÁ, Jana, ČMEJRKOVÁ, Světlá, ed. *Jazyk, média, politika*. Praha: Academia, 2003. ISBN 80-200-1034-3.
- JANDA, Kenneth, Jeffrey M. BERRY, Jerry GOLDMAN a Earl HUFF. *Výzva demokracie: Systém vlády v USA*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1998. ISBN 80-85850-54-0.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-3.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.
- JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ. *Politická komunikace a média*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2000. ISBN 80-246-0182-6.
- KŘEČEK, Jan. *Politická komunikace: Od res publica po public relations*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-3536-8.
- MCCOMBS, Maxwell. *Agenda setting*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.
- MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím*. Praha: Odeon, 1991. ISBN 80-207-0296-2.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.
- REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.
- RŮŽIČKA, Vladimír. *Politika a média v konzumní společnosti*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3667-9.
- SEKOT, Aleš. *Sociologie v kostce*. Brno: Paido, 2006. ISBN 978-80-7315-126-3.
- URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3563-4.



Deník Hospodářské noviny

Deník Mladá fronta DNES

Deník Právo

Zákon č. 231/2001 Sb. (zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání)

*LIDOVKY.cz* [online]. Dostupné z: <https://www.lidovky.cz/>

*Portál veřejné správy: Zákony* [online]. Dostupné z:

<https://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=51457&nr=231~2F2001&rpp=15#local-content>

*Mediální skupina mafra* [online]. Dostupné z: <http://www.mafra.cz/>

*Televizní noviny TV Nova*

*Události České televize*