

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2012-2014

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Andrea Košťálová

**Volební kampaně a strategie kandidátů v prvních přímých
volbách prezidenta v České republice**

Praha 2014

Vedoucí diplomové práce: PhDr. Stanislav Hampel

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MATER FULL-TIME STUDIES

2012 - 2014

BACHELOR THESIS

Andrea Košťálová

**Campaigns and Strategies of Candidates in The First Direct
Presidential Elections in The Czech Republic**

Prague 2014

The Mater Thesis Work Supervisor:

PhDr. Stanislav Hampl

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Andrea Košťálová

Poděkování

Chtěla bych poděkovat vedoucímu své diplomové práce PhDr. Stanislavu Hamplovi za jeho ochotu při konzultacích a pečlivé věnování se každému detailu mé práce. Mé poděkování patří i RNDr. Jaroslavu Hukovi, CSc. za jeho konzultace a všem váženým respondentům, kteří si udělali čas na hloubkové rozhovory pro tuto práci.

Anotace

Tato diplomová práce se věnuje prezidentské volbě v naší zemi se zaměřením na první přímou volbu v České republice v roce 2013. Kromě ústavního postavení prezidenta republiky od historie po současnost a veškerých prezidentských voleb na našem území od 1. republiky je zde především rozebráno pozadí celé přímé prezidentské volby, včetně jejího ústavního prosazení, průběhu a především pak kampaní a faktorů, které ovlivňovaly voliče při jejich rozhodování.

Klíčová slova

Karel Schwarzenberg, média, Miloš Zeman, politická kampaň, politické debaty, politický marketing, prezident, předvolební průzkumy, přímá volba prezidenta, sociální sítě, volby, volič.

Annotation

This master's thesis focuses on the 2013 presidential election, the first direct election in the Czech Republic, including the background of this direct election, its enactment and especially the campaigns and factors that influenced voters in their decision. Additionally, this thesis will examine the historical constitutional position of the Czech presidency and all Czech presidential elections since the First Republic.

Key words

Election polls, elections, Karel Schwarzenberg, media, Miloš Zeman, political campaign, political debate, political marketing, president, social networks, the direct election of the president, voter.

OBSAH

ÚVOD	9
TEORETICKÁ ČÁST	11
1 Ústavní postavení prezidenta v České republice	11
1.1 Politický systém České republiky	11
1.2 Kompetence prezidenta České republiky	12
1.3 Ústavní postavení prezidenta od historie po současnost	13
1.4 Názory veřejnosti na postavení prezidenta.....	15
1.5 Postavení a funkce prezidenta v sousedních zemích	19
2 Volby prezidenta do roku 1989.....	23
3 Prezidentské volby po listopadu 1989.....	28
3.1 Kampaně v nepřímé prezidentské volbě	32
3.2 Způsob volby	34
3.3 Historie přímé volby	35
4 Přímá volba prezidenta	37
4.1 Legislativní změna	38
4.2 Nominace kandidátů	39
4.3 Devět prezidentských kandidátů.....	41
4.4 První kolo přímé prezidentské volby	47
4.5 Druhé kolo přímé prezidentské volby	49
4.6 Předvolební průzkumy	49
4.7 Prezidentské kampaně.....	54
PRAKTICKÁ ČÁST.....	67
5 CÍLE, METODIKA A HYPOTÉZY	67

5.1	Respondenti pro hloubkové rozhovory	68
6	Tematické okruhy	73
6.1	Zhodnocení kampaní kandidátů před 1. a 2. kolem volby	73
6.2	V čem byly prezidentské kampaně na poli politických kampaní u nás nové	80
6.3	Hlavní důvody propadu favorizovaného kandidáta Jana Fischera	83
6.4	Role médií	85
6.5	Role politických debat	90
6.6	Role předvolebních průzkumů.....	93
6.7	Nejdůležitější prvky a momenty kampaně Karla Schwarzenberga	94
6.8	Hlavní důvody vítězství Miloše Zemana	97
7	Diskuse.....	100
	ZÁVĚR	104
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	106
	SEZNAM TABULEK	116
	SEZNAM GRAFŮ.....	116
	SEZNAM PŘÍLOH	116

ÚVOD

Post prezidenta republiky je v naší zemi už od dob první republiky něčím naprosto jedinečným. Národ k prezidentovi vzhlíží jako k ochránci národa. Jako k někomu, kdo se za naši zem postaví, když bude nejhůře, tak jako jsou v pověstech například popisováni ochranitelští Blaničtí rytíři. Vzhledem k historickým skutečnostem, kdy byl český národ veden rukou nejrůznějších monarchů, je právě prezident České republiky jakýmsi symbolickým pokračovatelem této tradice. Jeho funkce by měla být vzhledem k ústavě především symbolická a reprezentativní. Přesto jsou na něj kladeny velké nároky a očekávání z řad veřejnosti a naopak jsou od něj očekávány co nejmenší zásahy do zákonodárné moci ze strany našich politiků.

Erik Tabery se na obalu své knihy „Hledá se prezident“ k této jedinečné funkci vyjadřuje takto: „*S žádnou veřejnou funkcí si Češi nespojují taková očekávání, jako s prezidentským úřadem. Prezident má být nejmoudřejším, nejváženějším, zkrátka nejlepším mužem státu.*“¹ Neméně velkou důležitost prezidentskému úřadu připisuje i autor další knihy zabývající se historií českých prezidentů Lubor Budinský: „*Československý – a dnes už pouze český – prezident navazuje na tradici českých králů. Má prezidentskou standartu, obývá Pražský hrad, disponuje právem milosti. Stejně jako měl své heslo v erbu král, používá také prezident jakési národní motto. V našem případě Husův a Masarykův oblíbený slogan „Pravda vítězí“.*“²

V České republice proběhla v lednu roku 2013 historicky první přímá volba prezidenta. Momenty, které volbě předcházely, se navždy výrazně zapíší do historie naší země. Po přímé volbě hlavy státu toužilo obyvatelstvo České republiky už několik let. Alespoň to dokládají průzkumy veřejnosti, ve kterých se pro přímou volbu prezidenta kladně vyjadřovalo až 80 % dotázaných. Byla ale Česká republika připravená na tak zásadní krok už právě v roce 2013? Je vůbec naše země se svou tradicí, politickým systémem a ústavou vhodným kandidátem pro přímou volbu prezidenta? Ať už byla Česká republika připravená na takovou změnu nebo ne, přímá

¹TABERY, E. *Hledá se prezident: Zákulisí voleb hlavy státu*. 1.vyd. Praha: Respekt Publishing, a.s., 2008, s. 1-2. ISBN 978-80-903766-7-0

²BUDINSKÝ, L. *Jedenáct prezidentů*. 1. vyd. Praha: Knižní klub, 2013, s 5. IBSN 978-80-242-3909-5

²BUDINSKÝ, L. *Jedenáct prezidentů*. 1. vyd. Praha: Knižní klub, 2013, s 5. IBSN 978-80-242-3909-5

volba prezidenta opravdu na začátku roku 2013 proběhla a vzešel z ní vítězně jedenáctý prezident České republiky (počítáme-li i prezidenty Československa) - Miloš Zeman.

Zpočátku to vypadalo, že přímá volba prezidenta České republiky nepřitáhne, i přes údajné velké procento těch, co ji chtěli, velký zájem veřejnosti. V období před prvním a zejména potom před druhým kolem volby se ale ukázalo, že opak je pravdou. Přímá volba strhávala oči okolních zemí na naši republiku mnohem více, než kdykoli jindy. Ať už díky bizarním kandidátům, jakým byl například Vladimír Franz, neboli Avatar, jak ho díky jeho modrému tetování v obličejí přejmenovala média, nebo díky kampaním, které by se v určitých ohledech, zejména zapáleností volebních týmů a angažovaností médií, daly srovnávat s volbou prezidenta Spojených států amerických. Tím hlavním na první přímé volbě prezidenta České republiky bylo ale to, že se veškerý zájem jindy poměrně klidného národa upřel na tento nelítostný prezidentský boj plný emocí, který zejména po prvním kole rozdělil republiku na dva tábory. Ty nejenže navzájem neposlouchaly své argumenty a neuznávaly volbu toho druhého, ale navíc ostře vystupovaly proti těm, kdo zrovna jejich názor a volbu nesdílel. V České republice, tehdy více než kdy jindy, platilo rčení: „Kdo není s námi, je proti nám.“ Veškerá společenská konverzace českých občanů, ať už v tramvaji, na perónech v metru, či v hospodách, se omezila na jediné téma: kdo má být naším prvním českým přímo zvoleným prezidentem. I když ve výsledku nebyla volební účast tak ohromující, jak se mohlo podle zapálenosti veškerých debat okolo této volby předpokládat, dala Miloši Zemanovi dostatečně velký mandát na vstup do jeho nové funkce se vztyčenou hlavou a pocitem moci.

Tato diplomová práce se bude zabývat tím, co stálo za konečným výsledkem první přímé prezidentské volby v České republice. Zaměří se na specifika kampaní na prezidentský post a na veškeré události a okolnosti, které volbu českých občanů ovlivňovaly. Za pomoci pohledů několika odborníků se tato práce pokusí určit příčinu úspěchu některých a naopak neúspěchu jiných kandidátů.

TEORETICKÁ ČÁST

1 ÚSTAVNÍ POSTAVENÍ PREZIDENTA V ČESKÉ REPUBLICE

Už první československý prezident Tomáš Garrigue Masaryk vtiskl prezidentskému úřadu rozměr, který v mnohém přesahoval význam královských rodů v monarchiích. Masaryka totiž nepřivedlo k vládě dědičné právo, ale vlastní pracovitost. Tím jeho význam u veřejnosti stoupal. Stal se přirozeným vůdcem, autoritou, duchem i miláčkem a otcem národa. Právě historicky první prezident naší země vtiskl tomuto úřadu jedinečnost a jeho nositeli odpovědnost k této funkci. V knize „Hledá se prezident“ se můžeme dočíst, že slovenský poslanec Karol Anton Medvecký pronesl už v roce 1920 při sestavování zákona o volbě hlavy státu výrok, že prezidentem musí být vždy „nejdokonalejší syn republiky“.³

Obecně platí, že Češi ke svým prezidentům chovají velmi silné emoce. Někteří je milují, jiní je nenávidí, ale jen málokomu jsou lhostejní. I teď, téměř sto let od zvolení prvního prezidenta T. G. Masaryka, jsou názory na to, jakými pravomocemi by měl prezident disponovat a jaký by měl přesně být, různé. Jako příklad můžeme uvést zděšení české veřejnosti po masivním udělování amnestií Václavem Klausem před odchodem z funkce, nebo výroky a zásahy do politické sféry po nástupu Miloše Zemana. Má na tohle prezident právo? Je prezident monarchou? Je spíš politikem, nebo úředníkem? Má být straník, anebo naopak nestranná osobnost? Otázek je celá řada, ale jasných odpovědí se nám ani teď, rok po první přímé prezidentské volbě, nedostává.

1.1 Politický systém České republiky

Česká republika je parlamentní demokracií. Jejím nejvyšším zákonem je Ústava České republiky společně s Listinou základních práv a svobod. Ústava ve své současné podobě platí od 1. ledna 1993, tedy od vzniku samostatného českého státu, který vznikl

³TABERY, E. *Hledá se prezident: Zákulisí voleb hlavy státu*. 1.vyd. Praha: Respekt Publishing, 2008, s. 8-9. ISBN 978-80-903766-7-0

rozdělením Československa. Moc je v České republice rozdělena na tři na sobě nezávislé složky: moc zákonodárnou (Parlament ČR), moc výkonnou (vláda ČR a prezident republiky) a moc soudní.⁴

Česká republika navázala svou konstitucí na tradice první Československé republiky. Parlamentní vládní systém se etabloval ve většině západních industriálních společností a zavedly jej také všechny středoevropské postkomunistické země.⁵ Parlamentní vládní systém se běžně vyznačuje ústředním mocenským postavením parlamentu. Až do nedávné změny legislativy a první přímé prezidentské volby byl parlament jediným ústředním ústavním orgánem volený lidem, tedy s přímou demokratickou legitimitací.⁶ Dnes už mocí „z vůle lidu“ disponuje i prezident České republiky.

1.2 Kompetence prezidenta České republiky

Ústava České republiky propůjčuje úřadu prezidenta republiky na parlamentní systém relativně rozsáhlé kompetence. Poměrně silné postavení hlavy státu však nezpochybnuje parlamentní charakter českého vládního systému.

S ohledem na českou ústavní tradici, která připisuje úřadu prezidenta republiky vysokou autoritu, zůstává hlavě státu role arbitra při konfliktech mezi největšími ústavními orgány a některé další významné, autonomně vykonávané ústavní kompetence.

Prezidentu republiky náleží právo suspenzivního veta vůči parlamentu. Je tedy oprávněn odmítnout podepsaný zákon a vrátit jej zpátky k projednání parlamentu. Prezident jmenuje po volbách za souhlasu parlamentní většiny nového předsedu vlády a může v určitých krizových situacích rozpustit Poslaneckou sněmovnu. Není parlamentu odpovědný za své politické činnosti a také jím nemůže být odvolán. Tato

⁴MINISTERSTVO ZAHRANIČÍ. *Česká republika – oficiální web ČR*. [online]. © 25. 1. 2010 [cit. 10. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Objevte-CR/Fakta-o-CR/Politika/Politicky-system-Ceske-republiky>

⁵NOHLEN, D. *Wörterbuch Staat und Politik*. Piper, 1998, s. 493. ISBN 3-89331-341-9

⁶VODIČKA, K. a L. CABADA. *Politický systém České republiky: Historie a současnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 243. IBSN 80-7178-718-3

stabilní pozice je nezbytná pro jeho hlavní reprezentativní funkci, tedy ztělesňovat dovnitř a navenek integritu státu a vystupovat jakožto symbol státní kontinuity.⁷

Prezident není nikomu z výkonu své funkce odpovědný a je odpovědný pouze za ústavní delikt velezrady. Během svého funkčního období nemůže být odvolán, přičemž volební období prezidenta republiky trvá pět let a do funkce může být tentýž kandidát zvolen maximálně dvakrát za sebou. Prezident republiky vykonává své pravomoci zčásti samostatně a částečně v součinnosti s vládou.

Mezi samostatné pravomoci prezidenta republiky patří například jmenování a odvolávání předsedy a dalších členů vlády, jmenování soudce Ústavního soudu, předsedy Nejvyššího soudu, prezidenta a vice prezidenta Nejvyššího kontrolního úřadu a členů Bankovní rady České národní banky. Dále má prezident právo zastavit trestní řízení konkrétní osoby, nebo promíjet či zmírňovat tresty uložené soudem.

Další oblast kompetencí prezidenta zahrnuje ústavní pravomoci, které vykonává v součinnosti s předsedou vlády. Rozhodnutí hlavy státu v této oblasti potřebují spolupodpis předsedy vlády nebo jím pověřeného člena vlády. Patří sem sjednávání a ratifikace mezinárodních smluv, jmenování soudců, generálů a velvyslanců, nebo vyhlašování voleb do senátu a do poslanecké sněmovny. Kromě toho prezident vykonává funkci vrchního velitele ozbrojených sil.

Prezident má, jako hlava státu, právo účastnit se schůzí obou komor Parlamentu a musí mu při nich být uděleno slovo, kdykoli o něj požádá.⁸

1.3 Ústavní postavení prezidenta od historie po současnost

Samostatné Československo se od samého počátku vyvíjelo jako demokratická země s republikánským zřízením. Příprava ústavy trvala víc než rok a v mezidobí prošel politický a ústavní systém několika změnami. Zásadní úpravy byly provedeny po Masarykově návratu z Ameriky. Ten prosazoval právě americký prezidentský model, který byl ovšem nepřijatelný pro domácí politiky. Výsledkem byl kompromis - parlamentní demokracie. V té byly na jedné straně zvýrazněny pravomoci

⁷VODIČKA, K. a L. CABADA. *Politický systém České republiky: Historie a současnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 243-244. IBSN 80-7178-718-3

⁸Tamtéž, s. 556-558.

prezidenta, na straně druhé pak velká politická i hospodářská moc politických stran. Tento model se odrazil také v textu ústavy, která byla přijata 29. února 1920.⁹

Vysoká osobní autorita T. G. Masaryka a inspirace francouzskou ústavou vedly k tomu, že prezident Československé republiky byl v rámci dělby moci vybaven poměrně rozsáhlými kompetencemi. Nebyl pouze reprezentativní figurkou, nýbrž aktivním politikem. Funkcí prezidenta bylo zastupování státu navenek, sjednávání a ratifikace mezinárodních smluv nebo přijímání a pověřování vyslanců. Pouze prezident měl právo vyhlásit válečný stav a za určitých okolností mohl rozpustit obě dvě komory Národního shromáždění. Také disponoval právem suspenzivního veta v zákonodárném procesu a mohl tedy s připomínkami vrátit parlamentu schválené zákony. Zároveň prakticky nenesl trestní zodpovědnost a mohl být stíhán pouze za velezradu.¹⁰

Nástupcem a jakýmsi pokračovatelem demokratických nadějí a myšlenek T. G. Masaryka byl Edvard Beneš. Tomu ale, na rozdíl od jeho předchůdce, nebylo umožněno nést tuto pomyslnou demokratickou vlajku dlouho. Podpisem Mnichovské dohody byla myšlenka demokracie a svobody a stejně tak i fungujícího parlamentního systému v čele s prezidentem na dlouhou dobu ztracena.

Následovalo období protektorátu Čechy a Morava, kdy byl prezidentem Emil Hácha a jeho funkce oficiálně zněla státní prezident. Ani on a ani jeho nástupci až do Sametové revoluce roku 1989 nenaplnňovali a neplnili svoji prezidentskou funkci svobodně a v demokratickém duchu. Jejich kroky i prezidentské pravomoci byly odvozovány od toho, kdo zrovna nad naší republikou držel vládnoucí ruku, ať už to bylo nejprve nacistické Německo, nebo později komunistické Rusko. Podrobné rozebírání jejich prezidentských pravomocí tak nemá pro tuto práci hlubší význam.

Pozastavme se tak až u pravomocí a prezidentského úřadu posledního československého a prvního českého prezidenta Václava Havla. Po jeho zvolení získal prezidentský úřad opět vážnost i pravomoci hodné svobodné demokratické země. Po jeho zvolení koncem ledna 1993 nebyla zpočátku pozice prezidenta stabilizována a prezident hledal konkrétní obory své působnosti a účinné prostředky výkonu svých pravomocí. Ústřední otázkou bylo nové definování vztahu hlavy státu k politickým

⁹VODIČKA, K. a L. CABADA. *Politický systém České republiky: Historie a současnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 22-23. IBSN 80-7178-718-3

¹⁰Tamtéž, s 18.

stranám, vládě a veřejnosti.¹¹ Principy, které byly za jeho funkčního volebního období pro funkci prezidenta stanoveny, platí s menšími úpravami i dnes.

1.4 Názory veřejnosti na postavení prezidenta

K popsání názorů veřejnosti na postavení a funkce prezidenta České republiky nám mohou posloužit průzkumy od dvou renomovaných agentur zabývajících se sociologickými výzkumy – STEM a Centra pro výzkum veřejného mínění - CVVM.

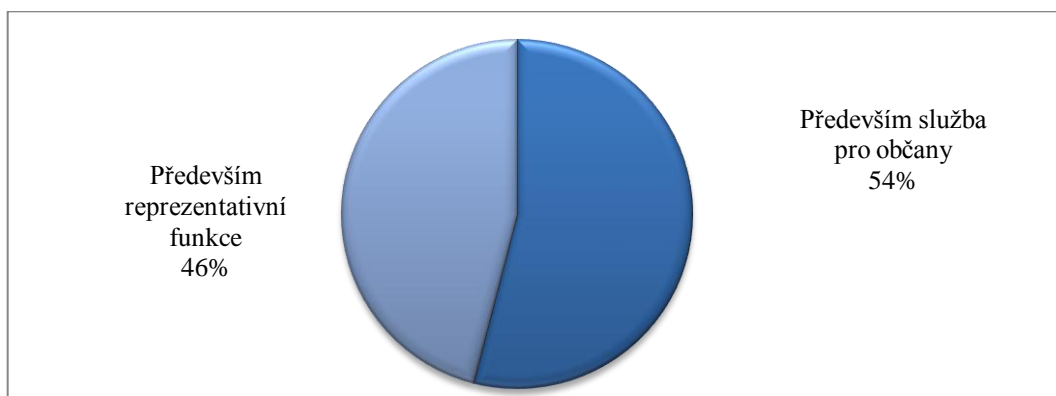
Výzkum společnosti STEM

Jako první uvedeme výzkum agentury STEM z období října 2012, zabývající se problematikou role prezidenta republiky. Citované výsledky pocházejí z výzkumu provedeného na reprezentativním souboru obyvatel České republiky starších osmnácti let, který se uskutečnil ve dnech 24. září – 2. října 2012. Respondenti byli vybíráni metodou kvótního výběru. Na otázky odpovídal soubor 1061 respondentů.

Z výzkumu vyplývá, že představy veřejnosti o některých attributech prezidentské funkce nejsou zcela jasné. Mírná většina, tedy 54 %, považuje prezidentskou funkci především za službu pro občany, necelá polovina, tedy 46 %, se potom domnívá, že naopak plní spíše reprezentativní funkci. Podobně mírně nadpoloviční většina občanů, tedy 53 %, vidí roli prezidenta spíše v nezasahování do sporů vlády a opozice a v dohledu na dodržování pravidel soupeření. Veřejnost je dále rozdělena do dvou početně vyrovnaných táborů v názoru na orientaci prezidenta na aktuální či nadčasové politické otázky.

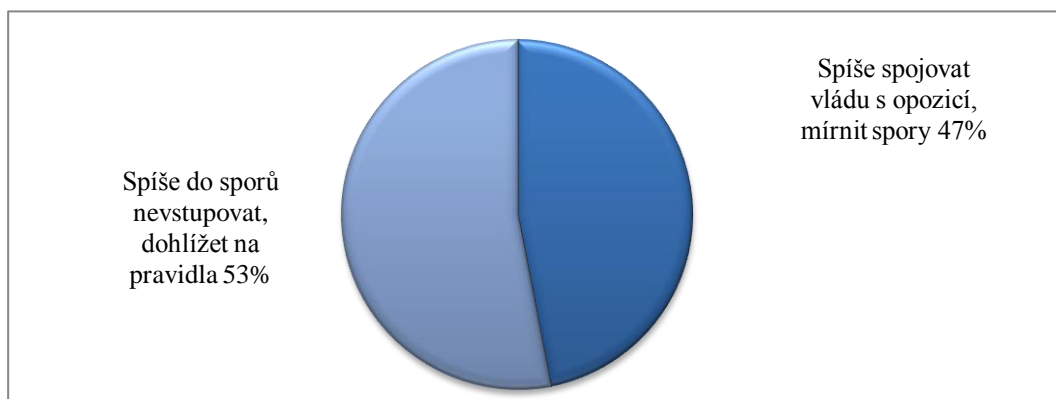
¹¹VODIČKA, K. a L. CABADA. *Politický systém České republiky: Historie a současnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 256. IBSN 80-7178-718-3

Graf 1: „Podle některých lidí by funkce prezidenta republiky měla být především službou pro občany státu, podle jiných plnit především reprezentativní funkce. S kterým z těchto názorů spíše souhlasíte?“



Zdroj¹²

Graf 2: „Podle některých lidí by se měl prezident snažit spojovat vládu s opozicí a mírnit jejich spory, podle jiných by neměl do sporů vlády a opozice vůbec vstupovat a spíše jen dohlížet na dodržování pravidel soupeření. S kterým z těchto názorů spíše souhlasíte?“

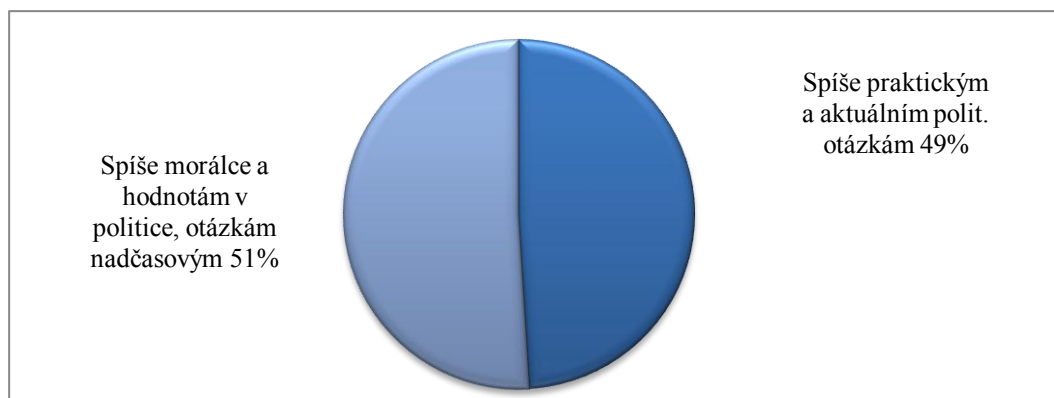


Zdroj¹³

¹²archiv STEM, poskytnuto vedoucím práce

¹³archiv STEM, poskytnuto vedoucím práce

Graf 3: „Podle některých lidí se má prezident věnovat spíše praktickým a aktuálním politickým otázkám, podle jiných spíše morálce a hodnotám v politice, otázkám spíše nadčasovým. S kterým z těchto názorů spíše souhlasíte?“



Zdroj¹⁴

Vyrovnaná procenta odpovědí korespondují s již dříve zmíněným tvrzením v této práci, a to že veřejnost není ohledně očekávání na plnění prezidentské funkce názorově jednotná.

Výzkum společnosti CCVM

Význam výzkumu názorů veřejnosti na pravomoci a postavení prezidenta republiky společnosti CVVM může být spatřen zejména v jeho porovnání v delším časovém měřítku. Dají se tak pozorovat změny nálad a názorů ve společnosti spojených s touto problematikou. Citované výsledky pocházejí z výzkumu provedeného na reprezentativním souboru obyvatel České republiky starších patnácti let. Poslední uvedené výsledky v tabulkách jsou z průzkumu, který se uskutečnil ve dnech 4.-11. března 2013. Respondenti byli vybíráni metodou kvótního výběru. Na otázky odpovídal soubor 1059 respondentů.

Z průzkumů vyplývá, že veřejnost od prezidenta očekává, že se bude věnovat i řešení konkrétnějších otázek. Tato tendence navíc v posledním měření v březnu 2013 posílila na zatím největší naměřenou hodnotu. O tom, že by se prezident měl věnovat právě řešení konkrétnějších otázek, jsou přesvědčeny více než dvě pětiny populace, tedy 44 %. O něco menší část veřejnosti, tedy 38 %, se domnívá, že by se měl těmito otázkami zabývat pouze ve výjimečných případech. Jedná se o ty, kteří řešení konkrétních otázek pokládají za sekundární doplněk ústavních a reprezentativních rolí

¹⁴archiv STEM, poskytnuto vedoucím práce

hlavy státu. O něco více než desetina populace, tedy 13 % dotázaných, pak vyjádřila názor, že by se měl prezident zabývat především obecnějšími otázkami politické kultury, morálky a podobně. Meziročně zastoupení tohoto názoru pokleslo o pět procentních bodů. Podíváme-li se na výsledky tohoto šetření z pohledu politické orientace dotázaných, jsou o tom, že by se měl prezident trvale věnovat řešení konkrétních otázek, přesvědčeni spíše lidé orientující se politicky na levý střed, myslí si to 54 % z nich, a voliči ČSSD. Političtí zastánci pravého středu se pak naopak častěji domnívají, že by se měl prezident věnovat těmto otázkám pouze výjimečně. Myslí si to 48 % z nich.

Další názor, kde oproti minulým šetřením v rámci tohoto výzkumu došlo k výraznějšímu posunu, se týká postavení prezidenta vůči vládě. O tom, že prezident má do činnosti vlády zasahovat pouze v omezené míře, jsou podle posledního měření v březnu 2013 přesvědčeny více než tři pětiny populace, tedy 64 %. To je o devět procentních bodů více než v šetření v lednu 2012. Zdá se tak, že u prezidenta, který vzešel z přímé volby, jsou lidé více ochotni akceptovat aktivnější přístup vůči vládě. Opačné přesvědčení, že prezident nemá do činnosti vlády zasahovat vůbec, zastává 18 % dotázaných, tedy necelá pětina, a navíc o pět procentních bodů méně, než v předposledním měření. Z níže uvedené tabulky je také zřejmé, že poslední měření potvrdilo nárůst příznivců prezidentského systému, tedy že 15% dotázaných zastává názor, že by prezident měl řídit vládu.¹⁵

¹⁵ĐURĐOVIČ, M. CVVM. [online]. © 4. 4. 2013 [cit. 10. 12. 2013]. Dostupné z: http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a6981/f3/pi130404a.pdf

Tabulka 1: Jakým otázkám se má prezident věnovat? (odpovědi v procentech, dopočet do 100% tvoří odpovědi nevíím)

	Únor 2004	Duben 2004	Leden 2007	Leden 2008	Leden 2009	Leden 2011	Leden 2012	Březen 2013
Měl by se trvale věnovat řešení konkrétních otázek	42	41	30	32	34	33	36	44
Měl by se věnovat řešení konkrétních otázek, ale jen ve výjimečných případech	34	36	43	40	41	43	40	38
Měl by se věnovat obecnějším otázkám morálky a podobně	21	21	22	20	18	15	18	13

Zdroj¹⁶

Tabulka 2: Postavení prezidenta vůči vládě (odpovědi v procentech, dopočet do 100% tvoří odpovědi nevíím)

	Duben 2004	Únor 2004	Duben 2005	Leden 2007	Leden 2008	Leden 2011	Leden 2012	Březen 2013
Nemá vůbec zasahovat do činnosti vlády	35	23	28	31	32	28	23	18
Má zasahovat v omezené míře do činnosti vlády	49	61	56	52	49	52	55	64
Má řídit vládu	6	11	9	10	11	10	16	15

Zdroj¹⁷

1.5 Postavení a funkce prezidenta v sousedních zemích

Pro zařazení postavení prezidenta České republiky do evropského kontextu porovnáme jeho postavení s prezidenty našich sousedních zemí, tedy Německem, Rakouskem, Polskem a Slovenskem.

¹⁶ĐURĐOVIČ, M. CVVM. [online]. © 4. 4. 2013 [cit. 10. 12. 2013]. Dostupné z: http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a6981/f3/pi130404a.pdf

¹⁷Tamtéž

Německo

Německo je parlamentní republikou a ze sousedních zemí České republiky je jedinou zemí s nepřímou prezidentskou volbou. Prezidenta Spolkové republiky Německo volí Spolkové shromáždění, které se schází pouze jednou za pět let právě za účelem prezidentské volby. Je složeno z poslanců Spolkového sněmu a stejného počtu delegátů volených jednotlivými zemskými parlamenty na proporčním principu. Role spolkového prezidenta je spíše ceremoniální. Zastupuje Německo navenek, uzavírá mezinárodní smlouvy, vyhlašuje a podepisuje zákony a uděluje milosti. Prezident jmenuje a odvolává kancléře na žádost Spolkového sněmu, má také právo navrhnout volbu nového spolkového kancléře, dále jmenuje a odvolává spolkové ministry na návrh kancléře. Mezi jeho další pravomoci patří též jmenování a odvolávání spolkových soudců, úředníků a důstojníků včetně vojáků do poddůstojnických hodností. Jeho úkolem je také svolávat Spolkový sněm, který může ve výjimečných případech i rozpustit. Může vyhlásit stav ústavní nouze v případě, že by vládě ve Spolkovém sněmu neprošel návrh zákona, který vláda označí za naléhavý. Aby prezidentova rozhodnutí nabyla platnosti, musí být v naprosté většině kontrasignována spolkovým kancléřem nebo příslušným ministrem.¹⁸

Rakousko

Rakousko je dáváno za příkladný model přímo voleného prezidenta v parlamentní demokracii. Prezident tu má skutečně pouze reprezentační funkci a bylo tomu tak už od první hlavy státu vybrané lidem v roce 1951. Někteří politologové postavení rakouského prezidenta dokonce přirovnávají k loutce. Prezident má dle ústavy sloužit jako morální podpora země a usilovat o rovnováhu mezi různými sociálními vrstvami včetně menšin v politickém procesu. Spolkový prezident svolává Národní radu k řádnému zasedání, ukončuje ho a může svolat i zasedání mimořádné. Má právo Národní radu případně i rozpustit, ze stejného důvodu to však může udělat pouze jednou. Také jako český prezident jmenuje členy vlády nebo soudce a zastupuje stát na mezinárodní scéně. Rozdíly v pravomocích českého a rakouského spolkového prezidenta jsou například v tom, že český prezident na rozdíl od spolkového jmenuje členy rady České národní banky a má právo vrátit Parlamentu přijatý zákon s výjimkou

¹⁸NETOLICKÝ, P. *Německý federalismus*. [online]. © 25. 3. 2005. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <<http://www.e-polis.cz/komparace/55-nemecky-federalismus.html>>. ISSN 1801-1438.

zákona ústavního, do čehož spolkový prezident Rakouska nezasahuje vůbec. Kromě společné pravomoci amnestie může český prezident navíc nařídit nezahajování, nebo nepokračování v trestním řízení.¹⁹

Polsko

Konec Polské lidové republiky v roce 1989 a následný nový volební zákon zavedl v Polsku roku 1990 přímou volbu prezidenta. Dalo by se říci, že na parlamentní republiku má prezident v Polsku silné postavení. Z ústavně-právního hlediska třímá polský prezident ve svých rukou dokonce nejvíce pravomocí ze všech jeho střeoevropských kolegů. Polský prezident vybočuje především ve dvou oblastech. První je zákonodárná iniciativa. Prezident může vstoupit do legislativního procesu návrhem zákona, což aktivně všichni soudobí prezidenti činili. Druhá důležitá pravomoc se týká práva veta, kterým pochopitelně disponuje i polský prezident. Při jeho použití je však znevýhodněna dolní komora parlamentu, která potřebuje k jeho přehlasování třípětinovou většinu při účasti přinejmenším poloviny poslanců. Při těsné koalici a nespolupracujícím prezidentovi vede tato skutečnost buď k neschopnosti vlády prosadit své legislativní záměry, anebo k hledání spojenců v řadách opozice, což má většinou za důsledek další přetváření vládních návrhů zákonů. Ačkoli prezident nemá o mnoho více výkonných pravomocí než ostatní střeoevropští prezidenti, díky své roli v legislativním procesu může být především v období kohabitace jeho vliv na praktickou každodenní politiku poměrně vysoký. Na oficiálních stránkách prezidenta stojí, že mezi ústavními orgány výkonné moci má pouze on mandát k výkonu své funkce přímo z národa prostřednictvím přímých voleb, a proto je jeho pozice silnější než u jiných představitelů výkonné moci. Ústavně je hlava státu nejvyšším představitelem, ručitelem kontinuity státní moci a strážcem svrchovanosti, integrity, nedělitelnosti a bezpečnosti země. Kromě již výše zmíněného, má právo svolávat Národní bezpečnostní radu a jmenovat například soudce.^{20, 21}

¹⁹KRAMER, J. *Přímá volba ve světě*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/prima-volba-ve-svete/>

²⁰KRAMER, J.. *Přímá volba ve světě*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/prima-volba-ve-svete/>

²¹ASOCIACE PRO MEZINÁRODNÍ OTÁZKY. *Prezident v Polsku – pravomoci, tradice, osobnosti*. [online]. ©2013 [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.amo.cz/publikace/prezident-v-polsku--pravomoci-tradice-a-osobnosti.html#Uq15Ws6ZbY1>

Slovensko

Také na Slovensku je hlavou republiky přímo volený prezident. Reprezentuje Slovenskou republiku navenek i dovnitř a svým rozhodováním zabezpečuje řádný chod ústavních orgánů. Poprvé se na Slovensku přímo volilo v roce 1999, po několikaleté vášnivé debatě na toho téma. Článek ústavy Slovenské republiky upravující pravomoci prezidenta je velmi podobný české úpravě. Prezident sjednává a ratifikuje mezinárodní smlouvy, svolává ustavující schůze a rozpouští Národní radu Slovenské republiky. Podepisuje zákony, jmenuje a odvolává předsedu a členy vlády, může udělit milost nebo vetovat zákony. Oproti českému kolegovi mu ústava výslovně přiznává právo vyhlásit válku či uzavřít mír. Prezident je lidmi volen a může být lidmi také odvolán. Kromě úmyslného porušení ústavy a vlastizrady může slovenský prezident ztratit úřad lidovým hlasováním. To vyhláší na základě usnesení třípětinové většiny všech poslanců Národní rady její předseda. Prezident je odvolán, pokud si to v referendu přeje nadpoloviční většina všech oprávněných voličů, tedy více než dva miliony lidí.²²

²²KRAMER, J. *Přímá volba ve světě*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/prima-volba-ve-svete/>

2 VOLBY PREZIDENTA DO ROKU 1989

V této kapitole pro historický přehled volby českých prezidentů, pouze stručně zmíníme průběh a kandidáty na prezidentskou volbu, až do sametové revoluce 1989.

Tomáš Garrigue Masaryk

První prezidentská volba se uskutečnila 14. listopadu 1918. Nálada byla při revolučním vzniku první republiky tak nadšená, že se nikdo ani neobtěžoval počítat hlasy pro kandidáta. Jednoduše se volilo aklamací. První československý prezident složil svůj prezidentský slib 21. prosince. Politici v čele s prvním premiérem Karlem Kramářem ani na vteřinu nezpochybovali fakt, že prezidentem musí být právě Masaryk.

Ústava z roku 1920 přinesla dva účelové a v evropském ústavním právu unikátní kroky. Zaprvé se Edvardu Benešovi „na tělo“ snížila věková hranice pro kandidáta na prezidenta na 35 let, a to z prozaických důvodů. Sám Masaryk se obával, že nemusí ve funkci dlouho vydržet a svého nástupce viděl jedině v Benešovi. Zadruhé šlo o pasáž ústavy, která konstatovala, že v čele státu může být jedna osobnost pouze dvě volební období za sebou, což se ale nevztahovalo na Masaryka.

Přes výsadní postavení Masaryka už nebyla žádná další volba tak jednoznačná jako ta první. 27. května 1920 získal například ve volbách 184 hlasů ze 411 platných. Šlo o výjimečné hlasování, protože se vůbec nemuselo konat. Masaryk byl řádně zvolen v roce 1918, tudíž mohl být následujících 5 let ve funkci. První prezident si ale uvědomoval, že jeho mandát vzešel z revolučních okamžiků plných emocí a stál o jeho potvrzení od řádně zvoleného Národního shromáždění.

O sedm let později, přesně roku 1927 bylo ze 432 platných hlasovacích lístků odevzdaných pro Masaryka v Rudolfinu 274. Pro prezidenta to byla možná nejtěžší volba. Parlamentní volby v roce 1925 totiž přinesly úspěch pravice a ta se rozhodně nesnažila vmluvit Masarykovi do přízně.

V roce 1934 kandidoval už značně nemocný Masaryk naposledy. Nechtělo se mu, ale protože se nezdařilo vyjednat podporu pro v jeho očích jediného možného kandidáta na prezidentský post Edvarda Beneše, nešlo to jinak. Strany si uvědomovaly, že není jiná možnost, a tak získal prezident ve svých posledních volbách 24. května

ve Vladislavském sále na Pražském Hradě 327 hlasů ze 418 odevzdaných. Už po roce a půl ale svůj úřad ze zdravotních důvodů opustil.²³

Edvard Beneš

V příští prezidentské volbě se začalo poprvé vyjednávat o podpoře a nabízely se různé obchody. Edvard Beneš díky svým vyjednáváním a slibům získal podporu, kterou by mu mohl závidět i sám Masaryk. 18. prosince 1935 obdržel ve Vladislavském sále na Pražském hradě ze 440 platných lístků 340. Edvard Beneš si ale moc klidu ve svém úřadu neužil. Německo po úspěchu v Porýní dávalo stále hlasitěji najevo, že dalším hlavním cílem jeho zájmů je Československo, respektive tamní třímilionová německá menšina. Těžká zkouška, které za svého prezidentství nemusel čelit T. G. Masaryk, tak dopadla na jeho nástupce. Tlak na Beneše po Mnichovu výrazně stoupl. Když Berlín oznámil, že nebude s Prahou jednat, dokud bude na Hradě Beneš, rozhodl se prezident odejít. 5. října tedy odstoupil z funkce a zanedlouho emigroval do Velké Británie.²⁴

Emil Hácha

Československá demokracie, dávána do té doby za vzor, se velice rychle zhroutila. Ještě před příchodem Němců se přijímala antisemitská nařízení, haněla se demokracie, radikalizoval se tisk a šířil se pocit marnosti. V této emotivní době se začal hledat nový prezident. Sám se nenápadně nabídl nedávno zvolený premiér a dlouholetý generál Jan Syrový. Mimo něj padala další rozličná jména a stejně jako už před třemi lety se začalo uvažovat i o prezidentovi Nejvyššího správního soudu Emilu Háchovi. Ve své knize „Emil Hácha“ historik Tomáš Pasák uvádí, že se sám Hácha nabídku dlouho bránil. Nakonec ale souhlasil a jeho zvolení se uskutečnilo 30. listopadu 1938 v Rudolfínu, kde získal nakonec jakožto jediný kandidát 272 hlasů z 312 platných. Hácha byl prvním prezidentem, který netoužil být zvolen. Vzal to jako oběť pro svou zemi, kterou podle všeho čekaly těžké časy. Nutno podotknout, že svou oběť také přinesl. Stál v čele státu až do konce Druhé světové války a zažíval ty nejhorší okamžiky své země v jejím čele. Od roku 1943 byl Hácha již natolik nemocen, že téměř nemohl

²³TABERY, E. *Hledá se prezident: Zákulisí voleb hlavy státu*. 1.vyd. Praha: Respekt Publishing, 2008, s. 15-27. ISBN 978-80-903766-7-0

²⁴Tamtéž, s. 27-31.

vykonávat svou funkci. Třináctého května 1945 byl zatčen a převezen na Pankrác, kde zanedlouho zemřel. Tři dny po jeho zatčení se vrací Edvard Beneš.²⁵

Edvard Beneš podruhé

Po návratu do země byl Edvard Beneš nejdříve jen potvrzen ve funkci. Nová prezidentská volba se potom konala 19. června 1946 ve Valdštejnském sále, kde získal všech 298 odevzdaných hlasů. V té době, ale právě prezidentské volbě málokdo věnoval pozornost, protože bylo jasné, kdo vyhraje. Mnohem více všichni prožívali květnové parlamentní volby, kde se ziskem 40% vyhráli komunisté a v čele vlády tak poprvé stanul komunistický politik – Klement Gottwald.

Za druhého funkčního období Edvarda Beneše se ukázalo, že očekávání velkých činů od našich prezidentů nejsou reálná. Ve skutečnosti totiž mají malé pravomoci k tomu, aby něco zásadního zmohli ústavní cestou. Beneš tak přihlížel vzniku komunistické vlády a puči, který smetl všechny zbytky demokratických pravidel. Znovu mu tak nebylo dopřáno dokončit své pětileté volební období a 7. června 1948 na funkci prezidenta republiky rezignoval.²⁶

Klement Gottwald

Už týden po odstoupení Beneše, tedy 14. června 1948, zvolilo Národní shromáždění ve Vladislavském sále jako novou hlavou státu Klementa Gottwalda. Průběh volby není vlastně podstatný, protože o výsledku bylo rozhodnuto dávno dopředu a nebyl žádný protikandidát. Gottwald byl tedy prezidentem a zároveň šéfem vládnoucí strany. I když Československo nemělo prezidentský systém, vlastně tak fungovalo. Premiérem byl sice Antonín Zápotocký, ale proti Gottwaldovi si nedovolil nic podniknout. Za vlády Klementa Gottwalda se rozjel totalitní systém v pravém slova smyslu. On sám si ale plody své práce dlouho neužíval a v důsledku nemoci zemřel v roce 1953, nedlouho po Stalinovi. Následovala nelehká debata o tom, kdo ho nahradí.²⁷

²⁵TABERY, E. *Hledá se prezident: Zákulisí voleb hlavy státu*. 1.vyd. Praha: Respekt Publishing, 2008, s. 32-34. ISBN 978-80-903766-7-0

²⁶Tamtéž, s. 34-36.

²⁷TABERY, E. *Hledá se prezident: Zákulisí voleb hlavy státu*. 1.vyd. Praha: Respekt Publishing, 2008, s. 37. ISBN 978-80-903766-7-0

Antonín Zápotocký

Národní shromáždění po smrti Gottwalda dokonce údajně uvažovalo i o úplném zrušení prezidentského postu, který by byl po vzoru komunistických zemí nahrazen nově vytvořeným kolektivním orgánem. Tak se ale nakonec nestalo a jako prezidentský nástupce byl vybrán v přítomnosti pouhých sedmnácti mužů a později bezproblémově 21. března 1953 odhlasován Národním shromážděním Antonín Zápotocký. Ani druhý komunistický prezident ale nesešel ve své funkci příliš dlouho a čtyři roky po svém zvolení podlehl následkům mrtvice.²⁸

Antonín Novotný

V době, kdy Zápotocký zemřel, byla československá delegace za účasti nejvyšších představitelů v Moskvě. Prezidentem už se viděl předseda vlády Viliam Široký, ale všechno bylo jinak. Chruščov totiž na post prezidenta doporučil, k překvapení všech i samotného budoucího prezidenta, prvního tajemníka ÚV KSČ Antonína Novotného. Tím bylo rozhodnuto. Dle přání Moskvy mu navíc zůstalo i vedení strany a tak získal obrovskou moc. Oficiálně byl do funkce zvolen Národním shromážděním 19. listopadu 1957.

Novotný si užíval nerušené moci deset let, až do Pražského jara. Tehdy odmítal jakékoli vstřícné kroky k uvolnění režimu, až byl v lednu 1968 po téměř šestnácti letech odvolán z čela komunistické strany, kde ho vystřídal Alexander Dubček. Bylo evidentní, že nemůže zůstat v čele rychle se měnícího státu, a tak se o tři měsíce později vzdal a podal demisi na prezidentský úřad.²⁹

Ludvík Svoboda

Ačkoliv veřejnost v opojení uvolňování režimu nabyla pocitu, že by mohla mít vliv na to, kdo Novotného na Hradě nahradí, jednání o novém prezidentovi opět probíhala v malém kruhu za zavřenými dveřmi. Strana vybrala známého generála, hrdinu Druhé světové války a poválečného ministra obrany Ludvíka Svobodu. Národní shromáždění pak už jen opět formálně 30. března 1968 potvrdilo nového prezidenta.

²⁸Tamtéž, s. 38

²⁹Tamtéž, s. 39

I přes počáteční naděje veřejnosti Svoboda sloužil Moskvě čím dál oddaněji. Když se ale začaly jeho vztahy s šéfem komunistické strany Gustavem Husákem kazit, byl při první možné příležitosti odvolán.³⁰

Gustav Husák

Na uvolněný post prezidenta republiky byl 29. května 1975 bez větších dohadů zvolen právě šéf komunistické strany Gustav Husák, který ve funkci vydržel až do pádu komunismu v roce 1989.³¹

³⁰TABERY, E. *Hledá se prezident: Zákulisí voleb hlavy státu*. 1.vyd. Praha: Respekt Publishing, 2008, s. 40. ISBN 978-80-903766-7-0

³¹Tamtéž, s. 40-41.

3 PREZIDENTSKÉ VOLBY PO LISTOPADU 1989

Po listopadu 1989 se opět vracíme k demokratickým volbám, jejichž základy položil už Tomáš Garrigue Masaryk za První republiky. V této kapitole dokončíme historický přehled zvolení jednotlivých prezidentů, kde se blíže zaměříme na ústavní principy prezidentské volby až do její změny na volbu přímou. Následně se zaměříme na kořeny přímé prezidentské volby. Podíváme se, kam až v české historii sahá myšlenka na ni a jak silná touha po ní ze strany veřejnosti byla.

Václav Havel

Sametová revoluce obrátila všechno vzhůru nohama. Řešily se desítky problémů a otázka budoucího prezidenta se brala spíše jako druhořadá záležitost. Každopádně Občanské fórum vyzvalo Gustava Husáka, aby podal demisi a ten tak učinil 10. prosince 1989. V tentýž den oznámilo Občanské fórum, že jeho kandidátem na Hrad je Václav Havel. V tu chvíli už málokdo zaváhal o tom, kdo by měl být novým prezidentem, i když před tímto prohlášením spadal mezi potencionální hlavy státu i Alexander Dubček. 29. prosince 1989 byl Federálním shromážděním prezidentem jednomyslně zvolen nejznámější disident a symbol sametové revoluce Václav Havel.

Podruhé byl Václav Havel zvolen do úřadu 5. července 1990 po prvních svobodných volbách. Nebylo to už sice jednohlasně, ale stále jednoznačně. Po parlamentních volbách v létě 1992 už bylo jasné, že Československo nemá šanci na přežití. Volby vyhrála v Česku ODS a na Slovensku HZDS, tedy strany, které chtěly rozdělení státu. Další jasnou zprávou o blížícím se konci Československa byl fakt, že 3. července utřžil Václav Havel první porážku, když nebyl zvolen prezidentem, a to vinou odporu slovenských poslanců. 17. července odhlasovala Slovenská národní rada deklaráci o svrchovanosti a tři dny na to podal Václav Havel demisi. Podle jeho slov nechtěl mít odpovědnost za vývoj země, na který neměl vliv.

Díky tomu, že vznikl nový stát, mohl v roce 1993 znovu kandidovat Václav Havel, neboť dvě předchozí volební období se nepočítala. Mezi Havlovými odpůrci se objevila myšlenka, že by se protikandidátem mohl stát poslední federální premiér Jan Stránský. Ten byl podle všeho připraven se o tuto pozici ucházet, pokud by Václav Havel neuspěl. Nakonec se ve volbách utkali kandidáti tři: Václav Havel, předseda republikánů (SPR-RSČ) Miroslav Sládek a komunistická kandidátka Marie Stiborová.

Volba nakonec proběhla podle očekávání s jasným vítězem Václavem Havlem. Zvítězil se 109 hlasy ze 172 platných. Kdyby ale všichni, co přislíbili prezidentovi ve volbě svůj hlas, svůj slib splnili, musel by získat minimálně 120 hlasů, tak se ale nestalo. Tato volba tak předznamenala trend, který se naplno rozjel o pár let později a tedy něco jiného říkat na veřejnosti a slibovat a jinak se pak chovat za hlasovací plentou. To patří mezi úskalí tajné volby.

Ve svém prvním volebním období ve funkci českého prezidenta sledoval a dopomáhal Václav Havel tříbení politické situace země po vzoru západních zemí. Už tu nebyla jediná dominantní politická pravicová strana ODS, ale zrodila se i silná levicová partaj ČSSD s Milošem Zemanem v čele. Před další prezidentskou volbou Václav Havel zvažoval konec své kariéry. Stále ale cítil, že jeho mise ještě nebyla dokončena, a tak opět kandidoval. Prezidentské volby 20. ledna 1998 se po první účastnil i senát. Tehdejší situaci trefně vystihla sociálnědemokratická poslankyně Petra Buzková, která konstatovala, že přestože je pro ni Václav Havel volbou dobrou, ve skutečnosti je bohužel i volbou jedinou. Nebylo prý totiž nikoho jiného, na kom by se 281 poslanců a senátorů bylo schopno shodnout dostatečnou většinou. I v této volbě se i přes některé námitky z řad hlasujících volilo tajně. Proti Havlovi stanuli v prvním kole Stanislav Fischer za KSČM a Miroslav Sládek za republikány. V prvním kole ale nikdo nezvítězil. Havel získal tak málo hlasů, že by to nestačilo ani na vítězství ve třetím kole. Problém byl v hlasování ODS, kde byl Havel u velké části strany v nelibosti. Podle některých prý chtěli Havla nechat potrápít a byli rozhodnutí ho zvolit až ve třetím kole. Prezident začal před druhým kolem o svoji kandidatuře znovu pochybovat. Nakonec ale ve druhém kole kandidoval a byl zvolen s celkem 146 hlasy. O jeho vítězství tak rozhodl pouhý jeden hlas.³²

Václav Klaus

Václav Havel by po sobě v čele státu nejraději viděl katolického kněze a filozofa Tomáše Halíka. Šlo ale spíše o přání, než o reálnou představu. První jasný kandidát byl Václav Klaus za ODS. V té době nebyl nikterak oblíbený, a to jak u veřejnosti, jak dokládají některé průzkumy z té doby, tak u svých spolustraníků, kteří mu dávali za vinu neúspěch v parlamentních volbách. Oznámil, že se nebude na kongresu ODS

³²TABERY, E. *Hledá se prezident: Zákulisí voleb hlavy státu*. 1.vyd. Praha: Respekt Publishing, 2008, s. 42-116. ISBN 978-80-903766-7-0

znovu ucházet o předsednictví strany, a připravil si tak půdu pro tažení na prezidentský úřad. ODS tak mělo o svém kandidátovi na prezidenta jasno. Hůře na tom byla ČSSD. Miloš Zeman při svém odchodu z politiky oznamoval, že už chce být jen důchodcem a rozhodně nemá zájem kandidovat na post hlavy státu. Později svůj výrok zmírnil, když řekl, že by o kandidatuře uvažoval v případě krizové situace, kdy by jiný kandidát nebyl průchozí a byl by o to požádán. Zemana původně doporučoval na Hrad předseda vlády a šéf ČSSD Vladimír Špidla. Ten ale později zásadně obrátil, a to kvůli pravé ruce Miloše Zemana Miroslavu Šloufovi. S jeho jménem se totiž pojila celá řada skandálů a korupčních afér. Mimochodem, Šlouf, ač v pozadí, figuroval i v Zemanově kampani v přímé prezidentské volbě. O kandidátovi za ČSSD mělo rozhodnout pofiderní a amatérsky provedené stranické referendum, z kterého vzešel vítězně Miloš Zeman a na druhém místě Jaroslav Bureš. Až třetí se umístil premiérův skutečný favorit Otakar Motejl. Protože ale už podle svých dřívějších slov Zeman odmítal jít do první volby, získal nominaci Bureš. KDU-ČSL vyslalo do volby Petra Pitharta a KSČM nominovala do prezidentského boje, spíše symbolicky, advokáta Miroslava Kříženeckého. Když byli kandidáti pro první volbu definitivní, začalo se vyjednávat na všech frontách. Vyjednávání ODS bylo podstatně rozdílné od ostatních stran. Měli dokonce svůj vlastní vyjednávací tým, v kterém zasedl mimo jiné i předseda strany Miroslav Topolánek. Hlavní vyjednávači se snažili obejít všechny volitele, ale sílu upřeli především na ty, u kterých očekávali možnou podporu, přičemž na každého poslance i senátora používali odlišnou strategii. 15 ledna nastal „den D“. Před zákonodárci měli poprvé šanci promluvit kromě volitelů i samotní kandidáti. Z prvního kola postoupili z prvního místa Václav Klaus a z druhého Petr Pithart, což pro některé bylo vzhledem k předvolebním domluvám o hlasech velkým překvapením. Podle všeho velká část sociálních demokratů skutečně nehlasovala a čekala na druhou volbu, kde by nastoupil Miloš Zeman. A tato taktika se podařila. Prezident totiž nevzešel ani z druhého, ani z třetího kola, kde získal Pithart 84 hlasů a Klaus 123 ze 141 potřebných. V druhé volbě se Petr Pithart rozhodl již nekandidovat a do boje se proti Klausovi postavila neméně silná osobnost – Miloš Zeman. Začalo nové kolo vyjednávání o hlasy a 24. ledna 2003 se do boje k těmto dvěma silným mužům přidala za ODA ještě Jaroslava Moserová. První kolo volby přineslo překvapivý výsledek – Miloš Zeman nepostoupil. Byla to pro něj osobní prohra a cítil ji jako zradu

ze svých vlastních řad, tedy od spolustraníků z ČSSD. Prezident se nezmohl ani z dalších dvou hlasování a tak Klausovi prezidentství opět uteklo, tentokrát o 14 hlasů. Václav Klaus sice nevyhrál ani v druhém kole, ale upevnil svoji pozici horkého favorita a jak v dalších vyjednáváních, tak skrze média vysílal volitelům jasné poselství, že se rozhodně nevzdává a bude bojovat dál, dokud nezíská to, po čem touží a k čemuž už má vlastně nakročeno. Další volba byla určena na 28. února. Členové sociální demokracie v čele s premiérem Vladimírem Špidlou hledali rychle silného kandidáta, který by se mohl Klausovi postavit. Nakonec padla volba na bývalého ministra školství a děkana Fakulty humanitních studií Univerzity Karlovy Jana Sokola. Pro mnohé byl ale z různých důvodů kontroverzním kandidátem. Média ihned začala probírat jeho postoj k sudetským Němcům, historii jeho rodiny ve vztahu k nacismu a zpochybňovala jeho titul i diplomovou práci. I když se Sokol dokázal z obvinění a kauz vymanit téměř s čistým štítem, negativní humbuk okolo jeho osobnosti zanechal nádech pochybností. Před třetí prezidentskou volbou vypadalo rozložení sil podpory stran vyrovnané. Vzhledem ke skutečnosti, kdy se ve třetí volbě sčítají hlasy poslanců i senátorů a stačí prostá většina, se ale šance na vítězství připisovaly spíše Sokolovi. Z pozice outsidera však nakonec zvítězil a post prezidenta republiky obsadil Václav Klaus. Způsob i trvání volby mimořádně posílilo pozici Václava Klause a to především v očích veřejnosti, která nabyla dojmu, že v této zemi není silnější osobnosti než právě nově zvolené hlavy státu.

Václav Klaus se ve své nové roli našel a tak nebylo pochyb o tom, že se svůj post pokusí obhájit i v další prezidentské volbě v roce 2008. Jako rival se mu chtěl postavit Jiří Dienstbier. Ten sice oslovoval levicovou část volitelů, ale chyběla mu zajímavost pro zbytek politického spektra. Nakonec ho v jeho kandidatuře nepodpořila žádná z parlamentních stran. Za KDU-ČSL přicházel nejprve v úvahu šéf Akademie věd Václav Pačes. Strana zelených přišla do hry se zajímavým jménem – Jan Švejnar. Jméno ekonoma Jana Švejnara nepadlo ve spojitosti s prezidentskou volnou poprvé. V debatách byl několikrát zmiňován už v roce 2003, kdy se hledal nástupce Havla, který ekonoma otevřeně podpořil i právě v této prezidentské volbě. Když oficiálně oznámil svoji kandidaturu, začal se svým pečlivě sestaveným týmem pracovat na podpoře. Ve chvíli, kdy byla jasná jména dvou kandidátů, začaly útoky na oba muže. V médiích se objevovaly katastrofické scénáře v podobě pádu vlády

a proměny politické scény v případě Švejnarova vítězství, ale i obviňování z korupce ve spojitosti s Hradem a Václavem Klausem. Jan Švejnar si postupně, i díky svým spanilým jízdám po městech České republiky (více v kapitole o kampaních), získával čím dál větší podporu veřejnosti. Výsledky průzkumů veřejnosti se neshodovaly v tom, který z kandidátů má podporu mezi občany větší, ale tím spíš předznamenávali, že jejich podpora ze strany veřejnosti je víceméně vyvážená. Rozhodnutí o budoucím prezidentovi bylo ale prozatím naposledy v České historii v rukou 281 poslanců a senátorů. První volba proběhla 8. února 2008 a to poprvé v přímém přenosu České televize. Jako už poněkolikáté se i v případě této volby rozhořela debata o veřejné volbě. Po celodenním vyjednávání a hlasování byl senát pro, sněmovna proti a výsledek znamenal veřejnou volbu. Nerozhodlo se nakonec ani v jednom ze tří kol, přičemž ve třetím stačily Klausovi k vítězství už pouhé dva hlasy. V další, opět veřejné volbě, ve třetím kole už Václav Klaus se 141 hlasy zvítězil a stal se podruhé za sebou prezidentem České republiky.³³ Právě ona druhá veřejná volba zanechala nejen ve volitelích, ale hlavně ve veřejnosti hořkou pachut' nedůstojnosti. Volba se táhla dlouhé hodiny, pět zákonodárců tehdy v dopisech obdrželo nábojnice jako výhrůžku, několik poslanců muselo v průběhu sněmovního jednání vyhledat lékaře, zákonodárci se vzájemně obviňovali z nátlaku a korupce a někteří politici měli doprovod i na záchodě, aby se je někdo na poslední chvíli nepokusil přemluvit k volbě jiného kandidáta. Díky tomu, že byla navíc celá událost přenášena televizními kamerami, hnula veřejnosti žlučí a mnozí politici se dušovali, že se podobné divadlo už nikdy nebude opakovat. I průběh této volby nepochybně přispěl k tomu, že šlo zatím o poslední nepřímou volbu prezidenta České republiky.³⁴

3.1 Kampaně v nepřímé prezidentské volbě

Prezidentské kampaně nejsou, přesto že jsme v České republice zažili přímou volbu prezidenta poprvé až v roce 2013, žádnou novinkou. Až do přímé volby sice o budoucí hlavě státu rozhodovali výhradně senátoři a poslanci, ale i na ty působili

³³TABERY, E. *Hledá se prezident: Zákulisí voleb hlavy státu*. 1.vyd. Praha: Respekt Publishing, 2008, s. 121-322. ISBN 978-80-903766-7-0

³⁴BÉM, R. *Přímá volba: Odřikáného chleba největší krajíc*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/exkluzivne-na-ct24/205591-prima-volba-odrikaneho-chleba-nejveti-krajic/>

v průběhu jejich rozhodování nejrůznější faktory jako postoj jejich strany, vlastní sympatie ke kandidátovi, ohlasy a podpora veřejnosti a médií, nebo přímo vyjednávání s kandidáty. Ani v nepřímé prezidentské volbě tak nestačilo se jen postavit před volitele s dostatečnou podporou vlastní strany. Za úspěchem stály často měsíce příprav a práce a to od jednání po jednotlivých stranických klubech, po prezentaci kandidáta skrze média směrem k široké veřejnosti. Parlament byl sice až do přímé volby tím jediným kdo rozhoduje, ale i přes veškeré stranické dohody byla důležitým faktorem vůle národa, který poslance a senátory na jejich posty zvolil. Kandidát tak musel být nejen nejvhodnějším kandidátem pro obě komory parlamentu, ale i pro obyčejné voliče.

Pro příklad se zaměříme na kandidaturu Jana Švejnara v posledních volbách před volbou přímou, tedy na přípravu na jeho souboj s úřadujícím prezidentem Václavem Klausem v roce 2008. Jan Švejnár se po rozhodnutí přijmout prezidentskou kandidaturu, vložil do přípravy na prezidentskou bitvu naplno. Dal dohromady malý, ale o to pro věc zapálenější, volební tým s českou i zahraniční zkušeností. S tímto týmem odborníků šel do projektu s pro ně dlouhodobější vizí. I potencionální prohru brali totiž jako základ dlouhodobého zajímavého projektu v podobě osobnosti Jana Švejnara. Na každodenních poradách se určovala strategie, analyzoval se tisk a připravovaly výstupy pro veřejnost. Úkoly týmů nebyli daleko od těch, které si volební týmy stanovovaly v přípravách kampaní v přímé prezidentské volbě. Patřila mezi ně komunikace s médii, příprava kandidáta na potencionální otázky a témata, ale vzhledem k volbě nepřímé i rozvrhnutí plánů návštěv poslaneckých a senátorských klubů, či setkání s jednotlivými voliteli. Jedna z hlavních strategií byla, promluvit tváří v tvář s co nejvíce voliteli. Vzhledem k tomu, že v lednu, kdy byla kampaň naplánována, téměř nezasedal parlament, znamenalo to vyrazit do regionů. Jan Švejnár té příležitosti využil k něčemu, co do té doby pro prezidentskou volbu nebylo obvyklé. Rozhodl se, že se v regionech potká i s řadovými občany a zjistí jejich názory týkající se prezidentského úřadu. Turné po českých městech zahájil Švejnár ve Zlíně, kde promluvil k pěti stům studentů na Univerzitě Tomáše Bati. Svou „spanilou jízdou“ pokračoval do Kroměříže, Českých Budějovic, Brna, Jihlavy, Hradce Králové, Pardubic, Plzně a Ostravy. Kromě toho, že se setkával s voliteli a obyčejnými občany, promlouval i se starosty a krajskými politiky. I díky tomu Švejnárovi od konce roku do února rapidně narostla podpora veřejnosti.

V této volbě přišla dokonce na přetřes i myšlenka na prezidentský televizní duel. K televizní debatě ale nakonec došlo pouze nepřímo. Václav Klaus totiž, na rozdíl od Švejnara, nespátkoval k takovému kroku nejen žádný důvod, ale hlavně žádnou výhodu pro svou osobu. Po dobu svého prezidentského mandátu vystupoval v televizních debatách výhradně sám s moderátorem, bez jakéhokoli politického protějšku, a tato výsada mu více než vyhovovala. Konfrontace s jeho vyzyvatelem Janem Švejnarem ho mohla dle něj v očích veřejnosti pouze poškodit. K debatě ale nakonec přece jen došlo, i když ne tak, jak si to televize představovaly. Oba kandidáti byli totiž senátoři ČSSD ve stejný čas pozváni do Senátu, kde byly přítomny i kamery. Debatu, kdy jim byly od senátorů pokládány otázky týkající se jejich prezidentského programu, nakonec podle médií vyhrál Václav Klaus, díky většímu nadhledu a celkově uvolněnějšímu projevu.³⁵

3.2 Způsob volby

Ještě než se posuneme k legislativní změně směrem k přímé volbě, podívejme se na to, jakým způsobem se volilo v České republice při volbách nepřímých.

Volba prezidenta republiky se konala zpravidla v posledních třiceti dnech volebního období úřadujícího prezidenta. V případě, že se post prezidenta uvolnil dříve, se konala do třiceti dnů. Prezident České republiky byl volen oběma komorami Parlamentu na jejich společné schůzi. V každé volbě probíhaly až tři pokusy o zvolení prezidenta republiky. V první volbě byl kandidát zvolen, pokud získal nadpoloviční většinu hlasů všech poslanců i senátorů. Když se tak nestalo, konala se do 14 dnů druhá volba. Do té postupoval kandidát, který získal nejvyšší počet hlasů v Poslanecké sněmovně a kandidát, který získal nejvyšší počet hlasů v Senátu. Bylo-li více kandidátů, kteří získali stejný nejvyšší počet hlasů v Poslanecké sněmovně, nebo více kandidátů, kteří získali stejný nejvyšší počet hlasů v Senátu, sečetly se hlasy odevzdané pro ně v obou komorách a do druhé volby postupoval kandidát, který takto získal nejvyšší počet hlasů. Ve druhé volbě byl poté úspěšně zvolen ten kandidát, který získal nadpoloviční většinu hlasů přítomných poslanců i nadpoloviční většinu hlasů přítomných senátorů. Nebyl-li prezident republiky zvolen ani ve druhé volbě, konala se

³⁵TABERY, E. *Hledá se prezident: Zákulisí voleb hlavy státu*. 1.vyd. Praha: Respekt Publishing, 2008, s. 240-264. ISBN 978-80-903766-7-0

do čtrnácti dnů volba třetí. V té byl zvolen ten z kandidátů druhého kola, který získal nadpoloviční většinu hlasů přítomných poslanců a senátorů. Nebyl-li prezident republiky zvolen ani ve třetí volbě, konaly se nové volby. Ústava ani příslušné zákony nepředepisovaly, zdali má být volba prezidenta veřejná, či tajná. Historicky první veřejné volby prezidenta České republiky se však konaly až v roce 2008, veškeré volby v předcházejících letech byly tajné.^{36, 37}

3.3 Historie přímé volby

Česká republika k přímé volbě hlavy státu inklinovala již několik let, kdy se myšlenka přímé prezidentské volby těšila stabilní podpoře veřejnosti. V průzkumech veřejného mínění se pro přímou volbu vyslovovala většina českých občanů. Podle průzkumu provedeného agenturou STEM v září 2001 si ji přálo 83 %. Přímá volba hlavy státu se poprvé zvažovala už v roce 1992, když se sepisovala první ústava nově vznikající republiky. Hojně diskutovaným tématem se stala tato ústavní změna před skončením posledního funkčního období Václava Havla. S myšlenkou vystoupily různé občanské iniciativy a některé politické subjekty, z důvodu obav z monopolizace českého politického života spojenectvím ODS a ČSSD po vypršení Havlova prezidentského mandátu. První pokus o změnu ústavy předložila v roce 2001 čtyřkoalice KDU-ČSL, US-DEU a ODA. Sněmovna ji ale zamítla, protože se pro návrh, stejně jako ve většině následujících pokusů, nenašel dostatek hlasů. Zřejmě nejnadějnější z hlediska přímé volby byl rok 2009, kdy sněmovna změnu ústavy v prvním kole podpořila. Platit však ani tehdy nezačala. Topolánkovu vládu totiž vystřídal Fischerův úřednický kabinet a o návrhu pak už ani nejednaly parlamentní výbory.

V uplynulých deseti letech došlo v České republice celkem k sedmi pokusům o zavedení přímé volby prezidenta. Ty ale vždy ztroskotaly ve sněmovně či Senátu. Až na podzim 2011 se Nečasově vládě podařilo získat pro její návrh nutnou

³⁶KOUDELKA, Z. *Prezident republiky*. Praha: Leges, 2011, s. 15-21. IBSN 978-80-87212-95-0

³⁷VODIČKA, K. a L. CABADA. *Politický systém České republiky: Historie a současnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 255. IBSN 80-7178-718-3

třipětinovou většinu v obou komorách. Mnozí tehdy pokusu číslo osm prorokovali stejný osud jako předešlým sedmi, norma však pro mnohé překvapivě prošla.^{38, 39}

³⁸VODIČKA, K. a L. CABADA. *Politický systém České republiky: Historie a současnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 259. IBSN 80-7178-718-3

³⁹BÉM, R. *Přímá volba: Odřikáného chleba největší krajíc*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/exkluzivne-na-ct24/205591-prima-volba-odrikaneho-chleba-nejvetsi-krajic/>

4 PŘÍMÁ VOLBA PREZIDENTA

Přímá prezidentská volba probíhá již ve 22 zemích Evropy. Nepřímo je hlava státu volena už v pouhých 12 zemích, zbytek potom připadá na monarchie. Česká republika se mezi státy s přímo volenou hlavou státu přidala ústavní změnou v roce 2011 a na začátku roku 2013 si veřejnost zvolila svého prvního přímo voleného prezidenta Miloše Zemana.

Přímo volený prezident má téměř stejné pravomoci, jaké měla hlava státu volená parlamentem. Kromě omezení prezidentovy imunity pouze na dobu výkonu funkce, prošla i změna týkající se trestních řízení. Pokud bude chtít prezident nařídit, aby se nezačalo trestní řízení proti obviněnému nebo aby bylo zastaveno, v případě že už bylo zahájeno, bude s tím muset souhlasit nově i předseda vlády či jiný člen kabinetu a prezidentovo rozhodnutí spolupodepsat. Doposud to byla svrchovaná pravomoc hlavy státu, k níž podpis člena vlády nepotřeboval. Důvodem změny byla obava, že by vyšší sebedůvěra přímo zvoleného prezidenta mohla vést k selektivnímu uplatňování rovnosti před zákonem. Se změnou způsobu volby prezidenta se očekávalo, že dojde ke zpřesnění prezidentských pravomocí, aby se předešlo možným nejasnostem a konfliktům mezi hlavou státu a dalšími orgány státní moci. Například stanovení lhůty, do kdy musí prezident podepsat vládou a parlamentem schválenou mezinárodní smlouvu, aby mohla vstoupit v platnost, případně zpřesnění, zda má v takové situaci prezident vůbec právo nepodepsat. Obojí v roce 2009 ohrozilo ratifikaci Lisabonské smlouvy v Česku. Prezident Václav Klaus tehdy pod ni odmítal připojit svůj podpis a oddaloval ho v čase, aniž by existovala zákonem daná síla, jak jej k podpisu přimět. K vyjasnění prezidentových pravomocí nicméně nedošlo. Během přípravy zákona o přímé volbě panovaly mezi politickými zástupci velmi rozdílné názory jak na rozsah pravomocí, tak na upřesnění režimu jejich použití. Nečekané schválení nové volby a kritická lhůta k přijetí všech nutných norem, aby mohl být prezident volen přímo už v roce 2013, tak ponechaly prezidentské pravomoci takřka v netknutém stavu. Nejasnosti a otazníky proto stále zůstávají. Zda se tak budou chtít zákonodárci vrátit k detailnějšímu zpracování pravomocí hlavy státu, záleží především na přístupu nového prezidenta.

Právníci a ústavní znalci se shodují, že přímo zvolený prezident bude mandát přímo od voličů chápat jako "více legitimní" a posílí se tak i jeho mocenské postavení, ačkoli ve výčtu pravomocí došlo oproti současnému stavu k minimální změně. Svoje oprávnění by si takto prezident mohl vykládat daleko extenzivněji a mohl by razantně postupovat v jejich naplňování, ať v souladu, nebo navzdory ostatním institucím státu.⁴⁰

4.1 Legislativní změna

Důsledkem hořké pachuti po poslední prezidentské volbě i velké podpory veřejnosti bylo, že před volbami v roce 2010 mělo zavedení přímé volby prezidenta v předvolebním programu všech pět stran, které se následně dostaly do sněmovny. Po volbách v roce 2010 si sestavená vládní koalice ODS – TOP 09 – VV vepsala přímou volbu do svého programového prohlášení. Koalice se navíc musela na znění zákona dohodnout i s ČSSD, protože šlo o ústavní normu, pro niž je nutná podpora třípětinové většiny v obou komorách. Kvůli potřebě širší shody a skepsi samotného předsedy vlády Petra Nečase, který veřejně deklaroval svou osobní preferenci volby nepřímé, se ale šance na prosazení zákona opět zpochybňovaly. Už v roce 2010 se pak mezi stranami objevily první rozpory. Zatímco TOP 09 chtěla posilovat pravomoci hlavy státu, občanští demokraté chtěli zachovat ty stávající. Právě kvůli změnám pravomocí a také nerozhodnosti o způsobu volby málem přímá volba spadla pod stůl i poosmé, protože pozměňovací návrhy se načítaly ještě ve druhém čtení ve sněmovně. Spory se vedly hlavně o jmenování členů bankovní rady České národní banky, udělování milostí nebo prodloužení funkčního období prezidenta.

V květnu 2011 sice vláda schválila dvoukolový model volby, ale spory mezi ODS a ČSSD pokračovaly. Senátoři měli navíc jiné představy než poslanci, což dále přijetí zákona ohrožovalo. Mnozí komentátoři proto tvrdili, že politici se snaží přímou volbu prosadit pouze naoko, ale nakonec ji opět pohřbí z důvodů sporů o prezidentské pravomoci. Podle všeho totiž, přestože všechny vládní strany ve svých programech přímou prezidentskou volbu uvedly, po ní téměř nikdo z jejich vrcholných představitelů netoužil. Po komplikovaném vyjednávání

⁴⁰KRAMER, J. *Pravomoci prezidenta*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/pravomoci-prezidenta/>

nakonec ČSSD do koaličního návrhu prosadila dva své požadavky, a to omezení pravomoci prezidenta rozhodnout o přerušení trestního stíhání a omezení imunity hlavy státu. Třetí požadavek, tedy návrh na změnu způsobu jmenování členů bankovní rady České národní banky, sice neprošel, ústavní novela jako celek ano. Ruku pro nakonec zvedli poslanci všech stran kromě komunistů, kteří se zdrželi. Předseda ČSSD Bohuslav Sobotka pak po jistém váhání vyzval své senátory, aby návrh přijali beze změny, čímž ho zachránili. Sociální demokraté měli v horní komoře většinu a mohli tak přímou volbu těsně před cílovou rovinkou znovu zastavit. Senát jako celek ale nakonec zavedení přímé volby 8. února 2012 schválil beze změny, zejména z časových důvodů. Zákon totiž musel vstoupit v platnost nejpozději k 1. říjnu, aby se stihly další termíny pro prezidentskou volbu v roce 2013. Parlament musel navíc schvalovat ještě příslušný prováděcí zákon. Václav Klaus sice označil zavedení přímé volby za "fatální omyl", jejímu zavedení však zamezit nemohl. Podle většiny politických komentátorů hlasovala většina zákonodárců v rozporu se svým vlastním přesvědčením. Protože se ale přímá volba v průzkumech veřejného mínění těšila silné podpoře, měly strany strach z případného odlivu voličů.⁴¹

4.2 Nominace kandidátů

Teorie

Na to, aby se mohl občan ucházet o prezidentský post, musí splňovat podmínky pro výkon funkce, tedy musí mít české občanství, být starší čtyřiceti let a mít plnou způsobilost k právním úkonům. Zároveň nesmí jít o stávajícího prezidenta, pokud je ve funkci již druhé volební období po sobě.

K tomu aby byl uchazeč navržen jako právoplatný kandidát na prezidenta, vedou tři různé cesty. Buď může být pro tuto funkci navrhnut deseti senátory. Druhou možností je navržení dvaceti poslanci parlamentu a třetí varianta je navržení občanem České republiky, který odevzdá petici s minimálně padesáti tisíci podpisů platných voličů, nebo osob, kterým bude 18 let alespoň v druhý den voleb. Podle zkušeností z první přímé prezidentské volby u nás se právě za třetím typem navržení kandidáta

⁴¹ČESKÁ TELEVIZE. *Přímá volba: Odřikáného chleba největší krajíc*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/exkluzivne-na-ct24/205591-prima-volba-odrikaneho-chleba-nejvetsi-krajic/>

skýtají různá úskalí. Podle zákona provádí Ministerstvo vnitra kontrolu 8500 namátkově vybraných podpisů občanů pod kandidátní peticí na prezidenta republiky. V případě zjištění chybovosti větší než 3 % z kontrolovaného vzorku bude provedena kontrola druhého namátkového kontrolního vzorku s 8500 podpisy. Při zjištění chybovosti vyšší než 3 % i při druhé kontrole bude tato odchylka promítnuta do celkového počtu hlasů jejím odečtením. Výsledný počet podpisů pod peticí kandidáta na prezidenta republiky, po odečtení neplatných, musí čítat minimálně padesát tisíc podpisů.⁴²

Praxe v první přímé prezidentské volbě

Dokumenty, které dokládají, že kandidáty navrhli senátoři, poslanci nebo občan České republiky s peticí obsahující minimálně padesát tisíc občanů museli kandidáti předložit ministerstvu vnitra do 6. listopadu 2012. Pány Přemysla Sobotku a Karla Schwarzenberga navrhovali poslanci a senátoři, takže podpisy vůbec nesbírali. Jiří Dienstbier podpisy sice sbíral, ale v případě, že by se mu to nepodařilo, měl dobré krytí v podobě 28 senátorů ČSSD. Strachovat se o dostatečný počet podpisů nemuseli Jan Fischer a Miloš Zeman, kteří měli oba nasbíráno přes sto tisíc podpisů. U ostatních potencionálních kandidátů nebylo ještě pár dní před termínem o splnění podmínek k prezidentské kandidatuře jasno. Nakonec se k výše zmíněným kandidátům přidali s potřebným počtem podpisů pod peticemi i Jana Bobošíková, Taťána Fischerová, Vladimír Franz a Zuzana Roithová.⁴³

Ministerstvu vnitra byly předloženy i petice o navržení kandidátů Vladimíra Dlouhého a Tomio Okamury. Tito kandidáti byli ale i společně s Janou Bobošíkovou Ministerstvem vnitra vyřazeni z boje o Pražský hrad poté, co úředníci místo zprůměrování sečetli neplatné hlasy z kontrolních vzorků a po jejich odečtení tak trojice nedisponovala potřebnými padesáti tisíci podpisy občanů. Odmítnutí kandidáti se proti rozhodnutí ministerstva odvolali k Nejvyššímu správnímu soudu. Ten během 15 dnů petice prozkoumal a přepočítal chybovost v kontrolních vzorcích. Do boje o Hrad vrátil pouze Janu Bobošíkovou, která podle soudu získala o osm set deset podpisů více než je minimální počet. Dlouhý a Okamura neuspěli. Do hry pak vešel Ústavní soud. Vladimír Dlouhý se na něj neobrátil, jelikož si nepřál, aby se kvůli jeho stížnosti posouval termín

⁴²DABS. *Podmínky přímé volby prezidenta ČR*. [online]. © 2011-2013 [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/podminky_prime_volby_prezidenta/

⁴³HERZMANN, J. a KOMÁREK M. *Proč právě Zeman?: Zákulisní drama voleb, alchymie volebních průzkumů*. 1. vyd. Praha: Práh, 2013. IBSN 978-80-7252-419-8

voleb. Tomio Okamura se naopak rozhodl stížnost k Ústavnímu soudu podat a dokonce o odložení prvního kola prezidentských voleb požádal. Soudci Ústavního soudu však Okamurově žádosti o odklad prvního kola nevyhověli a volby tak mohly proběhnout v plánovaném termínu. Tomio Okamura se tedy oficiálním kandidátem nestal a toto rozhodnutí ho z prezidentské volby finálně vyřadilo.⁴⁴

4.3 Devět prezidentských kandidátů

Do historicky první přímé volby prezidenta České republiky tak nakonec vstoupilo devět kandidátů. V následující podkapitole stručně představíme všechny kandidáty postupně tak, jak byli uvedeni na hlasovacích lístcích, tedy podle abecedy.

Ing. Jana Bobošíková

Jana Bobošíková oficiálně oznámila svoji kandidaturu za neparlamentní stranu Suverenita, jejíž je předsedkyní, 29. září 2012. Vzděláním ekonomka, dlouho novinářka a v době kandidatury mimo jiné marketingová ředitelka společnosti BCM Group.

Svou vlastní politickou kariéru začala v hnutí Nezávislí, za které byla v roce 2004 zvolena do Evropského parlamentu. Později se stala předsedkyní strany Politika 21. V roce 2008 ji KSČM navrhla na post prezidenta České republiky. Jana Bobošíková sice přednesla svůj projev, ovšem po rozpravě ostatních zákonodárců kandidaturu stáhla. Jako předsedkyně strany Suverenita se pokusila o znovuzvolení do Evropského parlamentu, kandidovala i do poslanecké sněmovny a do senátu a byla navržena jako kandidátka na primátorku Prahy, žádnou z těchto pozic však nezískala.

Do prezidentské volby vstoupila s národně zaměřeným programem. Voličům slibovala, že v čele českého státu nepřipustí převod dalších pravomocí na evropské instituce a zasadí se o to, aby nebylo přijato euro. Blíže nespecifikovaným způsobem prosazovala hájení tradičních hodnot, jako je úcta k vlasti, k rodině a ke stáří.^{45, 46}

⁴⁴CENTRUM. *Přímá volba prezidenta*. [online]. © 29. 6. 2012 [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://wiki.aktualne.centrum.cz/prima-volba-prezidenta/>

⁴⁵DABS. *Jana Bobošíková, kandidátka na prezidentku ČR za Suverenitu*. [online]. © 2011-2013 [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/jana_bobosikova_suverenita/

⁴⁶MAŇÁK, V. *Jana Bobošíková*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204610-jana-bobosikova/>

Mgr. Jiří Dienstbier

Jiří Dienstbier vstoupil do volby jako kandidát za ČSSD jakožto místopředseda strany a senátor. Oficiálním prezidentským kandidátem se stal až poté, co od stranické kandidatury upustil ekonom Jan Švejnar.

Dienstbier vstoupil do politiky v době revoluce, kdy byl členem Federálního shromáždění za Občanské fórum. Mezi vrcholné straníky se ale dostal až v roce 2010, kdy vedl sociální demokraty v pražských komunálních volbách a jeho ambicí byl post primátora. Do širšího povědomí se dostal kromě toho, že je synem známého politika, tím, že jako jeden z mála straníků veřejně kritizoval koalici mezi ODS a ČSSD na pražském magistrátu a odmítl se na ní podílet. Dienstbier si následně vydobyl nálepku hlavní tváře "nové", korupcí a skandály nezatížené ČSSD.

V kampani se Dienstbier prezentoval jako jediný jasně levicový uchazeč o křeslo hlavy státu. Jako první vrcholný představitel jak ČSSD, tak obecně demokratických stran připustil vládu s komunisty a tento krok obhajoval. Voliče chtěl oslovit jako občanský prezident. Sliboval, že bude vetovat zákony narušující sociální mír a omezující kvalitu života Čechů. Odmítal překračování hranic prezidentských pravomocí a vymezoval se proti aktivistickému stylu Václava Klause. V rámci své předvolební kampaně oznámil i to, že bude usilovat o zrušení zákazu adopcí dětí homosexuálními páry.^{47, 48}

Ing. Jan Fischer, CSc.

Svoji kandidaturu oznámil Jan Fischer oficiálně 27. srpna 2012 jako nestraník, na čemž si při své kandidatuře zakládal a předznamenával to oznámením, že jeho kampaň nebude financována z příspěvků žádných politických stran.

V roce 1990 se stal Jan Fischer místopředsedou Federálního statistického úřadu a stejnou funkci později zastával i v Českém statistickém úřadu. V roce 2003 se stal dokonce jeho předsedou a v této funkci vydržel řadu let. Do povědomí širší veřejnosti se Fischer zapsal v roce 2009, když se nečekaně stal premiérem v úřednickém kabinetu po pádu vlády Mirka Topolánka během českého předsednictví EU. Právě v roli úřednického premiéra si Fischer vydobyl mimořádnou popularitu. Po skončení

⁴⁷DABS. *Jiří Dienstbier, kandidát na prezidenta České republiky za ČSSD*. [online]. © 2011-2013 [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/jiri_dienstbier_cssd/

⁴⁸MANÁK, V. *Jiří Dienstbier*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204623-jiri-dienstbier/>

úřednické vlády zamířil do Londýna, kde působil jako viceprezident Evropské banky pro obnovu a rozvoj. Tento post, na důkaz odhodlanosti pro prezidentský úřad, v srpnu 2012 opustil.

V případě svého zvolení chtěl Fischer zcivilnit prezidentský úřad. Podle svého programu hodlal například snížit náklady na kancelář hlavy státu o čtvrtinu a plat prezidenta o dvacet procent. Chtěl také zrušení přestupkové a správní imunity pro hlavu státu. Ač byl Fischer bývalý člen KSČ, tvrdil, že by nejmenoval vládu, která by závisela na hlasech komunistů.^{49, 50}

Taťána Fischerová

Také Taťána Fischerová kandidovala do prezidentské volby bez stranického zařazení. Podporu jí ale otevřeně vyjádřila Strana zelených.

Taťána Fischerová je povoláním herečka. Hrála v Činoherním klubu i dalších divadlech a vytvořila desítky filmových i televizních rolí. Aktivně se zapojila do událostí listopadu 1989. Od té doby se začala angažovat v charitě, ekologii a politice.

V roce 2002 byla jako nezávislá na kandidátce US-DEU zvolena do Poslanecké sněmovny, kde působila jedno volební období. V roce 2006 neúspěšně kandidovala do Senátu a o čtyři roky později neuspěla ani ve volbách do Poslanecké sněmovny. V době kandidatury stála v čele občanského Klíčového hnutí, které usiluje o očistu politiky od korupce a snaží se přinášet alternativní pohledy na současnou společnost, ekonomiku a politiku.

Fischerová avizovala, že její kandidatura na hlavu státu je ryze apolitická a že nekandiduje za žádné hnutí, ale za občany, kteří ji ke kandidatuře vyzvali. Prezident by podle ní měl být nadstranický a zohledňovat zájmy celé společnosti. Roli hlavy státu chápe jako mravní úlohu. Prezident by měl podle ní veřejnost ovlivňovat hlavně svými morálními postoji. Domnívá se, že po více než dvaceti letech od revoluce není možné vinit ze současného stavu české společnosti KSČM. Se jmenováním vlády podporované komunisty by tudíž problém neměla.^{51, 52}

⁴⁹DABS. *Jan Fischer, kandidát na prezidenta České republiky*. [online]. © 2011-2013 [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/jan_fischer/

⁵⁰BÉM, R. *Jan Fischer*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204636-jan-fischer/>

⁵¹DABS. *Taťána Fischerová, kandidátka na prezidentku České republiky*. [online]. © 2011-2013 [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/tana_fischerova/

Prof. JUDr. Vladimír Franz

I Vladimír Franz se do prezidentské volby pustil jakožto nezávislý kandidát. Zajímavostí je, že ho ke kandidatuře přesvědčila až mohutná podpora fanoušků na sociální síti Facebook.

Působil jako scénograf, výtvarník a skladatel. V době své kandidatury vyučoval na Divadelní fakultě Akademie múzických umění, kde vedl Kabinet scénické hudby. Čtyři roky stál v čele akademického senátu AMU, jako pedagog působil rovněž na Fakultě výtvarných umění. Vedle tvorby scénické a filmové hudby se intenzivně věnuje i tvorbě volné, je doposud autorem dvou oper a rozsáhlé dílo vytvořil rovněž jako malíř. Šestkrát získal Cenu Alfréda Radoka, je také držitelem Ceny Divadelních novin a Ceny OSA. Franz je znám české veřejnosti zejména proto, že jeho celou tvář i tělo s výjimkou dlaní pokrývá výrazné tetování, které on sám považuje za projev svobodné vůle.

Jeho hlavním úkolem v roli prezidenta by podle něj byla moderace veřejné diskuze a pozitivní působení na občanskou společnost. Jakožto prezident chtěl být jednotícím prvkem české společnosti i politiky, garantem férovosti a dodržování principů parlamentní demokracie, ústavy a lidské slušnosti. K otázce jmenování vlády stojící na podpoře komunistů uvedl, že moudří voliči ho před takové rozhodnutí nikdy nepostaví.^{53, 54}

MUDr. Zuzana Roithová, MBA

Zuzana Roithová oznámila potřebných padesát tisíc podpisů občanů České republiky pod kandidátní peticí 3. října 2012. Na prezidentku republiky kandidovala jako evropská poslankyně a členka KDU-ČSL.

Jakožto vystudovaná lékařka působila sedm let jako ředitelka Fakultní nemocnice na Vinohradech. V roce 1998 se stala ministryní zdravotnictví v úřednické vládě Josefa Tošovského a tehdy vstoupila do širšího povědomí veřejnosti. Ve stejném roce byla zvolena senátorkou za Prahu 10, tehdy ještě bez stranické příslušnosti. Do KDU-ČSL vstoupila o rok později. Po uplynutí senátorského mandátu byla v roce

⁵²POBOŘILOVÁ, A. *Táňa Fischerová*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204645-tana-fischerova/>

⁵³DABS. *Prof. JUDr. Vladimír Franz, kandidát na prezidenta České republiky*. [online]. © 2011-2013 [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/vladimir_franz/

⁵⁴POBOŘILOVÁ, A. *Vladimír Franz*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204617-vladimir-franz/>

2004 zvolena do Evropského parlamentu. Zuzana Roithová se dlouhodobě zabývá problematikou práv spotřebitelů.

Do prezidentského klání vstoupila s heslem „člověk“. Podle ní se totiž z politiky vytrácí zájem o lidi. Prezident by dle jejího názoru měl mít respekt k ústavě, sjednocovat společnost a vrátit Českou republiku do centra rozhodování o budoucnosti Evropy. Roithová po dobu své kandidatury tvrdila, že by hlava státu neměla nadřazovat osobní zájmy či politické názory nad pravidla a zájmy společnosti a že by po Klausovi měl přijít prezident spojovatel, a nikoliv osvoboditel, do jehož role se Klaus podle ní jako prezident stavěl. Funkce prezidenta je podle ní neslučitelná s členstvím v politické straně a pokud by uspěla, hodlala okamžitě opustit lidovecké řady.^{55, 56}

Karel Schwarzenberg

Karel Schwarzenberg byl jedním z prvních, kdo svůj úmysl kandidovat na post prezidenta republiky oznámil. V době své kandidatury byl ministrem zahraničních věcí a předsedou TOP 09, za kterou na post prezidenta kandidoval.

Po únoru 1948 s rodiči emigroval do Rakouska a do České republiky se vrátil krátce po převratu. V roce 1990 se stal kancléřem prezidenta republiky. Když Václav Havel oznámil v roce 1992 svou abdikaci, Schwarzenberg z politiky odešel. V roce 2002 neúspěšně kandidoval do Senátu, o dva roky později byl zvolen senátorem za volební obvod Praha 6. V Senátu působil Karel Schwarzenberg ve Výboru pro záležitosti Evropské unie a Výboru pro zahraniční věci, obranu a bezpečnost. V roce 2007 byl jmenován ministrem zahraničních věcí za Stranu zelených. Stranu TOP 09 založil s Miroslavem Kalouskem v roce 2009. V roce 2010 byl zvolen poslancem Parlamentu ČR a opět se ujal funkce ministra zahraničních věcí. Byl také místopředsedou vlády. Díky svému šlechtickému původu, působení v zahraničí a boji za lidská práva patří mezi evropsky uznávané politiky.

Svým založením představuje Karel Schwarzenberg proevropsky orientovaného konzervativce. Heslem jeho prezidentské kampaně bylo "hlásím se do služby". Jako hlava státu se chtěl zasadit o to, aby si Česká republika znovu získala respekt

⁵⁵DABS. *Zuzana Roithová, kandidátka na prezidentku ČR za KDU-ČSL*. [online]. © 2011-2013 [cit. 16. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/zuzana_roithova_kducls/?

⁵⁶POBOŘILOVÁ, A. *Zuzana Roithová*. [online]. [cit. 16. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204635-zuzana-roithova/>

v Evropské unii i ve světě, kterého pozbyla zejména kontroverzním působením Václava Klause. Schwarzenberg ohlašoval, že se jako prezident zasadí o zlepšení české vzdělanosti, kterou považuje za jednu z hlavních sil a zároveň slabin národa. Cestu ven z tohoto problému spatřuje v zavedení školního. Hlásí se k odkazu Václava Havla, kterého označil za svůj nedostižný vzor.^{57, 58}

MUDr. Přemysl Sobotka

Přemysl Sobotka nemusel jako oficiální kandidát parlamentní strany ODS sbírat ke své kandidatuře petiční podpisy.

Vystudoval všeobecné lékařství a v roce 1991 se stal primářem Liberecké nemocnice. V politice se začal angažovat až po revoluci. Vstoupil do Občanského fóra a poté v roce 1991 do ODS. V letech 1990 až 1996 byl libereckým radním, následně byl celkem čtyřikrát zvolen do Senátu za liberecký obvod. Zařadil se tak mezi nejdéle sloužící senátory. V období 2004 až 2010 vykonával funkci předsedy senátu, v době kandidatury byl jeho prvním místopředsedou. Stranicky se Sobotka zapsal jako konsenzuální politik, kterého neobestíral žádný skandál či podezření z korupce.

Sobotka se v prezidentské volbě výrazně profiloval jako antikomunistický kandidát. Podle jeho slov by dokonce v případě, že by se komunisté k vládě dostali, na prezidentskou funkci abdikoval. Kandidát ODS se také stavěl výrazně proti další federalizaci Evropské unie. V případě svého zvolení by se postavil proti přijetí eura. Rád by také otevřel debaty o přímé volbě poslanců a o nutnosti přechylování ženských jmen cizího původu. Mimo jiného by Sobotka oproti svým předchůdcům jen výjimečně uděloval milosti a naopak častěji využíval prezidentovu možnost vystupovat na plénu senátu a poslanecké sněmovny.^{59, 60}

Ing. Miloš Zeman, CSc.

Miloš Zeman oznámil svoji oficiální kandidaturu 26. června 2012 jako kandidát podporovaný Stranou práv občanů Zemanovci.

⁵⁷DABS. *Karel Schwarzenberg, kandidát TOP09 na prezidenta České republiky*. [online]. © 2011-2013 [cit. 16. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/karel_schwarzenberg_top09/

⁵⁸MAŇÁK, V. *Karel Schwarzenberg*. [online]. [cit. 16. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204643-karel-schwarzenberg/>

⁵⁹DABS. *Přemysl Sobotka, kandidát na prezidenta České republiky za ODS*. [online]. © 2011-2013 [cit. 16. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/premysl_sobotka_ods/

⁶⁰BÉM, R. *Přemysl Sobotka*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204647-premysl-sobotka/>

Krátce po svém vstupu do ČSSD se stal Miloš Zeman předsedou její pražské stranické organizace a v roce 1993 i předsedou celé strany, jímž byl až do roku 2001. V roce 1996 byl zvolen do poslanecké sněmovny a stal se jejím předsedou. Funkci předsedy vlády vykonával v letech 1998 až 2002. O rok později se Miloš Zeman ucházel o pozici prezidenta po Václavu Havlovi, ale byl poražen Václavem Klausem. Poté se Miloš Zeman stáhl z veřejného života a politické dění již jen glosoval, ačkoliv zůstal členem ČSSD. Jeho spory s dalšími předsedy, především s Jiřím Paroubkem, však nakonec vyústily v jeho odchod ze strany. V roce 2009 založil Stranu práv občanů Zemanovci a stal se jejím předsedou. Ve volbách do Poslanecké sněmovny ale strana nepřekročila potřebnou pětiprocentní hranici. Miloš Zeman proto na funkci předsedy rezignoval a stal se pouze čestným předsedou strany.

Jako důvod své prezidentské kandidatury v roce 2012 uvedl především ubohý stav české politiky, a odvolal se na opoziční smlouvu a fungování menšinových vlád v době, kdy působil jako předseda ČSSD a předseda vlády. Jako prezident chtěl být především sjednotitelem a zprostředkovatelem. Chtěl vytvořit neutrální pole pro dialog vládních i opozičních politických stran. V době své kandidatury uvedl, že na rozdíl od svých předchůdců by zavedl mnohem přísnější metr pro udělování milostí a v případě jmenování členů bankovní rady České národní banky nebo soudců Ústavního soudu by se radil s odborníky. Zároveň uvedl, že vládě s podporou komunistů by nebránil.^{61, 62}

4.4 První kolo přímé prezidentské volby

Prvního října oznámil předseda Senátu Milan Štěch termín konání volby prezidenta České republiky. První kolo se tedy mělo konat 11. a 12. ledna 2013 a případné druhé kolo potom o 14 dní později 25. a 26. ledna 2013.⁶³

Podle průzkumů veřejného mínění se prezidentská volba těšila poměrně velkému zájmu veřejnosti. Agentura STEM ve svém průzkumu z počátku prosince ukazuje, že účast v prezidentských volbách by mohla být na úrovni dvou třetin

⁶¹DABS. *Miloš Zeman, kandidát na prezidenta České republiky za OPOZ.* [online]. © 2011-2013 [cit. 16. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/milos_zeman_spoz/

⁶²BÉM, R. *Miloš Zeman.* [online]. [cit. 16. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204621-milos-zeman/>

⁶³DABS. *Vyhlášení a konání prezidentských voleb České republiky.* [online]. © 2011- 2013 [cit. 16. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/termin_konani_prezidentskych_voleb/

oprávněných voličů. Podle jejích průběžných výsledků z průzkumů týkajících se historicky první přímé volby prezidenta České republiky míra zájmu o účast ve volbách od září jen velmi mírně kolísala mezi 64 % a 68 %. Podle agentury pouze zhruba desetina dotázaných účast odmítala.⁶⁴ Ještě mírně vyšší účast ukazuje ve svém průzkumu z přelomu listopadu a prosince i výzkumná agentura Median - 71 % oprávněných voličů. I přes možný pokles reálné volební účasti oproti účasti avizované předpovídali, že bude přinejmenším dosahovat hladiny volební účasti z posledních voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky.⁶⁵

Reálná volební účast byla ve výsledku ještě o něco nižší, než námi uvedené průzkumy předpovídaly, tedy 61,31 %. Výsledky prvního kola volby tvořilo 5 143 966 odevzdaných platných volebních hlasů. Žádný z kandidátů nenasbíral v prvním kole více jak 50 % hlasů, a tak dva kandidáti s největším počtem hlasů postoupili do kola druhého. Podle očekávání postoupil z prvního místa Miloš Zeman s 24,21 %. Společně s ním postoupil místo dlouho dopředu avizovaného favorita Jana Fischera s přesvědčivým náskokem Karel Schwarzenberg se ziskem 23,40 %.⁶⁶ Výsledek to byl překvapivý jak pro veřejnost, tak především pro veškeré agentury zabývající se předvolebními průzkumy. Právě těm totiž kníže, jak Karlovi Schwarzenbergovi s oblibou přezdívali jeho voliči, takzvaně vytřel zrak a popřel výsledky i těch předvolebních průzkumů, které byla zveřejněny v posledních možných termínech před volbami.

⁶⁴STEM. *Preference prezidentských kandidátů Prosinec 2012*. [online]. © 18. 12. 2012 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.stem.cz/clanek/2661>

⁶⁵MEDIAN. *Prezidentský volební model (MEDIAN listopad-prosinec 2012)*. [online]. © 22. 12. 2012 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.median.cz/docs/preference_Prez_2012_11.pdf

⁶⁶ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Volba prezidenta republiky konaná ve dnech 11.01 - 12. 01. 2013*. [online]. © 2013 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: <http://volby.cz/pls/prez2013/pe2?xjazyk=CZ>

Tabulka 2: Výsledek volby

číslo	Kandidát příjmení, jméno	Navrhující strana	Politická příslušnost	1. kolo		2. kolo	
				Hlasy	%	hlasy	%
1	Roithová Zuzana	Občan	KDU-ČSL	255 045	4,95	X	X
2	Fischer Jan	Občan	BEZPP	841 437	16,35	X	X
3	Bobošíková Jana	Občan	SBB	123 171	2,39	X	X
4	Fischerová Taťana	Občan	KH	166 211	3,23	X	X
5	Sobotka Přemysl	Poslanci	ODS	126 846	2,46	X	X
6	Zeman Miloš	Občan	SPOZ	1 245 848	24,21	2 717 405	54,80
7	Franz Vladimír	Občan	BEZPP	351 916	6,84	X	X
8	Dienstbier Jiří	Senátoři	ČSSD	829 297	16,12	X	X
9	Schwarzenberg Karel	Poslanci	TOP 09	1 204 195	23,40	2 241 171	45,19

Zdroj⁶⁷

4.5 Druhé kolo přímé prezidentské volby

Druhé kolo konané v termínu 25. a 26. ledna už žádné větší překvapení nepřineslo. Volební účast oproti prvnímu kolu ještě o dva procentní body klesla na 59,11 %. Z druhého kola vzešel vítězně Miloš Zeman s 54,80 % hlasů a stal se tak prvním přímo zvoleným prezidentem v historii České republiky. Karel Schwarzenberg získal v druhém kole hlasování 45,19 %. Někteří mohou téměř desetiprocentní rozdíl (476 234 hlasů) prezentovat jako výraznou převahu, jiní, že rozhodlo pět procent voličů, kteří se nakonec uuren přiklonili ke kandidátovi SPOZ.

4.6 Předvolební průzkumy

Předvolební průzkumy se staly nedílnou součástí zápolení o prezidentské křeslo. Česká společnost v nich v předvolebním čase nachází zalíbení a média zase podklady pro své titulní stránky. Prezidentská volba tohoto typu probíhala v naší republice úplně poprvé, a tak i výzkumné agentury vstupovaly na pro ně neznámou půdu. Nedalo se vycházet z žádných předchozích modelů. Nesmírně důležitý byl tedy způsob tázání, který mohl ovlivnit výsledky a který si samozřejmě volila každá agentura sama. Mnoho z nich navíc řešilo otázku, kdy začít uveřejňovat výsledky svých průzkumů týkajících se prezidentské volby. Bylo správné jejich prezentování ještě před tím, než bylo vůbec jasné, kdo skutečně do prezidentského boje vstoupí a kdo pro něj

⁶⁷ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Výsledek volby*. [online]. © 2013 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: <http://volby.cz/pls/prez2013/pe2?xjazyk=CZ>

splní zákonem stanovené požadavky? Výzkumníci v agentuře STEM si tak například na tuto otázku odpověděli negativně, a přestože výzkumy dělali průběžně, první uveřejnili až v říjnu 2012, kdy byla známá jména kandidátů. Naproti tomu agentura ppm factum vydala první tiskovou zprávu týkající se prezidentské volby už necelý rok před samotnou volbou, tedy 15. února 2013. Jména potencionálních kandidátů pro dotazníky dali dohromady z těch, o kom se ve spojitosti s kandidaturou spekulovalo v médiích. Novinář Martin Komárek ve své knize „Proč právě Zeman?“, na které spolupracoval s jednou z nejvýznamnějších osobností na poli výzkumů veřejného mínění u nás Janem Herzmannem, uvádí důležitý poznatek týkající se předvolebních průzkumů: „*Uvědomme si jedno: Kandidáty jsme brali či nebrali vážně až podle procent, které jim přirýkly výzkumné agentury. Začali jsme věřit, že Fischer nebo Zeman jsou vážní kandidáti, až když jim vycházela vysoká procenta v průzkumech veřejného mínění. Ted', když víme, kdo se stal prezidentem, připadá nám to jako samozřejmost. Na začátku byla však naprostá nejistota.*“⁶⁸

Ačkoliv je reálná role předvolebních výsledků v rozhodování voličů neustále předmětem dohadů odborníků, některé důsledky jejich publikování nepochybně má. Jako příklad pro první prezidentskou volbu bychom mohli uvést to, kdy se voliči zejména prostřednictvím internetu na základě předvolebních průzkumů navzájem podporovali v nenechání propadnutí svých hlasů. Z povahy dvoukolové volby, a samozřejmě z cíle voleb – jediného vítěze – vyplynulo, že řada lidí už v prvním kole voleb přemýšlela o tom, koho za prezidenta rozhodně nechce. První průzkumy preferovaly dva jasné favority – bývalé premiéry Miloše Zemana a Jana Fischera. To vyprovokovalo řadu aktivit směřovaných k tomu, aby se na Hrad nedostal ani jeden z těchto kandidátů. Průzkumy a nejrůznější stránky podporující tento trend na internetu způsobily, že řada lidí pragmaticky volila ne kandidáta, který jim je nejbližší, ale toho, kdo má největší šanci dostat se do druhého kola a mohl by konkurovat dvěma podle předvolebních průzkumu vedoucím Zemanovi a Fischerovi. Tyto kalkulace s možnými výsledky podle některých mohly poškodit například Zuzanu Roithovou. Část jejích voličů hodila do urny raději pragmaticky hlas podobně smýšlejícímu kandidátovi Karlu Schwarzenbergovi, protože podle průzkumů neměla

⁶⁸HERZMANN, J. a KOMÁREK M. *Proč právě Zeman?: Zákulisní drama voleb, alchymie volebních průzkumů*. 1. vyd. Praha: Práh, 2013, s. 12-13. IBSN 978-80-7252-419-8

jejich favoritka naději dostat se do druhého kola. Sama Roithová opakovaně povzbudila voliče, aby se nerozhodovali podle průzkumů, ale podle svého srdce.⁶⁹

Na ovlivňování voličů předvolebními průzkumy pomýšlí i zákon, a to především těsně před samotnými volbami, kdy už se výsledky předvolebních průzkumů nesmí pod hrozbou pokuty zveřejňovat. Zákon o volbě prezidenta přesně stanovuje: „*V době počínající třetím dnem přede dnem volby prezidenta a končící ukončením hlasování (tj. od 8. ledna 2013 do 12. ledna 2013 do 14,00 hodin) nesmějí být žádným způsobem zveřejněny výsledky předvolebních nebo volebních průzkumů.*“⁷⁰ Co se týká druhého kola prezidentské volby, platilo to stejné od 22. ledna.

Pro představu, jak se předvolební průzkumy navzájem shodovaly a nakolik se přiblížily reálnému výsledku, uvedeme výsledky renomovaných výzkumných agentur Median a ppm factum, které se prezidentskou volbou zabývaly kontinuálně. Pro porovnání výsledků a trendů v čase jsme zvolili období před začátkem hlavní části kampaní, tedy září, dále potom výsledky před vánočními svátky, tedy prosinec, a pro úplnost ještě uvedeme poslední zveřejněný průzkum před zákazem jejich uveřejňování s blížícím se datem volby od agentury ppm factum. Veškeré uváděné průzkumy byly prováděny na reprezentativním souboru (cca 1000 dotázaných) obyvatel České republiky starších 18 let. Zatímco ppm factum vybíralo respondenty metodou kvótního výběru, agentura Median stratifikovaným náhodným adresným výběrem. Na závěr této podkapitoly uvedeme ještě poslední zveřejněný průzkum před finálovým druhým kolem volby.

Předvolební průzkumy – září 2012

V této fázi výzkumu výsledky významně ovlivňoval výběr kandidátů, kteří ještě nebyli finálně známi, do dotazníků. Výsledky jsou proto jen velmi orientační. I přesto se obě agentury shodují na dominantní pozici jasného favorita Jana Fischera s jeho potencionálním protivníkem do druhého kola Milošem Zemanem.

Agentura Median sbírala data v období během 2. září a 2. října. V tomto období ještě nebyl jasný konečný seznam všech kandidátů. Agentura proto pracovala

⁶⁹KASÍK, P. *Za úspěch Schwarzenberga můžou sociální sítě. Karla je plný Facebook.* [online]. © 12. 1. 2013 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/internet-volby-prezidenta-d03-sw_internet.aspx?c=A130112_184201_sw_internet_pka

⁷⁰MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *Informace k volební kampani při volbě prezidenta České republiky.* [online]. © 2010 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/informace-k-volebni-kampani-pri-volbe-prezidenta-ceske-republiky.aspx>

s těmi, kdo kandidaturu před průzkumem ohlásili, nebo je jejich kandidatura pravděpodobná a nevyločili ji. Největší šanci na úspěch v prvním kole by podle Medianu měl v září Jan Fischer s 35,5 %, jemuž by sekundoval Miloš Zeman s 21,5 %. Pozice kandidátů hlavních parlamentních stran tedy Karel Schwarzenberg, Jiřího Dienstbiera a Přemysla Sobotky od předešlého měsíce mírně posílila na 9 %, 7 % a 6 %. To lze přičítat kromě přesunu části hlasů od odstoupivšího Jana Švejnara i probíhající kampaní na krajské a senátní volby, v níž parlamentní strany dominují.⁷¹

Společnost ppm factum se dotazovala ve dnech 6.-9. září. Z výsledku vyplynulo, že po odstoupení Jana Švejnara výrazně posílila podpora Jana Fischera, který by tak do druhého kola postoupil jako jasná jednička se ziskem 27,7 %. Druhým postupujícím by byl kandidát levicových voličů Miloš Zeman se ziskem 22,7 % hlasů. Švejnarovo odstoupení zvýraznilo náskok této dvojice před všemi ostatními kandidáty. Na třetí místo se v tomto průzkumu posunul Jiří Dienstbier se ziskem 6,9 %, čtvrtou pozici zaujal po výrazném posílení oproti minulým výzkumům Vladimír Franz, který se 6,6 % za Dienstbierem zaostával jen statisticky nevýznamně. Tomio Okamura tak poklesl na pátou příčku a jeho podpora zaznamenala dlouhodobý pokles. V prvním pololetí se ve výsledcích ppm factum blížila desetiprocentní hladině, v září byla už jen 6,1 %. Velmi podobný výsledek přisuzuje volební model Karlu Schwarzenbergovi, tedy 5,9 %, a Přemyslu Sobotkovi s 5,7 %.⁷²

Předvolební průzkumy prosinec

Na sklonku roku zaznamenaly obě výzkumné agentury dlouhodobě stoupající tendenci podpory Miloše Zemana a naopak pokles až do té doby favorizovaného Jana Fischera. Zajímavé je, že ani měsíc před skutečnou volbou žádné z výzkumných agentur nezaznamenávaly vzestup podpory Karla Schwarzenberga. To ukazuje, jak měla jeho kampaň zdánlivě laxní začátek a zdrcující konec s blížícím se prvním kolem volby.

Při prosincovém výzkumu agentury Median probíhal sběr dat v období 17. listopadu až 17. prosince. V dotaznících byli v možnosti výběru ještě později vyřazeni Tomio Okamura a Vladimír Dlouhý. Dle výsledků by rovnocennými favority prvního kola prezidentské volby byli Miloš Zeman a Jan Fischer se srovnatelnou

⁷¹MEDIAN. *Prezidentský volební model (MEDIAN, září 2012)*. [online]. © 08. 10. 2012 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.median.cz/docs/preference_Prez_2012_09.pdf

⁷²PPM FACTUM. *Fischer v trháku, Dlouhý a Franz ve hře*. [online]. © 17. 09. 2013 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.factum.cz/503_fischer-v-trhaku-dlouhy-a-franz-ve-hre

podporou okolo 26 % pravděpodobných voličů. Miloš Zeman přitom poprvé skončil mezi prezidentskými kandidáty první, Jan Fischer jen s malým rozdílem druhý. Ze zbývajících pole kandidátů by měli podle Medianu v prosinci největší šanci ohrozit vedoucí duo kandidátů parlamentních stran Karel Schwarzenberg s podporou 9,5 % a Jiří Dienstbier s 8 %.⁷³

I ve výsledcích ppm factum se sběrem dat ve dnech 29. listopadu až 9. prosince skončil Miloš Zeman poprvé mezi prezidentskými kandidáty první s 25,6 %, Jan Fischer byl s rozdílem půl procentního bodu druhý. Na třetí místo se vyhoupl Jiří Dienstbier se ziskem 10,6 %, těsně za ním se umístili Vladimír Franz s 9,8 % a ještě o něco níž Karel Schwarzenberg s 9,2 %.⁷⁴

Poslední zveřejněný průzkum leden 2013

Poslední zveřejněný průzkum byl 6. ledna od agentury ppm factum se sběrem dat ve dnech 1. až 6. ledna. Šlo tak o nejaktuálnější přehled přepokládaných volebních nálad ve společnosti těsně před samotnou volbou. Z výzkumu vyplývalo, že na konci prvního lednového týdne by se přímé volby prezidenta zúčastnilo 69,3 % oprávněných voličů. Ve výsledku byla volební účast o 8 procentních bodů nižší. Stejně jako ze všech předešlých námi uvedených průzkumů i z tohoto vyplynuli stejní dva kandidáti na postup do druhého kola. Kandidátovi SPOZ Miloši Zemanovi v posledním průzkumu předpovědělo ppm factum 25,1 %, tedy o pouhé jedno procento více, než ve skutečnosti získal. S pozicí druhého postupujícího ale na poslední chvíli významně zahýbal Karel Schwarzenberg. Výzkum předpovídal jako jasného druhého postupujícího nestraničského kandidáta Jana Fischera s 20,1 %. Ten nakonec získal ale pouhých 16,6 % a na druhé místo tak nestačil. Podle posledního průzkumu za touto vedoucí dvojicí následovali s odstupem tři kandidáti: Vladimír Franz s 11,4 %, Karel Schwarzenberg s 11,0 % a Jiří Dienstbier s 10,6 %. Podpora Miloše Zemana byla podle průzkumů od prosince stabilní, zatímco podpora Jana Fischera zaznamenávala dlouhodobý pokles. Dále agentura zaznamenala posilování podpory Vladimíra Franze

⁷³MEDIAN. *Prezidentský volební model (MEDIAN listopad-prosinec 2012)*. [online]. © 22. 12. 2012 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.median.cz/docs/preference_Prez_2012_11.pdf

⁷⁴PPM FACTUM. *Zeman vede*. [online]. © 13. 12. 2013 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.factum.cz/517_zeman-vede

a Karla Schwarzenberga. Nakolik se ale podpora kandidáta TOP 09 nakonec vyšplhá, žádný z průzkumů předpovědět nedokázal.⁷⁵

Poslední zveřejněný průzkum před druhým kolem

Jedinou agenturou, která svůj průzkum k výsledkům druhého finálového kola prezidentské volby uveřejnila v podle zákona stanovený poslední možný den, byla opět ppm factum. Sběr dat se uskutečnil během tří dnů, kombinací osobního a telefonického dotazování. Výsledky byly uveřejněny 18. ledna, do kdy byla i sbírána data. Agentura při zveřejňování výsledů zdůrazňovala fakt, že výsledky se opravdu váží k termínu týden před volbami, který mohl v tomto případě, kdy mezi prvním a kolem volby je pouhých 14 dní, leccos rozhodnout. Podle ppm factum byly týden před 2. kolem šance téměř vyrovnané. Miloš Zeman měl v těsně vedoucí pozici 53,7 % a Karel Schwarzenberg 46,3 %. Zajímavostí, která z průzkumu vyšla, bylo, že o své volbě byla definitivně rozhodnuta jen zhruba polovina občanů, kteří hodlali volit, tedy asi 54 %. Pro úplnost agentura uvedla i předpokládanou volební účast, tedy 62,5 % oprávněných voličů, tedy o více jak tři procentní body vyšší, než byla ve skutečnosti.⁷⁶

4.7 Prezidentské kampaně

„Volební kampaní se rozumí jakákoli propagace kandidáta na funkci prezidenta republiky a volební agitace v jeho prospěch, zejména veřejné oznámení určené na jeho podporu nebo sloužící v jeho prospěch, včetně jakékoli doprovodné akce, za které se poskytne nebo obvykle poskytuje úplata, pokud k takové propagaci nebo volební agitaci došlo nejdříve v den vyhlášení volby prezidenta ve Sbírce zákonů, anebo i před tímto dnem, jestliže taková propagace nebo agitace trvá i ke dni vyhlášení volby prezidenta ve Sbírce zákonů. Za volební kampaň se považuje i sdělení v neprospěch jiného kandidáta na funkci prezidenta republiky.“⁷⁷ Tak definuje volební kampaně zákon o volbě prezidenta republiky. Jako nejmladší z volebních zákonů přináší několik

⁷⁵PPM FACTUM. *Druhé kolo: Zeman - Fischer*. [online]. © 06. 01. 2013 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.factum.cz/520_druhe-kolo-zeman-fischer

⁷⁶PPM FACTUM. *Týden před 2. kolem šance téměř vyrovnané, Zeman těsně vede*. [online]. © 18. 01. 2013 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.factum.cz/522_tyden-pred-druhym-kolem-sance-temer-vyrovnane

⁷⁷MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *Informace k volební kampani při volbě prezidenta České republiky*. [online]. © 2010 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/informace-k-volebni-kampani-pri-volbe-prezidenta-ceske-republiky.aspx>

novinek. Kampaň definuje jak obsahově, viz citace ze zákona výše, tak časově, vazbou ke dni vyhlášení volby prezidenta ve Sbírce zákonů. Za kampaň kandidáta na prezidenta se tak považují výše popsané aktivity konané buď nejdříve v den vyhlášení volby, anebo i před tímto dnem, jestliže ke dni vyhlášení volby trvají. Rovněž nově se negativní zmínky o jiných kandidátech výslovně považují za volební kampaň kandidáta.

Politická reklama není běžná reklama, protože nepodporuje podnikatelskou činnost a nepůsobí přímo v hospodářské oblasti. To znamená, že se na ni nevztahují pravidla, známá ze zákona o regulaci reklamy, či zákaz nekalé soutěže podle obchodního zákoníku. Politici tak například nemusí řešit zákaz nevyžádané reklamy nebo požadavky na srovnávací reklamu. Na druhou stranu platí v době volební kampaně požadavek pravdivosti a čestnosti a nově je zakázána anonymní reklama.

Volební kampaň má ze zákona probíhat čestně a poctivě, zejména nesmí být o aktech politického klání zveřejňovány nepravdivé údaje. Můžeme říci, že se politická reklama blíží zákazu klamavé reklamy, známému z hospodářské sféry. Čestnost a poctivost je však ve vztahu k osobnostem kandidátů dle Ústavního soudu České republiky chápána ve smyslu čistoty voleb, nikoliv z hlediska soukromého práva a obecné morálky. Dle občanského zákona má každý občan právo na ochranu své osobnosti, zejména občanské cti a lidské důstojnosti i soukromí. To sice platí i pro politiky, ale zároveň musí z titulu svého veřejného působení počítat s menší mírou ochrany, než platí pro běžné občany. Krajní případy osobnostního napadání kandidátů by mohly naplnit přestupek proti občanskému soužití v podobě urážky na cti, zesměšnění či působení újmy pro politické přesvědčení, nebo trestný čin pomluvy, podněcování nenávisli vůči skupině osob či hanobení politického přesvědčení.

Kromě obecných omezení platí zvláštní režim v době voleb a čase bezprostředně s volbami souvisejícím. Kromě již výše zmíněného zákazu zveřejňování volebních a předvolebních průzkumů počínaje třetím dnem přede dnem voleb a konče hlasováním, se ve dnech voleb zakazují i volební agitace v objektech, kde probíhá hlasování.^{78, 79}

⁷⁸MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *Informace k volební kampani při volbě prezidenta České republiky*. [online]. © 2010 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/informace-k-volebni-kampani-pri-volbe-prezidenta-ceske-republiky.aspx>

⁷⁹CHLUMSKÁ, K. *Volební kampaně a právo*. [online]. © 20. 11. 2012 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://trendmarketing.ihned.cz/c1-58678470-volebni-kampane-a-pravo>

Volební týmy prezidentských kandidátů využívaly podobné prostředky a kanály, jaké využívají politické strany pro kampaně do krajských voleb či pro volby do poslanecké sněmovny. Přesto ale kampaně kandidátů na prezidenta republiky přinesly i několik nových prvků, nebo některé již známé prostředky dostávání informací směrem k veřejnosti posílily a zefektivnily. V následujících podkapitolách se budeme věnovat jednotlivým formám a prostředkům prezidentských kampaní a jejich využití jak před prvním, tak druhým kolem volby.

Outdoorová reklama a inzerce

Outdoorové reklamy a klasické inzerce jako billboardy, plakáty, letáky, reklama v tisku a tak dále, patří mezi nejtradičnější prostředek využívaný v politických kampaních. Jejich výhodou je, že nemají žádná zvláštní omezení ve vztahu k volebním kampaním. Za nevýhody se dá naopak považovat velká finanční náročnost a krátkodobý efekt. Navíc jde o masovou a neadresnou formu reklamní komunikace. Ve volebních kampaních se často využívají na takzvaný rozjezd kampaně. V případě prezidentských kampaní, kde začínali někteří kandidáti více než rok před samotnou volbou, pomocí krátkých hesel či sloganů, které měly zdůraznit kvality kandidátů, veřejnost začala prostřednictvím tohoto druhu kampaně vnímat osobnosti už ne pouze jako řadové politiky, ale jako reálné kandidáty na prezidentský úřad a podvědomě se otevřela dalším podrobnějším informacím týkajících se jejich kandidatury.⁸⁰

Prezidentští kandidáti v období od 1. ledna 2012 do 31. ledna 2013 obsadili inzertní prostor v ceníkové hodnotě 231,65 milionu korun. Vítěz voleb Miloš Zeman zadal inzerci v hodnotě 71,6 milionu korun. To je o 15,5 milionu více než hodnota reklamního prostoru poraženého finalisty Karla Schwarzenberga. Tato data poskytla společnost Admosphere, která hodnotu reklamního prostoru monitoruje na základě ceníků, tedy bez započítání množstevních slev a případných barterů. Společnost dále uvádí, že Zeman v kampani nejvíc investoval do tištěné inzerce, a to 47,1 milionu korun v ceníkové hodnotě. V rámci venkovní reklamy Zeman obsadil prostor za 22,7 milionu korun, na internetu pak 1,9 milionu korun. Schwarzenbergův tým se soustředil především na online inzerci, kde zaplatil o 5,3 milionu korun víc, než za venkovní

⁸⁰TEJKL, R. *Prezidentské kampaně: Budování důvěry VS tlaková reklama*. [online]. © 2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.radektejkl.cz/blog/prezidentske-kampane-budovani-duvery-vs-tlakova-reklama/>

reklamu, která dosáhla celkem 9,1 milionu korun. Inzerce v periodickém tisku potom u Schwarzenberga dosáhla ceníkové hodnoty 32,8 milionu korun. Právě do reklamy v tisku oba finalisté investovali nejvíce. Tam se ale v rámci kampaně objevily také inzeráty jiných zadavatelů. Příkladem byl sporný inzerát „Nevolte Karla Schwarzenberga“ v deníku Blesk, který vyšel bez označení zadavatele. Společnost Ringier Axel Springer CZ, která bulvární noviny vydává, později uvedla, že inzerát, v němž se objevuje téma poválečného uspořádání, podal advokát Vladimír Zavadil. Co do investování do kampaní nešetřil ani dlouho favorizovaný kandidát Jan Fischer. Ten zabral od začátku loňského do konce letošního ledna inzertní prostor za 47,5 milionu korun. Nejvíce ale investoval do venkovní reklamy. Hodnota jeho outdoorové kampaně dosáhla 27,5 milionu korun, v tisku pak 14,8 milionu korun. Hodnota Fischerovy kampaně na internetu byla 2,7 milionu korun. Fischer jako jediný z kandidátů investoval také do kinoreklamy, a to 2,3 milionu korun.⁸¹

Rozhlas a televize

V případě rozhlasové a televizní reklamy je to už s právními normami podstatně složitější. Reklamu v těchto médiích upravuje zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Ve vysílání jsou zakázána obchodní sdělení politických stran a hnutí, jakož i nezávislých kandidátů na poslance, senátory, prezidenta nebo členy zastupitelstva územního samosprávného celku. Není však zakázána taková reklama, která se neváže k osobě vykonávající hospodářskou činnost. Čistě politická reklama by tedy teoreticky byla možná. Provozovatel vysílání však musí sestavovat program tak, aby poskytoval vyváženou nabídku pro všechny občany se zřetelem mimo jiné na jejich politické smýšlení a zároveň zajistit, aby vysílané pořady nepodněcovaly k nenávisti z důvodu mimo jiné politického smýšlení. I podle usnesení Nejvyššího správního soudu podléhají všechna média, spadající pod uvedený tzv. mediální zákon, trvalému požadavku objektivnosti a vyváženosti vysílání. V praxi si tedy nelze dobře představit, že by si pouze jeden či jen několik ze všech politických subjektů na naší scéně vysílal svoji reklamu.

⁸¹ČTK. *Inzertní hodnota prezidentské kampaně dosáhla 232 miliónů korun.* [online]. © 18. 02. 2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.financninoviny.cz/zpravy/inzertni-hodnota-prezidentske-kampane-dosahla-232-milionu-kc/903383>

Pro audiovizuální mediální služby na vyžádání, tedy nově regulovaného segmentu služeb, který je obdobou televizního vysílání, svoji charakteristikou se ale liší tím, že sám uživatel si z předložené nabídky vybere co a kdy bude sledovat, platí podle zákona volnější režim. Po provozovateli takových služeb se pouze vyžaduje zajistit, aby obchodní sdělení neobsahovalo nebo nepodporovalo diskriminaci z důvodu politického smýšlení a obecně vyloučit podněcování k nenávisti z důvodu politického smýšlení. Čistě politická reklama, tedy reklama bez vazby na podnikatelskou činnost nebo na osobu vykonávající hospodářskou činnost, tak je v rámci těchto služeb možná.⁸²

Podle prováděcího zákona o prezidentské volbě mají všichni kandidáti v rámci prezidentských kampaní v České televizi zdarma vyhrazený prostor pro vysílání třiceti- a šedesátivteřinových spotů. Pořadí jejich vysílání se kvůli zajištění maximální objektivitě losuje. Za obsah volebních spotů v rozhlasu a televizi odpovídá zadavatel. To je výjimka z jinak obecné odpovědnosti provozovatele za obsah vysílání, jejímž účelem je zamezení cenzury.⁸³

Vedle vysílání těchto propagačních spotů v době předvolebních kampaní v rámci ze zákona bezplatně poskytnutého vysílacího času jednotlivým kandidátům, poskytla Česká televize prezidentským kandidátům i další prostor v různých televizních pořadech a hlavně televizních debatách. Do pořadu Interview – prezidentská volba byli pozváni postupně všichni prezidentští kandidáti. Šlo o dvacetiminutový rozhovor vždy s jedním kandidátem na zpravodajském kanálu ČT24. Prostor pro individuální rozhovory poskytl i pořad Hyde Park – prezidentský speciál, kde proběhly rozhovory s prezidentskými kandidáty formou moderované diskuze mezi hostem a diváky. Třetím formátem byly prezidentské debaty tří až čtyř kandidátů, jejichž kombinaci opět určil los. Čtvrtým a posledním programem před prvním kolem prezidentské volby byla dvouhodinová Prezidentská superdebata, které se účastnilo všech 9 kandidátů najednou

⁸²CHLUMSKÁ, K. *Volební kampaně a právo*. [online]. © 20. 11. 2012 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://trendmarketing.ihned.cz/c1-58678470-volebni-kampane-a-pravo>

⁸³ČESKÁ TELEVIZE. *Spoty prezidentských kandidátů na ČT*. [online]. © 1996-2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/volebni-videoarchiv/207825-spoty-prezidentskych-kandidatu-na-ct/>

a kterou moderoval Václav Moravec. Ve druhém kole uspořádala Česká televize dva prezidentské duely opět moderované Václavem Moravcem.⁸⁴

Prezidentská volba se těšila velkému zájmu veřejnosti, a tak nebyla Česká televize jediná, kdo chtěl v rámci svého vysílacího času poskytnout prostor prezidentským kandidátům. Z prezidentské volby se tak stala reality show, kde téměř nebylo dne, kdy by se s blížící se volbou kandidáti živě neozývali z některého z televizních z kanálů či rádií. Jen mezi prvním a druhým kolem čekalo na Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga celkem sedm živých debat – dvě v České televizi, po jedné na Nově a Primě a k tomu ještě dvě v Českém rozhlasu a jedna na iDnes.cz.

Televize Nova vsadila před prvním kolem volby stejně jako veřejnoprávní ČT na diskusní duely kandidátů. Všech devět kandidátů tak dostalo po dvojicích a jedné trojici prostor v živém vysílání. V druhém kole pak nabídla dva dny před začátkem samotné volby diskusní pořad Cesta na Hrad s oběma finalisty moderovaný Markétou Fialovou. Z trojice televizních lídrů vybočovala alespoň v prvním kole Prima. Ta se na základě předvolebních průzkumů rozhodla uspořádat Prezidentský duel potenciálních kandidátů na druhé kolo a poskytla tak prostor pouze Miloši Zemanovi a Janu Fischerovi. Před druhým kolem vysílala Prima jako první debatu postoupivších kandidátů opět pod názvem Prezidentský duel a stejně jako ten před prvním kolem i tento moderoval Jan Punčochář.

Co do sledovanosti televizních debat vedla jasně veřejnoprávní Česká televize, konkrétně moderátor Václav Moravec. Jím uváděná debata všech devíti kandidátů před prvním kolem a druhý duel Karla Schwarzenberga a Miloše Zemana před druhým kolem byly nejsledovanějšími pořady, které tuzemské stanice před volbami uvedly. Prezidentskou superdebatu den před prvním kolem volby vidělo 1,7 milionu lidí starších patnácti let, před druhým kolem pak první duel 1,3 milionu a druhý 1,6 milionu lidí. Nejsledovanější debata na Nově měla 1,5 milionu diváků, ty na Primě se nedostaly přes milion.^{85, 86, 87}

⁸⁴ČESKÁ TELEVIZE. *Duely a debaty – tak bude vypadat prezidentské vysílání ČT*. [online]. © 05. 11. 2012 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media-it/202267-duely-a-debaty-tak-bude-vypadat-prezidentske-vysilani-ct/>

⁸⁵POTUČEK, J. *Přehled televizních debat před druhým kolem prezidentských voleb: ČT, Nova i Prima*. [online]. © 15. 01. 2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/prehled-televiznich-debat-pred-druhym-kolem-prezidentskych-voleb-ct-nova-i-prima/>

Internet

Do prezidentské volby, snad více než kdykoliv předtím, výrazně promluvil internet a zejména pak sociální sítě. Kandidáti, kteří se na komunikaci skrze Facebook a jemu podobné sociální sítě zaměřili, výsledku rozhodně nelitovali. Díky sociálním sítím a on-line nástrojům lze oslovit velké množství voličů levněji a snadněji než kdykoli předtím. Skrze tyto kanály se za malé náklady mobilizují uživatelé internetu a navíc si při šíření zajímavého a pro uživatele zábavného obsahu začnou informace šířit uživatelé samovolně mezi sebou.

Mezi volebními týmy na tuto moderní taktiku sázely nejvíce ty okolo Karla Schwarzenberga a Vladimíra Franze. Začneme s umělecky založeným Franzem. V první řadě je třeba uvést, že tento kandidát se k vlastní kandidatuře definitivně rozhodl až po obrovském úspěchu právě na sociální síti Facebook. Tam koloval mimo jiné obrázek současného prezidenta Václava Klause s podtitulem „modrý prezident“ a právě Franzova podobizna se stejným popiskem. Modrá v jeho případě odkazovala na Franzovo výstřední vzezření, zatím co u Klause spojení „modrý prezident“ vycházelo z Klausovy knihy „Modrá, nikoli zelená planeta“ pojednávající o klimatu.⁸⁸ Právě tým nadšenců sdružený okolo nezávislého kandidáta Vladimíra Franze dokázal díky internetu a čistému nadšení jeho podporovatelů s minimem nákladů velmi slušných výsledků. Za, v porovnání s ostatními kandidáty, nepatrnou částku necelého půl milionu korun utracených za kampaň, se Franz dostal do první pětky kandidátů a dlouho se držel v předvolebních výsledcích výzkumných agentur v trojici Franz – Schwarzenberg – Dienstbier za vedoucími lidry Zeman – Fischer. Jak soudí jeden z členů volebního týmu Vladimíra Franze, Jan Bednář, nové technologie pomáhají stírat odlišné finanční možnosti kandidátů. Francův tým nedal do facebookové reklamy ani korunu. Facebookové stránky jsou samy o sobě zadarmo, založení webu je otázka pár dnů a, jak uvádí Bednář, „několika stovek“, a sdílené kalendáře či facebookové skupiny týmu pomáhaly s veškerou organizací.

⁸⁶AUST, O. *Nejvíc lidí vidělo prezidentské debaty moderované Václavem Moravcem*. [online]. © 30. 01. 2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/nejvic-lidi-videlo-prezidentske-debaty-moderovane-vaclavem-moravcem/>

⁸⁷SCHWERZ, P. *Prezident show aneb Když jsou volby hitem televizní zábavy*. [online]. © 22. 02. 2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://strategie.e15.cz/zurnal/prezident-show-aneb-kdyz-jsou-volby-hitem-televizni-zabavy-959147>

⁸⁸HYBLEROVÁ, L. *Potetovaný skladatel Franz kandiduje na prezidenta. Sbírá podpisy*. [online]. © 08. 01. 2013 [cit. 19. 12. 2013]. Dostupné z: <http://zpravy.tiscali.cz/potetovany-skladatel-franz-kandiduje-na-prezidenta-sbira-podpisy-151062>

I pro úspěch Karla Schwarzenberga byla v prvním kole prezidentských voleb klíčová aktivita lidí na sociálních sítích, a to zejména v posledních dvou týdnech. Petr Ducháček, který se podílel na facebookové kampani Karla Schwarzenberga, uvedl, že za poslední měsíc před prvním kolem volby měla Schwarzenbergova facebooková stránka zásah téměř dvou milionů lidí. Na rozdíl od nadšenců okolo Franze, pro které byla hlavní výhodou právě finanční nenáročnost tohoto druhu kampaně, tým odborníků okolo Karla Schwarzenberga využil své zkušenosti s on-line kampaněmi a nebál se do on-line kampaně investovat jak čas, tak hlavně peníze. Jak se mnozí před volbou shodovali, Facebook byl v předvolebním čase „Karlův“. Vizuál přeměňující nejstaršího kandidáta na podobu barevné karikatury s „čírem“ se prostřednictvím internetu šířil doslova masově. Tým investoval nemalé peníze do inzerátů a online reklamy, které podléhaly pečlivému ladění a testování. Velkou výhodou reklamy na internetu a zejména pak na zmiňovaných sociálních sítích je poměrně dobrá možnost jejich zacílení.

Volby tak dostaly díky sociálním sítím nový rozměr a najednou nebylo to, kdo koho volí, žádným tajemstvím. Skrze sociální sítě mohl každý vidět, kdo z jeho přátel s ním sympatizuje a hodlá volit stejně, nebo naopak. Podle odborníků bude tento trend do budoucna spíše růst. Usuzují tak zejména z trendů ve Spojených státech amerických, kde jsou sociální sítě Facebook a Twitter místem, kde se formují názory i proudy a kde lidé testují, co si myslí jejich okolí. Navíc na internetu všudypřítomné průzkumy a grafy neustále a v reálném čase ukazují, jak volba asi dopadne, kdo má šanci a kdo nikoli.⁸⁹

Dalším prvkem, který se v době před první přímou prezidentskou volbou u nás na poli volebních kampaní podstatně rozšířil, byla virální videa. Právě jejich rozšíření do světa marketingu před časem pomohly sociální sítě. Jde o krátké a většinou vtipné, nebo něčím zajímavé spoty, které nenásilným způsobem šíří potřebnou informaci. Jejich největší výhodou je to, že si je lidé posílají mezi sebou sami. Jejich šíření připomíná šíření viru, proto se označují jako virální. Firmy tak vlastně zdarma získávají pozornost, například přes Facebook nebo videokanál YouTube. Profesionální a poloprofesionální klipy v prezidentských kampaních fungovaly nejen jako propagační

⁸⁹KASÍK, P. *Za úspěch Schwarzenberga můžou sociální sítě. Karla je plný Facebook.* [online]. © 12. 01. 2013 [cit. 19. 12. 2013]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/internet-volby-prezidenta-d03-sw_internet.aspx?c=A130112_184201_sw_internet_pka

médium, ale posloužily i všem, kteří se k volbám chtěli vyjádřit a šířit svůj postoj. Zajímavostí na virálních videích bylo v prezidentských volbách to, že nevznikaly z iniciativy přímo volebních týmů, ale díky nadšencům a fanouškům toho či onoho kandidáta. V době prezidentských kampaní se do natáčení takových videí pouštěly i známé osobnosti. K hojně sdíleným patřilo například video herce Tomáše Hanáka, který tímto prostřednictvím vyzval Fischera, aby raději vzhledem ke svému členství v komunistické straně na prezidenta nekandidoval. Přímou Schwarzenberga potom podpořila dvojice herců Vojtěch Dyk a Taťána Vilhelmová, kteří natočili na dovolené video, kde zábavnou formou obhajují věci, které by mohly nerozhodnutým voličům na „knížeti“ vadit. I toto video se vzhledem k popularitě hereckého páru šířilo rychlostí blesku. Mezi oblíbená videa s prezidentskou tematikou, která nebyla iniciována žádnými známými osobnostmi, ale obyčejnými lidmi, patřilo to s názvem „Jak odstranit Fischera se Zemanem?“ Video navádělo k již výše zmíněné taktice: nenechat propadnout hlasy volením nepravděpodobných postoupivších do druhého kola, jakými byly třeba Taťána Fischerová nebo Zuzana Roithová. Video zhlédlo díky virálnímu šíření přes 300 000 lidí.⁹⁰

U kampaní vedených zejména skrze sociální sítě a internet je třeba si uvědomit i jejich úskalí. Zprv, přestože se pro uživatele internetu může zdát, že je na něm každý, neplatí to o voličské populaci. Rozsáhlý výzkumný projekt NetMonitor, který poskytuje informace jak o návštěvnosti internetu v České republice, tak i o sociodemografickém profilu návštěvníků, uvádí následující data. V únoru 2013 dosáhla velikost internetové populace počítaná u všech uživatelů starších deseti let 6,5 milionu lidí. Což znamená v porovnání s běžnou populací ve stejné věkové struktuře 69 % běžné populace České republiky. Nejvíce uživatelů je ve skupině, která ještě volit nemůže, nebo je voličsky velmi nestabilní a nespolehlivá, tedy ve věkové kategorii deset až dvacet čtyři let, a to 90 %. S rostoucím věkem podíl lidí na internetu klesá. V reálné české populaci je nejzastoupenější věková skupina padesát pět plus, která má v internetové populaci pouze 17 % podíl a internet z nich využívá pouhých 34,9 %.⁹¹ Dalším problémem, který se například právě

⁹⁰KUDLÁČKOVÁ, L. *Video: Favority voleb tepou Hanák, Pohreich i Hitler*. [online]. © 08. 01. 2013 [cit. 19. 12. 2013]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/prezidentske-volby/clanek.phtml?id=767997>

⁹¹KOLÁŘ, P. *Audit návštěvnosti internetu*. [online]. © 21. 4. 2013 [cit. 19. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.netmonitor.cz/sites/default/files/iac_2013_-_netmonitor_rocenka_2012_0.pdf

v případě podpory Karla Schwarzenberga mohl projevit, je to, že právě mladí voliči, které pomocí sociálních sítí a internetu získal na svoji stranu, jsou vrtkaví, nespolehliví a nepředvídatelní. Právě účast mladých a vzdělaných voličů totiž není samozřejmostí. I když se o politiku zajímají, mnohdy se z různých důvodů k volbám nakonec nedostaví.⁹² Navíc, jak před volbami rezonovalo internetem, „lajk není hlas“. Spousta mladých podporovatelů knížete mohla mít pocit odhlasování už ve chvíli, kdy svého kandidáta podpořili na internetu. K volebním urnám už ale potom nedorazili.

Kontaktní kampaň

Tak jako ve většině volebních kampaní, i u té prezidentské byla její stěžejní součástí kontaktní část, tedy osobní setkání s voliči. A to ať už jde o objížďení regionů přímo samotnými kandidáty, kde se osobně setkávají a promlouvají s podporovateli, nebo nerozhodnutými voliči, nebo kontaktní kampaň nepřímá, kde nefiguruje přímo kandidát, ale většinou dobrovolníci šířící jeho myšlenky a shánějící další voličské hlasy. Tato forma kampaň se dá považovat za velice efektivní, ale zároveň velmi časově náročnou.

Do moderních prostředků kontaktních kampaní oslovujících velký počet lidí patří například koncerty. Ty nejsou na podporu politiků v Česku žádnou výjimkou, a tak nechyběly ani při první přímé volbě prezidenta. Dva největší se odehrály 9. ledna 2013, jeden na Staroměstském náměstí a druhý na náměstí Jiřího z Poděbrad. Na Staroměstském náměstí se toho dne po 16. hodině sešli příznivci Miloše Zemana. Přimo z pódia během koncertu moderovaného Markem Vašutem Zemana podpořili například Daniel Hůlka, František Ringo Čech, Bohouš Josef, Ladislav Kerndl či režisér Filip Renč, který natočil Zemanův volební spot. Akce se zúčastnili i další podporovatelé Zemanovy kandidatury, jako například první československý kosmonaut Vladimír Remek nebo saxofonista Felix Slováček. Na náměstí se sešlo přibližně 400 lidí převážně středního a staršího věku. Mnozí z nich stáli dlouhé fronty u stánků se zdarma rozdávanými koláči a čajem. Oproti setkání příznivců Karla Schwarzenberga mohl koncert na podporu Zemana působit spíše jako skromné setkání. Nejvíce účinkujících se sešlo totiž právě na koncertě s názvem „Karel na Hrad - Koncert za slušného prezidenta“, který začal tentýž den v 17 hodin na náměstí Jiřího z Poděbrad.

⁹²HARTL, J. *Jan Hartl: Česká veřejnost po listopadu 2000*. [online]. © 06. 12. 2000 [cit. 19. 12. 2013]. Dostupné z: <http://cepin.cz/cze/prednaska.php?ID=168>

Pro tehdejšího vicepremiéra a předsedu TOP 09 Karla Schwarzenberga se z čistého nadšení a bez nároku na honorář rozhodly zahrát skupiny Olympic, Tata Bojs nebo The Tap Tap. Dále vystoupili zpěváci Dan Bárta, David Koller, Michael Kocáb, Michal Pavlíček, Xindl X, Marie Rottrová nebo Ivan Mládek. Podle pořadatelů se akce zúčastnilo asi 10 000 lidí všech věkových kategorií od dětí po seniory, kteří měli na klopách placky s heslem „Karel for President“. Návštěvnost těchto koncertů předznamenala jedno – Praha byla jednoznačně Schwarzenbergova. Setkávací akce, i když v menším provedení, měli na závěr kampaní naplánované i další prezidentští kandidáti. Tentýž den, po skončení akce Miloše Zemana, pozvala na Staroměstské náměstí své příznivce i Táňa Fischerová. Čekal je tu happening „Přání pro rok 2013“. Místopředseda a senátor ČSSD Jiří Dienstbier si sezval své podporovatele tentýž den do Kaiserštejnského paláce, kam přišli zejména představitelé sociální demokracie. Originální byl, stejně jako i v celé kampani, Vladimír Franz, který jako finále své kampaně 10. ledna uvedl ve Státní opeře Praha premiéru své opery „Válka s mloky“.⁹³

Miloš Zeman vsadil mimo jiné i na klasické objíždění krajů, na které jsme zvyklí z jiných typů předvolebních kampaní. Tým Karla Schwarzenberga se snažil být o něco originálnější a pořádal pro sehnání podpory svého kandidáta nejrůznější akce. Jako příklady můžeme uvést narozeniny Karla Schwarzenberga, které proběhly v pronajaté tramvaji, která měla speciální trasu po centru Brna. Další akcí, která si získala velkou podporu veřejnosti a zájem médií, byla série koncertů nazvaná „Noc s Karlem“, v níž svoji podporu vyjádřily kandidátovi desítky hudebníků a majitelů klubů v celé České republice, ve kterých se koncerty zdarma odehrávaly. Nebo třeba akce v hospodách pod názvem „Pivo s Karlem“.⁹⁴

Financování kampaní

Zákon o prezidentské volbě podrobně rozpracovává i financování prezidentských kampaní. O financování volební kampaně se vede účetnictví v plném

⁹³ČESKÁ TELEVIZE, *Prezidentská kampaň vrcholí, dnes hlavně v kultuře*. [online]. © 09. 01. 2013 [cit. 19. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/210326-prezidentska-kampan-vrcholi-dnes-hlavne-kulturne/>

⁹⁴MICHL, P. *Externí komunikace: Prezidentská kampaň n podporu Karla Schwarzenberga z pohledu jejího mluvčího*. [online]. © 11. 06. 2013 [cit. 19. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.m-journal.cz/cs/praxe/externi-komunikace--prezidentska-kampan-na-podporu-karla-schwarzenberga-z-pohledu-jejeho-mluvciho__s284x9910.html

rozsahu podle zákona upravujícího účetnictví, to přitom zahrnuje veškeré příjmy a výdaje na volební kampaň. Výdaji se rozumí součet všech finančních prostředků nebo jiných plnění ocenitelných v penězích, které kandidát na funkci prezidenta republiky vynaloží na úhradu nákladů volební kampaně a to včetně nákladů vynaložených přede dnem podání kandidátní listiny. Zákon, inspirován zahraničím, také obsahuje omezení výdajů. Výdaje na volební kampaň tak nesmí přesáhnout částku 40 milionů Kč včetně daně z přidané hodnoty, účastnil-li se kandidát pouze prvního kola volby. Účastnil-li se kandidát prvního i druhého kola volby, pak nesmí být výdaje vyšší než 50 milionů Kč včetně daně z přidané hodnoty. Do toho se započítávají částky, které kandidát na funkci prezidenta republiky uhradil nebo má uhradit, včetně částek, které uhradily nebo se zavázaly za kandidáta uhradit třetí osoby. Bylo-li plnění, které je součástí volební kampaně, poskytnuto bezplatně nebo za cenu nižší než obvyklou, započítá se do této částky jeho obvyklá cena.

Prezidentský zákon stanovil kandidátům 30. března jako poslední den, do kdy musí dodat senátnímu výboru všechny podklady, pro zkontrolování financování a účtování předvolebních kampaní. Po jejich zkontrolování uvedl předseda mandátového a imunitního výboru Jiří Oberfalzer, že pravidla financování volební kampaně zcela nedodržel žádný z devíti kandidátů na prezidenta. Prohřešky ale podle výboru nebyly nijak zásadní. Kandidátům nehrozí žádný postih, neboť zákon nic takového nepředpokládá. Podle Oberfalzera měly navíc volební týmy často problém porozumět tomu, co jim zákon ukládá. Výbor kvůli tomu doporučil do příští volby zákon vyjasnit.

Za prezidentskou kampaň utratil nejvíce peněz vítězný Miloš Zeman. Jedno prvenství má i druhý finalista Karel Schwarzenberg, který pro svou volební kampaň získal nejvíce finančních darů, a to přes 36 milionů korun. Otazníky ve financování kampaně vzbuzoval hlavně Jan Fischer, který se kampaní zadlužil a do Senátu odevzdával vyúčtování s dluhem ve výši 8,18 milionu korun. V současnosti je již dluh vyrovnán.^{95, 96, 97, 98}

⁹⁵CHLUMSKÁ, K. *Volební kampaně a právo*. [online]. © 20. 11. 2012 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://trendmarketing.ihned.cz/c1-58678470-volebni-kampane-a-pravo>

⁹⁶DENÍK.CZ. *Vyúčtování kampaně už předložili všichni. Uhrazeno nemá Zeman a Fischer*. [online]. © 29. 03. 2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.denik.cz/z_domova/vyuctovani-kampane-predlozilo-vsech-devet-prezidentskych-adeptu-20130329.html

Tabulka 3: Náklady kampaní jednotlivých kandidátů

	Kandidát	Náklady
1	Miloš Zeman	37,2 milionu
2	Karel Schwarzenberg	36,3 milionu
3	Jan Fischer	asi 25 milionů
4	Jiří Dienstbier	16,9 milionu
5	Přemysl Sobotka	14,9 milionu
6	Zuzana Roithová	670.000
7	Vladimír Franz	480.000
8	Jana Bobošíková	155.000
9	Táňa Fischerová	130.000

Zdroj⁹⁹

⁹⁷BÉM, R. *Prezidentská kampaň: přichází den zúčtování*. [online]. © 28. 03. 2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/220419-prezidentska-kampan-prichazi-den-zuctovani/>

⁹⁸ČTK. *Vyúčtování kampaně předložilo všech devět prezidentských adeptů*. [online]. © 29. 03. 2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/vyuctovani-kampane-predlozilo-vsech-devet-prezidentskych-adeptu/919886>

⁹⁹ČTK. *Vyúčtování kampaně předložilo všech devět prezidentských adeptů*. [online]. © 29. 03. 2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/vyuctovani-kampane-predlozilo-vsech-devet-prezidentskych-adeptu/919886>

PRAKTICKÁ ČÁST

5 CÍLE, METODIKA A HYPOTÉZY

Cílem praktické části této diplomové práce je za pomoci hloubkových rozhovorů s odborníky z nejrůznějších oborů zabývajících se problematikou prezidentských voleb, nebo volebních kampaní, konkretizovat specifika kampaní na prezidenta v prvních přímých volbách v České republice. Díky několika pohledům se pokusíme určit příčinu úspěchu některých a naopak neúspěchu jiných kandidátů. V neposlední řadě by měly z hloubkových rozhovorů vyplynout faktory, které ovlivňovaly voliče při jejich volbě.

Pro účely této práce vzniklo celkem devět hloubkových rozhovorů, které byly vedeny polostandardizovanou formou. Až na jednu výjimku, kde je respondent dlouhodobě mimo republiku a odpovídal tak prostřednictvím elektronické pošty, byly všechny rozhovory vedeny tváří v tvář a zaznamenávány na nahrávací zařízení, a to v průběhu listopadu 2013. Všem respondentům byly pokládány stejné otázky, které byly případně individuálně rozšířeny otázkami doplňujícími. Seznam základních otázek je uveden v příloze této práce. Z otázek a odpovědí jsme si určili tematické okruhy, ve kterých budeme z rozhovorů vyvozovat jednotlivé závěry. Z osmi základních otázek jsme si navíc určili hypotézy, které se následně v diskusi této práce pokusíme, dle poznatků z rozhovorů, potvrdit či vyvrátit.

Hypotézy, které byly prověřovány:

Hypotéza č. 1: V prvním kole volby kandidáti a jejich týmy volili nejrůznější načasování kampaní i formy komunikace směrem k veřejnosti. V druhém kole se pak postoupivší kandidáti zaměřili na získání nově uvolněných a stále nerozhodnutých voličů, a to zejména formou kontaktní kampaně v oblastech, kde v prvním kole oproti svému soupeři zaostávali.

Hypotéza č. 2: Za nový považujeme celý typ dvoukolové celostátní volby, který přinesl i nové postupy a strategie v politických kampaních.

Hypotéza č. 3: Jan Fischer začal svou kampaň velmi brzo a jeho tým nedokázal voliče zaujmout po celou dobu jejího trvání. Sám kandidát navíc selhával v konečné fázi kampaně, kdy přicházel do přímého střetu se svými konkurenty.

Hypotéza č. 4: Média sehrála významnou roli v prezidentské kampani, a to především, když se některá z nich otevřeně postavila za Karla Schwarzenberga.

Hypotéza č. 5: Politické debaty přinesly do kampaně několik témat, které volbu výrazně ovlivnily, jako například Benešovy dekrety. Velký podíl měly i při odhalení ne zcela silné osobnosti favorizovaného kandidáta Jana Fischera.

Hypotéza č. 6: Předvolební průzkumy zapříčinily odliv hlasů od kandidátů, kteří neměli podle preferencí příliš šanci na úspěch.

Hypotéza č. 7: Karel Schwarzenberg ovládl sociální sítě a zvolil ke své osobnosti a vysokému věku nečekanou podobu kampaně, díky tomu oslovil velký podíl mladých voličů.

Hypotéza č. 8: Miloš Zeman oslovoval nespokojenou vrstvu obyvatelstva nespokojenou s poměry v České republice, které dával za vinu tehdejší vládě. Tu slíbil odstranit a zasáhnout pevnou rukou, což přitáhlo k volbám většinu levicových voličů a obyvatel menších měst a vesnic.

5.1 Respondenti pro hloubkové rozhovory

Pro hloubkové rozhovory jsme vybírali odborníky z oborů sociologie, politologie, public relations, novináře zabývající se politickou sférou i přímo členy volebních týmů dvou nejúspěšnějších kandidátů Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga.

Jan Hartl

Jan Hartl je ředitelem první soukromé výzkumné společnosti s vlastní tazatelskou sítí – Střediska empirických výzkumů (STEM), které na jaře 1990 spoluzaložil. STEM se zabývá aplikovaným sociologickým výzkumem, zaměřuje se na studium životních podmínek, hodnot, postojů a názorů obyvatelstva. Zvláště se specializuje na rozbor sociálních problémů, na výzkum komunikace a politickou

analýzu.¹⁰⁰ Jan Hartl studoval sociologii, politologii a filmovou vědu na Univerzitě Karlově. V letech 1975-1989 působil v Ústavu pro filozofii a sociologii ČSAV.¹⁰¹

Jako respondent pro tuto práci byl vybrán jakožto jeden z nejuznávanějších sociologů v České republice. Společnost STEM se pod jeho vedením přímou prezidentskou volbou zabývala dlouhodobě a velmi podrobně. Sám Hartl v rozhovoru uvedl, že se osobně přidal k podpoře Karla Schwarzenberga. Byl dokonce mezi prvními signatáři Výzvy tříkrálové.

RNDr. Jan Herzmann, CSc.

Stejně jako předchozí respondent i Jan Herzmann je sociologem, který se dlouhodobě věnuje průzkumům veřejnosti. Stejně jako Hartl i Herzmann přes dvacet let budoval soukromou agenturu výzkumu trhu ppm factum, která dnes patří mezi nejlepší dodavatele marketingových informací a řešení na českém trhu. V době prezidentských voleb byl v této agentuře v pozici jednatele, kterou ale nedávno opustil a naplno se věnuje rozvoji rodinné firmy zabývající se správou aktiv, služeb v oblasti komunikace a marketingových informací a politického marketingu. Absolvoval obor matematická ekonomie na Matematicko-fyzikální fakultě Univerzity Karlovy. Marketingový výzkum učí na pražské Vysoké škole ekonomické a na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy.¹⁰²

Jako respondent této práce byl vybrán nejen jako sociolog zabývající se výzkumem veřejnosti a politickým marketingem, ale i jako autor knihy líčící zákulisí historicky první přímé prezidentské volby v České republice „Proč právě Zeman?“, která byla jedním ze zdrojů této práce.

Jan Hrbáček

Jan Hrbáček je novinář a komentátor. Vystudoval obor Vědecké informace a knihovnictví na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze. Pracoval například v Lidových novinách, časopisu Týden, Hospodářských novinách, nebo Českém rozhlasu 1 – Radiožurnálu. V současné době působí jako zástupce šéfredaktora

¹⁰⁰STEM. *O firmě*. [online]. [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.stem.cz/staticpages/ofirme-stem-se-predstavuje>

¹⁰¹RESPECT. *Jan Hartl*. [online]. [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: [http://respekt.ihned.cz/?m=authors&person\[id\]=12482070&article\[aut_id\]=12482070](http://respekt.ihned.cz/?m=authors&person[id]=12482070&article[aut_id]=12482070)

¹⁰²HERZMANN. *Jan Herzmann*. [online]. © 2013 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.herzmann.cz/nas-tym/jan-herzmann/>

v ekonomickém týdeníku Euro. Specializuje se především na investigativní žurnalistiku.¹⁰³

Pro tuto práci byl vybrán jako novinář, který se prezidentskou volbou sice přímo nezabýval, ale celou ji bedlivě sledoval a díky svým kontaktům a zaměstnání měl přístup k nejrůznějším informacím.

Petr Kolář

Petr Kolář je dalším novinářem mezi respondenty. Na rozdíl od Jana Hrbáčka se ale Kolář věnuje politické sféře a v současnosti působí jako politický reportér a komentátor časopisu Týden.¹⁰⁴ Před tím působil například v Lidových novách, Euru nebo Reflexu.

V době přímé volby prezidenta působil jako novinář zabývající se politikou v časopisu Reflex.

PhDr. Jan Kubáček

Jan Kubáček je český politolog, specializující se na politický management, politickou komunikaci a volební marketing. Je autorem několika odborných knih a učebnic, desítek studií a popularizačních článků. Spolupracuje s privátním, veřejným i mediálním sektorem jako politický analytik a konzultant. Vystudoval politologii na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze. V současnosti spolupracuje například s Českou televizí nebo internetovými servery Aktuálně a iHNed, kde poskytuje komentáře k aktuálním politickým problémům.^{105, 106} V rámci pedagogické činnosti přednáší na Katedře marketingové komunikace a PR Institutu komunikačních studií a žurnalistiky na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy a nepravidelně na řadě odborných institutů, v České republice i zahraničí. Od roku 2012 působí jako

¹⁰³EMPRESA MEDIA. *Medailonky novinářů*. [online]. © 2006 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: http://mediamania.tyden.cz/medailonky-zurnalistu_1022_stranka.html

¹⁰⁴AUST, O. *Politický reportér Petr Kolář přestupuje z Reflexu do Týdne*. [online]. © 29. 07. 2013 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.mediary.cz/politicky-reporter-petr-kolar-prestupuje-z-reflexu-do-tydne/>

¹⁰⁵KUBÁČEK, J. *Jan Kubáček*. [online]. © 1999 - 2013 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: <http://blog.aktualne.centrum.cz/blogy/jan-kubacek.php>

¹⁰⁶CINKOVÁ, B. *Praxe v parlamentu nabízí cenné zkušenosti i pohled do tajů politiky*. [online]. © 06. 06. 2008 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ukacko.cz/praxe-v-parlamentu-nabizi-cenne-zkusenosti-i-pohled-do-taju-politiky>

ředitel specializované konzultační kanceláře PR&MEDIA PARTNERS s.r.o. věnující se odborné analýze legislativy, poradenství a publikační činnosti.¹⁰⁷

Jan Kubáček byl pro tuto práci vybrán jako zkušený politolog, který se zabývá politickou komunikací, psychologií politiky, politickou strategií a politickým managementem. Při politologických analýzách přímé prezidentské volby vycházel z expertních zkušeností ze zahraničí. Při prezidentských kampaních měl externí poradní funkci, přičemž nejvíce informací poskytoval týmu Miloše Zemana.

Ing. Vít Kurfürst

Vít Kurfürst je vlastníkem společnosti Czech P.R., která se zabývá poskytováním poradenských služeb v oblasti vztahů s veřejností v České republice. Mimo public relations, kterým se Vít Kurfürst věnuje v současnosti, má zkušenosti s prací v médiích i politice. V období 1989 až 1994 pracoval v České televizi jako redaktor a moderátor televizního zpravodajství a od roku 1994 působil čtyři roky jako tiskový mluvčí Ministerstva zahraničí a ředitel tiskového odboru.

Pro praktickou část této práce byl Vít Kurfürst vybrán jako odborník stále se rozvíjejícího oboru PR, tedy vztahů s veřejností, který hrál v předvolebních bojích a kampaních velkou roli.¹⁰⁸

Roman Lipták

Roman Lipták je bývalý šéf programu slovenských televizí Markíza a STV, který v první polovině roku 1999 pomáhal Rudolfu Schusterovi k prezidentské funkci na Slovensku. Nyní působí jako pedagog na bratislavské Akademii médií.¹⁰⁹

Při volebních prezidentských kampaních působil jako externí poradce ve volebním týmu Miloše Zemana. Tam využíval především svoje zkušenosti s přímou volbou na Slovensku. Roman Lipták působí především na Slovensku, a tak byl rozhovor s ním jako jediný vedený prostřednictvím elektronické pošty.

¹⁰⁷WIKIPEDIE. *Jan Kubáček*. [online]. © 07. 11. 2013 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Jan_Kub%C3%A1%C4%8Dek

¹⁰⁸CZECH P.R. *O nás*. [online]. © 2008 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.czechpr.cz/cz/o-nas.html>

¹⁰⁹POTUČEK, J. *Bývalý šéf programu Markízy a STV radí Milošovi Zemanovi s prezidentskou kampaní*. [online]. © 15. 11. 2012 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/byvaly-sef-programu-markizy-a-stv-radi-milosi-zemanovi-s-prezidentskou-kampani/>

Jaroslav Poláček

Jaroslav Poláček je volebním manažerem strany TOP 09. Vystudoval Mediální studia a žurnalistiku na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy. Před působením v TOP 09 pracoval na několika pozicích v KDU-ČSL.¹¹⁰

V prezidentské kampani vypomáhal společně se svým týmem pouze volebnímu týmu Karla Schwarzenberga a to především po jeho postupu do druhého kola.

MgA. Marek Vocel

Marek Vocel je spolujednatel a obchodním ředitelem eventové produkční agentury MVP agency, která se zaměřuje na vývoj a realizaci veřejných a soukromých akcí. Je také spoluzakladatelem a předsedou správní rady společnosti Opona, která uspořádala oslavy 20. výročí pádu železné opony a která realizuje projekty zdůrazňující význam demokracie u nás i ve světě. Vystudoval produkci na Filmové a televizní fakultě Akademie múzických umění v Praze.

V prezidentské volbě působil jako hlavní manažer prezidentské volební kampaně Karla Schwarzenberga. Za tuto kampaň obdržel Českou cenu za public relations jako absolutní vítěz 8. ročníku.¹¹¹

¹¹⁰LINKEDIN CORPORATION. *Jaroslav Poláček*. [online]. © 2013 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: <http://cz.linkedin.com/in/jaroslavpolacek>

¹¹¹MPV AGENCY. *Vedení*. [online]. © 2012 - 2013 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.mvp.cz/nas-tym/>

6 TEMATICKÉ OKRUHY

6.1 Zhodnocení kampaní kandidátů před 1. a 2. kolem volby

Všichni respondenti se shodli, že bylo na kampaních na prezidentský úřad znát, že se volby tohoto typu konaly v České republice poprvé a volební týmy se takzvaně učily za pochodu. Přestože někteří kandidáti vsadili na zkušené poradce ze zahraničí, jakým byl nepochybně jeden z našich respondentů Roman Lipták, který měl zkušenosti s přímou prezidentskou volbou na Slovensku, nebo američtí poradci ve volebním týmu Jana Fischera, je každý národ a jeho volební chování a rozhodování specifické a kampaň je tak třeba podřizovat konkrétnímu prostředí i kultuře. Kampaně na prezidentský úřad jednotlivých kandidátů byly velice rozdílné. Sociolog Jan Herzmann pojmenoval tři hlavní rozdíly, které podle něj kampaně odlišovaly. Prvním jsou podle něj vynaložené náklady. Na jednom pólu je například kampaň Taťány Fischerové. Naprosto low-costová záležitost postavená na síle osobnosti kandidátky a na jejích sociálních vazbách. Na druhém pólu by pak byly kampaně Karla Schwarzenberga, Miloš Zemana nebo Jana Fischera, které byly vedeny profesionálně a se značným finančním vkladem. Druhá věc, která podle tehdejšího šéfa výzkumné agentury ppm factum kampaně odlišovala, spočívala v tom, do jaké míry v nich byla zastoupena programová stránka a kdy naopak stály pouze na osobnosti kandidáta. Například v kampaních Fischera a Schwarzenberga bylo poměrně dost programových prvků. Na druhé straně u Tomia Okamury, Táni Fischerové nebo Vladimíra Franze bylo těch programových prvků méně a v popředí byla jejich osobnost. Budoucí vítěz byl podle Herzmanna někde mezi tím. Třetí věcí, která byla v jednotlivých kampaních rozdílná, byla míra osobního nasazení jednotlivých kandidátů. Zatímco například Jan Fischer a Miloš Zeman přenechávali svým týmům veškerou iniciativu, Okamura nebo Fischerová naopak sami definovali svoji kampaň do posledního puntíku. Opět někde ve středu mezi tím se pohyboval Karel Schwarzenberg, který sice veškeré nápady a realizace přenechával svému týmu, ale zároveň, jak nám potvrdil i vedoucí jeho týmu Marek Vocel, schvaloval 95% veškerých materiálů a nenechal projít nic, co by stoprocentně nesouhlasilo s jeho naturelem a názory.

Rozhodujícím prvkem pak podle Jana Herzmana bylo kromě výše zmíněných třech bodů i načasování kampaní. Jak uvedl politolog Jan Kubáček, na jednu stranu tady byly fenomény týmů, které velmi brzy vyrazily do boje, a to především tým Jana Fischera. Ten se do jisté míry cítil prezidentem a oznamoval prezidentskou kandidaturu a sbory poradců už rok a půl před volbami, což bylo podle politologa se zahraniční zkušeností hodně nestandardní. Druhým poměrně brzo nastoupivším kandidátem, který ale nakonec nekandidoval, byl Jan Švejnar a s ním i kandidát ČSSD Jiří Dienstbier. Teprve potom se začal objevovat další peloton kandidátů. S podobně načasovaným startem vstoupili do volby Přemysl Sobotka a Miloš Zeman. Ti použili podle Kubáčka standardní časování, tedy asi 12 měsíců před volbou, s tím že, intenzivní kampaň vedli až ve finálním půlroku. Za zajímavý jev považuje Jan Kubáček poměrně pozdní nástup Karla Schwarzenberga, Vladimíra Franze a Vladimíra Dlouhého. Ti zvolili poměrně rychlou kampaň a sázeli na to, že se lidé budou rozhodovat až v takzvané horké fázi kampaně, tedy asi dva až dva a půl měsíce před prvním kolem. Ukázalo se, že i to sehrálo svoji roli. Zatímco kampaň Jana Fischera vyhasla, kampaně Karla Schwarzenberga a Vladimíra Franze hodně překvapily a v posledních předvolebních týdnech zahýbaly předvolebními průzkumy a Schwarzenberg poté i samotnými výsledky prvního kola. Podle Jana Herzmana, který se volbou pečlivě zabýval, se ukázalo, že úspěch měla profesionalita týmů a schopnost vygradovat kampaň ve správnou chvíli.

Razantní nástup Jana Fischera byl překvapujícím i pro odborníka na public relations Víta Kurfürsta, který se navíc pozastavuje nad dalším faktem týkajícím se tohoto kandidáta. Podle něj Fischer nastolil vizi, která se ukázala být falešnou: že lze prezidentskou kampaň dělat na občanském principu. Že si lze jako občan pouze sehnat dostatek financí a není třeba být spojen s nějakou konkrétní politickou entitou. Dlouhou dobu to podle předvolebních průzkumů vypadalo pro Fischera idylicky. Nakonec to ale na vysněný cíl v podobě prezidentského úřadu nestačilo a kandidátovi zůstal na účtu pro prezidentskou kampaň více jak osmnáctimilionový dluh.

Právě Kurfürst se v rozhovoru se zajímavými postřehy pozastavil i nad dalšími kandidáty. Kampaň Zuzany Roithové označil za zajímavou s dobrou taktikou. Bohužel do kampaně vložila v poměru se svými konkurenty zanedbatelnou sumu peněz. Podle Kurfürsta si dobře uvědomovala, že nebude prezidentkou a ve volbě měla jiné cíle, jako

zviditelnit stranu KDU-ČSL, která vypadla z parlamentu, a zároveň si udělat vlastní předvolební kampaň do Evropského parlamentu. V prezidentské volbě dokázala navíc i zviditelnit evropská témata. Ani kampaň dalších dvou žen na kandidátce, Jany Bobošíkové a Taťány Fischerové, neměly podle Víta Kurfürsta šanci na úspěch, už kvůli minimálním finančním vkladům. Šéf kampaně Karla Schwarzenberga Marek Vocel navíc nazval kampaň Fischerové „akcí kamarádů“, která byla z pohledu marketingu spíše naivní. Za největší volební katastrofu považuje Kurfürst výsledky Jiřího Dienstbiera a Přemysla Sobotky, které podle něj předznamenal výsledky předčasných voleb do poslanecké sněmovny, v nichž se ukázalo, nakolik jsou velké politické strany nejednotné. Kampaň Přemysla Sobotky a ODS považuje PR odborník za špatnou už od jejího začátku. Za prvotní a hlavní problém považuje způsob, jakým se strana postavila k výběru kandidáta a k jeho podpoře. Přestože do kampaně nějaké peníze vložila, nedoprovázelo je potřebné zapálení pro boj.

Jiří Dienstbier byl ve výpovědích respondentů poměrně rozporuplná položka. Zatímco někteří jeho výsledek považovali za úspěch, jiní – jako třeba zmiňovaný Vít Kurfürst – ho považovali za propad. Pojdme se tedy na něj blíže zaměřit. Nejprve se podíváme na negativní pohled na jeho kampaň i volební výsledky. Podle Kurfürsta získal Dienstbier tolik hlasů, co by nasbíral jakýkoliv jiný člen sociální demokracie. Miloš Zeman, který stál proti němu, mu totiž značnou část hlasů na levém politickém spektru, které obvykle ve volbách dostane sociální demokracie, sebral. Podle majitele Czech P.R. nebyl Dienstbier dobrá volba a ti co ho volili, chtěli pouze někoho mladého na levi. Některé hlasy, co nasbíral, byly od voličů Strany zelených, díky tomu, že se profiluje na pokraji sociální demokracie a právě moderních levicových zelených. Za hubený výsledek to považuje Kurfürst především proto, že to byl kandidát sociální demokracie, což měla být strana, která vyhraje další parlamentní volby. Podle Jana Herzmana příznivci sociální demokracie dlouho nevěděli, koho mají volit, protože chtěli jako kandidáta jejich strany Jana Švejnara. Jan Hrbáček zase soudí, že Jiří Dienstbier ještě není natolik výrazným politikem, aby mohl v podobné volbě uspět. Podle novináře navíc mohlo spoustu lidí odradit jeho vymezování vůči vlastní straně. Oba členové nejúspěšnějších volebních týmů, Roman Lipták i Marek Vocel, se shodují v tom, že měl kampaň příliš úzce zaměřenou. Oslovoval jen úzký okruh levicově

zaměřených kandidátů, kde měl navíc silnější pozici Miloš Zeman. Ostatní respondenti spatřují výsledek Jiřího Dienstbiera jako úspěch. Ze všech agentur zabývajících se předvolebními průzkumy to byl právě STEM pod vedením Jana Hartla, který ukazoval, že pozice Dienstbiera není tak slabá, jak to vypadá, a že by mohl za určitých podmínek uspět. Problém byl v tom, že Zeman, kterého veřejnost z historických důvodů stále považuje za zástupce sociální demokracie, byl daleko silnější kandidát. Voliči sociální demokracie se podle Hartla rozdělili na třetiny. Jedna třetina podpořila Fischera, druhá třetina Zemana a jenom třetí třetina dala hlas vlastnímu kandidátovi Jiřímu Dienstbierovi. Strategickou chybou ČSSD bylo, že lavírovala mezi Dienstbierem a Švejnarem. Kdyby rovnou postavili silného kandidáta Jana Švejnara a náležitě by zaplatili kampaň, musel by podle Hartla ve druhém kole Švejnara Zemana jasně porazit. Přesto považuje Dienstbierův výsledek za úspěch, už díky tomu, že se jeho podpora zvyšovala až v koncovce kampaně, kdy se nerozhodovali voliči pouze podle televizních spotů a billboardů, ale kdy se posuzovala vnitřní integrita kandidátů, při rozhovorech a televizních debatách. Jeho výsledek v pozitivním slova smyslu překvapil i politologa Jana Kubáčka. Podle něj skončil na někoho, kdo je ve vrcholné politice poměrně krátce, s více než dobrým výsledkem. Jako jeho největší chybu vidí jeho přílišné soustředění na velká města. Nepodařilo se mu tak dostat do domácností a uvažování lidí z okresních a spádových měst a neměl pro ně ani žádná témata. Za famózní pak jeho výsledek považuje novinář Petr Kolář. Dle jeho názoru se totiž v sociální demokracii počítalo s tím, že ať nasadí kohokoli, většina jejich voličů se stejně přikloní k Miloši Zemanovi, a tak jeho za Fischerem těsně čtvrté místo vidí jako velký úspěch.

Za zmínění určitě stojí i kampaň Vladimíra Franze, která naši prezidentskou volbu, díky jeho tetování po celém těle včetně obličeje, dostala daleko za hranice českého státu. Jan Kubáček v rozhovoru uvedl, že se v rámci prezidentské volby u nás stala situace, kterou, i přes jeho bohatou zahraniční zkušenost, neznají jinde ve světě: že sami sympatizanti někoho přesvědčili ke kandidatuře, jako to bylo právě v případě Franze. To označuje za české unikum a zároveň i za fenomén první prezidentské volby. Vladimír Franz, který se do své kandidatury nijak v politice neangažoval, se společně s naprosto neprofesionálním týmem a minimálními finančními prostředky vyšplhal až do první pětice kandidátů. Zajímavý postřeh ke kandidatuře a výsledku Vladimíra Franze přináší Vít Kurfürst. Podle něj právě on ve výsledku

zapříčinil, že nevyhrál Karel Schwarzenberg. Především právě naivním způsobem, kterým do volby vstoupil, který se dříve připisoval i Václavu Havlovi. Reprezentoval mladou skupinu radikálních voličů, kteří volí alternativní strany, jakou je například pirátská strana. Právě ti voliči by se totiž podle Kurfürsta s největší pravděpodobností už v prvním kole - nebýt Franze - přiklonili ke Schwarzenbergovi a přišli ho pak případně podpořit i v kole druhém. Takhle byli zklamáni, že jejich kandidát neuspěl, nehledali jeho adekvátní náhradu a v druhém kole už k volebním urnám nepřišli.

Pro druhé kolo platí stejně jako u prvního, že se něco podobného konalo v České republice poprvé a že ani jeden z kandidátů neměl úplně jasnou představu o tom, do čeho jde a co bude druhé kolo obnášet. V průběhu čtrnáctidenní pauzy mezi prvním a druhým kolem byla na obou kandidátech znát únava, čemuž se při počtu politických duelů nelze divit. Zásadní rozdíl mezi kandidáty byla jejich výchozí situace, v níž do druhého kola vstupovali. To zmínil v rozhovoru i Jan Herzmann. Zatím co kampaň Miloše Zemana byla dlouhodobě poměrně stabilní a Herzmann o ní ve své knížce „Proč právě Zeman“ napsal, že fungovala jako armáda, když připravuje nějakou bitvu, u Karla Schwarzenberga došlo podle sociologa před prvním kolem k jakési náhlé partyzánské válce, kterou nikdo nečekal a která byla velmi úspěšná. Problém byl v tom, že vlastně ani její autoři a stratégové netušili, jak v ní pokračovat ve druhém kole, a vypadalo to, jako by se vyčerpali. V druhém kole pokračovali v kampani kola prvního, přičemž navíc přidali pouze to, co viděli u Zemana. Protože ale jejich výchozí pozice nebyla stejná, tak to nestačilo. Podle Herzmanna bylo třeba přijít s překvapivými prvky, a ty v druhém kole u Karla Schwarzenberga chyběly. I podle dalšího zpovídaného respondenta Jana Hartla situaci před druhým kolem zvládl intuitivně lépe Zeman a jeho tým. Na rozdíl od Schwarzenberga totiž Zeman s druhým kolem počítal, zatímco Schwarzenbergův tým jako by byl postupem zaskočen. I Hartl uvedl, že v týmu Karla Schwarzenberga nepochopili, že první a druhé kolo jsou kvalitativně odlišné a že nejde pouze pokračovat v tom, co bylo v prvním kole. Je zajímavé, že přestože se v podobném duchu o zaskočení týmu Karla Schwarzenberga vyjádřila většina respondentů, odpověď hlavy Schwarzenbergova volebního týmu s tímto názorem nekoresponduje, právě naopak. Na rozdíl od veškerých předvolebních průzkumů s postupem svého kandidáta do druhého kola prý počítali a byli by naopak

překvapení, kdyby se tak nestalo. Dva měsíce před prvním kolem měli v terénu šedesát dobrovolníků, kteří jezdili křížem krážem po republice autobusem, vlakem nebo i stopem a s každým, koho potkali, mluvili. Kromě toho, že tým podle Vocela získali desítky tisíc hlasů, měli od dobrovolníků zpětnou vazbu po celé dva měsíce a vytvářeli si tak poměrně přesný vlastní regionální průzkum o přesvědčených či názorově nakloněných voličích v regionech. Navíc využívali u nás ještě nepříliš rozšířené sémantické výzkumy, které se specializují na automatické porozumění textu a analýzu sentimentu. K tomu využívali analýzy obsahů veškerých textů a zpráv publikovaných na internetu týkajících se prezidentských kandidátů letošních voleb. Sémantické výzkumy jsou založeny na tezi, že veřejné mínění je odrazem obrazu, který představují veřejná média. Na možném úspěchu se podle této teorie podílí všeobecná známost osoby, tedy celkový počet článků a zmínek v médiích, a emoční náboj mediálních výstupů. Společnost Semantic Visions, která se těmito výzkumy u nás zabývá, při své analýze využila obdobný přístup jako v případě úspěšné predikce parlamentních voleb ve Velké Británii, kterou zpracovala pro televizi CNN, a loňských prezidentských voleb ve Spojených státech.¹¹² Ačkoliv u nás volební týmy s podobným typem výzkumů ještě příliš nepracují, předpověděl sémantický průzkum, na rozdíl od tradičních průzkumů veřejného mínění, poměrně přesně výsledky prezidentských voleb, a tedy i postup kandidáta TOP 09 do druhého kola. Marek Vocel tvrdí, že se kampaně v druhém kole změnila rapidně. To, že většina respondentů tvrdí, že Karel Schwarzenberg ve druhém kole ve své kampani žádné razantní změny nepřinesl, vypovídá o tom, že jeho tým neprovedl změny dostatečné, nebo že jen nebyly příliš zaznamenány veřejností a médii. V čem se naopak Marek Vocel shodoval s ostatními odborníky, je to, že tým Miloše Zemana byl původně připraven na postup Jana Fischera a ne na dlouho výzkumy podceňovaného Karla Schwarzenberga. Vzhledem k tomu, že se zaměřovali na kampaň konfrontační, museli narychlo měnit poměrně hodně věcí. Útočnost kampaně ponechali, pouze pozměnili témata a vyměnili zbraně. Vít Kurfürst tuto teorii rozvíjí o myšlenku, že tým Miloše Zemana celou svoji kampaň stavěl zpočátku na postupu původně teoreticky nejsilnějšího oponenta – česko-amerického ekonoma Jana Švejnara. Proto byla jeho kampaň

¹¹²MEDIAGURU. *Analýza: Facebook rozhodne o volbě prezidenta*. [online]. © 07. 1. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2013/01/analyza-facebook-rozhodne-o-volbe-prezidenta/#.UsWTUs6ZbY0>

na začátku postavena tak nacionalisticky, kdy se prezentoval jako pravý Čech a slogany i billboardy s národní tematikou dával na odiv, že on je tady, na rozdíl od jiných, doma. Když se postupem času jako nejnebezpečnější soupeř ukázal taktéž Čech – Jan Fischer, tak od nacionální stránky kampaně ustoupil a začal se k ní narychlo vracet, až když do druhého kola postoupil „kníže“ s ryze německým příjmením a česky nehovořící manželkou. PR odborník Vít Kurfürst dodává k druhému kolu ještě jednu zajímavou myšlenku. Podle něj by z volby vyšel vítězně Karel Schwarzenberg v případě, že by se volba konala už po týdnu od skončení prvního kola, tak jak tomu bývá například u voleb senátních. Soudí tak dle dynamiky nárůstu jeho preferencí těsně před kolem prvním a zároveň kvůli tomu, že veškerou negativní kampaň Miloš Zeman rozjel až právě v druhém týdnu druhého kola, což podle Kurfürsta sebralo „knížeti“ rozhodující hlasy. Jiného názoru je naopak Marek Vocel, který tvrdí, že voliči byli o tom, koho půjdou volit ve druhém kole, rozhodnutí ihned po skončení kola prvního a že tak kampaně probíhající ve čtrnáctidenní pauze už nic významného na výsledcích nezměnily. Podle něj se už hrálo jen o to, kdo k volbám přijde a kdo ne. Ta silně negativní kampaň nahrála tomu, že nakonec voličů nepřišlo tolik, kolik se očekávalo, což podle předvolebních průzkumů nahrávalo do kapsy spíše Milošovi Zemanovi, jehož voliči byli jednoznačně disciplinovanější a ti, co ho volili v kole prvním, mu přišli dát svůj hlas i v kole druhém, bez ohledu na to, co se okolo volby odehrávalo. Veřejnost byla podle Vocela už znechucená a díky mimořádné délce kampaně na prezidentské volby i unavená.

Celkově byly v prezidentské kampani hodně potlačeny programové prvky a do popředí byla postavena emoční stránka. Novinář Jan Hrbáček dodává, že kampaně byly především založeny na vymezování se proti ostatním kandidátům. V pozadí tak byly vize, to, co by kandidáti chtěli dokázat, čím by chtěli zaujmout, i co by ve funkci realizovali. Částečně i proto, že se toho v prezidentské funkci dle české tradice až tak mnoho realizovat nedá. S prázdnotí prezidentské funkce co do pravomocí souhlasí i Vít Kurfürst. Právě díky tomu se podle něj zejména s blížícím se koncem stávaly z prezidentských voleb spíše volby parlamentní, a proti sobě tak dle volených témat a diskusí nestáli dva potencionální čeští prezidenti, ale dva předsedové vlády, kteří budou mít skutečnou exekutivní moc a ponesou zodpovědnost za všechno, co se bude v naší zemi dít. Miloš Zeman podle Kurfürsta jako potencionální premiér vystupoval

v průběhu celé své kampaně. Logicky totiž pracoval s tím, co dobře zná a co umí, a to je právě premiérský úřad a premiérský přístup k vládě i samotnému státu.

6.2 V čem byly prezidentské kampaně na poli politických kampaní u nás nové

Největší novinkou, kterou prezidentská volba do České republiky přenesla a od které se odvíjejí i všechny ostatní novinky, je typ volby, tedy celostátní dvoukolová volba, na jejímž konci není poměrné vítězství, jako například u voleb do poslanecké sněmovny, ale pouze jeden vítěz a všichni ostatní jsou poraženými. Tomu odpovídají i emoce, které prezidentská volba vzbuzovala, a které samozřejmě volební týmy v národu podporovaly a vyhrocovaly.

Vzhledem k tomu, že se vybírá celostátně jeden kandidát, jde o velmi personifikovanou volbu, což je další novinkou na poli politického marketingu u nás. Kandidát se tak stává sám sobě hlavním bodem programu, a i když může mít jeho kampaň určité programové prvky, v popředí je v prezidentské volbě vždy jeho osobnost. Poprvé tak byla volba zejména o životních příbězích, o tváři kandidátů, o jejich chování i fanklubech, což jsme do té doby podle politologa Jana Kubáčka v České republice příliš nezažívali. Kampaně do poslanecké sněmovny mohou být sice také postaveny na lídrovi strany, ale vždy k němu patří takzvaná volební rodina, tedy další kandidáti na kandidátce strany, kteří jsou většinou propagováni v jednotlivých regionech. Podle Kubáčka byla další zajímavostí a novinkou prezidentské volby její symboličnost. Pro českou veřejnost je titul prezidenta republiky velmi symbolický, s až monarchistickým nádechem. Na voličích tak bylo při volbě znát, že se nerozhodovali pouze podle kandidáta a značky, tedy strany, z které pochází, ale i podle postoje k politice a dalších hodnot, které by dle nich měla hlava státu zosobňovat. Ve volbě se následně ukázalo, že polovina národa chtěla na Hradě dynamického a aktivního člověka, zatím co druhá si představovala spíše uklidňujícího, noblesního soudce. To, že šlo o souboj osobností a ne politických stran, které podle Marka Vocela nesehrály téměř žádnou roli, má dokládat především fakt, že přestože nebyla podpora TOP 09 v době prezidentské volby nijak ohromující, měl Karel Schwarzenberg ohromnou voličskou přízeň. Za další důkaz by se mohly považovat i výsledky následujících voleb do poslanecké sněmovny, kde se strana Miloše Zemana SPOZ

nedostala ani nad potřebnou pětiprocentní hranici. Na druhou stranu se ale v prezidentské volbě ukázalo, že se prezidentská kandidatura bez jakékoliv politické strany v zádech nevyplácí. Částečně jsme „občanský způsob“ kandidatury už zmínili, a právě ten se dá považovat za další novinku, kterou prezidentská volba do Česka přinesla.

Za zmínku mezi novinkami rozhodně stojí sociální sítě, které sice v politickém marketingu v České republice už svoje místo měly i před prezidentskou volbou, ale teprve v prezidentských kampaních se jim dostalo náležité pozornosti a nově se tak staly jedním z pilířů volebních kampaní. Jan Kubáček je toho názoru, že na ně některé volební týmy sázely natolik, až je přecenily. To se podle něj ukázalo především ve finálovém duelu druhého kola. Problém podle politologa nastává ve chvíli, kdy se sociální síť zahltí a už nedokáže dál růst. Už skrze ni přesvědčujete přesvědčené a neustálé útoky vůči nerozhodnutým mohou vést k opačnému efektu, tedy že buď k volbě vůbec nepřijdou, nebo podpoří druhou stranu, což se podle Kubáčka stalo v druhém kole volby ve prospěch Miloše Zemana. Částečně s ním souhlasí i vedoucí týmu Karla Schwarzenberga, jehož tým měl v prezidentské kampani v sociálních sítích jednu ze svých hlavních opor kampaně a jejichž kampaň na Facebooku byla rozhodně nejvýraznější a nejúspěšnější. Právě její dynamice a zejména vystupňovanému apelu na voliče v závěru kampaně někteří vyčítali „přepálenost“, která voliče v důsledku mohla odradit. Vocel přiznává, že stále stoupající apel skrze sociální sítě mohl někdy mít až opačný efekt v tom, že se voliči cítili přesyceni a rozhodli se k volbám nejít. O tom, že by ale volič Karla Schwarzenberga změnil svoji volbu ve prospěch názorově i typově naprosto odlišného protikandidáta Miloše Zemana jen kvůli tomu, že na něj Karel Schwarzenberg a jeho kampaň vyskakovala z každého koutku sociální sítě, silně pochybuje. V prezidentské kampani se tak ukázalo, že sociální sítě fungují, a to zejména na mladé voliče, ale je třeba je nepřeceňovat. Velkou zbraní jsou pak v mobilizaci dobrovolníků a akce typu „Hospody volí Karla“.

Jan Herzmann spatřuje v novinkách, které přinesly prezidentské kampaně, i dvě negativní věci, které podle něj budou mít dlouhodobý efekt. Za první označil posunutí míry profesionalizace politických kampaní, což má za důsledek posílení role politického marketingu v neprospěch obsahu politiky. Herzmann tvrdí, že se to v plné míře ukázalo hned necelý rok po prezidentské volbě ve volbách parlamentních, kdy se hnutí ANO

Andreje Babiše, díky brilantně vedenému volebnímu týmu a perfektnímu politickému marketingu povedlo hned ve svých prvních volbách vyšvihnout až na druhé místo za ČSSD. Pro Jana Kubáčka je to jasný vzkaz, že pokud se stratégové a marketéři rozhodnou, že společnost zmobilizují, rozdělí, rozvášní, rozhádají na politice a rozparcelují na tvrdá jádra a mají k tomu dostatek financí a adekvátní inzertní prostor, stačí jim na to pouhé dva měsíce. Navíc se podle něj ukázalo, že brzdy a protiváhy v podobě médií, odborných institucí a veřejných autorit na společnost nefungují. Druhou negativní věcí je podle Herzmana skutečnost, že se prezidentskou kampaní opět posunula etická hranice toho, co je dovoleno. O její posunutí se zejména zasloužil Miloš Zeman a jeho volební tým. Zákon o volbě prezidenta republiky uvádí, že: „*Volební kampaň musí probíhat čestně a poctivě, zejména nesmí být o kandidátech zveřejňovány nepravdivé údaje.*“¹¹³ Po skončení první přímé volby obdržel Nejvyšší správní soud 109 stížností na první přímou volbu prezidenta republiky. Sedmičlenný volební senát měl poté 15 dnů na rozhodnutí, zda budou výsledky volby uznány, anebo nikoliv. Nakonec soud sice nevyhověl žádné z volebních stížností na prezidentské volby, ale připustil porušení zákona ze strany Miloše Zemana a jeho týmu. Zákon podle soudu Zeman porušil ve chvíli, kdy v souvislosti s restitucí čimelického zámku uvedl, že Karel Schwarzenberg vyhnal zdejší obyvatelku Táňu Bílou, která to posléze popřela. Protizákonné bylo podle soudců i vyjádření lidí v týmu Miloše Zemana, kteří tvrdili, že na rodovém hradě manželky kandidáta na prezidenta Theresy dosud visí obrazy s nacistickou symbolikou. Tehdejší předseda volebního senátu Nejvyššího správního soudu uvedl, že to sice bylo protizákonné, ale že v tomto případě zohlednili načasování kampaně, tedy zda se tak stalo ve chvíli, kdy ještě protikandidát mohl reagovat, což podle něj mohl. Navíc se Miloš Zeman za výrok o symbolech oficiálně omluvil. Volební senát dále uznal, že některá další Zemanova tvrzení se lidem mohla jevit jako nekorektní, demagogická či dokonce lživá. Všechny tyto fauly podle soudu nemohly prokazatelně ovlivnit téměř půlmilionu voličů, jejichž hlasy kandidáty ve výsledku dělily. Zvolení Zemana prezidentem to tedy nezpochybnilo a navíc oficiálně schválilo jeho nečestnou hru. Podle Nejvyššího správního soudu je

¹¹³MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *Informace k volební kampani při volbě prezidenta České republiky*. [online]. © 2010 [cit. 28. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/informace-k-volebni-kampani-pri-volbe-prezidenta-ceske-republiky.aspx>

v podmínkách demokracie obvyklé, že kandidáti a jejich stoupci využívají pozitivní i negativní kampaň, v níž mají své místo i emocionální a vyostřené argumenty. Na straně Karla Schwarzenberga soud nezjistil žádné nezákonné chování. Za porušení zákona soud shledal i inzerát v deníku Blesk se zjevně lživou informací, u které navíc nebyl uveden zadavatel. Tato informace se zcela jistě do výsledku voleb promítla. Podle soudců ale ani dopad inzerátu nebyl natolik významný, aby zásadně ovlivnil výsledek voleb. Zneplatnění voleb připadá podle soudců v úvahu jen ve výjimečných případech, kdy jedna intenzivní protizákonnost, případně řada protizákonností slabších, by mohly změnit celkový výsledek.¹¹⁴ Soud tak, přes klausuli v zákoně o čestné a poctivé kampani, vlastně posvětil do budoucích prezidentských bojů boj nečestný, který v případě prvních voleb vyhrál nad bojem čestným. Uvidíme, nakolik se tato skutečnost promítne do dalších prezidentských voleb.

Za další novinku se dá nepochybně považovat i aktivistický přístup médií. Otevřená podpora jednoho z kandidátů či politické strany například ve Velké Británii má svoji historickou tradici. U nás se ale něco podobného, a navíc v takové míře a za takového zájmu veřejnosti, stalo poprvé. O tom ale více až v podkapitole o roli médií.

6.3 Hlavní důvody propadu favorizovaného kandidáta Jana Fischera

Jan Fischer vstupoval do prezidentské volby jako jeden z horkých favoritů. V minulosti byl velmi pozitivně vnímán zejména v roli přechodného ministerského předsedy. Veřejnost si ho pamatovala jako člověka, který vstoupil do neklidné politické situace, kterou dokázal zklidnit a zároveň i usmířit obě rozbourané strany. Jak ale trefně uvedl Jan Hartl, veřejnost si nikdy nekladla otázku, co konkrétně v té roli udělal. Paměťová stopa lidí byla, že je to člověk umírněný a přitom rozhodný, který je schopen v neklidné době zjednat pořádek a klid na práci. Taková byla jeho výchozí pozice a tak se i prezentoval. Měl být politikem, který je nezávislý a neutrální, tedy ideální pro funkci, jakou je prezidentský úřad. V předvolebních průzkumech se dlouho držel na jasném prvním místě. Podle Hartla právě tuto roli favorita Fischerův tým neunesl.

¹¹⁴JURKOVÁ, M. *Zeman a jeho lidé v kampani nepostupovali fěr, přesto kampaň platí, řekl soud.* [online]. © 19. 02. 2013 [cit. 28. 12. 2013]. Dostupné z: <http://zpravy.ihned.cz/politika/c1-59349360-nss-zamitl-stiznosti-na-prezidentske-volby>

Nabyli předčasného dojmu vítězství a nevzali v potaz fakt, že podpora prezentovaná předvolebními průzkumy je velmi nestabilní. Faktem je, že půl roku před volbami ještě dotazovaní neznali pořádně další kandidáty, takže mnohdy Fischera jmenovali z nerozhodnosti. Ve fázi, kdy se kandidáti odhalovali zkoumavému oku veřejnosti, to už Fischerovi příliš nešlo a začal ztrácet. Hartl uvedl, že neměl silné téma, nezvládal média a postupně se odhaloval jako výrazně slabší osobnost, než kterou je Miloš Zeman nebo Karel Schwarzenberg, kteří se v kampani opírali o svoje přirozené charisma.

Podle výzkumné agentury ppm factum poprvé s nepatrným rozdílem Zeman předběhl ve volebních preferencích Fischera v první polovině prosince.¹¹⁵ Většina respondentů uvedla, že jeho takzvaný začátek konce byly především televizní debaty. Roman Lipták a Jan Hrbáček tuto teorii ještě specifikovali na jeho konkrétní vystoupení v televizi Prima čtvrtého ledna, kdy se v Prezidentském duelu utkal se svým tabulkově nejsilnějším protivníkem Milošem Zemanem. V duelu, který odborníci nazvali spíše televizní estrádou než skutečnou politickou debatou, byl sice podle diváků v sále a hlukoměrů vítězem Jan Fischer, ale podle odborné veřejnosti naopak z duelu vyšel s vítěznou vlajkou Miloš Zeman. Podle novináře Jana Hrbáčka zde sehráli velkou roli Fischerovi mediální poradci. Do té doby rozvážného, klidného úředníka „našroubovali“ do nepřirozené polohy světového sebejistého politika s agresivním vystupováním. Jeho monology tak z ničeho nic doprovázela přepálená nejednoznačná gesta, která neodpovídala jeho naturelu ani politickému poselství. Dával si nohu přes nohu, rozhazoval rukama, zvyšoval hlas a působil disharmonicky.

Za hlavní chybu Fischerovy kampaně respondenti shodně uvedli její načasování. Podle nich začal s kampaní příliš brzo, a díky tomu se i poměrně brzy vyčerpal. Podle člena Zemanova volebního týmu Romana Liptáka nedokázal udržet tempo svojí kampaně. Jeho konkurenti se navíc proti němu jakožto lídrovi volebních preferencí začali vymezovat a on nedokázal na jejich argumenty reagovat. Jakožto úředník navíc nedokázal v lidech vzbudit žádné emoce, které byly v prezidentské volbě esenciální. Podle Jana Herzmana postupně ztrácel to, proč by ho lidé chtěli volit, a jeho tým složený z amerických odborníků navíc dělal zejména na sklonku kampaně závažné taktické chyby. Nepomohla mu samozřejmě ani antikampaň vedená proti jeho osobě, i když právě podle Herzmana zásadní roli ve výsledku nesehrála. Antikampaň

¹¹⁵PPM FACTUM. *Zeman vede*. [online]. © 13. 12. 2012 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: http://www.factum.cz/517_zeman-vede

odkazovala především na jeho členství v komunistické straně před rokem 1989 a uváděla i možnost jeho působení v Lidových milicích. Jak poukázal Jaroslav Poláček, problém nebyl v tom, že tomu tak mohlo být, ale v tom, že tyto obvinění nedokázal vysvětlit a zvolil spíše taktiku nekomunikace. V závěru kampaně ho jeho tým před veřejností spíše schovával a to nahrálo jeho protivníkům. To, že minulost politiků není pro českou veřejnost určující, ukazují i poslední volby do poslanecké sněmovny. Na tento fakt trefně v rozhovoru poukázal novinář Petr Kolář. Andrej Babiš, jehož jméno bylo v předvolebních kampaních taktéž spojováno s komunistickou stranou, Státní bezpečností a Lidovými milicemi, skončil se svým nově vzniklým hnutím ANO na druhém místě za ČSSD. Na rozdíl od Fischera totiž Babiš dokázal s antikampaní pracovat a neschovával se před ní, a to se mu vyplatilo.

6.4 Role médií

Stejně jako vstupovaly na nezmapované území volební týmy a kandidáti, ani média nestála v první přímé prezidentské volbě na pevné půdě a reagovala spíše intuitivně. Kromě nejruznějších prezidentských debat, kterým se budeme věnovat v další podkapitole, se ve spojitosti s médii v prezidentské volbě nejvíce diskutovalo o otevřené podpoře, kterou některé pravicové deníky deklarovaly Karlu Schwarzenbergovi. Jak v rozhovoru uvedl Roman Lipták, šlo ve střední Evropě o velkou novinku. Otevřená podpora jednotlivé strany je dlouholetou anglosaskou tradicí, u nás se ale až do přímé prezidentské volby veškerá média prohlašovala za názorově nezávislá. V tom, že šlo o jeden z nejpřekvapivějších fenoménů prezidentské volby, se respondenti shodují. Jejich názory se ale různí v pohledu na tento fakt - tedy zda to byl od médií správný či chybný krok a jaký to mělo reálný dopad na voliče. Roman Lipták se přiklání k názoru, že podpora Karla Schwarzenberga byla natolik masivní a od jeho volebního týmu nezvládnutá, že přinesla spíše opačný efekt, což nahrálo jeho konkurentovi Miloši Zemanovi. Podle politologa Jana Kubáčka byla podpora médií natolik černobílá, až to mnohé lidi odradilo a vylekalo. Kubáček uvedl, že se část veřejnosti začala obávat, že by ztráta nestrannosti médií mohla setrvat i po volbě. Domnívá se, že to rozmělnilo Schwarzenbergovu podporu, přesýtilo už přesvědčené fanoušky a odradilo váhavé voliče. S tím částečně souhlasí i šéf volebního týmu Karla Schwarzenberga. Na rozdíl od předchozích dvou respondentů

ale nepřikládá vyjádření médií nijak významnou roli. Připouští, že především silné emoce, které vyjádření médií vzbudilo v odborné diskusi, mohly někoho naštvat a k volbám raději nešel. O tom, že by ale volič kvůli tomu změnil svůj názor a místo pro Schwarzenberga se rozhodl pro jeho naprostý protipól v podobě Miloše Zemana, výrazně pochybuje. Ani další respondenti nepřipisují vyjádření názoru médií zásadní vliv. Už kvůli faktu, že se pro knížete vyjádřila zejména pravicová média typu Hospodářské a Lidové noviny, jejichž čtenáři byli s největší pravděpodobností stejně rozhodnutí ve volbách podpořit právě Karla Schwarzenberga. Podle sociologa Jana Herzmana to navíc přišlo příliš pozdě, kdy už se to nemělo šanci usadit v mysli určitých lidí a proniknout do vrstev myšlení, kde se utvářejí názory. Další zpovídaný sociolog Jan Hartl se naopak domnívá, že to zpočátku Schwarzenbergovi pomohlo. Problém vidí v tom, že argumentace, kterou média používala, byla iracionální a založená spíše na emoci než na faktech. Díky tomu to mohlo na někoho působit dojmem manipulování a propagandy. Vít Kurfürst trefně podotknul, že pokud média opravdu chtěla Schwarzenbergovi pomoci na Hrad, měla se především před druhým kolem zaměřit na Miloše Zemana a jeho minulost. Místo toho obhajovala a dokola rozebírala negativní témata vyskytující se okolo knížete, což například z Benešových dekretů dělalo čím dál tím větší a závažnější téma. O tom už více v podkapitole Role politických debat.

V tom, zda byla angažovanost médií a otevřená deklarace podpory jednomu z kandidátů správná nebo špatná, se odborníci názorově rozcházejí. Novinář Petr Kolář nevidí ve vyjádření názoru deníků nic špatného. Naopak za varující považuje angažovanost médií v prezidentské volbě politolog Jan Kubáček. Podle něj totiž novináři nesledovali anglosaskou tradici, kde je běžné, že noviny odprezentují svůj postoj ve sloupku či úvodníku, ale podřídily názoru redakce celý obsah, což jako analytik považuje za nebezpečné. Podle něj se tak novinářská obec naklonila k aktivismu a vstupování do politiky. V prezidentské volbě se tedy začala sama chovat jako určité politické uskupení, které má určitou preferenci a halí ji do všech vyjádření a ovlivňuje tak politickou soutěž. S tím tak úplně nesouhlasí Jaroslav Poláček z TOP 09. Nehodnotí sice, jestli je tento způsob chování médií správný nebo špatný, ale poukazuje na to, že je otevřené vyhlásování preference lepší než varianta, kdy sice redaktor svůj názor má, ale snaží se psát objektivně, přičemž svůj postoj, do na první pohled

nezaujatého článku, stejně vnese a může tak veřejnost ovlivňovat podstatně nebezpečnější formou. Právě neoficiální podpora jednotlivých kandidátů může být opravdovým ohrožením objektivit médií. O to více, jedná-li se o rozhodnutí shora, tedy z rozkazu majitelů jednotlivých médií, čemuž se lze v soukromém sektoru jen těžko vyhnout. Jako příklad uvádí Marek Vocel televizi Prima, která byla podle něj už zpočátku zcela „prozemanovská“.

Co může být do budoucna velkým problémem a dle některých i ohrozit demokracii naší země, je neobjektivnost médií veřejné služby. V říjnu roku 2013 podalo celkem dvacet tři pracovníků zpravodajství České televize petici se stížnostmi na vedení v čele s ředitelem zpravodajství Zdeňkem Šámalem a šéfredaktorem Petrem Mrzenou. V podnětu, který předali Radě České televize, vyjádřili obavy o ohrožení nezávislosti České televize a selhávání zákonné povinnosti podávat divákům vyvážené a objektivní informace. Signatáři, mezi nimiž byla například i redaktorka Daniela Drtinová nebo editor Adam Komers, tvrdí, že Česká televize favorizuje některé politické subjekty, konkrétně pak Stranu Práv Občanů Zemanovci a prezidenta Miloše Zemana, a naopak vykazuje „protischwarzenbergovské“ tendence.¹¹⁶ Svoji stížnost podložili několika konkrétními případy cílených zásahů vedení do vysílání, které ovlivnily objektivitu a vyznění reportáže. Uvedeme dva příklady, které mohly vyznít ve prospěch Miloše Zemana v době prezidentských kampaní. Dvacátého ledna nechtěl šéfredaktor Petr Mrzena vysílat přímý přenos tiskové konference Karla Schwarzenberga na téma Benešových dekretů a ataků ze strany Miloše Zemana a Václava Klause. Přenosový vůz byl již na vysílání připraven, k zastavení přenosu došlo krátce před vysíláním. Na dotaz editora, který žádal vysvětlení, šéfredaktor odůvodnil zásah slovy, že „neví, co Schwarzenberg řekne“. Tisková konference byla odvysílána až později během dne pouze ze záznamu. Šéfredaktor má právo rozhodnout o nezařazení tiskové konference do vysílání, ale tento příklad může v kontextu ostatních zásahů ukázat na mechanismus, jakým systematicky dochází ke zvýhodňování v informování o osobě Miloše Zemana ve zpravodajství televize veřejné služby.¹¹⁷ Další příklad, který signatáři uvedli, je z dvacátého čtvrtého ledna. Na odpolední poradě bylo

¹¹⁶KEJLOVÁ, S. *Musíme nadržovat Zemanovi, stěžují si redaktori ČT*. [online]. © 31. 10. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/domaci/zivot-v-cesku/clanek.phtml?id=794192>

¹¹⁷AKTUÁLNĚ.CZ. *Viróza i lež o Knížeti, jak se v ČT mění zprávy?* [online]. © 31. 10. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/domaci/grafika/2013/10/31/viroza-i-lez-o-knizeti-jak-se-v-ct-meni-zpravy/?cid=794572#4>

domluveno s editory, že v pátek, v první den druhého kola, budou bez jakéhokoli zásahu živě, nebo ihned po odeslání materiálu do redakce, odvysílána hlasování a následná prohlášení Václava Klause, Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga. Hlasování i prohlášení se odvysílala tak, jak bylo domluveno. Miloš Zeman jen hlasoval, prohlášení neměl. Karel Schwarzenberg se ve svém prohlášení jen krátce ohradil proti lživému inzerátu otištěnému proti jeho osobě v deníku Blesk. Šéfredaktor Petr Mrzena zařazení příspěvku v rozporu s původní domluvou editorovi zkritizoval. Následně chtěl šéfredaktor nahradit vyjádření Karla Schwarzenberga k inzerátu spotem o tom, že se Karel Schwarzenberg spletl a místo obálky s hlasovacím lístkem vhodil do volební urny pouze prázdnou obálku. Editor ale neuposlechl a výměnu spotů neprovedl. Spoty ve zprávách zůstaly oba. Reakce na inzerát ale už jen jako krátká čtená zpráva. V pondělí po prvním kole se navíc oproti všem dosavadním zpravodajským zvyklostem vůbec nevysílaly zahraniční ohlasy na výsledky volby. V diskusi o jejich zařazení se objevil ze strany vedení argument, že zahraniční média budou určitě psát o Zemanově vazbě na Rusko a redakce to nebude mít jak vyvážit. Argument byl neopodstatněný, jelikož reflexe ohlasů zahraničních médií by byla jako vždy komplexní, nikdo by nevybíral pouze jednostranně zaměřené články.¹¹⁸ Patnáctičlenná Rada České televize, která dohlíží na plnění úkolů veřejné služby, jasné stanovisko k problému zatím nepřijala. Podle některých je tato situace ve veřejnoprávních médiích nejhorší od televizní krize v roce 2000.¹¹⁹ Pro úplnost je třeba doplnit, že na výše zmíněnou petici reagovalo o necelý týden později 61 redaktorů České televize písemným prohlášením opačným, tedy vyjádřením důvěry a víry v maximální objektivitu vedení zpravodajství a zejména pak jeho ředitele Zdeňka Šámala.¹²⁰

Podle novinářů Jana Hrbáčka a Petra Koláře můžou více než tradiční média ovlivnit masy média bulvární. V případě prezidentské volby sehrál bezesporu svoji roli anonymní inzerát v deníku Blesk. Hanlivý inzerát vyšel v první den druhého kola prezidentské volby. Věvodil mu velký titulěk "*Nevolte Karla Schwarzenberga*"

¹¹⁸AKTUÁLNĚ.CZ. *Viroza i lež o Knížeti, jak se v ČT mění zprávy?*[online]. © 31. 10. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/domaci/grafika/2013/10/31/viroza-i-lez-o-knizeti-jak-se-v-ct-meni-zpravy/?cid=794572#5>

¹¹⁹CIBOROVÁ, K. *Souboj redaktorů. Je Česká televize nestranná?*[online]. © 07. 11. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: http://www.denik.cz/z_domova/souboj-redaktoru-je-ceska-televize-nestranna-20131107.html

¹²⁰AUST, O. *Šéfovi zpravodajství ČT Šámalovi vyjádřilo 61 redaktorů důvěru. ČT jména „omylem“ zveřejnila.* [online]. © 31. 10. 2013 [cit. 10. 02. 2014]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/sefum-zpravodajstvi-ct-vyjadrilo-61-redaktoru-vcetne-moravce-duveru/>

a doprovázelo ho několik zavádějících informací, za hranicí slušného politického soupeření. Schwarzenberg kvůli lživosti inzerátu podal trestní oznámení na neznámého pachatele. U tohoto inzertního sdělení chybělo označení zadavatele, čímž se do problémů dostal vydavatel deníku Ringier Axel Springer CZ, který jednal protizákonně. Zákon totiž stanoví, že propagace nebo volební agitace šířené prostřednictvím komunikačních médií musí obsahovat informaci o jejich zadavateli a zpracovateli. Vydavatelství později uveřejnilo, že inzerát si prostřednictvím mediální agentury objednal JUDr. Vladimír Zavadil, právník, který byl před rokem 1989 důstojníkem Státní bezpečnosti a po revoluci působil v několika advokátních kancelářích.¹²¹ Česká advokátní komora, která označila inzerát za neetický, udělila Zavadilovi v kárném řízení maximální možnou pokutu 850 tisíc korun. Tvrdějším trestem by bylo už jen pozastavení výkonu advokáta nebo přímo vyloučení z řad komory.¹²²

První prezidentská volba podle Petra Koláře ukázala to, jak se přeceňuje mediální vliv. Podobně se vyjádřil i Vít Kurfürst, podle kterého volba média konfrontovala s faktem, že ve skutečnosti nemají na čtenáře reálný vliv. Že je čtenář neposlouchá a že v typu volby, jakým je volba většinová, mají média jen velmi malý dosah. Zdaleka ne všichni co jdou k volbám, jsou totiž jejich čtenáři a diváky. V České republice má dlouhodobě největší čtenost bulvární deník Blesk, což potvrdila i nová data výzkumu Media projekt za druhé a třetí čtvrtletí roku 2013. Ve sledovaném období si v průměru Blesk každý den přečetlo 1,134 miliónu lidí, zatím co v pořadí druhou Mladou frontu pak 786 lidí. Pro srovnání, deníky, které otevřeně deklarovaly podporu Karlu Schwarzenbergovi, tedy Lidové noviny a Hospodářské noviny, přečetlo podle uvedeného výzkumu denně 199 a 160 tisíc lidí.¹²³

¹²¹MEDIAGURU. *Negativní kampaň pokračuje, Blesk za hranou*. [online]. © 25. 11. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2013/01/negativni-kampan-pokracuje-blesk-za-hranou/#.UsVuh86ZbY0>

¹²²VÁCA, J., SEDLÁŘOVÁ, B. *Za inzerát proti Schwarzenbergovi zaplatí právník pokutu 850 tisíc korun*. [online]. © 05. 12. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/pokuta-pro-pravnika-zavadila-za-inzerat-proti-schwarzenbergovi-p8y-/domaci.aspx?c=A131205_100522_zahranicni_skr

¹²³MEDIAGURU. *Čtenost deníků: placené stagnují, rostou bezplatné*. [online]. © 07. 11. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2013/11/ctenost-deniku-placene-stagnuji-rostou-bezplatne/#.UsV-3c6ZbY0>

6.5 Role politických debat

Tak jako v předchozí kapitole, i zde je třeba zmínit, že jak na první prezidentskou volbu nebyl připravený národ, tak na ni nebyla připravena média. Podle Marka Vocela se s prezidentskou volbou média nesrovnala až do jejího konce a přehnal vlastní nasazení. Vzhledem k tomu, že se volba těšila navyšujícím se zájmu veřejnosti, není se ani čemu divit. Každý si chtěl pomocí fenoménu s názvem „Prezidentská volba“ trochu polepšit a „utrhnout“ kus zájmu veřejnosti pro svůj internetový portál, deník, nebo televizi. Za největší chybu médií Vocel považuje fakt, že se v debatách nevěnovala politickým programům, prezidentské úloze a směřování země, a to zejména v druhém kole. V hlavní roli byly emoce a show. Vocel tvrdí, že ono potlačování programu hodně podporoval tým Miloše Zemana, ale zároveň přiznává, že ani oni s Karlem Schwarzenbergem programové stránce kampaně příliš nepomohli. Lépe řečeno měli snahu propagovat program a prezidentská témata, ale u těchto témat chyběl ohlas a zájem veřejnosti. Více než politika táhnul ve spojitosti s prezidentskou volbou showbusiness a podle toho vypadaly i prezidentské debaty. Podobně kriticky na politické debaty před prezidentskou volbou nahlíží i Jan Hartl. Podle něj by se daly přirovnat spíše k estrádě než politické debatě a právě takové typy debat, kde je publikum, které smí dupat a pískat, jak tomu bylo například v Prezidentském duelu na televizi Prima, nahrávají populistickým kandidátům, jakým byl například Miloš Zeman. Podle sociologa nebyl ve druhém kole Karel Schwarzenberg na debaty takového typu připraven a mediální aranžmá bylo více nakloněno právě Miloši Zemanovi. Hartl dodává, že debaty, které byly prezentovány veřejnosti v prezidentské volbě, vidí jako značně problematické a nenastavily podle něj zrcadlo tím správným směrem. Prezident podle něj ve veřejném mínění představuje článek, jehož role není v každodenní exekutivě, ale měl by být reprezentantem jakési hlubší role, a k tomu debaty přispívaly zcela minimálně. V debatách šlo zejména o to, který z kandidátů je obratnější, a míjely tak podstatu věci. S tímto názorem se ztotožňuje i Vít Kurfürst, který dodává, že debaty, tak jak byly nastaveny, byly spíše jakoby pro budoucího předsedu vlády než prezidenta. Politolog Jan Kubáček prezidentské debaty přirovnal k reality show, jejíž se kandidáti stali součástí, bez možnosti ústupu.

Co se týče vystupování kandidátů druhého kola v politických debatách, měli respondenti jasno a víceméně se na popisu vystupování obou shodli. Karel Schwarzenberg vystupoval s noblesou sobě vlastní, s darem humoru a uměním vtípně glosovat. Jak dodává Roman Lipták, účinně využívá mimiku a své velmi šarmantní starosvětské vyjadřování. Za jeho handicapy pak určil nevýhodu řečové vady, slabší koncentraci a nedoslýchavost. U svého kandidáta pak vypíchnul schopnost okamžitě reagovat, umění změnit rytmus diskuze i vytváření tlaku na konkurenta a moderátora. Podle něj působí Zeman uvolněně, s nadhledem, umí ovládat svoje emoce a je si dobře vědom svých schopností. Na tom, že je Zeman špičkový diskutér a rétor, se shodli všichni respondenti. Většina z nich navíc poukázala na fakt, že Zeman nemá problém s tím, říct bez zaváhání nepravdu. To nakonec dokládá i projekt serveru Demagog.cz, který se rozhodl pravdivost výroků všech devíti kandidátů na prezidenta ověřit. Veškerá tvrzení uchazečů o Hrad v televizním pořadu Hyde Park České televize podrobili detailní analýze. Jednoznačným vítězem se stal Jiří Dienstbier, jehož veškerá tvrzení se v projektu ukázala jako pravdivá. Dobrou bilanci měl i Jan Fischer. Relevantnost dvou jeho tvrzení sice nešlo ověřit, ostatní však byla pravdivá. Podobně si vedl i Karel Schwarzenberg, který až na jeden zavádějící výrok mluvil v pořadu pravdu. Naopak hlavním „poraženým“ se stal Miloš Zeman. Kandidáta, který rád opravuje novináře při sebemenší mýlce, přistihl Demagog.cz hned při pěti lžích. Další dva jeho výroky byly zavádějící a u tří nešlo ověřit jejich pravdivost. Osmkrát pak Zeman pronesl tvrzení pravdivá.¹²⁴

Podle politologa Jana Kubáčka tým Karla Schwarzenberga debaty podcenil a dostatečně nepřipravil svého kandidáta na možné útoky protivníka a nebezpečná témata. Vedoucí jeho týmu v rozhovoru uvedl, že podle něj není možné s politikem typu Miloše Zemana a Karla Schawzenberga dělat speciální mediální cvičení. Podle něj jsou oba natolik silnými, vyprofilovanými osobnostmi, že prakticky nejsou vytrénovatelní žádným mediálním tréninkem. To, že měl Zeman připravené útoky výrazně více než jeho protivník Schwarzenberg, vychází podle Vocela z jeho přirozenosti a způsobu boje. Zároveň ale dodal, že podle jeho názoru byl humbuk, který debaty vzbudily, výrazně větší než jejich reálný dopad na výsledek. S tím ale nesouhlasí ostatní

¹²⁴PÁLKOVÁ, Š. *Demagog.cz: Nejvíce lži navršil v debatě ČT Miloš Zeman*. [online]. © 07. 1. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/demagog-cz-analyzoval-zda-kandidati-na-prezidenta-mluvili-v-hyde-parku-pravdu-1xd-/zpravy-domov.aspx?c=A130106_103512_ln_domov_spa

respondenti, kteří zejména téma Benešových dekretů, které přinesla debata v České televizi, považují za jeden z rozhodujících faktorů volebního výsledku. Nutno říci, že otázku nevnesl do debaty Miloš Zeman, ale moderátor Václav Moravec v prvním duelu finalistů sedmnáctého ledna. Na otázku: „*V případě, že by se vláda s parlamentem rozhodly zrušit platnost Benešových dekretů jako klíčového dokumentu, jak byste jako prezidenti vystupovali?*“¹²⁵ odpověděl Karel Schwarzenberg: „*Benešovy dekrety neplatí dvacet let, poněvadž přijetím Listiny základních práv a svobod ústavy přestala platnost Benešových dekretů.*“ Tím nahrál na smeč Miloši Zemanovi, který se jeho odpovědi chytil a nepustil a v debatě „knížete“ na jeho odpovědi doslova usmažil. Schwarzenberg o den později svá slova korigoval: „*Chtěl jsem vyjádřit, že Benešovy dekrety jsou už dnes překonány, že jsou právně vyhaslé,*“, ale to už se dostal v kampani do defenzivy, ze které se až do samotné volby prakticky nedostal.¹²⁶ Jak trefně poukázal Marek Vocel, to, kdo Václavu Moravcovi tuto otázku vnuknul, ví jen on sám. Někteří tvrdí, že bylo na Miloši Zemanovi poznat, že si argumenty k tématu předem připravil.¹²⁷ Moravec v rozhovoru pro server iDnes.cz na otázku, proč do diskuse vnesl otázku Benešových dekretů, odpověděl: „*Protože to bylo jedno z velmi často opakujících se témat od televizních diváků. Přímá demokracie, pravomoci prezidenta dané ústavou, Benešovy dekrety, financování kampaně... Škála otázek byla široká.*“¹²⁸ Pro úplnost je snad ještě třeba podotknout, že Václav Moravec nebyl mezi signatáři petice obviňující Českou televizi z neobjektivnosti a nadřezování Miloši Zemanovi, právě naopak. Podepsal prohlášení, ze kterého vyplývá, že žádným

¹²⁵DOLEŽAL, B. *Spor o sudetské Němce a Benešovi dekrety v roce 2013*. [online]. © 25. 01. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: <http://www.ceskapozice.cz/domov/politika/spor-o-sudetske-nemce-benesovy-dekrety-v-roce-2013>

¹²⁶KOPECKÝ, J. *PŘEHLEDNĚ: Kampaní cloumaly dekrety, amnestie i výpady Klausových*. [online]. © 25. 01. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/jaka-temata-ovladla-kampan-pred-vobou-prezidenta-f60-/domaci.aspx?c=A130125_132243_domaci_kop

¹²⁷AUST, O. *Nejvíc lidí vidělo prezidentské debaty moderované Václavem Moravcem*. [online]. © 30. 01. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/nejvic-lidi-videlo-prezidentske-debaty-moderovane-vaclavem-moravcem/>

¹²⁸VÁLKOVÁ, H. *Nejtěžší práce, ale bez větší chyb, hájí Moravec prezidentské debaty*. [online]. © 03. 02. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/rozhovor-s-vaclavem-moravcem-odeni-kolem-prezidentskych-voleb-psv-/domaci.aspx?c=A130131_095135_domaci_hv

podobným tlakům vedení nečelil.¹²⁹ Zda z vlastního přesvědčení, či nikoli, nejspíš zůstane zahaleno tajemstvím.

6.6 Role předvolebních průzkumů

Předvolební průzkumy jsou jakýmsi koloritem předvolebních bojů. Do jisté míry se ale stávají v České republice problematickými. Čím větší je totiž u nás počet agentur zabývajících se předvolebními průzkumy, tím méně důvěryhodnějšími se stávají. Za jejich hlavní funkci označil Vít Kurfürst určování trendů. Podle většiny odborníků, jakým je například novinář Jan Hrbáček, ovlivňují poměrně malou část voličů. To, že výzkumy mají daleko menší dopad, než o kterém se spekuluje, míní i Jan Herzmann, který se jimi již řadu let zabývá. Podle něj to dokazuje například i fakt, že průzkumy vůbec nereflektovaly obrovský vzestup Karla Schwarzenberga po Novém roce. Herzmann k tématu předvolebních průzkumů dodal, že i přesto do jisté míry ovlivňují myšlení lidí, protože veřejné mínění samo sebe vnímá mimo jiné i právě prostřednictvím průzkumů. V určitých okamžicích mohou předvolební průzkumy sehrát poměrně klíčovou roli. Poláček dělí takové průzkumy na dva typy. Tím jedním je ten, který přijde s nějakým překvapujícím zjištěním. Na příkladu voleb do poslanecké sněmovny by tak posloužil průzkum, který by předpovídal, že se někdo do sněmovny k překvapení veřejnosti dostane, nebo naopak nedostane. Druhým typem jsou pak průzkumy, které pomáhají při etablování nějakého nového politického subjektu. Konkrétním příkladem může být v posledních poslaneckých volbách hnutí ANO, které v prvních předvolebních průzkumech dostalo od firem, které nemají příliš dobré jméno, oněch pět potřebných procent k získání poslaneckých křesel. Přestože se průzkumy následně hodně kritizovaly a komentovaly, stalo se ANO díky tomu platným hráčem na trhu a už nikdo nepochyboval, že těch magických pět procent získá. Poláček navíc přidává další funkci předvolebních průzkumů, a to jejich využívání samotnými volebními týmy ke strategickému rozhodování. Pomocí průzkumů si ověřují, která témata mezi lidmi rezonují a která naopak nechávají veřejnost chladnou. Ulehčuje to komunikaci směrem k veřejnosti a snižuje komunikační chyby.

¹²⁹ŠEVELA, V. *Jsem otrávený a přemýšlím, jestli dál pracovat v ČT, říká Moravec*. [online]. © 01. 11. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/stiznost-na-manipulaci-v-ct-dfy-/domaci.aspx?c=A131031_204121_domaci_brm

Co se týká konkrétně prezidentské volby, další specialista na tomto poli Jan Hartl dodává, že průzkumy sehrály pozitivní roli v tom, že připomínaly lidem, že volba bude, a že z ní dělaly aktuální a pozornosti hodné téma. Na druhou stranu za chybu některých výzkumných agentur považuje, že zveřejňovaly svoje průzkumy s konkrétními jmény, ještě než byli jasní potencionální kandidáti. Dlouhé předznamenávání finalistů Zemana a Fischera podle něj mohlo vytvářet ve veřejnosti pocit, že už je rozhodnuto, což veřejnost neláká k aktivní účasti. Ta se naopak začne o volbu zajímat ve chvíli, kdy má pocit, že o něco jde a že to může být napínavé. To se ale podle něj nakonec povedlo.

6.7 Nejdůležitější prvky a momenty kampaně Karla Schwarzenberga

Pro pochopení kroků Schwarzenbergova volebního týmu a objektivního zhodnocení výsledku, kterého dosáhl, je třeba uvést jeho výchozí pozici. Byl zdaleka nejstarším kandidátem, ministrem zahraničí a předsedou vládní strany TOP 09 v době, kdy vláda ve veřejném mínění už delší dobu nebyla v nejlepší pozici. Vít Kurfürst v rozhovoru uvedl, že se podle něj Karel Schwarzenberg nikdy vlastně prezidentem stát nechtěl. Z jeho vlastních úst prý ještě před oznámením jeho kandidatury slyšel, že chce tu kampaň především kultivovat, protože měl strach z návalu populistických kandidátů a hesel. To se mu bezesporu povedlo. Vnášel do diskuse evropská i prezidentská témata. Jako jeden z mála, díky svému blízkému vztahu k Václavu Havlovi a postu prezidentského kancléře, který zastával v letech 1990 až 1992¹³⁰, opravdu věděl, co prezidentský úřad obnáší. Podle Kurfürsta bylo jeho cílem a cílem TOP 09 skončit na hrdém třetím místě a držet prapor TOP 09, jak nejlépe to půjde. I politolog Jan Kubáček souhlasí s tím, že TOP 09 se v prezidentské volbě přišla především zúčastnit, s cílem dosáhnout solidního výsledku k propagaci strany. Z tohoto pohledu šlo tedy o velký úspěch. Ve chvíli, kdy ale Karla Schwarzenberga začaly podporovat masy a jeho oblíba strmě stoupala, přestalo být vítězství nereálným a začalo se skutečně bojovat.

¹³⁰BARTOŠ, A. *Schwarzenbergovy restituce jsou stejně tajemné, jako ty Havlovy*. [online]. © 30. 08. 2011 [cit. 03. 01. 2014]. Dostupné z: <http://opona2009.zacit.cz/galerie-elity-naroda/schwarzenbergovy-res.html>

Politolog Jan Kubáček uvedl, že kampaň Karla Schwarzenberga byla inspirována americkým vzorem. Jeho volební tým nebyl složen z odborníků na politické kampaně, ale z kreativců a lidí z eventové agentury MVP Agency, jejíž ředitel Marek Vocel byl i hlavním manažerem kampaně. Tomu odpovídal netradiční a podle Víta Kurfürsta alternativní styl kampaně. Karla Schwarzenberga vzhledem k jeho minulosti logicky prezentovali jako pokračovatele Václava Havla. V kampani se jeho týmu povedly dvě věci, kterým leckdo nejprve nevěřil. Jako jeho jeden z největších handicapů většina zpočátku vnímala jeho stáří. Díky barevně výraznému vizuálu s „čírem“ se jeho nevýhodu podařilo zlehčit a svoji odvahou a nadsázkou navíc kampaň přitáhla mladé lidi. Právě oslovení mladých voličů uvedli respondenti jako jeden z největších úspěchů kampaně, ale zároveň v tom spatřují i jedno z jejích slabých míst. Jan Hartl i Jan Hrbáček se shodli na tom, že Schwarzenbergův tým se příliš nechal vést principem mládí a velkých měst. Nejmladší voliči jsou ale nejméně disciplinovanými, a často tak i přes vyjadřovanou podporu k volebním urnám nedorazí. Právě žlutá linka kampaně s „čírem“ a zkratka „Karel“ souvisela podle Jana Herzmana s tak rozsáhlou aktivizací sociálních sítí. Podle něj bylo právě ono provokativní logo tím, co ovládlo sociální sítě. Všichni respondenti se shodli na tom, že právě kampaň vedenou skrze sociální sítě měl Karel Schwarzenberg nejzdařilejší a pomohla mu získat největší počet příznivců. Druhou věcí, která se zprvu zdála u Karla Schwarzenberga jako nemožná, bylo jeho úspěšné distancování se od jeho pozice vicepremiéra, vládního politika a dlouholetého politického matadora. Podle Jana Kubáčka bylo naprosto unikátní, že dokázal s pomocí své kampaně docílit stavu, kdy v podstatě s politickou situací, kterou veřejnost vnímala velmi negativně, neměl nic společného, a stejně tak ani s nepříteli oblíbenými politiky Miloslavem Kalouskem nebo Petrem Nečasem. Nebýt Miloše Zemana, který právě na boji proti Kalouskovi postavil značnou část kampaně, povedlo by se Schwarzenbergovi toto distancování zcela.

Přestože Schwarzenbergův volební tým neměl s politickými kampaněmi doposud téměř žádné zkušenosti, shodují se odborníci v dobrém načasování jeho kampaně, a to i přes její poměrně pozdní nástup. Člen volebního štábu Miloše Zemana Roman Lipták jako největší Schwarzenbergovy zbraně uvedl, že byl miláčkem novinářů, médií a elit. Právě neřízená podpora mediálně známých tváří, ale i politiků typu Jana Švejnara, vrhala na jeho kandidaturu pozitivní světlo. Podle Marka Vocela se

snažili dělat především pozitivní a slušnou kampaň, jako protipól kampaně Miloše Zemana, která se naopak vezla na nespokojenosti lidí a na útocích. Navíc poznamenal, že se jakožto marketéři marně snažili svého kandidáta přemluvit alespoň k nějakým populisticky laděným heslům či prohlášením. Karel Schwarzenberg se rozhodl populistickou cestou při svojí prezidentské kandidatuře nejít.

Za nesprávnou označili respondenti nejen Schwarzenbergovu orientaci na mladé voliče, ale i na velká města. Podle toho vypadal i volební výsledek prvního kola, kdy měl Karel Schwarzenberg největší voličskou oporu ve velkých městech a v Čechách, zatímco Zeman ovládl zejména menší obce, a to hlavně na Moravě.¹³¹ Schwarzenbergův tým se pokusil v období mezi prvním a druhým kolem dohnat, co nestihl před kolem prvním, a vyrazil se svým kandidátem orodovat za hlasy na Moravu, podle Víta Kurfürsta už ale bylo na takový tah příliš pozdě, a nepřinesl tak kýžený výsledek.

Se zajímavou myšlenkou přišli Petr Kolář a Jan Herzmann. Oba uvedli, že z Karla Schwarzenberga se stala osobnost, jakou při volbě byl, až díky volbě samotné, a to paradoxně hlavně díky jeho největšímu soupeři Miloši Zemanovi. Bez něj by se totiž Schwarzenbergova podpora ani zdaleka nevyšplhala do takových výšin. Emoční hnutí okolo jeho osoby vznikalo na tom, jak neoblíbený byl Miloš Zeman v některých vrstvách a především v metropolích. Nebyl tedy až tak podporován jako Schwarzenberg, ale zejména jako „Antizeman“. Jako někdo, kdo se silnému hráči, jakým Zeman bezpochyby je a vždycky byl, může postavit. To, že by bez Zemana nebyl takovým hráčem, se podle Koláře ukázalo v následujících volbách do poslanecké sněmovny, kdy Schwarzenbergův půvab a podpora klesly.

Za zmínku v neúspěšné cestě Karla Schwarzenberga na Hrad stojí ještě jeden moment, který mohl podle Jana Herzmana pro několik nerozhodnutých voličů sehrát rozhodující roli, a to když sám Schwarzenberg nezvládl samotný volební akt. Fakt, že kandidát, u kterého byl jedním z negativních faktorů jeho vysoký věk, vhodil do hlasovací urny svůj hlasovací lístek bez obálky a ten byl tedy neplatný, v mnohých slabinu pokročilého stáří utvrdil. Obrázek, kde kandidát na prezidenta nedokáže zvolit ani sám sebe, obletěl veškerá média a podle Herzmana to Schwarzenberga pár tisíc

¹³¹ELIÁŠOVÁ, K. *Schwarzenberg vyrazil na Moravu, kde se snažil získat nerozhodnuté voliče*. [online]. © 20. 01. 2013 [cit. 03. 01. 2014]. Dostupné z: <http://zpravy.ihned.cz/c1-59158070-schwarzenberg-vyrazil-na-moravu-kde-se-snazil-ziskat-nerozhodnute-volice>

hlasů stálo. Ačkoliv tento přešlap nejspíš volby nerozhodl, mohl výrazně přispět k Zemanovu vítězství a dal potvrzovací razítko Schwarzenbergově prohře.

6.8 Hlavní důvody vítězství Miloše Zemana

Stejně jako u Schwarzenberga si musíme nejprve ujasnit pozici, ze které Miloš Zeman do prezidentské volby vstupoval. Na rozdíl od tehdejšího místopředsedy vlády a stále aktivního politika vstoupil do prezidentské volby jako někdo, kdo má sice v politice zvučné jméno, ale dlouho se od aktivního politického života distancoval, což bylo jeho velkou výhodou. Jeho postava tak mohla být idealizována, minulé chyby i bonmoty byly veřejností dávno zapomenuty, a on tak mohl vstoupit do prezidentského boje s téměř čistým štítem a vyzdvihovat pouze to, co považoval ze svých aktivních politických let za úspěch. Petr Kolář poznamenal, že současnou českou veřejnost vždy zajímala trojice politiků Václav Havel, Václav Klaus a Miloš Zeman. Podle něj tak měl Zeman ve chvíli, kdy se rozhodl kandidovat, prakticky vyhráno. Zajímavé je, že podobného názoru o předem jasném vítězi prezidentských voleb v osobě Miloše Zemana je i šéf volebního týmu Karla Schwarzenberga Marek Vocel.

Miloš Zeman dal hned zkraje svojí kampaně vědět, že mu o vítězství opravdu jde a je schopen pro ně udělat téměř všechno. V takovém duchu se nesla i celá jeho kampaň. Všichni respondenti se shodli na tom, že mezi největší klady jeho kampaně byla její konzistence a stabilita. Kampaň byla dobře časovaná, neměla žádné velké překvapivé momenty, ale ani chyby, a tak sice v průběhu příliš nevyhrával, ale zároveň ani neztrácel. Politolog Jan Kubáček jeho kampaň přirovnává k trendům prezidentských kampaní v Polsku a na Slovensku. Na rozdíl od Schwarzenberga pojal jeho tým kampaň značně populisticky a negativisticky. Orientoval se na nespokojenou vrstvu obyvatelstva, kterým sliboval to, po čem touží – změnu, a to bez ohledu na to, jestli by ji byl z pozice prezidenta republiky po zvolení do funkce schopen realizovat. Orientoval se především na obyvatele menších měst a vesnic, na voliče s nižším vzděláním a menší orientací v politice a na důchodce. Tím, že si získal rovnoměrnou podporu napříč republikou, dokázal vyvážit Prahu a některá krajská města, která podporovala jeho rivala. Zemanův tým se zaměřil na konfrontační styl kampaně, a tak rozehrával speciálně ta vybraná hesla a témata, která platila proti jeho protivníkovi. Jednou

z takových speciálně vybraných karet bylo zdůrazňování nacionalismu. Podle Jana Kubáčka se mu pomocí billboardů, prohlášení i témat v debatách povedlo vzbudit dojem jediného ryzího českého kandidáta na prezidenta republiky. Nebál se rozjet negativistické lživé útoky na protikandidáta v podobě údajného propojení Schwarzenbergovy rodiny s nacisty, které podle Zemana měly dodnes dokazovat nacistické symboly v sídle, kde žije manželka Karla Schwarzenberga Therese. Toto tvrzení později již výše zmiňovaný Nejvyšší správní soud označil za nepravdivé.¹³² Další kartou speciálně vytaženou proti Schwarzenbergovi byl boj proti Kalouskovi a vládě, na kterém založil podstatnou část své kampaně. Marek Vocel tento tah ze své pozice hodnotí sice jako dobrý marketingový tah, ale skutkově falešný. Podle něj je totiž prezidentská volba o něčem jiném než o vládě. Zemanovi se ale povedlo veřejnost přesvědčit o opaku. Jak poznamenal Petr Kolář, úspěšně se prezentoval jako někdo, kdo se konečně poměrům a zlodějům vládnoucím v této zemi postaví a nastolí pořádek a blahobyt.

Podle Jaroslava Poláčka Zemanovi všechna tato témata a mnoho dalších, jako například již dříve zmiňované Benešovy dekrety, pomohla vyvolat v druhém kole mnohem větší emoce, než vyvolal Karel Schwarzenberg. Vnesl do volby silnou emoci strachu, která nakonec voliče donutila jít k volbám a zvolit radši jeho než Němce, jehož manželka nemluví česky a za kterým stojí nebezpečí v podobě Kalouska. Vít Kurfürst přichází s teorií, že kdyby bylo druhé kolo volby o týden dříve, tedy před tím, než stačil Zeman a jeho tým rozehrát silnou negativistickou kampaň s výše zmiňovanými kartami, byl by výsledek opačný a prezidentem by se stal Schwarzenberg. O tom se dá ale jen spekulovat.

K negativistickému boji a útokům na Schwarzenbergovy slabé stránky v podobě vady řeči nebo nečesky mluvící manželky se navíc přidala celá rodina Klausových, tedy tehdejší prezident, jeho syn a jeho manželka Livia Klausová. Z boje Zeman versus Schwarzenberg se tak částečně stal i boj pokračovatel Klause versus pokračovatel Havla. Karel Schwarzenberg se tento útok snažil odvrátit tím, že Klause a Zemana označil za jednu mocenskou skupinu, tedy dlouholetý podvod na české voliče, neboť

¹³²TN.CZ. *Zeman vyhrál volby díky lžím, ale volby stejně platí, rozhodl soud.* [online]. © 19. 02. 2013 [cit. 03. 01. 2014]. Dostupné z: <http://tn.nova.cz/zpravy/domaci/soud-rozhodl-v-zemanove-kampani-byly-lzi-ale-volby-stejne-plati.html>

navenek se prezentovali jako nesmiřitelní nepřátelé protichůdných názorů, pravice a levice.¹³³

Faktem je, že zatímco u Schwarzenberga v hodnocení jeho kampaně a největších zbraní v prezidentském boji všichni respondenti zmiňovali a rozebírali konkrétní prvky a momenty jeho kampaně, u Zemana dávali do popředí zejména jeho osobnost, výjimečné rétorické schopnosti a tradiční postavení ve vnímání veřejnosti jakožto politika. Sám člen jeho volebního týmu Roman Lipták označil za klíč k úspěchu vlastního kandidáta jeho dlouholeté zkušenosti, silný osobní příběh, schopnost komunikovat jak s médii, tak běžnými občany, i strategické myšlení a odhodlání zvítězit. Dalo by se tak říci, že Miloš Zeman byl sám sobě nejlepším prvkem kampaně.

¹³³KOUTNÍK, O. *Schwarzenbergův tah: Zeman a Klaus v opozičnėsmluvním pytli!* [online]. © 20. 01. 2013 [cit. 03. 01. 2014]. Dostupné z: <http://www.ceskapozice.cz/domov/politika/schwarzenberguv-tah-zeman-klaus-v-opozicnesmluvnim-pytli>

7 DISKUSE

Z rozhovorů vyplývá, že nelze jednoznačně určit, jak zásadní vliv měly jednotlivé faktory na finální rozhodnutí voličů. Všichni respondenti v případě, že se domnívali, že některá skutečnost určitý dopad na voliče měla, používali místo adjektiva „zásadní“ například „určitý“ nebo „jistý“. Přesto lze jmenovat momenty a fakta, která byla v hloubkových rozhovorech zmiňována často a která tak bezpochyby vliv na konečný výsledek první přímé prezidentské volby v České republice měla.

První hypotézu této práce, která se vázala ke stylu vedení kampaní před prvním a druhým kolem volby, můžeme potvrdit. V prvním kole volby kandidáti a jejich týmy skutečně volili nejrůznější načasování kampaní i formy komunikace směrem k veřejnosti. Jan Fischer s Milošem Zeman začali se svými kampaněmi již rok před samotnou volbou, což zažila česká veřejnost úplně poprvé. Nezvyklá délka kampaně způsobila u některých voličů nechuť přijít k volbám, což se projevilo zejména v druhém kole, kde byl znát úbytek voličů oproti kolu prvnímu. To uškodilo paradoxně především Karlovi Schwarzenbergovi, který zvolil paradoxně, společně s dalšími kandidáty jako například s Vladimírem Franzem, formu kampaně s pozdějším nástupem. Potvrdila se i druhá část této hypotézy vztahující se ke změně v kampaních před druhým kolem volby. Miloš Zeman i Karel Schwarzenberg se po prvním kole opravdu pokusili o získání nově uvolněných a stále nerozhodnutých voličů. Karel Schwarzenberg vyrazil na Moravu, kde v prvním kole oproti svému soupeři jasně zaostával. Podle odborníků bylo ale na podobný tah pozdě a měl se na podobnou cestu vydat mnohem dříve a ještě v rámci kampaně před prvním kolem volby. O získání nově uvolněných hlasů se pokoušeli oba kandidáti zejména získáním veřejné podpory od neúspěšných kandidátů. Miloše Zemana tak například nepřímo podpořil třetí nejúspěšnější kandidát prvního kola Jan Fischer a Karla Schwarzenberga zase nejúspěšnější z ženských kandidátek Zuzana Roithová a kandidát za ODS Přemysl Sobotka.

Správnou se ukázala být i druhá hypotéza o novinkách, které první přímá prezidentská volba do českého politického marketingu přinesla. Tuto hypotézu je ale třeba ještě rozšířit. Největší novinkou je zcela nepochybně typ dvoukolové celostátní volby. Prezidentská kampaň ale navíc výrazně posunula míru profesionality politických

kampaní v České republice a ukázala, že s dostatkem financí a dobrým marketingem se lze dostat pod kůži veřejnosti velmi rychle a hodně hluboko. Dalším faktem, který se zcela nepochybně projeví i v dalších politických volbách české společnosti, je posunutí etické hranice, ke které v průběhu volby došlo. To bylo navíc víceméně posvěceno rozhodnutím Nejvyššího správního soudu tím, že sice některé Zemanovy kroky a výroky označil za lživé, ale výsledky volby nezpochybnil. Do budoucna to tak dává dalším kandidátům k podobným, ne zcela čestným metodám boje zelenou, dovolí-li jim to jejich přesvědčení.

Stejně jako se ukázala síla v profesionálně vedených kampaních, vyšla ve spojitosti s prezidentskou volbou najevo i nezbytnost silné osobnosti. To se prokázalo především na příkladu kandidáta Jana Fischera, který přestože vstupoval do volby jako veřejností velmi oblíbený politik se silnou podporou a měl profesionálně vedenou kampaň s velkou finanční základnou, ve volbě propadl. Potvrzuje se tak třetí hypotéza stanovená na začátku praktické části této práce. Délka kampaně společně s množstvím debat a mediálních vystoupení ukázala nevýraznou osobnost Jana Fischera, která se nemohla měřit s politickými matadory typu Miloše Zemana. Faktem zůstává, že čím více s blížícím se koncem Fischer slábnul, tím spíše další silná osobnost sílila. Bez neúspěchu Jana Fischera bychom se jen těžko dočkali postupu Karla Schwarzenberga do druhé kola.

Čtvrtá hypotéza této práce se dá potvrdit pouze částečně. Média skutečně sehrála významnou roli v prezidentské kampani. Těžko se dá ale tvrdit, že především tím, že se některá z nich otevřeně postavila za Karla Schwarzenberga. Tato mobilizace za zvolení Karla Schwarzenberga se ale rozhodně dá určit za největší překvapení, které nám média v předvolební době přinesla. Otázkou je, jak s tímto krokem naloží vydavatelství do budoucna. Budou-li tento trend otevřených prohlášení, tzv. endorsementů, udržovat, anebo se vrátí zpátky do neutrálních kolejí. Média do volby vnesla a dále rozdmýchávala témata, která hýbala přímou prezidentskou volbou a která měla dozajista na svědomí pár přesvědčených voličů, jako například téma Benešových dekretů, nacistických symbolů, ale i později soudem odsouzený lživý inzerát v deníku Blesk. Významnou roli zastávaly v prezidentské volbě i nová média a sociální sítě, a to nejen v nabírání nových voličů a šíření témat, ale i rekrutování dobrovolníků samovolně šířících myšlenky svých kandidátů. Ať už jimi byli provozovatelé hospod v akci

„Hospody volí Karla“, kteří dobrovolně a bezplatně ve svých podnicích poskytovali materiály k podpoře Karla Schwarzenberga, nebo třeba obrovská vlna zájmu o postavu Vladimíra Franze, který vedl kampaň hlavně skrze sociální sítě a jehož fanoušci ho skrze jeho facebookovou stránku přesvědčili k samotné kandidatuře. Ukázalo se, že především v případě mladých voličů mohou sociální sítě sehrát významnou roli. První přímá prezidentská volba ale stejně jako potenciální sílu sociálních sítí ukázala i na fakt, že kampaň je třeba podpořit i dalšími klasickými prvky marketingového mixu a že se sociální sítě typu Facebook nevyplatí přeceňovat.

Za platnou lze označit pátou hypotézu týkající se politických debat. Platí tedy jak to, že politické debaty přinesly do kampaň několik témat, které volbu výrazně ovlivnily, jako například Benešovy dekrety, tak i to, že měly velký podíl i při odhalení ne zcela silné osobnosti favorizovaného kandidáta Jana Fischera. Je pravdou, že přímé prezidentské volby byly novou zkušeností jak pro voliče a volební týmy, tak i pro samotná média. Mnozí odborníci je nejen za jejich otevřenou podporu Karla Schwarzenberga, ale i za styl prezidentských debat kritizovali. I média se ale nepochybně z vlastních kroků poučila a budeme se muset do další prezidentské volby nechat překvapit, zdali zůstanou u debat typu estráda, nebo přidají na pozornosti věnované programům a otázkám týkajícím se prezidentského úřadu.

Přestože šestá hypotéza o předvolebních průzkumech platí, tak jak jsme uvedli na začátku této diskuse, nelze určit nakolik. Jako v každých volbách, i v těchto předvolební průzkumy sehrály svou roli. Mimo jiné zapříčinily odliv hlasů od kandidátů, kteří neměli podle preferencí příliš šanci na úspěch.

Hypotézu týkající se Karla Schwarzenberga a jeho kampaň můžeme označit za pravdivou. Ze všech kandidátů to byl právě on, kdo největším způsobem ovládl sociální sítě, kde oslovil především mladé voliče. Skrze ně pak šířil k veřejnosti svou mladistvě a rebelsky pojatou kampaň s „čírem“ na hlavě, která s nadsázkou zlehčovala fakt, že je mezi kandidáty jednoznačně nejstarším. Jeho zaměření na mladé voliče a také na obyvatele měst mu bylo odborníky vytknuto jako největší slabina celé kampaň.

Poslední hypotéza ve znění: „*Miloš Zeman oslovoval nespokojenou vrstvu obyvatelstva s poměry v České republice, které dával za vinu tehdejší vládě. Tu slíbil odstranit a zasáhnout pevnou rukou, což přitáhlo k volbám většinu levicových voličů a obyvatel menších měst a vesnic.*“ platí podle našich zjištění stoprocentně.

Prezidentská volba potvrdila to, co už se ukázalo v několika předchozích volbách a dokonce hned i v prvních následujících volbách do poslanecké sněmovny, a to, že se v naší zemi vyplácí hrát na nespokojenost občanů. Negativistická kampaň Miloše Zemana, laděná populistickým směrem a zacílená na nespokojené vrstvy obyvatelstva, převálcovala všechny ostatní. Negativní nádech celé prezidentské kampani dodával i konfrontační a vymezující se styl kampaně, kterého využil ne jeden kandidát. Opět byl ale v tomto směru nejvýraznějším vítězný kandidát Miloš Zeman, který místo na programu založil svoji kampaň právě na vymezování se proti soupeřům, kteří ho mohli potencionálně ohrozit, a to se mu vyplatilo.

ZÁVĚR

Jak už jsme uvedli v teoretické části této práce, role prezidenta v naší společnosti je zcela výjimečná. Prezident v běžném pojetí naší společnosti není jen vrcholem exekutivy u nás, ale představuje svéráznou až monarchistickou postavu. Jak v rozhovoru pro tuto práci trefně uvedl sociolog Jan Hartl, prezident v sobě musí sloučit několik protikladů: *„Je v politice, ale zároveň v ní musí nebýt, musí být velmi akceschopný, když je ho třeba, ale jinak musí být velmi zdrženlivý, měl by působit dovnitř, ale zároveň i navenek.“* Specifické postavení prezidenta i nejasný názor veřejnosti na pravomoci jeho úřadu tak do volby nepřinesly příliš programových prvků, jak tomu bývá v jiných typech voleb. Všichni respondenti této práce se shodli v tom, že prezidentské kampaně se snažily především vzbudit emoce, a to se jim vzhledem k reakcím veřejnosti v období voleb bezesporu podařilo.

To, co se v prezidentské volbě povedlo a čemu nevěřila ani většina odborníků včetně volebního manažera TOP 09 Jaroslava Poláčka bylo, že se z prezidentských voleb podařilo udělat volby prvního řádu. Měly sice návštěvnost o něco menší, než volby do sněmovny, ale šedesátiprocentní účast se dá rozhodně považovat za úspěch, a to zejména proto, že tomu zpočátku příliš věcí nenapovídalo. Podle Poláčka byla na začátku cítit ze strany veřejnosti spíše nechuť k tomu, vyrazit k volbám a naslouchat kandidátům. Těm se ale postupně podařilo přilákat zájem a pozornost. S tím souhlasí i politolog Jan Kubáček, který v rozhovoru uvedl, že společnost poměrně dlouho nevnímala tu politickou soutěž jako akci, které by se měla zúčastnit. Od Vánoc dál se ale přístup veřejnosti radikálně změnil, a to zejména těsně před prvním a následně i druhým kolem, kdy se naopak od prezidentské volby a preference daného kandidáta odvíjelo všechno. Podle Kubáčka takovou situaci nelze zažít nikde v okolních zemích. Angažovanost a zapálenost české společnosti pro prezidentskou volbu překvapovala Poláky, Slováky i Němce, kteří měli pocit, že si volíme spíše nového „panovníka“ než prezidenta s poměrně malými pravomocemi. Reprezentativní voličská účast a velice vysoká angažovanost národa je důvodem silného mandátu Miloše Zemana. Kubáček dodává, že i proto teď Zeman sám sebe vnímá jako jedinečného politika svého typu, který v podstatě nemá alternativy. Všichni ostatní totiž vzešli z úplně jiného typu volby, s naprosto rozdílným mandátem a jiným počtem hlasů.

Zajímavostí je, že až na Jana Hartla všichni respondenti vyjádřili svůj negativní názor na přímou prezidentskou volbu v České republice. Podle nich tato volba do naší kultury a politické formy parlamentní demokracie nepatří. Podle politologa Jana Kubáčka navíc budou prezidentské volby ubírat voličskou účast ostatním již tradičním volbám. Řešením by podle něj bylo nějaké volby spojit a ušetřit nás nejen finančních výdajů, ale i obrovské energie, kterou tato prezidentská volba český národ stála, anebo se vrátit k té volbě nepřímé. Jak sám ale na konci rozhovoru dodal, první přímá prezidentská volba byla natolik výrazná a vzbudila takové množství emocí, že už není cesty zpět a budeme se s ní muset naučit žít. Otázkou je, zdali se v příštích volbách podaří vygenerovat další natolik silné osobnosti, jakými byly v první přímé prezidentské volbě Miloš Zeman a Karel Schwarzenberg, anebo si česká veřejnost bude postupně po vyčerpání podobných matadorů s letitými zkušenostmi do pozice prezidenta volit spíše nevýrazné úředníky typu Jana Fischera.

Závěrem je třeba poznamenat, že přestože se konečný výsledek první přímé prezidentské volby v České republice s rozdílem deseti procentních bodů hlasů může zdát jako markantní, je třeba si uvědomit, že stačilo pouhých pět procentních bodů na to, aby výsledek skončil s těsným rozdílem a s jiným vítězem. Výše uvedené faktory a momenty výsledek volby dozajisté o několik bodů tím či jiným směrem posunuly a několik voličů od volby odradily. Proto se výsledek druhého kola dá dozajista považovat za jednoznačný, ne však zdrcující.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam českých zdrojů

- BUDINSKÝ, L. *Jedenáct prezidentů*. 1. vyd. Praha: Knižní klub, 2013. IBSN 978-80-242-3909-5
- HERZMANN, J. a KOMÁREK M. *Proč právě Zeman?: Zákulisní drama voleb, alchymie volebních průzkumů*. 1. vyd. Praha: Práh, 2013. IBSN 978-80-7252-419-8
- KOUDELKA, Z. *Prezident republiky*. Praha: Leges, 2011. IBSN 978-80-87212-95-0
- TABERY, E. *Hledá se prezident: Zákulisí voleb hlavy státu*. 1.vyd. Praha: Respekt Publishing, a.s., 2008. IBSN 978-80-903766-7-0
- VODIČKA, K. a L. CABADA. *Politický systém České republiky: Historie a současnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003. IBSN 80-7178-718-3

Seznam zahraničních zdrojů

- NOHLEN, D. *Wörterbuch Staat und Politik*. Piper, 1998, ISBN 3-89331-341-9

Seznam internetových zdrojů

- AKTUÁLNĚ.CZ. *Viróza i lež o Knížeti, jak se v ČT mění zprávy?* [online]. © 31. 10. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/domaci/grafika/2013/10/31/viroza-i-lez-o-knizeti-jak-se-v-ct-meni-zpravy/?cid=794572#5>
- ASOCIACE PRO MEZINÁRODNÍ OTÁZKY. *Prezident v Polsku – pravomoci, tradice, osobnosti*. [online]. © 2013 [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.amo.cz/publikace/prezident-v-polsku--pravomoci-tradice-a-osobnosti.html#.Uq15Ws6ZbY1>
- AUST, O. *Nejvíce lidí vidělo prezidentské debaty moderované Václavem Moravcem*. [online]. © 30. 01. 2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/nejvic-lidi-videlo-prezidentske-debaty-moderovane-vaclavem-moravcem/>
- AUST, O. *Politický reportér Petr Kolář přestupuje z Reflexu do Týdne*. [online]. © 29. 07. 2013 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/politicky-reporter-petr-kolar-prestupuje-z-reflexu-do-tydne/>

AUST, O. *Šéfovi zpravodajství ČT Šámalovi vyjádřilo 61 redaktorů důvěru. ČT jména „omylem“ zveřejnila.* [online]. © 31. 10. 2013 [cit. 10. 02. 2014]. Dostupné z:

<http://www.mediar.cz/sefum-zpravodajstvi-ct-vyjadrilo-61-redaktoru-vcetne-moravce-duveru/>

BARTOŠ, A. *Schwarzenbergovy restituce jsou stejně tajemné, jako ty Havlovy.*

[online]. © 30. 08. 2011 [cit. 03. 01. 2014]. Dostupné z:

<http://opona2009.zacit.cz/galerie-elity-naroda/schwarzenbergovy-res.html>

BÉM, R. *Přímá volba: Odříkaného chleba největší krajíc.* [online]. [cit. 15. 12. 2013].

Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/exkluzivne-na-ct24/205591-prima-volba-odrikaneho-chleba-nejvetsi-krajic/>

BÉM, R. *Jan Fischer.* [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z:

<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204636-jan-fischer/>

BÉM, R. *Miloš Zeman.* [online]. [cit. 16. 12. 2013]. Dostupné z:

<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204621-milos-zeman/>

BÉM, R. *Prezidentská kampaň: přichází den zúčtování.* [online]. © 28. 03. 2013

[cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/220419-prezidentska-kampan-prichazi-den-zuctovani/>

BÉM, R. *Přemysl Sobotka.* [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204647-premysl-sobotka/>

CENTRUM. *Přímá volba prezidenta.* [online]. © 29. 6. 2012 [cit. 15. 12. 2013].

Dostupné z: <http://wiki.aktualne.centrum.cz/prima-volba-prezidenta/>

CIBOROVÁ, K. *Souboj redaktorů. Je Česká televize nestranná?*[online].

© 07. 11. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: http://www.denik.cz/z_domova/souboj-redaktoru-je-ceska-televize-nestranna-20131107.html

CINKOVÁ, B. *Praxe v parlamentu nabízí cenné zkušenosti i pohled do tajů politiky.*

[online]. © 06. 06. 2008 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ukacko.cz/praxe-v-parlamentu-nabizi-cenne-zkusenosti-i-pohled-do-taju-politiky>

CZECH P.R. *O nás.* [online]. © 2008 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z:

<http://www.czechpr.cz/cz/o-nas.html>

- ČTK. *Inzertní hodnota prezidentské kampaně dosáhla 232 miliónů korun.* [online]. © 18. 02. 2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.financninoviny.cz/zpravy/inzertni-hodnota-prezidentske-kampane-dosahla-232-milionu-kc/903383>
- ČTK. *Vyúčtování kampaně předložilo všech devět prezidentských adeptů.* [online]. © 29. 03. 2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/vyuctovani-kampane-predlozilo-vsech-devet-prezidentskych-adeptu/919886>
- ČESKÁ TELEVIZE. *Duely a debaty – tak bude vypadat prezidentské vysílání ČT.* [online]. © 05. 11. 2012 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media-it/202267-duely-a-debaty-tak-bude-vypadat-prezidentske-vysilani-ct/>
- ČESKÁ TELEVIZE, *Prezidentská kampaň vrcholí, dnes hlavně v kultuře.* [online]. © 09. 01. 2013 [cit. 19. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/210326-prezidentska-kampan-vrcholi-dnes-hlavne-kulturne/>
- ČESKÁ TELEVIZE. *Spoty prezidentských kandidátů na ČT.* [online]. © 1996-2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/volebni-videoarchiv/207825-spoty-prezidentskych-kandidatu-na-ct/>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Volba prezidenta republiky konaná ve dnech 11.01 - 12. 01. 2013.* [online]. © 2013 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: <http://volby.cz/pls/prez2013/pe2?xjazyk=CZ>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Výsledek volby.* [online]. © 2013 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: <http://volby.cz/pls/prez2013/pe2?xjazyk=CZ>
- CHLUMSKÁ, K. *Volební kampaně a právo.* [online]. © 20. 11. 2012 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://trendmarketing.ihned.cz/c1-58678470-volebni-kampane-a-pravo>
- DABS. *Jan Fischer, kandidát na prezidenta České republiky.* [online]. © 2011-2013 [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/jan_fischer/? DABS. *Jana Bobošíková, kandidátka na prezidentku ČR za Suverenitu.* [online]. ©2011-2013

[cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/jana_bobosikova_suverenita/

DABS. *Jiří Dienstbier, kandidát na prezidenta České republiky za ČSSD.* [online]. © 2011-2013 [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/jiri_dienstbier_cssd/

DABS. *Karel Schwarzenberg, kandidát TOP09 na prezidenta České republiky.* [online]. © 2011-2013 [cit. 16. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/karel_schwarzenberg_top09/

DABS. *Miloš Zeman, kandidát na prezidenta České republiky za OPOZ.* [online]. © 2011-2013 [cit. 16. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/milos_zeman_spoz/

DABS. *Podmínky přímé volby prezidenta ČR.* [online]. © 2011-2013 [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/podminky_prime_volby_prezidenta/

DABS. *Prof. JUDr. Vladimír Franz, kandidát na prezidenta České republiky.* [online]. © 2011-2013 [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/vladimir_franz/

DABS. *Přemysl Sobotka, kandidát na prezidenta České republiky za ODS.* [online]. © 2011-2013 [cit. 16. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/premysl_sobotka_ods/

DABS. *Tatána Fischerová, kandidátka na prezidentku České republiky.* [online]. © 2011-2013 [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/tana_fischerova/

DABS. *Vyhlášení a konání prezidentských voleb České republiky.* [online]. © 2011- 2013 [cit. 16. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/termin_konani_prezidentskych_voleb/

DABS. *Zuzana Roithová, kandidátka na prezidentku ČR za KDU-ČSL.* [online]. © 2011-2013 [cit. 16. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.volba-prezidenta.cz/zuzana_roithova_kducls/

DENÍK.CZ. *Vyúčtování kampaně už předložili všichni. Uhrazeno nemá Zeman a Fischer.* [online]. © 29. 03. 2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z:

http://www.denik.cz/z_domova/vyuctovani-kampane-predlozilo-vsech-devet-prezidentskych-adeptu-20130329.html

DOLEŽAL, B. *Spor o sudetské Němce a Benešovi dekrety v roce 2013.* [online].

© 25. 01. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z:

<http://www.ceskapozice.cz/domov/politika/spor-o-sudetske-nemce-benesovy-dekrety-v-roce-2013>

ŘURDOVIČ, M. *CVVM.* [online]. © 4. 4. 2013 [cit. 10. 12. 2013]. Dostupné z:

http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a6981/f3/pi130404a.pdf

ELIÁŠOVÁ, K. *Schwarzenberg vyrazil na Moravu, kde se snažil získat nerozhodnuté voliče.* [online]. © 20. 01. 2013 [cit. 03. 01. 2014]. Dostupné z:

<http://zpravy.ihned.cz/c1-59158070-schwarzenberg-vyrazil-na-moravu-kde-se-snazil-ziskat-nerozhodnute-volice>

EMPRESA MEDIA. *Medailonky novinářů.* [online]. © 2006 [cit. 22. 12. 2013].

Dostupné z: http://mediamania.tyden.cz/medailonky-zurnalistu_1022_stranka.html

HARTL, J. *Jan Hartl: Česká veřejnost po listopadu 2000.* [online]. © 06. 12. 2000

[cit. 19. 12. 2013]. Dostupné z: <http://cepin.cz/cze/prednaska.php?ID=168>

HERZMANN. *Jan Herzmann.* [online]. © 2013 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z:

<http://www.herzmann.cz/nas-tym/jan-herzmann/>

HYBLEROVÁ, L. *Potetovaný skladatel Franz kandiduje na prezidenta. Sbírá podpisy.*

[online]. © 08. 01. 2013 [cit. 19. 12. 2013]. Dostupné z:

<http://zpravy.tiscali.cz/potetovany-skladatel-franz-kandiduje-na-prezidenta-sbira-podpisy-151062>

JURKOVÁ, M. *Zeman a jeho lidé v kampani nepostupovali fér, přesto kampaň platí, řekl soud.* [online]. © 19. 02. 2013 [cit. 28. 12. 2013]. Dostupné z:

<http://zpravy.ihned.cz/politika/c1-59349360-nss-zamitl-stiznosti-na-prezidentske-volby>

KASÍK, P. *Za úspěch Schwarzenberga můžou sociální sítě. Karla je plný Facebook.*

[online]. © 12. 1. 2013 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/internet-volby-prezidenta-d03-/sw_internet.aspx?c=A130112_184201_sw_internet_pka

- KEJLOVÁ, S. *Musíme nadržovat Zemanovi, stěžují si redaktori ČT.* [online]. © 31. 10. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/domaci/zivot-v-cesku/clanek.phtml?id=794192>
- KOLÁŘ, P. *Audit návštěvnosti internetu.* [online]. © 21. 4. 2013 [cit. 19. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.netmonitor.cz/sites/default/files/iac_2013_-_netmonitor_rocenka_2012_0.pdf
- KOPECKÝ, J. *PŘEHLEDNĚ: Kampaní cloumaly dekrety, amnestie i výpady Klausových.* [online]. © 25. 01. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/jaka-temata-ovladla-kampan-pred-vobou-prezidenta-f60-/domaci.aspx?c=A130125_132243_domaci_kop
- KOUTNÍK, O. *Schwarzenbergův tah: Zeman a Klaus v opozičnėsmluvním pytli!* [online]. © 20. 01. 2013 [cit. 03. 01. 2014]. Dostupné z: <http://www.ceskapozice.cz/domov/politika/schwarzenberguv-tah-zeman-klaus-v-opozicnesmluvnim-pytli>
- KRAMER, J. *Pravomoci prezidenta.* [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/pravomoci-prezidenta/>
- KRAMER, J. *Přímá volba ve světě.* [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/prima-volba-ve-svete/>
- KUBÁČEK, J. *Jan Kubáček.* [online]. © 1999 - 2013 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: <http://blog.aktualne.centrum.cz/blogy/jan-kubacek.php>
- KUDLÁČKOVÁ, L. *Video: Favority voleb tepou Hanák, Pohreich i Hitler.* [online]. © 08. 01. 2013 [cit. 19. 12. 2013]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/prezidentske-volby/clanek.phtml?id=767997>
- LINKEDIN CORPORATION. *Jaroslav Poláček.* [online]. © 2013 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: <http://cz.linkedin.com/in/jaroslavpolacek>
- MEDIAN. *Prezidentský volební model (MEDIAN listopad-prosinec 2012).* [online]. © 22. 12. 2012 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.median.cz/docs/preference_Prez_2012_11.pdf

- MINISTERSTVO ZAHRANIČÍ. *Česká republika – oficiální web ČR*. [online]. © 25. 1. 2010 [cit. 10. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Objevte-CR/Fakta-o-CR/Politika/Politicky-system-Ceske-republiky>
- NETOLICKÝ, P. *Německý federalismus*. [online]. © 25. 3. 2005. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <<http://www.e-polis.cz/komparace/55-nemecky-federalismus.html>>. ISSN 1801-1438.
- MAŇÁK, V. *Karel Schwarzenberg*. [online]. [cit. 16. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204643-karel-schwarzenberg/>
- MAŇÁK, V. *Jana Bobošíková*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204610-jana-bobosikova/>
- MAŇÁK, V. *Jiří Dienstbier*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204623-jiri-dienstbier/>
- MEDIAGURU. *Analýza: Facebook rozhodne o volbě prezidenta*. [online]. © 07. 1. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2013/01/analyza-facebook-rozhodne-o-volbe-prezidenta/#.UsWTUs6ZbY0>
- MEDIAGURU. *Negativní kampaň pokračuje, Blesk za hranou*. [online]. © 25. 11. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2013/01/negativni-kampan-pokracuje-blesk-za-hranou/#.UsVuh86ZbY0>
- MEDIAGURU. *Čtenost deníků: placené stagnují, rostou bezplatné*. [online]. © 07. 11. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2013/11/ctenost-deniku-placene-stagnuji-rostou-bezplatne/#.UsV-3c6ZbY0>
- MEDIAN. *Prezidentský volební model (MEDIAN listopad-prosinec 2012)*. [online]. © 22. 12. 2012 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.median.cz/docs/preference_Prez_2012_11.pdf

MEDIAN. *Prezidentský volební model (MEDIAN, září 2012)*. [online]. © 08. 10. 2012 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z:

http://www.median.cz/docs/preference_Prez_2012_09.pdf

MICHL, P. *Externí komunikace: Prezidentská kampaň n podporu Karla Schwarzenberga z pohledu jejího mluvčího*. [online]. © 11. 06. 2013 [cit. 19. 12. 2013].

Dostupné z: http://www.m-journal.cz/cs/praxe/externi-komunikace--prezidentska-kampan-na-podporu-karla-schwarzenberga-z-pohledu-jejeho-mluvciho__s284x9910.html

MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *Informace k volební kampani při volbě prezidenta České republiky*. [online]. © 2010 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z:

<http://www.mvcr.cz/clanek/informace-k-volebni-kampani-pri-volbe-prezidenta-ceske-republiky.aspx>

MPV AGENCY. *Vedení*. [online]. © 2012 - 2013 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z:

<http://www.mvp.cz/nas-tym/>

PÁLKOVÁ, Š. *Demagog.cz: Nejvíce lži navršil v debatě ČT Miloš Zeman*. [online].

© 07. 1. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/demagog-cz-analyzoval-zda-kandidati-na-prezidenta-mluvili-v-hyde-parku-pravdu-1xd-/zpravy-domov.aspx?c=A130106_103512_ln_domov_spa

POBOŘILOVÁ, A. *Táňa Fischerová*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z:

<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204645-tana-fischerova/>

POBOŘILOVÁ, A. *Vladimír Franz*. [online]. [cit. 15. 12. 2013]. Dostupné z:

<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204617-vladimir-franz/>

POBOŘILOVÁ, A. *Zuzana Roithová*. [online]. [cit. 16. 12. 2013]. Dostupné z:

<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/prezident-2013/profil-kandidata/204635-zuzana-roithova/>

POTŮČEK, J. *Bývalý šéf programu Markýzy a STV radí Milošovi Zemanovi*

s prezidentskou kampaní. [online]. © 15. 11. 2012 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z:

<http://www.digizone.cz/clanky/byvaly-sef-programu-markizy-a-stv-radi-milosi-zemanovi-s-prezidentskou-kampani/>

POTŮČEK, J. *Přehled televizních debat před druhým kolem prezidentských voleb: ČT, Nova i Prima*. [online]. © 15. 01. 2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z:

<http://www.digizone.cz/clanky/prehled-televiznich-debat-pred-druhym-kolem-prezidentskych-voleb-ct-nova-i-prima/>

PPM FACTUM. *Druhé kolo: Zeman - Fischer*. [online]. © 06. 01. 2013

[cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.factum.cz/520_druhe-kolo-zeman-fischer

PPM FACTUM. *Fischer v trháku, Dlouhý a Franz ve hře*. [online]. © 17. 09. 2013

[cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.factum.cz/503_fischer-v-trhaku-dlouhy-a-franz-ve-hre

PPM FACTUM. *Týden před 2. kolem šance téměř vyrovnané, Zeman těsně vede*.

[online]. © 18. 01. 2013 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z:

http://www.factum.cz/522_tyden-pred-druhym-kolem-sance-temer-vyrovnane

PPM FACTUM. *Zeman vede*. [online]. © 13. 12. 2013 [cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z:

http://www.factum.cz/517_zeman-vede

RESPECT. *Jan Hartl*. [online]. [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z:

[http://respekt.ihned.cz/?m=authors&person\[id\]=12482070&article\[aut_id\]=12482070](http://respekt.ihned.cz/?m=authors&person[id]=12482070&article[aut_id]=12482070)

SCHWERZ, P. *Prezident show aneb Když jsou volby hitem televizní zábavy*. [online].

© 22. 02. 2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://strategie.e15.cz/zurnal/prezident-show-aneb-kdyz-jsou-volby-hitem-televizni-zabavy-959147>

STEM. *O firmě*. [online]. [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z:

<http://www.stem.cz/staticpages/ofirme-stem-se-predstavuje>

STEM. *Preference prezidentských kandidátů Prosinec 2012*. [online]. © 18. 12. 2012

[cit. 17. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.stem.cz/clanek/2661>

ŠEVELA, V. *Jsem otrávený a přemýšlím, jestli dál pracovat v ČT, říká Moravec*.

[online]. © 01. 11. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/stiznost-na-manipulaci-v-ct-dfy-/domaci.aspx?c=A131031_204121_domaci_brm

TEJKL, R. *Prezidentské kampaně: Budování důvěry VS tlaková reklama*. [online]. © 2013 [cit. 18. 12. 2013]. Dostupné z: <http://www.radektejkl.cz/blog/prezidentske-kampane-budovani-duvery-vs-tlakova-reklama/>

TN.CZ. *Zeman vyhrál volby díky lžím, ale volby stejně platí, rozhodl soud*. [online]. © 19. 02. 2013 [cit. 03. 01. 2014]. Dostupné z: <http://tn.nova.cz/zpravy/domaci/soud-rozhodl-v-zemanove-kampani-byly-lzi-ale-volby-stejne-plati.html>

VÁCA, J., SEDLÁŘOVÁ, B. *Za inzerát proti Schwarzenbergovi zaplatí právník pokutu 850 tisíc korun*. [online]. © 05. 12. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/pokuta-pro-pravnika-zavadila-za-inzerat-proti-schwarzenbergovi-p8y-/domaci.aspx?c=A131205_100522_zahranicni_skr

VÁLKOVÁ, H. *Nejtěžší práce, ale bez větší chyb, hájí Moravec prezidentské debaty*. [online]. © 03. 02. 2013 [cit. 02. 01. 2014]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/rozhovor-s-vaclavem-moravcem-o-deni-kolem-prezidentskych-voleb-psv-/domaci.aspx?c=A130131_095135_domaci_hv

WIKIPEDIE. *Jan Kubáček*. [online]. © 07. 11. 2013 [cit. 22. 12. 2013]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Jan_Kub%C3%A1%C4%8Dek

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Jakým otázkám se má prezident věnovat? (odpovědi v procentech, dopočet do 100% tvoří odpovědi nevím)	19
Tabulka 2: Výsledek volby	49
Tabulka 3: Náklady kampaní jednotlivých kandidátů.....	66

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: „Podle některých lidí by funkce prezidenta republiky měla být především službou pro občany státu, podle jiných plnit především reprezentativní funkce. S kterým z těchto názorů spíše souhlasíte?“	16
Graf 2: „Podle některých lidí by se měl prezident snažit spojovat vládu s opozicí a mírnit jejich spory, podle jiných by neměl do sporů vlády a opozice vůbec vstupovat a spíše jen dohlížet na dodržování pravidel soupeření. S kterým z těchto názorů spíše souhlasíte?“	16
Graf 3: „Podle některých lidí se má prezident věnovat spíše praktickým a aktuálním politickým otázkám, podle jiných spíše morálce a hodnotám v politice, otázkám spíše nadčasovým. S kterým z těchto názorů spíše souhlasíte?“	17

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Dotazník	I
----------------------------	---

PŘÍLOHY

Příloha A – Dotazník

1. Jak byste celkově zhodnotil kampaně kandidátů v první přímé volbě prezidenta ČR před prvním kolem? Zajímá mě hlavně pohled z hlediska komunikační a marketingové strategie.
2. Jak byste celkově zhodnotil kampaně kandidátů v první přímé volbě prezidenta ČR z pohledu marketingu a komunikace před druhým kolem?
3. V čem se podle Vás zásadně lišily kampaně před prezidentskými volbami od kampaní například do poslanecké sněmovny?
4. Co podle Vás vedlo k tomu, že favorizovaný kandidát Jan Fischer nepostoupil do druhého kola?
5. Jak byste zhodnotil vystupování dvou nejsilnějších kandidátů v politických debatách?
6. Co byly nejsilnější prvky a momenty kampaně Karla Schwarzenberga?
7. Co bylo podle vás klíčem k úspěchu Miloše Zemana?
8. Ovlivnily podle vás předvolební průzkumy zásadně průběh a výsledky voleb?
9. Některá média otevřeně deklarovala podporu některému kandidátovi. Ovlivnil podle vás tento otevřený postoj médií k jednotlivým kandidátům i rozhodování veřejnosti?
10. Řekněte mi, prosím, co ještě byste chtěl dodat k předvolebním prezidentským kampaním?

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Andrea Košťálová

Obor: Sociální a masová komunikace

Forma studia: prezenční studium

Název práce: Volební kampaně a strategie kandidátů v prvních přímých volbách prezidenta České republiky

Rok: 2014

Počet stran textu: 116

Celkový počet stran příloh: 1

Počet titulů českých použitých zdrojů: 5

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 1

Počet internetových zdrojů: 86

Vedoucí práce: PhDr. Stanislav Hampl