

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM

2016-2018

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Barbora Němcová

**Mediální obraz českého prezidenta Miloše Zeman ve vysílání
ČT, TV NOVA, TV PRIMA, TV BARRANDOV (květen –
prosinec 2017)**

Praha 2018

Vedoucí diplomové práce: doc. PhDr. Jaroslav Buček, PhD.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER COMBINED STUDIES

2016-2018

DIPLOMA THESIS

Barbora Němcová

**Media image of Czech President Miloš Zeman in CT, TV
NOVA, TV PRIMA, TV BARRANDOV (May – December
2017)**

Prague 2018

The Diploma Thesis Work Supervisor: doc. PhDr. Jaroslav Buček, PhD.

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

Jméno autorky

Poděkování

Chtěla bych poděkovat doc. PhDr. Jaroslavu Bučkovi, PhD. za vedení mé diplomové práce, jeho cenné rady a odbornou pomoc, kterou mi poskytl.

Anotace

Diplomová práce Mediální obraz českého prezidenta Miloše Zeman ve vysílání ČT, TV NOVA, TV PRIMA, TV BARRANDOV (květen - prosinec 2017) se zabývá prezentací prezidenta Zemana na různých českých televizních stanicích a tyto mediální výstupy jsou v ní porovnány. Pro úplnost práce byly přidány i mediální výstupy z ledna 2018. V teoretické části práce je vymezena role médií a komunikace. Dále se práce zabývá mediálními dialogy, jejich účastníky i argumentačními technikami v nich používanými. V neposlední řadě je také představen prezident Miloš Zeman, jednotlivá televizní média a vydavatelství Economia, jejíž pracovníci se účastnili kvalitativního i kvantitativního výzkumu. Dále jsou zpracovány analýzy mediálních výstupů prezidenta Zemana na různých televizních stanicích, a to jak ve zpravodajství, tak v publicistických pořadech. Analýzy jsou porovnány jak vzájemně, tak s teoretickými východisky a s výsledky kvalitativního i kvantitativního výzkumu.

Klíčová slova

Mediální dialog, mediální obraz, Miloš Zeman, moderátor, média, prezidentské volby, televizní média, vydavatelství Economia a.s.

Annotation

Diploma thesis, The media image of Czech President Miloš Zeman in Czech TV, TV NOVA, TV PRIMA, TV BARRANDOV (May - December 2017) deals with the presentation of President Zeman on various Czech TV stations and these media outputs are compared. For the sake of completeness, there was added media outputs from January 2018. The role of media and communication is defined in the theoretical part of the thesis. Furthermore, the thesis deals with media dialogues, their participants and the argumentation techniques used in them. Last but not least, President Milos Zeman, individual TV media and Economia Publishing House, whose staff participated in qualitative and quantitative research, is also introduced. In addition, analyzes of the media outputs of President Zeman are prepared on various television stations, both in news programs and in publicist programs. The analyzes are compared with each other and the theoretical and quantitative research results.

Keywords

Media, media dialogue, media image, Milos Zeman, moderator, presidential election, publisher Economia a.s., TV

ÚVOD	9
TEORETICKÁ ČÁST	11
1 MÉDIA A KOMUNIKACE	11
1.1 Komunikace	11
1.2 Masová komunikace	11
1.3 Média	12
1.4 Masová komunikace	13
1.5 Charakteristika médií	14
1.6 Teorie médií	15
1.7 Funkce médií	15
1.8 Masová média jako instituce	16
1.9 Mediální obraz	16
1.10 Zpravodajství a publicistika	17
1.11 Novinářské standardy, etika, bulvarizace a manipulace	18
1.12 Informační balík a informační kontext	19
2 MEDIÁLNÍ DIALOG	21
2.1 Argumentace	25
2.2 Moderátor	26
2.2.1 Otázky	27
2.2.2 Model interview	29
2.2.3 Gesta	30
2.2.4 Mediální jazyk	30
2.3 Host	30
2.4 Mediální kultura	32
3 PREZIDENT ČESKÉ REPUBLIKY MILOŠ ZEMAN	33
3.1 První přímá prezidentská volba	36
3.2 Vztah prezidenta ČR Miloše Zemana k médiím	37
3.3 Prezident ČR Miloše Zeman v měsících před druhou přímou prezidentskou volbou	39
4 TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ V ČR A VYDAVATELSTVÍ ECONOMIA	42
4.1 Česká televize	43
4.2 TV Nova	44
4.3 TV Prima	45

4.4	TV Barrandov.....	45
4.5	Vydavatelství Economia.....	47
5	ANALÝZA VYBRANÝCH MEDIÁLNÍCH VÝSTUPŮ MILOŠE	
	ZEMANA.....	49
5.1	Analýza ceremoniálu na Pražské hradě s premiérem Bohuslavem Sobotkou v televizním zpravodajství.....	50
5.2	Jmenování Andreje Babiše premiérem České republiky.....	57
5.3	Analýza pořadu Týden s prezidentem a dílu ze 4. května 2017.....	61
5.4	Analýza předvolebních prezidentských debat.....	64
	PRAKTICKÁ ČÁST.....	72
6	KVALITATIVNÍ VÝZKUM.....	72
6.1	Cíl výzkumu.....	72
6.2	Výzkumná metoda a zkoumaný vzorek respondentů.....	73
6.3	Interpretace výsledků hloubkových rozhovorů.....	74
6.4	Závěr kvalitativního výzkumu.....	77
7	KVANTITATIVNÍ VÝZKUM.....	78
7.1	Cíl výzkumu.....	78
7.2	Výzkumný vzorek.....	78
7.3	Výzkumná metodika.....	79
7.4	Časová organizace výzkumu.....	79
7.5	Výsledky výzkumu.....	79
7.6	Interpretace a diskuse výsledků.....	87
7.7	Závěry kvantitativního výzkumu.....	89
	ZÁVĚR.....	91
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	94
	SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK.....	107
	SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ.....	108
	SEZNAM PŘÍLOH.....	110

ÚVOD

Prezident České republiky Miloš Zeman je dlouhodobě jedním z nejvýraznějších politiků v Česku a média, televizní nevyjímaje, mu věnují patřičný prostor. Diplomová práce *Mediální obraz českého prezidenta Miloše Zemana ve vysílání ČT, TV NOVA, TV PRIMA, TV BARRANDOV (květen - prosinec 2017)* pojednává o prezentování výstupů prezidenta Zemana v českých televizních zpravodajských relacích i v publicistických pořadech v daném časovém období. Pro úplnost a pro lepší vykreslení mediální prezentace prezidenta Zemana v českých televizích jsou doplněny i prezidentské předvolební debaty a pořady, které se konaly v lednu 2018.

Cílem práce je analyzovat a porovnat prezentování prezidenta Miloše Zemana v českém televizním zpravodajství a vybraných publicistických pořadech na jednotlivých televizních stanicích. Snaha je především poukázat na rozdíly mezi jeho prezentací a možnostmi se prezentovat ve veřejnoprávních a soukromých televizních stanicích.

V první části práce jsou definovány a popsány pojmy související s médii a komunikací. Stručně je shrnuta i funkce médií, charakteristika médií nebo mediální obraz. Vymezeny jsou i rozdíly mezi zpravodajstvím a publicistikou nebo novinářské standardy a etika. Druhá kapitola pojednává o způsobech prezentace osobností v médiích, a to mediálním monologem, mediálním dialogem či zprostředkovaně prostřednictvím například mluvčí. V této souvislosti je i stručně popsána práce mluvčího prezidenta Miloše Zemana Jiřího Ovčáčka. Popsány jsou i hlavní úlohy moderátora, vystupování hosta, a to včetně způsobů argumentace, které při prezentaci svých názorů využívá, užití jazyka nebo gest.

V další části teoretické části je charakterizován Miloš Zeman jako státník i jako osobnost veřejného života. Je shrnuta jeho osobní i politická minulost, a především jeho vztah k médiím. Prezident Zeman dlouhodobě média kritizuje a cílem jeho kritiky jsou především veřejnoprávní média v čele s Českou televizí. Shrnuty jsou nejvýraznější Zemanovy slovní útoky na novináře, které pronesl v médiích, na setkání s občany nebo při mezinárodních událostech. Stručně jsou shrnuty i Zemanovy mediální výstupy v měsících před druhou přímou prezidentskou volbou, v které v lednu 2018 uspěl.

Další část práce popisuje systém televizního vysílání v České republice, který je ze zákona duální. Jsou popsány hlavní rozdíly mezi veřejnoprávní a soukromým

televizním vysíláním a jsou nastíněny hlavní výhody a úskalí obou druhů vysílání. V kapitole je také charakterizováno vydavatelství Economia a. s. a jeho tituly deník Hospodářské noviny a on-line deník Aktuálně.cz, protože pracovníci redakcí obou médií se účastnili kvalitativního i kvantitativního výzkumu v praktické části.

Následuje kapitola věnována analýzám mediálních výstupů prezidenta Zemana v českých televizích. Analyzovány jsou dvě prezentace prezidenta Zemana v hlavních relacích televizního zpravodajství a analyzovány a porovnány jsou také všechny čtyři prezidentské předvolební pořady, kterých se Miloš Zeman zúčastnil. Rozebrán je i jediný televizní pořad, ve kterém prezident Zeman pravidelně vystupuje, a to Týden s prezidentem na komerční televizi TV Barrandov.

V praktické části je kvalitativní výzkum v podobě hloubkových rozhovorů s respektovanými a zkušenými novináři a editory Hospodářských novin a Aktuálně.cz. Rozhovory mají za cíl zjistit názory a postoje novinářů a editorů, kteří v médiích pracují desítky let, z významného mediálního domu k televizním médiím, prezentaci Miloše Zemana v nich i jejich pohled na proměnu vnímání médií veřejností i jejich hodnocení prezidentských předvolebních debat nebo pořadu Týden s prezidentem. V další části praktické části je dotazníkové šetření mezi členy redakcí Hospodářských novin a Aktuálně.cz ohledně jejich názoru na veřejnoprávní média, zpravodajství v nich nebo předvolební prezidentské pořady a jejich hodnocení. Dotazníkové šetření má za cíl přiblížit názor úzké skupiny lidí, která se přímo podílí na obsahu významných českých médií. Důvodem vybrání si jako respondentů právě novináře z deníku Hospodářských novin a on-line deníku Aktuálně.cz je ten, že autorka diplomové práce je zaměstnána v redakci Aktuálně.cz a částečně vytváří i mediální obsah i pro Hospodářské noviny.

Téma práce si autorka práce vybrala z důvodu, že jako redaktorka a editorka on-line deníku Aktuálně.cz se prezidentu Milošovi Zemanovi dlouhodobě věnuje.

TEORETICKÁ ČÁST

1 MÉDIA A KOMUNIKACE

V první kapitole teoretické části jsou definovány základní pojmy, které předpokládají existenci a funkčnost světa médií, jejich zákonitosti, způsoby fungování a teorie.

1.1 Komunikace

Slovo komunikace pochází z latinského *communicare*, což znamená sdílet či spojovat. Jedná se o specifický druh sociální interakce, při které jedna nebo více osob vědomě sděluje, nebo předává informaci druhé osobě či skupině osob. To lze buď přímo nebo skrze médium. Základním a nejčastějším způsobem komunikace je řeč a písmo. *„Komunikace je nezbytným základem všech sociálních interakcí. V bezprostřední komunikace hraje kromě jazyka významnou roli i neverbální náznaky, které účastníci používají k interpretaci toho, co druzí říkají a dělají.“*¹ Komunikovat lze tedy i neverbálně, a to prostřednictvím výrazu tváře, pohybů těla nebo gest.

Neverbální signály jsou požívány i k tomu, aby podpořily sdělovanou informaci nebo, aby ji vyjádřily beze slov. *„Neverbální signály, které nám 'uniknou' – které vysíláme proti své vůli – často prozrazují, že neříkáme právě to, co si myslíme.“*²

1.2 Masová komunikace

Pojem masová komunikace vznikl koncem třicátých let dvacátého století a označuje typ komunikace, kdy výměna informace probíhá pomocí masových médií. Sdělení se v případě masové komunikace dostane k většímu množství respondentů za pomoci technických prostředků jako jsou tisk, televize, rozhlas nebo internet. McQuil ve své knize odkazuje na definici Janowitzze z roku 1986 *„Masová komunikace zahrnuje instituce a postupy, jimiž specializované skupiny využívají technické prostředky (tisk,*

¹ GIDDENS, Anthony. Sociologie. Praha: Argo, 1999, s. 353. ISBN 80-7203-124-4.

² GIDDENS, Anthony. Sociologie. Praha: Argo, 1999, s. 52. ISBN 80-7203-124-4.

*rozhlas, filmy apod.) pro šíření symbolického obsahu směrem k rozsáhlému, nesourodému a široce rozptýlenému publiku.*³

Komunikovat lze na několika úrovních uspořádaných, a to například podle míry zespolečnění. Nejnižší je postavena intrapersonální komunikace, poté interpersonální komunikace, skupinová komunikace, meziskupinová komunikace, institucionální komunikace (např. politické systémy) a masová, tedy celospolečenská komunikace.⁴

Podle McQuaila lze rozlišit čtyři teorie masové komunikace a to:

- Sociálně-vědní teorie –podává obecná tvrzení o povaze a charakteru, fungování a také účincích masové komunikace.
- Normativní teorie –zkoumá to, jak se mají média chovat, aby bylo poukázáno na některé společenské hodnoty
- Provozní teorie –se vztahuje k lidem pracujících v mediálních institucích a řeší to, jako zprávy zařadit, jak vytvořit účinnou reklamu, jak oslovit publikum apod.
- Každodenní teorie – každodenní teorie se také nazývá intuitivní teorie je teorie, podle které média zapadají do běžného života lidí. Teorie se zabývá znalostmi, které lidé získávají z dlouhodobého působení médií.

McQuail rozlišuje ve své knize také čtyři přístupy k masové komunikaci. První je přístup medio-kulturální, který klade důraz na obsah a přijímání sdělení médií, ty jsou ovlivněny bezprostředním prostředím, ve kterém se příjemce nachází, dalším je přístup medio-materialistický, který klade důraz na politickoekonomické a technické aspekty médií, třetím je přístup socio-kulturální, který zdůrazňuje vliv společenských faktorů na mediální produkci a na funkci a postavení médií ve společnosti a posledním je přístup socio-materialistický, který média chápe jako odraz materiálních a ekonomických podmínek společnosti

1.3 Média

Slovo média vychází z latinského pojmu *medium*, což znamená střed či prostředek. Médium je tedy nástrojem pro zprostředkování informací. Média lze rozdělit na

³ MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Vyd. 2. Praha: Portál, 1999, s. 31. ISBN 80-7178-714-0.

⁴ MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Vyd. 2. Praha: Portál, 1999, s. 27. ISBN 80-7178-714-0.

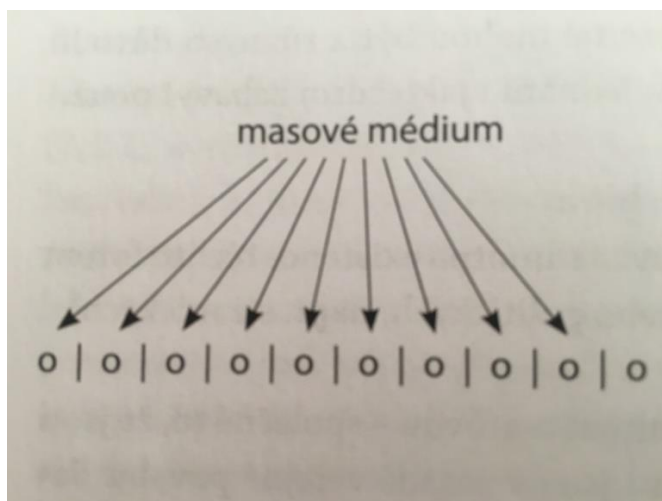
primární, (kódy, soustavy znaků, jazyk) a sekundární média (obrázky, písmo, tisk, mechanické, analogové či digitální nahrávání, přenosová a vysílací technika – např. telefon, počítačové sítě).

1.4 Masová média

Pojem masová média vychází z anglického pojmu mass media, což znamená hromadné sdělovací prostředky. Masová média jsou organizované prostředky pro komunikaci s mnoha příjemci. Masová média (zvláště noviny, televize a rozhlas) mají podle McQuaila v moderní společnosti stále větší a zásadní význam. Schématicky si lze masovou komunikaci představit jako šíření informace z jednoho centra k mnoha příjemcům. Příjemci sdělení mohou být chápáni izolovaně (viz Obrázek 1), či jako jedinci, kteří mají vzájemné vazby (viz Obrázek 2).⁵

Význam masových médií jsou podle McQuila: zdroj moci, prostředím, kde se odehrávají důležité události, zdroj výkladů sociální reality, klíč ke slávě, zdroj sdílených soustav, které vymezují, co je normální nebo prostředek zábavy.

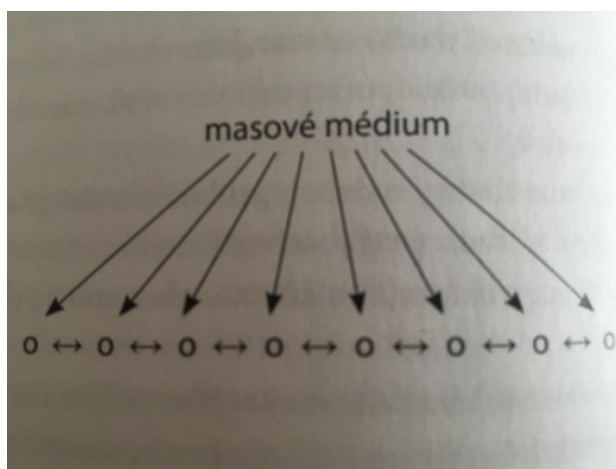
Obrázek 1: Schéma, při kterém jsou příjemci masové komunikace chápáni odděleně



Zdroj: JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 22. ISBN 978-80-7367-466-3.

⁵ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 22. ISBN 978-80-7367-466-3.

Obrázek 2: Schéma, při kterém jsou příjemci masové komunikace chápáni tak, že mají vzájemné vazby



Zdroj: JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 22. ISBN 978-80-7367-466-3.

1.5 Charakteristika médií

Média lze rozdělit do několika typů např. podle technologie nebo způsobu přenosu informace. Lze je rozdělit na tradiční a netradiční, kdy tradiční média představují televizi, tisk, rozhlas nebo venkovní reklamu. Naproti tomu netradiční média jsou ta, která jsou nová a přinášejí inovativní techniky, které se zaměřují na rozdílné potřeby spotřebitelů. Mezi netradiční média patří internet nebo informování prostřednictvím SMS.

Marshall McLuhan média rozděluje na chladná a horká. Chladná média definuje jako nízkodefiniční, což znamená, že obsahují málo informací. Uživatel se musí vysokou mírou podílet na doplnění. Chladná média jsou například telefon, řeč, karikatura nebo televize. Naproti tomu horká média McLuhan definuje jako vysokodefiniční, které vyžadují menší participaci uživatele. Mezi horká média patří film, fotografie, rozhlas nebo kniha.⁶

Média se však nedělí jen podle technologických prostředků. Samotnou komunikaci zprostředkovává například i jazyk či nejrůznější kódy, které lze také pokládat za médium. Je tak možné dělit komunikaci na primární a sekundární. Za

⁶ MCLUHAN, Marshall. *Understanding Media: The extensions of man* [online]. London, New York, 1964 [cit. 2018-02-06], s. 24. Dostupné z: http://robynbacken.com/text/nw_research.pdf

primární komunikační média lze považovat soustavy znaků a pravidel pro jejich užívání – přirozený jazyk např. čeština. Pouhé užití komunikačního kódu ale není dostatečné. Díky rozvoji společnosti lidé pocítili potřebu přenášet sdělení na větší vzdálenosti, v co nejkratším čase. Tím došlo k rozvoji sekundárních médií. Sekundární média slouží k překonání časové i prostorové omezenosti. Za sekundární média tedy lze považovat obrázky, písmo, tisk, později rozhlas nebo televizi a internet.⁷

1.6 Teorie médií

Teorie médií vysvětluje systém pojmů, jevů či zákonitostí vyskytujících se v okruhu fungování médií. Platnosti teorií byly ověřeny a umožňují predikci mediálních jevů. Formulování představ o fungování médií se nejvíce vyhranila v druhé polovině dvacátého století.

V roce 1956 v knize Čtyři teorie tisku autoři knihy Seibert, Peterson a Schramm klasifikovali čtyři způsoby vztahu medií a společnosti, která se liší podle politického uspořádání na: autoritářskou teorii, libertariánskou teorii, teorii společenské odpovědnosti a sovětskou teorii.⁸

1.7 Funkce médií

Média plní několik funkcí. Podle Harolda Laswella (1948) jsou hlavními funkcemi komunikace ve společnosti informování – poskytování informací o událostech a společnosti, korelace – vysvětlování významů událostí, socializace, nastolování priorit, kontinuita – přenos kulturního dědictví.⁹

V roce 1960 Charles Romley Alder Wright Laswellovo schéma doplnil o funkci zábavní – zdroj pobavení, rozptýlení a uvolnění - oslabuje sociální napětí.

Denis McQuil k těmto čtyřem funkcím přidal pátou, a to složku mobilizace – získávání a agitování pro společenské, politické, ekonomické, pracovní, válečné či náboženské cíle. Funkce nelze seřadit ani dle důležitosti ani dle četnosti výskytu. *„Vztah mezi funkcí (či účelem) a konkrétním obsahem není jednoznačný, protože*

⁷ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. Média a společnost. Praha: Portál, 2003, s. 17. ISBN 80-7178-697-7.

⁸ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. Média a společnost. Praha: Portál, 2003, s. 61. ISBN 80-7178-697-7.

⁹ MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Vyd. 2. Praha: Portál, 1999, s. 102 – 103. ISBN 80-7178-714-0.

jednotlivé funkce se navzájem překrývají, a tentýž obsah může sloužit několika různým funkcím.“¹⁰

1.8 Masová média jako instituce

Masové mediální instituce jsou pojem, který lze chápat jako soubory mediálních organizací a aktivit, formální i neformální pravidla, kterými se řídí, a požadavky, které na organizace klade společnost. Mediální instituce lze dělit například podle typu technologie, kterou šíří informace (tisk, rozhlas, televize, internet).

Mediální instituce se nacházejí ve veřejné sféře. To znamená, že jsou otevřeny všem příjemcům i podavatelům. „*Média se zabývají veřejnými záležitostmi za veřejným účelem – zvláště záležitostmi, u nichž lze předpokládat, že se od nich bude odvíjet formování veřejného mínění*“.¹¹ Mediální instituce nemají formální moc a zapojení podavatele i příjemce je dobrovolné.

1.9 Mediální obraz

Mediální obraz je pojem, který představuje mediální image osobnosti nebo také odraz vnímání osobnosti v médiích. Mediální obraz odráží vystupování a prezentování osobnosti. Mediální obraz může být budován záměrně, ale vzniká i bezděčně. Mediální obraz tedy reprezentuje určitou osobnost – v případě této práce prezidenta Miloše Zemana. Mediální obraz osobnosti se utváří díky vystupování, prezentování, názorům a postojům, a to jak dané osobnosti, tak příjemce, který si tento mediální obraz o osobnosti utváří. Mediální obraz je velmi neurčitý pojem a každý příjemce mediálního sdělení si mediální obraz o dané osobnosti utváří jiný.

Tématem mediálních obrazů se zabýval americký novinář Walter Lippmann, který se věnoval mediálnímu vlivu a public relations¹² na mínění veřejnosti. Lippmann rozvinul koncepci stereotypů, které si každý člověk o někom nebo něčem utváří. Podle

¹⁰ MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Vyd. 2. Praha: Portál, 1999, s. 103. ISBN 80-7178-714-0.

¹¹ MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Vyd. 2. Praha: Portál, 1999, s. 32. ISBN 80-7178-714-0.

¹² Public relations jsou vztahy s veřejností, které si buduje osobnost, firma, společnost, instituce apod.

Lippmanna při vnímání podnětů má člověk sklon si je nejprve definovat a až poté je vnímá. To lidem pomáhá orientovat se ve světě a předcházet zaskočení z nových věcí.¹³

1.10 Zpravodajství a publicistika

Žurnalistika, ať už v tištěné, rozhlasové nebo televizní formě, má dva pilíře, a tím jsou zpravodajství a publicistika. Hlavním rozdílem mezi zpravodajstvím a publicistikou je míra zaujetí autora při zpracovávání tématu.

Zpravodajství má za úkol přiblížit aktuální nebo neznámou událost a informovat o ni veřejnost. Zásadami zpravodajství jsou přesnost, stručnost, srozumitelnost, novost a pohotovost. Zpráva by měla dávat odpovědi na základní otázky: Kdo? Co? Kdy? Kde? Případně Proč? Jak? „*Seriózní média přinášejí informace bez jakéhokoliv zabarvení pisatele či vydavatel.*“¹⁴ Ve zpravodajství je informace cílem, je to konečný produkt. Zpravodajství by mělo být vyvážené a poskytovat prostor účastníkům události tak, aby si divák mohl na situaci vytvořit svůj objektivní názor. Zpravodajství by mu mělo poskytnout dostatek informací, aby toho byl schopen. Často ale zprávu mohou podle Vernera ovlivnit vydavatelé, kteří „*hlásají svým zaměstnancům objektivitu, nestrannost, ale jen potud, pokud se nejedná o jejich zájmy.*“¹⁵ Mezi televizní zpravodajské žánry patří zpráva nebo zpravodajské interview. Do seriózního zpravodajství se nesmí dostat hudební podkres, emočně zabarvené ilustrační záběry apod. Divák by si při sledování zpravodajství měl uvědomit, že mezi poskytovateli informací panuje konkurenční boj, že vydavatel může mít nějaké své zájmy a že pravda je jen relativní. Je důležité, aby divák při sledování zpráv uplatňoval kritické myšlení a čerpal informace z více zdrojů.

Naproti tomu pro publicistiku je informace výchozím bodem pro další žurnalistickou práci. Publicistika publikum nabízí komentář nějaké události, pohled na politickou situaci apod. Publicistické žánry mají za úkol diváka přesvědčit, získat ho a formovat jeho názor. „*Používají různé kompoziční, argumentační i jazykové prostředky*

¹³ LIPPMANN, Walter. Public opinion. New Brunswick, N.J., U.S.A.: Transaction Publishers, c1997. ISBN 1-56000-999-3.

¹⁴ VERNER, Pavel. Zpravodajství a publicistika. Vyd. 2., upr. a dopl. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 37. ISBN 978-80-86723-88-4.

¹⁵ VERNER, Pavel. Zpravodajství a publicistika. Vyd. 2., upr. a dopl. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 33. ISBN 978-80-86723-88-4.

přesvědčování, které jsou takřka vždy do různé míry manipulační. ¹⁶ Mezi publicistické televizní žánry patří například komentář, rozhovor, reportáž, glosa nebo PR sdělení.

Důležité je zpravodajství od publicistiky striktně oddělovat tak, aby nedošlo k matení diváka, a ten nezaměňoval názor moderátora za faktické informace.

1.11 Novinářské standardy, etika, bulvarizace a manipulace

Komerční média ve snaze zvýšit sledovanost a tím i zisky často zpravodajské zprávy zjednodušuje, prezentuje je zábavnější a přitažlivější formou pro diváka. Tento proces se označuje bulvarizace. Bulvarizací se *„rozumějí ekonomické změny v chování médií, a to především proces marketizace mediálních organizací, komercializace mediálních aktivit a unifikace mediálních produktů.* ¹⁷ Bulvarizace také stírá rozdíly mezi žurnalistikou a ostatními typy mediálních výstupů. Důsledkem bulvarizace je vznik takzvaného infotainmentu, tedy spojení zábavy a informací. Média se tak snaží tvořit zábavnější zpravodajství, preferují skandálnější typy zpráv, doplňují je o emočně podkreslenou hudbu, upravené fotografie, dávají přehnané a mnohdy nepravdivé titulky apod., které mají za úkol přilákat více diváků.

Žurnalistická etika je soubor psaných i nepsaných pravidel, která se v žurnalistice uplatňují. Mezi tyto soubory patří etické kodexy, a to buď ty, které přijímají redakce, jednotlivci nebo státní instituce. Žurnalistické organizace by divákům měly zprostředkovávat informace a uspokojovat tak lidskou touhu po informacích. *„Objevuje se ale rozpor mezi očekáváním, že média mají přispívat ke vzdělání a kultuře recipientů a zároveň plnit komerční a někdy i politické zájmy svých vlastníků.* ¹⁸ Na jedné straně se tak objevuje vzdělávání a na druhé manipulace a konzumní způsob zábavy.

Kvalitní novinář by měl umět vybrat důležité informace, kvalitně, objektivně a profesionálně je zpracovat, zařadit je do správného kontextu, prezentovat je srozumitelně a poskytnout tak divákovi dostatek informací. Zároveň by se odpovědný novinář neměl nechat ovlivnit vnějšími tlaky, tlakem majitele média či svými osobními

¹⁶ VERNER, Pavel. Zpravodajství a publicistika. Vyd. 2., upr. a dopl. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 27. ISBN 978-80-86723-88-4.

¹⁷ OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace.* Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, s. 11. ISBN 978-80-246-3229-2.

¹⁸ OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace.* Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, s. 12. ISBN 978-80-246-3229-2.

postoji a zájmy. „*Smyslem debaty o etice není snaha omezit svobodu projevu, ale snaha mít respekt a odpovědnost k recipientům.*“¹⁹

Média a jejich agendu, ale často určují zájmové a vlivové struktury, politici politické skupiny, PR agentury, které se snaží manipulovat diváky ve prospěch svých klientů, majitelé médií a další vlivní lidé. Obsah médií pak tyto subjekty mohou ovlivnit ve svůj prospěch a „*recipienti často nejsou schopni rozlišit mezi kvalitou a nekvalitou a mnohdy po takové rozlišení ani netouží*“²⁰ Tím tak může docházet k manipulaci diváka. Pojem manipulace byl poprvé požit v roce 1964 v souvislosti s ovlivňováním voličů. Manipulace je skryté, podvodné jednání, při kterém se manipulátor snaží využít neznalosti manipulovaného a intrikami, nepravými argumenty ho přesvědčit, či mu podsunout nějaký názor. Manipulovaný člověk si často ani neuvědomuje, že manipulátor mu nějaký svůj názor podsouvá a manipuluje s ním. „*Manipulace je ovlivňování za účelem mého osobního prospěchu,*“²¹ prohlásil Frederick W. Smith.

1.12 Informační balík a informační kontext

V komunikaci, a to nejen mediální, jsou důležité nejen informace, ale i kontext, ve kterém je informace sdělována. Buček ve své knize rozlišuje informační balík a informační kontext.²²

Informační balík je soubor informací týkající se daného tématu, přičemž jednotlivé informace patřící do souboru mají mezi sebou vztah. „*V informačním balíku nenajdeme v podstatě jen jakýsi seznam informací bez zjevných vzájemných vztahů a souvislostí.*“²³

Informační kontext je poté souhrn individuálních, společenských a další faktorů, které tvoří pozadí informace. „*V první řadě si musíme uvědomit, že každá informace, kterou někdo vyprodukuje, nějakým způsobem medializuje, rozšiřuje, a někdo ji díky*

¹⁹ OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, s. 12. ISBN 978-80-246-3229-2.

²⁰ OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, s. 13. ISBN 978-80-246-3229-2.

²¹ Fred Smith. *Citáty slavných osobností* [online]. [cit. 2018-02-03]. Dostupné z: <https://citaty.net/autori/fred-smith/>

²² BUČEK, Jaroslav a Marián ZOUHAR. *Argumentácia a médiá*. Univerzita Komenského v Bratislavě. 2015, ISBN 978-80-223-398-1-0.

²³ BUČEK, Jaroslav a Marián ZOUHAR. *Argumentácia a médiá*. Univerzita Komenského v Bratislavě. 2015, s. 27. ISBN 978-80-223-398-1-0

tomu přijímá, se vyskytuje v nějakém kontextu.“²⁴ Informační kontext nemá povahu informací. Za informační kontext lze označit dlouhodobou politickou situaci, vlastnickou strukturu média či individuální faktory zpracovatele. Informační kontext tak lze rozdělit na kontext zdroje, kontext média a kontext recipienta.

²⁴ BUČEK, Jaroslav a Marián ZOUHAR. *Argumentácia a médiá*. Univerzita Komenského v Bratislavě. 2015, s. 29. ISBN 978-80-223-398-1-0.

2 MEDIÁLNÍ DIALOG

Mediální dialog je veřejný projev pomocí interview, rozhovoru, dialogu, debaty, diskuse, duelu apod., při kterém je přítomen také moderátor. Takto prezentovaný veřejný projev začal být v Česku populární zejména během 90. let 20. století. Dříve převažovala prezentace monologickými projevy, kdy řečník sám určoval jasnost, určitost a míru toho, co chtěl veřejně pronést. Posun veřejného projevu od monologické projevu k dialogickému ovlivnil žánr celého veřejného projevu.

a) Mediální monolog

Při mediálním monologickém projevu mluví řečník sám, bez oponenta či moderátora. Téma i osnovu monologického projevu si určuje sám mluvčí, stejně jako si vybírá mod řeči, jasnost, určitost a také to co sdělí, případně nesdělí. Monologická řeč je jednosměrná a mluvčí nepočítá s tím, že by se příjemce do jeho projevu vměšoval.

Veřejné mediální monologické projevy jsou v současné době spíše výjimkou a využívají se dnes spíše jen při slavnostních příležitostech a slavnostních událostech. Například při novoročních projevech prezidenta České republiky. Dříve byl tento způsob prezentace častější, v devadesátých letech se od veřejného monologického projevu téměř upustilo.²⁵

b) Mediální dialog

Při mediálním dialogickém projevu jde o rozhovor dvou a více osob s moderátorem, který je určen publiku. Řečník při mediálním dialogu nepronáší svůj projev vkuse (jako při monologickém projevu), a navíc je nucen reagovat na nově vznikající komunikační situaci. V případě, že jsou mediálního dialogu přítomni dva rovnocenní hosté, měl by moderátor i spravedlivě rozdělit čas, který hosté mají určený k odpovědím a tím své prezentaci.

²⁵ ČMEJRKOVÁ, Světla. Televizní interview a jiné duely. Mediální dialog jako žánr veřejného projevu. *Slovo a slovesnost: Ústav pro jazyk český Akademie věd ČR*, v. v. i. [online]. [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=3855>

Mediální dialog je institucionalizovaný, pravidelně se v něm střídají mluvčí a hosté by měli se svou promluvou počkat až je vyzve moderátor.

Mediální dialog se od klasického dialogu liší podle Bučka tím, že „*se obrací k publiku a orientuje se na diváka, ke kterému je mediální dialog upřen.*“²⁶ Od jevištního dialogu se ale mediální dialog liší tím, že je zaměřen i na publikum, které je nepřítomné, pouze tušené (publikum u televizních obrazovek, rozhlasoví posluchači apod.). Často se ale mediální dialogy odehrávají před studiovým publikem a účastníci mediálního dialogu tak musí brát v potaz obě publika.

Mediální dialog získal na oblíbenosti oproti mediálnímu monologu díky svému konfrontačnímu charakteru. Pro tento druh zábavy se vžil pojem *confrontainment*, tedy konfrontace pro pobavení.²⁷ Edda Weigandová (1999) také přirovnává mediální dialog ke gladiátorským soubojům, kterými se lidé bavili dříve.²⁸ Velkou část mediálních dialogů v současné době tvoří ostré střety osobností. V anglosaských zemích je tento trend několik desítek let, v Česku se objevuje až od 90. let.

Mediální dialog může probíhat formou interview, kdy je moderátor ve studiu s jedním, dvěma nebo více hosty. Pokud jsou ve studiu dva hosté a jeden, případně více moderátorů, jedná se o duel a hosté si mohou klást otázky i vzájemně. Debata má stejný koncept jako interview, ale překračuje jeho rámec. Rozmanitost mediálních dialogů závisí na pozvaných účastnících (účastníkovi), moderátorovi, a především na záměru, s nímž je host/hosté do studia zván/i. „*V některých pořadech jde např. skutečně ještě o to, aby se mohla pozvaná osobnost všestranně prezentovat, aniž by byla podrobována výslechu na témata, jež jí nejsou příjemná*“.²⁹ Moderátor se v takovém případě hosta nesnaží zahnat do úzkých a neklade mu nepříjemné dotazy, které by ho mohly zaskočit. Naopak hostovi otázky „šije na míru“ tak, aby se host mohl sebezprezentovat. Tento typ dialogu se objevuje zejména v intelektuálním typu pořadů. Moderátor dává hostovi dostatečný prostor pro vyjádření a prezentování svých myšlenek, vyjadřuje přitom svůj souhlas a hostovi nijak zvlášť neoponuje, tento typ dialogu se často označuje jako

²⁶ BUČEK, Jaroslav a Marián ZOUHAR. *Argumentácia a médiá*. Univerzita Komenského v Bratislavě. 2015, s. 105. ISBN 978-80-223-398-1-0.

²⁷ ČMEJRKOVÁ, Světlá a Jana HOFFMANNOVÁ, ed. *Jazyk, média, politika*. Praha: Academia, 2003, s. 80 - 81. ISBN 80-200-1034-3.

²⁸ BUČEK, Jaroslav a Marián ZOUHAR. *Argumentácia a médiá*. Univerzita Komenského v Bratislavě. 2015, s. 142. ISBN 978-80-223-398-1-0.

²⁹ ČMEJRKOVÁ, Světlá a Jana HOFFMANNOVÁ, ed. *Jazyk, média, politika*. Praha: Academia, 2003, s. 81. ISBN 80-200-1034-3.

„východoevropský diskurz“. Zároveň tento typ vedení mediálního dialogu může mít anti-televizní charakter. Naproti tomu stojí „anglosaská praxe“, kdy moderátor vyžaduje po hostech krátké, přímé a srozumitelné odpovědi, nenechá hosta odbočit od tématu a dbá na to, aby byla debata atraktivní zejména pro diváky.³⁰

Specifickou formou mediálního dialogu je dialogická konfrontace. Osobnost veřejného života se při mediálním dialogu dostává pod palbu otázek, na něž musí odpovídat, nebo se ocitá v jednom studiu se svým přímým odpůrcem (protikandidátem), který jeho tvrzení zpochybňuje či popírá. Záměrem moderátora je poté hosta, nejčastěji politika, přimět k přímé a jednoznačné odpovědi na jeho otázku. „Protože se obecně má za to, že televizní rozhovor je tím zajímavější, čím je kontroverznější a ostřejší, snaží se moderátoři občas protichůdné postoje vyhrotit a kontroverzi podnítit.“³¹ Což konstatují podle Čmejkové jak teoretici médií, tak sami novináři.

Pro analýzu mediálního dialogu neexistuje jasná a jednotná teorie. V mediálním dialogu ale lze u hosta zkoumat dialogické techniky, vztah otázek a odpovědí, argumentační techniky, kterými se snaží publikum přesvědčovat apod. Analyzovat také lze otázky moderátora, jeho nestrannost, zaujatost, jak své hosty konfrontuje a vyvádí je z míry, jak hosty přerušuje. U hosta i moderátora zároveň lze analyzovat mediální jazyk, který užívají, ale také neverbální projev, a to mimiku nebo gesta. Hodnotit lze i celkový dojem z debaty, to jak se host nebo moderátor uměl ujímat slova, jak působilo jeho chování či jakou roli hrála nervozita. „Jedním z nejnovějších přístupů, který se v souvislosti s analýzou rozhovorů, dialogů a konverzací profiluje, je pak přístup, který je založen na analýze zaujímání a vytváření postojů a pozic jednoho z partnerů v souvislosti s měnicími se postoji a pozicemi druhého z partnerů (tzv. positioning).“³²

Čmejková partnery v dialogickém souboji přirovnává ke dvěma boxerům v ringu, protože musí reagovat na útoky protivníka a být neustále ve střehu. Oba partneři musí také brát neustále v potaz, jak budou působit na diváky.

V modelu interview je základním předpokladem interview jeho orientovanost na diváka u televizních obrazovek. Základní funkcí interview je zprostředkovat divákovi

³⁰ ČMEJRKOVÁ, Světlá a Jana HOFFMANNOVÁ, ed. Jazyk, média, politika. Praha: Academia, 2003, s. 82. ISBN 80-200-1034-3.

³¹ ČMEJRKOVÁ, Světlá. Televizní interview a jiné duely. Mediální dialog jako žánr veřejného projevu. *Slovo a slovesnost: Ústav pro jazyk český Akademie věd ČR, v. v. i.* [online]. [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=3855>

³² ČMEJRKOVÁ, Světlá a Jana HOFFMANNOVÁ, ed. Jazyk, média, politika. Praha: Academia, 2003, s. 88 - 89. ISBN 80-200-1034-3.

informace, názory a postoje hosta. Moderátor a host/hosté navzájem kooperují ve prospěch diváka. Host by měl respektovat moderátora, a měl by přijmout jeho roli a respektovat, že moderátor je tím, kdo interview zahajuje i končí, udává směr rozhovoru, řídí ho a je v jeho středu. Host by také měl odpovídat na otázky, zdržet se zbytečných komentářů či dotazů na moderátora. Pokud host tento rámec nedodrží, moderátor by jej měl sankcionovat a interview zpět vrátit do rámce. Situace, kdy hosté odbíhají od tématu či jinak narušují rámec interview se stávají v televizi poměrně často, a to především v případech, kdy jsou ve studiu představitelné protichůdných názorů či politických rivalové.

c) Nepřímá prezentace v médiích

V médiích mohou především známé osobnosti či instituce nebo firmy prezentovat své názory buď přímo, nebo nepřímo, a to prostřednictvím svých tiskových mluvčích. Tiskový mluvčí zastupuje danou osobnost, instituci, či společnost a prezentuje její názory, postoje, stanoviska, důležité kroky apod. Tiskový mluvčí by měl vždy mluvit pouze za subjekt, který zastupuje, a nikoliv za sebe. Mluvčí by měl být vždy věcný, slušný a chovat se eticky.

Tiskovým mluvčím prezidenta Miloše Zemana je Jiří Ovčáček, který je zároveň i ředitelem Tiskového odboru Kanceláře prezidenta republiky. Jeho působení na postu tiskového mluvčího je dlouhodobě především médií kritizováno, a to zejména proto, že často neprezentuje pouze názory prezidenta Miloše Zemana, kterého zastupuje, ale i své vlastní názory. Například Syndikát novinářů ČR opakovaně kritizuje vystupování Ovčáčka na sociálních sítích, kde často nevybíravě kritizuje politiky, média a prezentuje tam své vlastní postoje. Podle kanceláře prezidenta republiky, ale Ovčáček vždy jasně odděluje stanoviska, která prezentuje jako tiskový mluvčí a mluví tedy za prezidenta Miloše Zemana a kdy vystupuje jako soukromá osoba.³³

Na televizních obrazovkách Ovčáček vystupuje především na pravidelných tiskových konferencích, kde informuje o programu prezidenta Miloše Zemana, o jeho plánech, jeho stanoviscích a názorech na současné politické dění. Ty zpravidla

³³ NĚMCOVÁ, Barbora. Soukromého a oficiálního Ovčáčka zaměnit nelze, ujišťuje Hrad. Syndikát už analyzuje jeho tweety. Aktuálně.cz [online]. 15. 5. 2017 [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/syndikat-analyzuje-ovcackuv-twitter-sikanozni-postup-s-total/r~520e099c34af11e7b2a40025900fea04/?redirected=1516128595>

v přímém přenosu vysílá ČT24 a nejzajímavější úryvky bývají použity ve zpravodajství i jiných televizích. V roce 2017 se Jiří Ovčáček stal počtvrté nejcitovanějším českým mluvčím roku.³⁴

2.1 Argumentace

Pojem argument pochází z latinského slova *argumentum*, což znamená objasňuji, vyvracím. Argumentace je složkou přesvědčovacího procesu, který je často i složkou mediálního dialogu, kdy se řečník snaží přesvědčit o svých názorech publikum nebo svého oponenta. „*Argumentace je činnost, kterou aktér uskutečňuje tehdy když uvádí důvody, proč by někdo měl akceptovat určité cílené tvrzení, nebo tehdy, když uvádí důvody, proč by někdo měl konat určitým způsobem.*“³⁵

Jedním ze základních nástrojů argumentace je logika. Za jistých podmínek sice může mít emotivní přesvědčování větší účinek než logika, z dlouhodobého hlediska je to ale velmi málo pravděpodobné. „*Logika je jedinou osnovou argumentace, emoce nelze beze zbytku přenést na papír, jsou příliš závislé na adresátech a časem obvykle vyblednou,*“³⁶ uvádí Klapetek.

V mediálních dialozích by řečník při přesvědčování měl tedy užívat logické argumentace k tomu, aby vyvrátil pochybnosti tazatele nebo oponenta, uspokojivě odpověděl na dotazy a přesvědčil tím tak publikum, či posluchače. Často se ale může stát, že řečník nepoužije věcnou argumentaci, nýbrž klamavé argumentační techniky, které sice publikum mohou přesvědčit, často ale bývají krátkodobé, podobně jako emotivní přesvědčovací techniky.

Klapetek uvádí ve své knize několik argumentačních technik³⁷:

- a) Věcná argumentace (lat. *argumentatio ad rem*) – skutečná věcná argumentace se uplatňuje v případech, kdy se předpokládá společný zájem.

³⁴ Nejcitovanější mluvčí roku 2017: Jiří Ovčáček čtvrtý rok po sobě na špici. *Mediatenor* [online]. 7. 2. 2018 [cit. 2018-02-17]. Dostupné z: <https://www.mediatenor.cz/tiskove-zpravy/nejcitovanejsi-mluvci-roku-2017-jiri-ovcacek-ctvrty-rok-po-sobe-na-spici/>

³⁵ BUČEK, Jaroslav a Marián ZOUHAR. *Argumentácia a médiá*. Univerzita Komenského v Bratislavě. 2015, s. 142. ISBN 978-80-223-398-1-0.

³⁶ KLAPETEK, Milan. *Rétorika a komunikace: malý výkladový slovník pojmů* [online]. [cit. 2018-02-06]. s. 73. Dostupné z: <http://milan.klapetek.cz/uploads/re/RETinnovata2.pdf>

³⁷ KLAPETEK, Milan. *Rétorika a komunikace: malý výkladový slovník pojmů* [online]. [cit. 2018-02-06]. s. 73. Dostupné z: <http://milan.klapetek.cz/uploads/re/RETinnovata2.pdf>

- b) Adresná argumentace (lat. argumentatio adhominem) – argumentace ke konkrétnímu člověku lze požit v případě, kdy účastníci argumentace nemají společný zájem. Existují však i způsoby nevěcné argumentace. Tyto argumentační triky ale bývají často eticky problematické či krátkozraké.
- a) Argumentum ad auditorium – tato argumentační technika ani tak nepřesvědčuje protivníka, ale snaží se budít dojem u diváků nebo posluchačů.
- b) Argumentum baculinum - tedy argumentace klackem je typ argumentace, kdy je vyhrožováno či je používán nátlak.
- c) Argumentum ad ignoration – argumentace, která počítá s neznalostí či neinformovaností.
- d) Argumentum ad populum – lidová argumentace, kdy řečník apeluje na selský rozum a lidské instinkty, patriotismus či vyvolává xenofobní nálady.
- e) Ignoratio elenchi – nedbání podstaty sporu a převádění řeči na jiná témata.
- f) Argumentum ad personam – argumentace se soustředí na osobu, s kterou řečník hovoří. Řečník upozorňuje například na rodinné poměry protivníka, které s podstatou diskutovaného problému nesouvisí.

2.2 Moderátor

Velmi důležitou složku při mediálním dialogu hraje i moderátor, který mediální dialog vede, uvádí a ukončuje. Moderátor je tím, kdo hostovi klade dotazy a určuje směr mediálního dialogu. Moderátor se však neomezuje pouze na organizaci mediálního dialogu. Moderátor by měl být někým, kdo je schopen téma prezentovat se zřetelem na diváka, v tématu se dobře orientuje, má důvěryhodné vystupování a je partnerem hosta v mediálním dialogu. *„Moderátor je osobností a zároveň i reprezentantem instituce, která má podle potřeb mediálního produktu právo klást otázky jako první, zpochybňovat odpovědi respondentů, prezentovat svůj názor v omezeném čase.“*³⁸

Moderátor vede s hostem dialog zdvořile, dává hostovi prostor na odpověď a vyjadřuje mu i respekt. Moderátor vyjadřuje zdvořilost tzv. zdvořilostními formullemi. Tou může být omluva, pokud hostovi „skočí do řeči“, aby přerušil jeho dlouhou

³⁸ BUČEK, Jaroslav a Marián ZOUHAR. *Argumentácia a médiá*. Univerzita Komenského v Bratislavě. 2015, s. 142. ISBN 978-80-223-398-1-0.

odpověď a udržel tak tematickou linii a sám host se tak neztratil ve své řeči a zbytečně neodbíhal od tématu.³⁹

Moderátor by se měl vyvarovat osobní předpojatosti k hostů, neměl by vidět jen to dobré u hostů, kteří jsou mu sympatičtí a naopak. Moderátor by zároveň mediální dialog neměl využívat k své sebe prezentaci a prezentaci svých názorů.

2.2.1. Otázky

Moderátor během mediálního dialogu klade hostovi otázky, které tvoří kostru celého pořadu. Otázky lze definovat jako žádost o poskytnutí informace. „*Otázkou tedy můžeme nazvat vše, co chápe interviewovaná osoba jako výzvu k podání informace.*“⁴⁰ Základní rámeček pořadu tvoří předpřipravené a promyšlené otázky moderátora, kterými postupně do mediálního dialogu zavádí jednotlivá témata, kterým se moderátor chce věnovat. Proto je důležitá příprava moderátora, který si předem o tématu zjistí dostupné informace a promluvy jiných osob tak, aby hostovi mohl klást relevantní otázky a měl dostatek argumentů, kterými může hostovi oponovat, či jeho tvrzení podporovat. „*Cílem výpovědi s funkcí otázky je přimět adresáta k takové řečové reakci, která by mluvčímu poskytla právě tu informaci (odpověď), kterou postrádá a kterou potřebuje k doplnění svých znalostí o světě.*“⁴¹

Otázky lze rozdělit podle Grepla a Karlíka do dvou základních typů, a to na zjišťovací a doplňovací. *Otázky zjišťovací* jsou takové otázky, kterými se tazatel (moderátor) snaží zjistit platnost, či neplatnost určitého jevu. Forma otázky může být jak kladná (Chceš jít ven?), tak i záporná (Nechceš jít ven?), protože tazatel (moderátor) dopředu netuší, jak mluvčí (host) odpoví. Jedním z typů zjišťovací otázky jsou *presumptivní* otázky, ty předpokládají platnost toho, na co se tazatel ptá a nenabízí možnost vybrat si kladnou, či zápornou odpověď. Často jsou tyto otázky oznamovacími větami a funkce tázací je vyjádřena částicí na konci věty. Například: ..., že? ...,ne? apod. Dalším typem zjišťovacích otázek jsou *deliberativní* otázky, které mluvčí (moderátor) směřuje zejména sám k sobě. (Např.: Je možné takto zahrnout...?) Dále do

³⁹ ČMEJRKOVÁ, Světlá a Jana HOFFMANNOVÁ, ed. Jazyk, média, politika. Praha: Academia, 2003, s. 137 - 138. ISBN 80-200-1034-3.

⁴⁰ ČMEJRKOVÁ, Světlá a Jana HOFFMANNOVÁ, ed. Jazyk, média, politika. Praha: Academia, 2003, s. 93. ISBN 80-200-1034-3.

⁴¹ KARLÍK, Petr a Miroslav GREPL. *Skladba spisovné češtiny*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, s. 57. 1986.

otázek zjišťovacích patří otázky *nepravé*. Mezi ty se řadí nejčastěji výpovědi s tázací funkcí a řečnické otázky, které nejčastěji mají plnit funkci námitky, návrhu, odmítnutí apod. (např.: Neřikal jsem ti to?).

Otázky doplňovací slouží, jak už z pojmu vyplývá, k doplnění informací.

Doplňovací otázky začínají zpravidla slovy: jaký, který, kdo, kde, proč apod. Na otázky nelze odpovědět kladně nebo záporně, ale na tázaném (hostovi) je, aby nahradil tázací slova, konkrétním údajem (údaji). Doplňovací otázky mohou být rovněž deliberativní a mohou tak mít podobu řečnické otázky.

Otázky lze také rozdělit na pravé a nepravé. Pokud tazající položí pravou otázku, tak se dožaduje odpovědi. Nepravé otázky lze považovat spíše za konstatování skutečnosti, která tazatele překvapí. Nepravé otázky jsou podivové a takzvaně řečnické.

Otázky lze také rozdělit na otevřené a uzavřené, přičemž otevřené otázky dávají tázanému možnost odpovědět libovolně (Např.: Jak se máš? Co si myslíš o...?) a uzavřené mu dávají omezený výběr (např.: Kolik ti je let? Jakou barvu má...?)

Čmejková⁴² ve své knize také uvádí otázky alternativní, vylučovací, kdy moderátor formuluje dvě možnosti a host si má jednu z nich vybrat.

Moderátor se často snaží vtěsnat hosta do svého vidění daného tématu. Vyhnout by se tak měl sugestivním otázkám, kdy moderátor vyjadřuje svůj názor, který určitým způsobem změní v dotaz. Moderátor (tazatel) tak zjevně (nebo skrytě) dává najevo, jakou odpověď by rád od hosta slyšel.

Kromě dotazů ale moderátor či redaktor užívá i dalších výrazových prostředků při vedení mediálního dialogu. Jako jsou udílení slova (např. dejme slovu panu...), výzva (např. pokuste se zareagovat), konstatování (např. máte na věc podobný názor...), shrnutí (např. tedy souhlasíte s...), vlastní interpretace odpovědi nebo reformulace odpovědi

2.2.2 Model interview

Moderátor by si při vedení objektivního mediálního dialogu měl zachovat svou nestrannost, tak jak mu ukládá institucionální model komunikace. Moderátor by neměl dávat najevo, zda s názorem hosta souhlasí, či nikoliv. Moderátor by měl „*zaujmout a*

⁴² ČMEJRKOVÁ, Světlá a Jana HOFFMANNOVÁ, ed. Jazyk, média, politika. Praha: Academia, 2003, s. 93. ISBN 80-200-1034-3.

udržet pozici formální neutrality vůči postojům hosta.“⁴³ Moderátor ale může hostovy výroky komentovat, hodnotit jejich přesnost, případně vágnost, přímost nebo vyhýbavost.

Model interview poskytuje jeho účastníkům asymetrické možnosti. Asymetrii určuje již výběr témat moderátorem, uchopením rozhovoru i tím, že moderátor zahajuje a končí hostovu řeč. Tento model, ale často narušuje host, který klade moderátorovi dotazy (např.: Myslíte si, že toto diváky zajímá?) nebo když host převezme moderátorovi iniciativu v kladení dotazů. Často tak mediální dialog může sklouzávat k přirozenému dialogu, kdy diskurz nabývá rysů symetrické konverzace, což se projevuje tím, že host klade moderátorovi dotazy nebo tím, když odmítne moderátorovi na položený dotaz odpovědět.

Mediální dialogy mohou mít mnoho podob. Ty závisí především na tom, s jakým záměrem je host do televizního interview pozván. Jedním z typů mediálního dialogu je partnerský rozhovor. Ten se vyznačuje tím, že moderátor nechá hostovi dostatek prostoru, nechá ho prezentovat své názory a neklade mu nepříjemné dotazy, kterými by ho mohl zaskočit, či zahnat do úzkých.

Většina mediálních dialogů ale v dnešní době tvoří tvrdé „souboje“, kdy proti sobě stojí buď dva hosté, nebo moderátor oponuje hostovi a klade mu dotazy, kterými se ho snaží konfrontovat. „*Investigativní novináři si počínají jako vyšetřovatelé při křížovém výslechu a stává se, že osobnost, která takový výslech podstoupí, nejenže nedokáže v palbě otázek pronést souvislou myšlenku, ale odchází od stolu (anebo z křesla Arény, o Kotli nemluvě) s tváří plnou utržených šrámů.*“⁴⁴ Tento způsob mediálního dialogu by měli moderátoři vést především s politiky.

2.2.3 Gesta

Jak moderátor, tak host, zpravidla při vyjadřování využívají gesta, tedy pohyb rukou. Gesta lze rozdělit na otevřená a uzavřená. Otevřená gesta jsou ta, kdy má řečník ruce od sebe. Uzavřená gesta jsou ta, kdy má řečník spojené dlaně, ruce v kapsách, za

⁴³ BUČEK, Jaroslav a Marián ZOUHAR. *Argumentácia a médiá*. Univerzita Komenského v Bratislavě. 201, s. 74. ISBN 978-80-223-398-1-0.

⁴⁴ ČMEJRKOVÁ, Světlá. *Televizní interview a jiné duely. Mediální dialog jako žánr veřejného projevu. Slovo a slovesnost: Ústav pro jazyk český Akademie věd ČR, v. v. i.* [online]. [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=3855>

zády, nebo složené na hrudníku, případně všechna, při kterých „ruce zavírá“. Dobrý dojem u řečníka dělají gesta otevřená. „*Jakmile je totiž řečník jakýmkoliv způsobem uzavřený, začne se mu zavírat i publikum. Působí to defenzivně a tudíž nepřístupně. V některých gestech i agresivně, namyšleně, bojácně a tak dále.*“⁴⁵ Tato gesta lze pozorovat a hodnotit jak u moderátora, tak u hosta.

2.2.4 Mediální jazyk

Jazyk slouží jako prostředek běžné lidské komunikace. Jazyk má funkci dorozumívací, ale i apelovou, referenční, kontaktnou, expresivní nebo estetickou.

Média ale hovoří vlastním jazykem, který se liší od běžně používaného jazyka. Zejména média, která mají široké spektrum diváků, jim musí jazyk přizpůsobit tak, aby mu publikum správně rozumělo. „*Mediální jazyk podává složité problémy jednoduše, čímž je zkresluje,*“⁴⁶ píše Bednář.

V mediálním jazyce lze najít řadu specifických vlastností. Jednou z nich je užívání odborných termínů, což vyvolává dojem, že mluvčí je odborník na danou problematiku. Navíc pokud mu divák rozumí, sám sebe může hodnotit výše. Další vlastností mediálního jazyka je užívání klišé, což jsou pravidelná a ustálená slovní spojení. Dále pak užívání hyperbol nebo dramatických zvukových prostředků. Bednář zároveň upozorňuje, že mediální jazyk patří pouze do médií. „*Jeho používání mimo ně je většinou negativně vnímáno.*“⁴⁷

2.3 Host

Host je tím, kdo v mediálním dialogu odpovídá na dotazy moderátora. Host v interview své odpovědi směřuje jak na moderátora, tak na diváky, kteří jsou buď přímo přítomní, nebo se jedná pouze o tušené televizní publikum, a to podle modelu Čmejkové (viz Obrázek 3). O snaze orientovat se při mediálním dialogu na diváka svědčí i to, že host a moderátor si při tomto dialogu vykají, ač v soukromí si třeba tykají.

⁴⁵ JASINSKI, Petr. *Kurzy komunikace: Jak na gestikulaci rukou* [online]. [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <http://kurzykomunikace.cz/blog/jak-na-gestikulaci-rukou/>

⁴⁶ BEDNÁŘ, Vojtěch. *Mediální komunikace pro management*. Praha: Grada, 2011. *Žurnalistika a komunikace*, s. 56. ISBN 978-80-247-3629-7.

⁴⁷ BEDNÁŘ, Vojtěch. *Mediální komunikace pro management*. Praha: Grada, 2011. *Žurnalistika a komunikace*, s. 57. ISBN 978-80-247-3629-7.

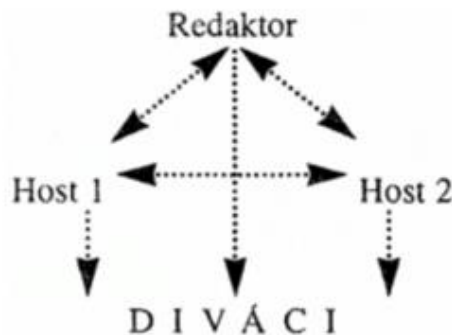
Hosté v mediálním dialogu hostů více, tak často komunikují nejen s moderátorem ale i sami mezi sebou (viz Obrázek 4).

Obrázek 3: Schéma, kdy se hosté pořadu obrací i na přítomné, či tušené publikum



Zdroj: ČMEJRKOVÁ, Světla. Televizní interview a jiné duely. Mediální dialog jako žánr veřejného projevu. *Slovo a slovesnost: Ústav pro jazyk český Akademie věd ČR, v. i.* [online]. [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=3855>

Obrázek 4: Schéma, kdy se hosté pořadu obrací i na přítomné, či tušené publikum, ale i k sobě navzájem



Zdroj: ČMEJRKOVÁ, Světla. Televizní interview a jiné duely. Mediální dialog jako žánr veřejného projevu. *Slovo a slovesnost: Ústav pro jazyk český Akademie věd ČR, v. i.* [online]. [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=3855>

Host se vyjadřuje stejně jako moderátor verbálně i neverbálně a často využívá podobné konverzační prostředky jako moderátor, kdy si host interpretuje otázky.

Host na položenou otázku může odpovědět nebo může jen reagovat. Reakce je cokoliv, co následuje po otázce, a ne všechny reakce splňují kritéria odpovědi. Host také může na otázku odmítnout odpovědět, což ale moderátora neuspokojí a v divákovi může vyvolat pochybnosti.

2.4 Mediální kultura

Mediální kultura je, jak už z pojmu vyplývá, spojení mezi kulturou a médii. Ideály dnešní mediální kultury se podle Bučka⁴⁸ staly hyperkonzum, narcismus, recyklovaná kultura nebo oslavování hedonismu.

Masová kultura často potlačuje kulturu, jazyk a identitu lidí tak, aby si upevnila svou moc. V poslední době se v médiích objevuje také trend, kdy se mediální komunikace neodehrává v rovině pravdy, ale propagandy. To zajistilo mediálním magnátům kontrolovat, ovlivňovat a ovládat diváka, jeho životní styl a mít i možný vliv na jeho rozhodnutí, politická nevyjímaje. „*Mediální komunikace moderátorů a je jich komunikačních partnerů představuje v moderní společnosti významný zdroj zkušeností a také poznatků pro stále větší množství adresátů a příjemců.*“⁴⁹

⁴⁸ BUČEK, Jaroslav. Rola moderátora v masmediálním dialógu. Zlín: VeRBuM, 2012. ISBN 978-80-87500-21-7.

⁴⁹ BUČEK, Jaroslav. Rola moderátora v masmediálním dialógu. Zlín: VeRBuM, 2012, s. 15. ISBN 978-80-87500-21-7.

3 PREZIDENT ČESKÉ REPUBLIKY MILOŠ ZEMAN

Ing. Miloš Zeman (narozen dne 28. září 1944) je prvním českým prezidentem, který byl do úřadu zvolen v přímé volbě. Ta se konala v lednu 2013. V lednu 2018 zvítězil Zeman i v druhé přímé prezidentské volbě a funkci prezidenta České republiky tak bude vykonávat až do roku 2023. Níže je shrnut jeho život podle informací z oficiálních stránek Pražského hradu.⁵⁰

Miloš Zeman se v roce 1944 narodil do rodiny poštovního úředníka a učitelky. Zemanovi rodiče se krátce po jeho narození rozvedli a on vyrůstal pouze s matkou. Miloš Zeman absolvoval základní školu v Kolíně a později odmaturoval na střední ekonomické škole v Kolíně. Kvůli referátu o Karlu Čapkovi, kde zmínil, že jeho nejlepší kniha, kterou četl, byly hovory s T.G.M. nedostal doporučení ke studiu na vysoké škole.

Zeman tedy v roce 1963 začal pracovat ve strojárnách Tatra Kolín. V roce 1965 mu bylo umožněno alespoň dálkově studovat na Vysoké škole ekonomické (VŠE) v Praze, obor národohospodářské plánování. Od roku 1967 Zeman přestoupil na denní studium. O rok později vstupuje do Komunistické strany Československa. V roce 1969 ukončuje studium vysoké školy s červeným diplomem. Svou závěrečnou práci napsal na téma prognostiky (Futurologie a budoucnost). Ve stejném roce začal Zeman vyučovat tento obor na VŠE v Praze.

V roce 1970 byl Zeman z KSČ vyloučen. Důvodem byl Zemanův nesouhlas se sovětskou okupací a počínající normalizací. Po vyloučení z KSČ se Zeman živil příležitostnými studii, vystupoval ale pod cizím jménem. V roce 1971 Zeman nastoupil do tělovýchovného podniku Sportpropag. V podniku vybudoval oddělení komplexního modelování, které neslo označení „Slušovice výzkum“. Ve stejném roce se Zeman poprvé oženil se svou bývalou spolužačkou ze střední školy Blankou a narodil se mu syn David (ten v současné době působí jako lékař v Ústavu laboratorní diagnostiky ve Fakultní nemocnici v Ostravě). V roce 1978 se Zeman se svou manželkou rozvedl. O svém první manželce ani o svém synovi Davidovi Zeman v současné době veřejně příliš nehovoří.

⁵⁰ Životopis: Osobní stránky prezidenta ČR. *Pražský hrad: Prezident ČR* [online]. [cit. 2018-03-05]. Dostupné z: <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr/zivotopis>

V roce 1984 je na pokyn Ústředního výboru Komunistické strany Československa oddělení komplexního modelování zrušeno. Důvodem bylo vydání sborníku Metodologické problémy společenskovedního výzkumu, který byl údajně protistranický. Zeman byl tedy propuštěn. O dva roky později se z něj stane člen Světové prognostické společnosti. V roce 1989 je opět propuštěn, a to kvůli článku Prognostika a přestavba, který vyšel v Technickém magazínu.

17. listopadu 1989 se Zeman účastnil demonstrace na Národní třídě, koncem listopadu a začátkem prosince Zeman vystupoval na demonstraci na Letné a na besedách na vysokých školách a v divadlech. V lednu roku 1990 je Zeman zaměstnán v Prognostickém ústavu v Československé akademii věd. Koncem ledna je Zeman za Občanské fórum kooptován do Federálního shromáždění. V červnu téhož roku je Zeman znovuzvolen za Občanské fórum poslancem a stává se předsedou rozpočtového výboru a zároveň je členem předsednictva Federálního shromáždění. V roce 1992 kandiduje za Českou stranu sociálně demokratickou (ČSSD), kam přešel po rozpadu Občanského fóra a stává se poslancem Federálního shromáždění.

V únoru roku 1993 je Zeman zvolen do čela ČSSD, kde působil až do roku 2001. Zeman se v roce 1993 také podruhé oženil a s manželkou Ivanou Zemanovou je až doposud. Společně mají dceru Kateřinu.

Zeman byl jako předseda ČSSD velmi úspěšný a stranu dovedl z necelých 7 procent hlasů (ty strana získala v roce 1992) k 27 procentům hlasů v roce 1996 (druhé místo ve volbách) a až k 32 procentům hlasů a to v předčasných volbách v roce 1998, kdy strana zvítězila. V letech 1996 – 1998 Zeman také zastával post předsedy Poslanecké sněmovny. V roce 1998 po vítězných volbách byl Zeman jmenován premiérem, kterým byl až do dalších voleb v roce 2002. Zeman po vítězných volbách sestavil menšinovou vládu, která byla tolerována opoziční Občansko-demokratickou stranu, které předsedal pozdější prezident České republiky Václav Klaus. Zeman s Klausem uzavřeli takzvanou opoziční smlouvu.

V roce 2002 Zeman odmítl opětovnou kandidaturu na post předsedy ČSSD. Jako důvod uvedl, že zemi vyvedl z ekonomické krize a tím splnil svůj úkol. V roce 2002 ho členové ČSSD vyzvali, aby kandidoval na post prezidenta České republiky. V roce 2003 tedy Zeman kandidoval, v prezidentské volbě ale prohrál s Václavem Klausem. Za jeho prohrou bylo to, že proti němu hlasovalo 23 poslanců z řad ČSSD. Zeman po volbě

odešel z Pražského hradu, odmítl poskytnout jakýkoliv komentář novinářům a působil podrážděně, a to právě kvůli „zradě“ části poslanců ČSSD, kteří ho v tajné volbě nepodpořili. „Říká se mě buldozer, a já bych nerad, abych to musel aplikovat do všech důsledků,“⁵¹ prohlásil Zeman po volbě, když procházel mezi novináři.

Od roku 2003 Zeman žil na Vysočině jako starobní důchodce. V roce 2005 Zeman vydal knihu „Jak jsem se mýlil v politice“. Zeman v knize, která má 250 stran a obsahuje 95 stran příloh, vzpomíná na své dětství, studia i politickou kariéru a končí penzí, kterou trávil ve staré tvrzi v Novém Veselí na Žďársku. „Zatímco standardní politické memoáry jsou skrytou nebo zjevnou sebeoslavou svého autora, připadá mi daleko zajímavější zabývat se nikoli úspěchy, ale naopak neúspěchy, omyly a chybami, jichž jsem se v politické dimenzi svého života dopustil,“⁵² stojí v úvodu Zemanovy knihy. Zároveň v knize kritizuje novináře, které označí za nejblbější socioprofesní skupinu.

Od roku 2006 začal Zeman aktivně podporovat sociální demokracii v předvolební kampani. Nabídku tehdejšího předsedy ČSSD Jiřího Paroubka, aby kandidoval na post prezidenta republiky za sociální demokracii, ale odmítl. Důvodem bylo, že v předchozí prezidentské volbě ho část poslanců z řad sociální demokracie nevolila. V březnu příštího roku Zeman z ČSSD z ČSSD vystoupil, protože nesouhlasil s politikou někdejšího předsedy strany Jiřího Paroubka.

V roce 2009 Zeman založil Stranu Práv Občanů (SPO, často se jí také říká *Zemanovci*) a o rok později byl zvolen jejím předsedou. Ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2010 strana získala 4,3 procent hlasů a do Poslanecké sněmovny se tak nedostala. Zeman se proto rozhodl dodržet svůj slib, že při nepřekročení pětiprocentní hranice na svůj post předsedy SPO rezignuje. *"Správný politik nenadává na voliče, ale sám na sebe. Je mi líto, že na naši sociálně demokratickou nabídku reagovalo pouze 4,5 % voličů,"*⁵³ prohlásil tehdy Zeman, když ještě před definitivním sečtením hlasů odstoupil z funkce. Na stranickém sjezdu SPO, který se konal v listopadu téhož roku, byl Zeman zvolen čestným předsedou SPO.

⁵¹ Video Jak poražený Zeman utíká v roce 2003 z Hradu, musíte v. *YouTube.com* [online]. 7. 11. 2017 [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=cIYPN4YIWzg>

⁵² ZEMAN, Miloš. Jak jsem se mýlil v politice. 2. vyd. Praha: Ottovo, 2005. ISBN 9788073602604.

⁵³ Aktuálně.cz. Minutu po minutě: Knížeti už volal Nečas i Sobotka. *Aktuálně.cz* [online]. 29. 5. 2010 [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: https://zpravy.aktualne.cz/domaci/minutu-po-minute-knizeti-uz-volal-necas-i-sobotka/r~i:article:669469/?_ga=2.34791203.301156840.1510521377-660350768.1466839071

3.1 První přímá prezidentská volba

V roce 2012 byla přijata novelizace ústavního zákona 71/2012 Sb. Zákonem byla zavedena přímá volba prezidenta. Prezidentem České republiky se stane ten z kandidátů, který v prvním kole získá více než 50 procent hlasů voličů. Pokud v prvním kole nikdo více než polovinu hlasů nezíská, koná se kolo druhé, do kterého postupují dva kandidáti z prvního kola, kteří získali nejvyšší počet hlasů. Druhé kolo vyhrává kandidát s vyšším počtem hlasů. „*Volba prezidenta republiky se koná tajným hlasováním na základě všeobecného, rovného a přímého volebního práva.*“⁵⁴ Kandidát na prezidenta může být navržen občany, a to v případě, že kandidát ministerstvu vnitra předloží petici s padesáti tisíci podpisy. Kandidát se o post prezidenta republiky může ucházet také s podporou deseti senátorů nebo s podporou dvou desítek poslanců. Miloš Zeman v červnu 2012 získal jako první ze všech možných prezidentských kandidátů minimální počet padesát tisíc podpisů od občanů a stal se tak prvním kandidátem.

O post prezidenta republiky se v roce 2013 chtělo ucházet 22 kandidátů. Podmínky ministerstva vnitra pro kandidaturu ale splnilo jen devět uchazečů. Z prvního kola volby, které se konalo 11. a 12. ledna 2013, postoupili z prvního místa se ziskem 24,21 procent Miloš Zeman, a z druhého místa se ziskem 23,4 procent postoupil tehdejší ministr zahraničí a čestný předseda strany TOP 09 Karel Schwarzenberg. Volební účast v první kole přesáhla 61 procent.⁵⁵

Druhé kolo prezidentské volby se konalo 25. a 26. ledna 2013 a volební účast byla necelých 60 procent. Vítězem druhého kola se stal se ziskem 54,8 procent hlasů (více než 2,7 milionu hlasů)⁵⁶ Miloš Zeman a stal se tak historicky prvním prezidentem České republiky zvoleným v přímé volbě.

Dne 9. března 2013 Miloš Zeman složil prezidentský slib a ve funkci prezidenta tak vystřídal prezidenta Václava Klause. Ve svém prvním prezidentském projevu řekl, že nebude podporovatelem žádné politické strany a prohlásil, že Pražský hrad bude

⁵⁴ Zákon č. 71/2012 Sb. ze dne 8. února 2012, Ústavní zákon, kterým se mění ústavní zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky, ve znění pozdějších ústavních zákonů

⁵⁵ Prezidentské volby ČR 2013. *Aktuálně.cz* [online]. [cit. 2018-02-11]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/politika/prezidentske-volby-cr-2013/r~i:wiki:3300/?redirected=1518358076>

⁵⁶ Volba prezidenta republiky konaná ve dnech 11.01. – 12.01.2013. *Volby.cz* [online]. [cit. 2018-02-11]. Dostupné z: <https://www.volby.cz/pls/prez2013/pe2?xjazyk=CZ>

„neutrální pole pro diskusi všech politických stran“. Kritizoval kmotrovskou mafii, neonacistické organizace a část médií, která podle něj „vymývá mozky“.⁵⁷

3.2 Vztah prezidenta ČR Miloše Zemana k médiím

Dlouhodobý vztah prezidenta Miloše Zemana k českým médiím je spíše negativní. Už ve své knize „Jak jsem se mýlil v politice“ z roku 2005 označil novináře za nejbližší socioprofesionální skupinu. Při svém inauguračním projevu v roce 2013 řekl: „*Za třetí ostrov negativní deviace pak pokládám podstatnou část českých médií. Tu část, která se zaměřuje na vymývání mozků, na mediální masáž a na manipulaci veřejným míněním. Tu část, jejíž představitelé vynikají pozoruhodnou kombinací minimálních znalostí a maximálního sebevědomí. Upovídání komentátoři, kteří píšou o všem a nerozumějí ničemu, mi připomínají Čapkovu definici literárního kritika jako člověka, který radí spisovatelům, jak by on napsal knihu, kdyby to uměl.*“⁵⁸

Svou averzí k novinářům se Zeman netají dlouhodobě. Níže jsou uvedeny přímé kritiky novinářů a médií ze strany prezidenta Miloše Zemana v roce 2017:

Při návštěvě Pekingu v květnu 2017 před ruským prezidentem Vladimírem Putinem Zeman pronesl poznámku: „*Tady jsou ještě další novináři? Novinářů je příliš, měli by se likvidovat.*“ Prezident později vysvětloval tím, že šlo o bonmot, který média nepochopila. Rusko ovšem patří k zemím, kde je velmi nízká svoboda tisku a v roce 2016 podle zprávy Freedom House⁵⁹ byly běžné případy bití, či vraždy novinářů. Zemanova slova o novinářích, která pronesl v blízkosti Putina, se tak objevila v řadě světových médiích a vzbudila pozornost.⁶⁰

Miloš Zeman se při návštěvě v sídle Rady Evropy v říjnu 2017 vyjádřil: „*Vyžeňte toho kameramana, nebo ho zabijte.*“⁶¹ Slova pronesl ve chvíli, kdy i s ochrankou

⁵⁷ ČTK a mka. *Budu znovu kandidovat na prezidenta, oznámil Zeman svým příznivcům* [online]. 9.3.2017 [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/2053576-budu-znovu-kandidovat-na-prezidenta-oznamil-zeman-svym-priznivcum>

⁵⁸ Studio ČT24. *Česká televize* [online]. 8.3.2013 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10101491767-studio-ct24/213411034000023-inaugurace-prezidenta-cr/>

⁵⁹ *Key Developments in 2016* [online]. [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/russia>

⁶⁰ JOSEPH, Rebecca. Czech president holds up gun marked ‘for journalists’ in latest dig at press. *Global news* [online]. 23.10.2017 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://globalnews.ca/news/3821049/czech-president-gun-for-journalists/>

⁶¹ ŠEVČUJ, Ladislav. Miloš Zeman: Vyžeňte toho kameramana, nebo ho zabijte. *YouTube.com* [online]. 11. 10. 2017 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Jf7ipHDBGBM>

procházel foyer budovy a adresoval je kameramanovi České televize, který ho přitom natáčel. Později mluvčí prezidenta Jiří Ovčáček řekl, že prezidentova reakce byla přiměřená. Ovčáček uvedl: „*Snažil úporně plést panu prezidentovi do cesty. Jde tedy o zcela adekvátní reakci na chování ČST.*“⁶² Ovčáček tak zároveň Českou televizi označil ČST (Československá televize).

V říjnu 2017 prezident Miloš Zeman dostal při návštěvě Plzeňského kraje maketu útočné pušky, na které bylo napsáno „na novináře“. „*Můžete se začít postupně stahovat dozadu,*“⁶³ pronesl Zeman na tiskové konferenci směrem k novinářům s maketou zbraně.

Zeman se často velmi negativně vyjadřuje především na adresu veřejnoprávní České televize „*Objektivnost Česká televize je něco jako suchá voda nebo mokrý oheň, říká se tomu oxymóron neboli protiklad. Česká televize je bohužel hříčka v rukou jedné politické strany, která teď dostala záviděnlivých pět procent,*“⁶⁴ řekl prezident Miloš Zeman 9. listopadu 2017 na setkání s občany v Mohelnici a dodal: „*Přál bych si objektivní, nezávislou, vyváženou televizi, která by vám nevnucovala názory svých redaktorů, ale která by vás informoval tak, abyste si svůj názor udělali sami,*“ dodal tamtéž.

Z výroků Miloše Zemana, které pronesl nejen v roce 2017 je patrné, že jeho vztah k médiím není příliš kladný, do novinářů se opakovaně slovně trefuje a kritizuje je. Ve svých výrocích se nebojí použít ani ostřejších výrazů, kdy hovoří o jejich fyzické likvidaci. Zejména pak Zeman kritizuje práci novinářů z veřejnoprávní České televize. „*Pokládám za naprosto nepřijatelné, aby prezident navrhoval postup, jak se zbavit vedení televize, které je mu nepříjemné,*“⁶⁵ komentoval profesor Svoboda vztah Miloše Zemana k veřejnoprávním médiím. Opakovaně se Zeman negativně vyjadřuje i o

⁶² Novinky. *Vyžeňte ho, nebo ho zabiju! zuřil Zeman ve Štrasburku* [online]. 11. 10. 2017 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/domaci/451509-vyzente-ho-nebo-ho-zabiju-zuril-zeman-ve-strasburku.html>

⁶³ Domáci. Zeman ve Zbirohu dostal na rozloučenou kalašnikov "na novináře" s Becherovkou místo zásobníku. *Aktuálně.cz* [online]. 20.10.2017 [cit. 2018-03-03]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zeman-zakoncil-navstevu-plzenskeho-kraje-dostal-pusku-na-nov/r~fbd34f08b5b211e7a8460025900fea04/>

⁶⁴ Miloš Zeman - prezident České republiky: Setkání s občany města Mohelnice, OVTV, Mohelnice, čtvrtek 9. listopadu 2017. *Facebook* [online]. 9. 11. 2017 [cit. 2018-02-11]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/prezidentcr/videos/1558001274282292/>

⁶⁵ DRAGOUN, Radek. Vláda s Babišem je pro komunisty poslední šance, jinak v parlamentu končí, říká porevoluční šéf KSČM. *Aktuálně.cz* [online]. 28. 2. 2018 [cit. 2018-02-28]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/vlada-s-babisem-je-pro-komunisty-posledni-sance-jinak-v-parl/r~2100e2dc1bf11e883510cc47ab5f122/>

novinářích ze společnosti *Economia a. s.*, vlastněné Zdeňkem Bakalou, jeho mluvčí Jiří Ověčáček na Twitteru označuje: „*Ti ubožáci v Bakalově knížectví*“⁶⁶ nebo „*U Bakalů ukázali, kam až může vést zoufalství poražených.*“⁶⁷

3.3 Miloš Zeman v měsících před druhou přímou prezidentskou volbou

Miloš Zeman 10. března 2017 oficiálně oznámil, že bude kandidovat i v prezidentských volbách v roce 2018 a pokusí se obhájit post prezidenta republiky. Zeman se zároveň zavázal, že nepovede žádnou předvolební kampaň, nepůjde do žádných televizních či rozhlasových debat se svými protikandidáty, ani že nebude útočit na žádného ze svých prezidentských protikandidátů. Jako svůj vzor uvedl prezidenta Rakouska Heinze Fischera, který uvedl, že za prezidenta, který svůj post obhájí mají mluvit jeho vykonané činy. Zeman rovněž poznamenal, že proti jeho opětovné kandidatuře stojí jeho vysoký věk a touha po odpočinku. Přesto se Zeman rozhodl kandidovat i podruhé.⁶⁸

Pro svou opětovnou kandidaturu Zemanův tým nasbíral 103 tisíc podpisů občanů (minimálně počet je 50 tisíc podpisů), které začátkem listopadu 2017 byly předány ministerstvu vnitra a Zeman byl zařazen mezi oficiální prezidentské kandidáty.⁶⁹

Přestože Zeman prohlásil, že nepovede kampaň využíval svých pravidelných návštěv po krajích ke své prezentaci. Zeman se při svých několikadenních návštěvách krajů vždy sejde se zástupci kraje, případně obce, kde se nachází, a pravidelně se setkává i s občany, kde má možnost se prezentovat. Na setkáních s občany prezident nejprve zhodnotí obec či město, řekne na něj svůj názor a postřehy, poté s občany diskutuje. Občané prezidentovi mohou klást dotazy, na které Zeman odpovídá. Průběh těchto setkání bývá zpravidla velmi podobný a jednotvárný. Publikum těchto setkání

⁶⁶ OVČÁČEK, Jiří. *Ti ubožáci v Bakalově knížectví...* In: *Twitter* [online]. 10. 1. 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://twitter.com/PREZIDENTmluvci/status/951131977645723649>

⁶⁷ OVČÁČEK, Jiří. *U Bakalů ukázali...* In: *Twitter* [online]. 30. 1. 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://twitter.com/PREZIDENTmluvci/status/958429080357130240>

⁶⁸ ČT24 a mka. *Budu znovu kandidovat na prezidenta, oznámil Zeman svým příznivcům* [online]. 9. 3. 2017 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/2053576-budu-znovu-kandidovat-na-prezidenta-oznamil-zeman-svym-priznivcum>

⁶⁹ ČTK. *Zeman má 113.038 podpisů pro prezidentskou kandidaturu* [online]. 6.11.2017 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/zeman-ma-113-038-podpisu-pro-prezidentskou-kandidaturu/1547585>

zpravidla tvoří starší lidé nebo děti, setkání totiž bývají většinou dopoledne, kdy je většina zaměstnaných lidí v práci a na setkání s prezidentem nemá možnost jít. Setkání s občany jsou vysílá živě, a to prostřednictvím facebookové stránky OVTV⁷⁰ (název OVTV znamená Ovčáčkova televize. Samozvaný televizní kanál založil Zemanův mluvčí v červenci 2016. Název OVTV nápadně připomíná název zpravodajské a publicistického video projektu DVTV⁷¹, který založila Daniela Drtinová a Martin Veselovský), kterou založil Zemanův tiskový mluvčí Jiří Ovčáček.

Diskutabilní je dodržení Zemanova slibu, že nepovede předvolební kampaň, i v případě billboardové kampaně na jeho podporu. Po celé České republice se před lednovými volbami objevily spousty billboardů s jeho fotografií a heslem „Zeman znovu 2018“. Tuto kampaň financoval spolek Přátelé Miloše Zemana z.s. Spolek Přátelé Miloše Zeman vznikl v červenci roku 2008, tehdy ještě jako občanské sdružení. Jeho cílem je podle spolkového rejstříku „*prosazování, propagace a podpora Miloše Zemana jako významné osobnosti, jako významného politika a jako významné osobnosti zastávající veřejné funkce či ucházející se o veřejnou funkci či veřejné funkce.*“⁷² Předsedou představenstva spolku Přátelé Miloše Zemana je Ing. Vratislav Mynář. Mynář je zároveň i vedoucím Kanceláře prezidenta republiky a je jedním z nejbližších spolupracovníků Miloše Zemana.⁷³ Právě tento spolek kampaň a billboardy Zemanovi zaplatil. Podle serveru iRozhlas.cz však není zcela transparentní, z jakých zdrojů je tento spolek financován.⁷⁴

⁷⁰ OVTV. In: Facebook [online]. [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/OVTV.cz/>

⁷¹ Drtinová Veselovský TV: Exkluzivní rozhovory. Politika, byznys, společnost. První publicistický videokanál [online]. [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/dvtv/napsal-jsem-spoustu-textu-o-sexu-show-pro-zeny-pak-byly-uzas/r~36247cb0a9e611e6b5600025900fea04/>

⁷² Veřejný rejstřík a **Sbírka listin**: Úplný výpis ze spolkového rejstříku. Justice.cz [online]. Praha: Ministerstvo spravedlnosti České republiky, ©2012 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=755893&typ=UPLNY&sp=H4sIAAAAAAAAAAIXQywrCQAwF0F%252BRwaWvjZvuRATdVEERRERivcK08yiZabEV%252F91uxCCCqzC5JyHM%250D%250AQzmyuG6IuxLBQSXHhYrQqESVSRKqi9VRDVRNpkLXu6vn4J2Pxow8RNbFsC%252BIEI5a1CIqmSIMelYb%250D%250AH9BrYcmR8DrzvxfdfPFsSUSi9QSFA9%252FZt1%252FmQ6WQi8tiUS4MrOS3IfJ3uZqt0K1w0tzEUHQtbxfz%250D%250AZXoQqor2HHzFGb5uKnzdvd9IILVihHEDM51%252FA6fnC6kuJ6TAQAA%250D%250A>

⁷³ Organizační struktura. Pražský hrad: Prezident ČR [online]. [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/kancelar-prezidenta-republiky/organizacni-struktura>

⁷⁴ MAZANCOVÁ, Hana, Ondřej GOLIS, Jana KLÍMOVÁ a Kristýna NOVOTNÁ. Hledání dárců ze spolku Přátelé Miloše Zemana: nedostupné telefony, vazba na Janouška, sousedi je neznají [online]. 30. 1. 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/volby/milos-zeman-spolek-pratele-milose-zemana-prezidentske-volby-2018-sponzorovani_1801300600_hm

Pochybnosti o Zemanově nevedení kampaně vyvolává i zavedení pravidelného pořadu Týden s prezidentem, který je na TV Barrandov vysílán od března 2017. Podle komentátora Hospodářských novin Honzejka „prezident České republiky Miloš Zeman zahájil ve vysílání spřátelené televize Barrandov kampaň za znovuzvolení prezidentem České republiky.“⁷⁵ Podle Honzejka totiž pořad Týden s prezidentem není „standardní publicistický rozhovor“.

Zeman však dodržel své slovo a neúčastnil se žádných předvolebních debat před prvním kolem volby, které se konalo 12. a 13. ledna 2018. Diskutabilní je ale dodržení Zemanova slibu, že nebude útočit na své protikandidáty. Zemanův mluvčí Jiří Ovčáček se totiž na sociálních sítích pravidelně vyjadřoval k protikandidátům, nejvážnějšího Zemanova pravidelně nazýval „fikusem“. „Fikus by četl projev z papíru, napsaný a podstrčený draze placenými poradci. Prezident republiky promlouvá k Poslanecké sněmovně spatra!“⁷⁶ napsal prezidentův mluvčí na svůj twitterový účet, který je uvedený i v oficiálních kontaktech na webových stránkách Pražského hradu.

V prvním kole se o post prezidenta ucházelo devět kandidátů a zvítězili v něm Zeman se ziskem 38,5 procent společně s Jiřím Drahošem, který získal 26,6 procent hlasů.⁷⁷

Před druhým kolem volby spolek Přátelé Miloše Zemana uvedl další část kampaně, která očerňovala Zemanova protikandidáta Drahoše.⁷⁸ Zeman také porušil svůj slib o neúčasti v předvolebních prezidentských debatách a zúčastnil se rovnou čtyř (viz kapitola 5.4). Miloš Zeman poté v druhém kole prezidentské volby, které se konalo 26. a 27. ledna 2018 vyhrál se ziskem 51,36 procent.⁷⁹ Zeman je tak inaugurací 8. března uveden do svého druhého volebního období.

⁷⁵ HONZEJK, Petr. *Hospodářské noviny* [online]. 16. 3. 2017 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://nazory.ihned.cz/c1-65662450-milos-zeman-na-tv-barrandov-zahajil-nekampan-pripominalo-to-putinovu-primou-linku>

⁷⁶ OVČÁČEK, Jiří. Fikus by četl projev... In: *Twitter* [online]. [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://twitter.com/PREZIDENTmluvci/status/951037431607947264>

⁷⁷ ⁷⁷ Český statistický úřad. Volba prezidenta republiky konaná ve dnech 12.01. – 13.01.2018. *Volby.cz* [online]. 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://www.volby.cz/pls/prez2018/pe2?xjazyk=CZ>

⁷⁸ ZPĚVÁČKOVÁ, Barbora. Stop imigrantům a Drahošovi, hlásají plakáty se Zemanem. *Novinky.cz* [online]. 18. 1. 2018 [cit. 2018-02-07].

⁷⁹ Český statistický úřad. Volba prezidenta republiky konaná ve dnech 12.01. – 13.01.2018. *Volby.cz* [online]. 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://www.volby.cz/pls/prez2018/pe2?xjazyk=CZ>

4 TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ V ČESKÉ REPUBLICĚ A VYDAVATELSTVÍ ECONOMIA a. s.

Legislativní rámec pro televizní (a také rozhlasové) vysílání upravuje v České republice Zákon č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání, který upravuje práva a povinnosti provozovatelů rozhlasového a televizního vysílání, vydávání licencí a registrací. Na dodržování zákona v oblasti televizního a rozhlasového vysílání dohlíží Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.

V České republice je uzákoněn duální systém vysílání, kdy vedle sebe působí veřejnoprávní a privátní (komerční) sektor. Duální systém byl uzákoněn díky Zákonu č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání (ten byl později nahrazen Zákonem č. 231/2001 Sb.).

a) Veřejnoprávní média

Veřejnoprávní média vycházejí ze zákona. Hlavním specifickým veřejnoprávních médií je plnění úkolu veřejné služby. Veřejnoprávní služba je nezávislá na státu a není financována z veřejných prostředků poskytovaných státem, ale z poplatků a z příjmů, které má díky vlastním podnikatelským aktivitám.⁸⁰

Hlavními úkoly veřejnoprávní televize jsou poskytování objektivních a ověřených informací tak, aby si divák mohl utvořit svůj vlastní názor. Veřejnoprávní média mají také přispívat k právnímu vědomí obyvatel, poskytovat vyváženou nabídku programů pro všechny obyvatele, včetně menšin.

b) Soukromá média

Soukromá nebo také komerční média jsou v soukromém vlastnictví a vznikají primárně za účelem zisku. Veřejnou službu, kterou veřejnoprávní média musí plnit, komerční média mohou také plnit, ale není to jejich povinnost. Hlavní zdroj zisku soukromých médií je reklama. Proto soukromá média vytvářejí odlišný obsah od médií veřejnoprávních. Svou programovou skladbu tvoří tak, aby oslovila co nejširší publikum a mohla tak co nejefektivněji prodat svůj reklamní prostor. „*Obsah má*

⁸⁰ Základní informace o ČT. *Česká televize* [online]. [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/zakladni-informace-o-ct/>

sklon orientovat se více na obveselení a pobavení diváků. Je povrchnější, neklade na příjemce žádné nároky, je komfortní, spíše nepůvodní a standardizovaný.“⁸¹

4.1 Česká televize

Česká televize (ČT) je jedinou veřejnoprávní televizí, která v České republice poskytuje celoplošné vysílání. ČT vznikla 1. ledna 1992 a to podle zákona 483/1991 Sb. jako televizní služba veřejnosti České republiky. Financování České televize je nezávislé na státním rozpočtu a ČT získává finanční prostředky z poplatků a vlastní zákonem dané podnikatelské činnosti.⁸² Současným generálním ředitelem je Ing. Petr Dvořák, MBA.

Česká televize plní funkci veřejné služby a zajišťuje občanům přístup k pravdivým a ověřeným informacím, kultuře, zábavě a vzdělání, a to „*se zřetelem na svobodu jejich náboženské víry a přesvědčení, kulturu, etnický nebo národnostní původ, národní totožnost, sociální původ, věk nebo pohlaví tak, aby tyto programy a pořady odrážely rozmanitost názorů a politických, náboženských, filozofických a uměleckých směrů, a to s cílem posílit vzájemné porozumění a toleranci a podporovat soudržnost pluralitní společnosti.*“⁸³

Veřejná služba by měla existovat pro občany, a ne pro stát, či nějaký soukromý subjekt nebo osobu. „*Veřejná služba je nástrojem státu k udržení národní identity, společně sdílených hodnot, národní kultury, českého sportu a kvality informovanosti. Česká televize je ve službách českého národního zájmu.*“⁸⁴

Česká televize se kromě příslušných zákonů řídí také Kodexem Česká televize. Ten určuje etický rozměr a soubor norem. „*Jakkoliv tradice většinou upřednostňuje při chápání výrazu 'kodex' etický rozměr a s ním spojenou určitou míru obecnosti pojmosloví i obsahu zakotvených postupů, zákon v tomto případě předpokládá přijetí souboru norem, jež budou vymahatelné, a tedy dostatečně určité a konkrétní.*“⁸⁵ Kodex

⁸¹ JÍNOVÁ, Hana. Komerční média. *Media-tor 1: O médiích a práci v nich. Obrazovka do světa médií...* [online]. 9. 10. 2015 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://mediator1.upmedia.cz/slovnicek/komercni-media/>

⁸² Základní informace o ČT. *Česká televize* [online]. [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/zakladni-informace-o-ct/>

⁸³ Zákon č. 483/1991 Sb. o České televizi In: Sbírnka zákonů. 1991.

⁸⁴ FRIDRICH, Milan. K čemu je ČT, veřejná služba? *Aktuálně.cz* [online]. 7. 7. 2011 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <http://blog.aktualne.cz/blogy/milan-fridrich.php?itemid=13657>

⁸⁵ Preambule a výklad pojmů: Kodex České televize. *Česká televize* [online]. [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/preambule-a-vyklad-pojmu/>

České televize v roce 2003 schválila Poslanecká sněmovna České republiky. Aktuálně má Česká televize šest programů a to plnoformátové ČT1, ČT2, zpravodajský program ČT24, sportovní program ČT sport, dětský program ČT :D a kulturní program ČT art.

4.2 TV Nova

TV Nova je komerční televizní stanice, která vysílá od 4. února 1994 (licenci na vysílání získala už v roce 1993). Televizi založil Vladimír Železný, který byl zároveň jejím prvním generálním ředitelem. TV Nova byla na počátku 90. let první celostátní komerční televizí. TV Nova divákům nabídla odlišnou programovou skladbu od veřejnoprávní televize a odklonila se od společensky důležitých cílů, snahy diváků nabízet vzdělávací pořady, informativní či kulturní pořady.⁸⁶ „Nova překračovala standardní meze vlivu médií například tím, že lámala platné zákony ve svůj prospěch a vedl ji člověk s politickými ambicemi. Politici si do té doby nedokázali představit, jaký vliv mohou média mít, protože noviny ani rádia nic takového jako Nova nedělaly.”⁸⁷

TV Nova s.r.o. je poskytovatelem audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání podle zákona 132/2010 Sb. TV Nova poskytuje v Česku televizním divákům sedm programů: Nova, Nova Cinema, Nova Action, Nova 2, Nova Gold, Nova Sport 1 a Nova Sport 2. Televize Nova patří do mediální společnosti Central European Media Enterprises (CME), součástí CME je společnost CET 21, která drží licence na vysílání stanic Nova, Nova Cinema, Nova 2, Nova Sport, Nova Action, Nova Gold a Nova International (Nova International je mezinárodní verzí české stanice TV Nova. Vysílání Nova International nabízí obdobné programové schéma jako televize Nova v České republice, se všemi pořady vlastní produkce, u kterých společnost disponuje právy pro šíření v zahraničí. Nova International nahrazuje stávající volně šířené stanice skupiny Nova na Slovensku). Podíl společnosti CME vlastní i společnost Time Warner.

⁸⁶ BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. s. 378. ISBN 978-80-247-3028-8.

⁸⁷ PLESL, Jaroslav. Železný postavil tiskárnu na peníze, které ho zničily. Nova má zlatá léta za sebou. *Hospodářské noviny* [online]. 31. 1. 2012 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://byznys.ihned.cz/zpravodajstvi-cesko/c1-54567970-zelezny-postavil-tiskarnu-na-penize-ktere-ho-znicily-nova-ma-zlata-leta-za-sebou>

Generálním ředitelem a jednatelem TV Nova je Christoph Mainush, který současně zastává také post jednoho z generálních ředitelů společnosti CME.⁸⁸

4.3 TV Prima

Společnost FTV Prima, která je provozovatelem televizní stanice Prima, získala první licenci pro komerční vysílání v listopadu roku 1992 pro regionální vysílání ve Středočeském kraji. Stanice, jejíž vysílání začalo v červnu roku 1993, se jmenovala FTV Premiéra a jejím prvním generálním ředitelem byl Jiří Mejstřík. V roce 1994 získala FTV Premiéra licenci k celostátnímu vysílání. Televizní stanice se přejmenovala na Premiéra TV. Nástup komerční Premiéra TV přišel až po nástupu TV Nova, která byla oblíbená u většiny diváků a zájem o Premiéra TV byl u diváků poměrně malý.⁸⁹ Premiéra TV v roce 1997 změnila název na Prima televize.

V současné době TV Prima vysílá pět celoplošných stanic a je po TV Nova druhou největší komerční stanicí. Hlavní, plnoformátovou stanicí je Prima, Prima Cool se zaměřuje na filmy, seriály a zábavné pořady, Prima Max má převážně filmový obsah, Prima Zoom se zaměřuje především na dokumentární pořady a Prima Love vysílá především pořady, filmy a seriály pro ženy. FTV Prima provozuje také Prima +1, která je ale pouze pro předplatitele satelitního operátora Skylink, a Prima Plus, která je pro diváky na Slovensku.⁹⁰

Vlastníkem FTV Prima je firma Denemo Media, za kterou stojí čeští podnikatelé Ivan Zach a Vladimír Komár. Dříve televizi vlastnila švédská mediální společnost Modern Times Group. Generálním ředitelem je v současné době Marek Singer.⁹¹

4.4 TV Barrandov

TV Barrandov je nejmladší z analyzovaných stanic. Plnoformátová komerční stanice TV Barrandov zahájila vysílání 11. ledna 2009. TV Barrandov měla za cíl stát se

⁸⁸ Management. *Nova Group* [online]. [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <http://www.novagroup.cz/kdo-jsme/management>

⁸⁹ BEDNARÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace, s. 378. ISBN 9788024730288.

⁹⁰ Prima PLUS. *IPrima* [online]. 19.5.2016 [cit. 2018-03-04]. Dostupné z: <http://www.iprima.cz/o-spolecnosti/prima-plus>

⁹¹ Management společnosti. *IPrima* [online]. [cit. 2018-01-25]. Dostupné z: <https://www.iprima.cz/management>

konkurentem zavedených komerčních stanic jako TV Nova a TV Prima. TV Barrandov vysílá spoustu pořadů vlastní tvorby, zároveň ale české nebo zahraniční filmy a seriály. TV Barrandov vlastní také licence k vysílání stanic Kino Barrandov, Barrandov Plus a Barrandov Family.

Majitelem TV Barrandov byli akcionáři a největší podíl měla společnost Moravia Steel a. s. V září roku 2012 koupila TV Barrandov česká mediální akciová společnost Empresa Media. Majitelem a předsedou představenstva je Jaromír Soukup. Od září 2015 do září 2017 byla minoritním akcionářem Empresa Media také čínská společnost CEFC. Smlouvy mezi společnostmi byly podepsány při návštěvě prezidenta Miloše Zemana v Šanghaji.⁹²

Jaromír Soukup je generálním ředitelem a majitelem TV Barrandov a zároveň je hlavním moderátorem této televizní stanice. V lednu roku 2018 moderoval na TV Barrandov celkem pět publicistických pořadů, a to Duel Jaromíra Soukupa, Kauzy Jaromíra Soukupa, Aréna Jaromíra Soukupa, INSTINKTY Jaromíra Soukupa a Týden s prezidentem. Soukup moderoval i zábavný pořad Barrandovský Silvestr 2017.⁹³ TV Barrandov proto bývá často označována za „televizi jednoho muže“.

Televize Barrandov je jedinou televizní stanicí, kde prezident Miloš Zeman pravidelně vystupuje. Jednou týdně se objevuje v publicistickém diskusním pořadu Týden s prezidentem, který moderuje Jaromír Soukup.

V souvislosti s prezidentem Milošem Zemanem se o TV Barrandov v prosinci roku 2017 zajímala i Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV). RRTV žádala po TV Barrandov vysvětlení, jaký je formát pořadu Aréna Jaromíra Soukupa, který je vysílán každé úterý od 21:25. RRTV žádala vysvětlení kvůli pořadu ze dne 5. prosince 2017, kterém byl hostem Zemanův mluvčí Jiří Ovčáček a moderátor Jaromír Soukup neplnil roli „kvalifikovaného oponenta, ani zde nedocházelo k ostrým výměnám názorů mezi hostem a publikem“, jak slibuje anotace pořadu,“ napsala RRTV. Publikum podle RRTV vyjadřovalo Jiřímu Ovčáčkovi, potažmo prezidentu Zemanovi, svoji podporu.

⁹² , ČTK. Čínská CEFC odešla ze společností Empresa Media a Médea. *České noviny* [online]. 7. 9. 2017 [cit. 2018-02-11]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/cinska-cefc-odesla-ze-spolecnosti-empresa-media-a-medea/1524381>

⁹³ Naše pořady. *TV Barrandov* [online]. [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://www.barrandov.tv/porady/>

Podle RRTV tak pořad před prezidentskými volbami výrazně favorizoval kandidujícího prezidenta Zemana.⁹⁴

4.5 Vydavatelství *Economia a. s.*

Společnost *Economia a. s.* je v současné době významným českým vydavatelem ekonomického a odborného tisku a zároveň je důležitým hráčem na poli on-line médií. *Economia* je vydavatelem deníku *Hospodářské noviny*, týdeníku *Respekt*, *Ekonom*, *Marketing a media* a vlastní zpravodajský portál *Aktuálně.cz*, portál *Centrum.cz*, server *Žena.cz* nebo provozuje projekt *Aktuálně TV*.

Vydavatelství *Economia a. s.* bylo založeno v roce 1990. Zakladateli a hlavními akcionáři byly instituce a státní organizace, mezi kterými byly Investiční a poštovní banka, Komerční banka, ČTK, Úřad vlády a soukromé osoby.⁹⁵ V letech 1994 až 2008 byla hlavním akcionářem společnosti *Economia* německá společnost *Verlagsgruppe Handelsblatt*. Společnost v roce 2008 prodala svůj více než 88procentní podíl podnikateli Zdeňku Bakalovi, který společnost vlastní dodnes.

Níže je blíže popsán deník *Hospodářské noviny* a on-line deník *Aktuálně.cz*. Důvodem je, že právě z těchto titulů jsou respondenti kvalitativního i kvantitativního výzkumu.

Hospodářské noviny jsou celostátní deník zaměřený na ekonomiku a politiku. V prvním a druhém čtvrtletí roku 2017 byla podle agentury Media – STEN/MARK čtenost deníku *Hospodářské noviny* 155 tisíc čtenářů. Prodaný náklad byl podle kanceláře ověřování nákladu tisku ABC ČR v červnu 2017 30 805. Dvě třetiny čtenářů *Hospodářských novin* jsou muži. 34 procent čtenářů *Hospodářských novin* má vysokoškolské vzdělání a čtvrtinu tvoří podnikatelé. „*Hospodářské noviny jsou deníkem s nejvyšším podílem ekonomicky aktivních čtenářů.*“⁹⁶

Hospodářské noviny mají sekce byznys, domácí, zahraniční, názory, tech, auto, art, ego!, proč ne?! A sport.

⁹⁴ KREJČÍ, Ivan. Tisková zpráva z 22. zasedání 2017, konaného dne 19. 12. 2017. In: *RRTV* [online]. 21. 12. 2017 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: https://www.rrtv.cz/cz/files/press/TZ_22_17.pdf

⁹⁵ HRDLIČKOVÁ, Lucie. *Historie Hospodářských novin a jejich vývoj v 1. a 2. období transformace tisku*. Praha, 2010. Diplomová práce. 119 s. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce: Barbara Köpplová, s. 51.

⁹⁶ *Hospodářské noviny. E.economia* [online]. [cit. 2018-02-19]. Dostupné z: <http://economia.ihned.cz/inzerce/hospodarske-noviny/>

Šéfredaktorem Hospodářských novin je v současné době Martin Jašminský. Další významní novináři, kteří v novinách působí je šéfredaktor ihned.cz (internetová verze Hospodářských novin) Miloš Čermák, politický komentátor Petr Honzejek nebo novinářka Julie Hrstková. Dříve v Hospodářských novinách působil například i žurnalista Jindřich Šídlo, Jakub Unger nebo Martin Novák.

On-line zpravodajský web Aktuálně.cz je první český čistě on-line deník (funguje od roku 2005). V průměru má měsíčně 2,5 milionu reálných uživatelů. 56 procent čtenářů tvoří muži, 22 procent čtenářů má vysokoškolské vzdělání. „*Nadprůměrně jsou zastoupeni návštěvníci z vyšší střední a střední třídy, vzdělanější část internetové populace z domácností s vyšší životní úrovní.*“⁹⁷ Deník Aktuálně.cz patří mezi vlivné české mediální zdroje, který citují ostatní česká i zahraniční média. Aktuálně.cz má sekce domácí, zahraničí, ekonomika, sport, názory, kultura, magazín, žena, auto, bydlení a zvláštní sekci video obsahu. Šéfredaktorem deníku Aktuálně.cz je Pavel Tomášek, mezi významné novináře Aktuálně.cz patří Lukáš Prchal, který v roce 2017 získal novinářskou cenu Křepelka⁹⁸, šéfkomentátor Jan Lipold nebo vedoucí zahraničního oddělení redakce Josef Pazderka.

⁹⁷ Aktuálně.cz. *E.conomia* [online]. [cit. 2018-02-19]. Dostupné z: Nadprůměrně jsou zastoupeni návštěvníci z vyšší střední a střední třídy, vzdělanější část internetové populace z domácností s vyšší životní úrovní.

⁹⁸ **Novinářská křepelka** je ocenění udělované Českým literárním fondem mladým a perspektivním novinářům do 33 let věku za jejich významný žurnalistický počin.¹

5 ANALÝZA VYBRANÝCH MEDIÁLNÍCH VÝSTUPŮ MILOŠE ZEMANA

V analytické části práce jsou porovnány mediální výstupy prezidenta Miloše Zemana na stanicích ČT, TV Nova, TV Prima a TV Barrandov. V analýze jsou porovnány dvě události, v kterých prezident Miloš Zeman figuruje a které byly odprezentovány ve zpravodajských relacích. První kauza je ze začátku května a je jí ceremoniál na Pražském hradě, kdy tehdejší premiér Bohuslav Sobotka nepřinesl prezidentu Miloš Zemanovi demisi vlády tak, jak prezident očekával. Druhou analyzovanou událostí je ceremoniál, kdy prezident Zeman jmenoval premiérem Andreje Babiše.

Zpravodajské kauzy jsou porovnány pomocí kvalitativní IMPACT analýzy, kterou zavedla americká společnost Delahye. Název IMPACT vznikl jako akronym pro anglické výrazy Influence – vliv, Message communicated – sdělení, Prominence – důležitost, Audience reaches – dosažené publikum, Consultant quoted – citace a Type – druh (článku, pořadu, zprávy apod.).⁹⁹

Důležité také je, jak celé mediální sdělení vyzní. Vyznění lze dělit na negativní, pozitivní, ambivalentní a neutrální.¹⁰⁰ IMPACT analýza byla zvolena proto, že je dle autorky práce srozumitelná, přehledná, jasně definuje obsah zprávy a pomáhá se orientovat při hodnocení.

V další části bude zanalyzován publicistický pořad Týden s prezidentem na TV Barrandov a publicistické předvolební pořady na všech čtyřech analyzovaných televizních stanicích.

⁹⁹ WATSON, Tom a Paul NOBLE. *Evaluating public relations: a best practice guide to public relations planning, research & evaluation*. 2nd ed. Philadelphia: Kogan Page, 2007. ISBN 9780749449797.

¹⁰⁰ HEJLOVÁ, Denisa. *Public relations*. Praha: Grada Publishing, 2015. Expert (Grada), s. 125. ISBN 978-80-247-5022-4.

5.1 Analýza ceremoniálu na Pražské hradě s premiérem Bohuslavem Sobotkou v televizním zpravodajství

Dne 4. května 2017 prezident Miloš Zeman přijal na Pražském hradě tehdejšího předsedu vlády Bohuslava Sobotku. Sobotka zamířil na Hrad po krizi ve vládě. Ještě před návštěvou Sobotky u Miloše Zemana se zdálo, že premiér chce předat prezidentovi demisi své vlády. V den návštěvy ale Sobotkův tým informoval Pražský hrad, že premiér chce prezidenta Miloše Zemana seznámit s postupem nastalé vládní krize kvůli problémům tehdejšího ministra financí Andreje Babiše. Zeman však setkání s premiérem Bohuslavem Sobotkou pojal jako přijetí demise vlády a na Hradě byl zorganizován rezignační ceremoniál. Miloš Zeman zahájil ceremoniál poděkováním Sobotkovi za odvedenou práci. Poté tehdejší premiér Bohuslav Sobotka prezidentu Zemanovi sdělil, že pro něj demisi vlády nemá, a že ho pouze přišel obeznámit s návrhem, jak vládní krizi řešit. Od prezidenta chtěl ujistění, že demisi vlády skončí celá vláda, a nejen on, jako předseda vlády. Sobotka Zemanovi také řekl, že demisi vlády mu předá až v polovině května. Prezident Miloš Zeman odvětil, že druhý rezignační ceremoniál Hrad už organizovat nebude a zopakoval, že předčasné volby odmítá. Poté pozval Sobotku k jednání a odešel. Premiér Sobotka ještě před novináři vysvětloval svá stanoviska, ale prezident už v místnosti nebyl. Během nepovedeného ceremoniálu ještě prezident Miloš Zeman navigoval premiéra Sobotka k mikrofonu, a to ukazováním svou holí, kterou používá při chůzi. Zeman pokynutím hole i celým ceremoniálem zesměšnil premiéra před novináři a veřejností. Incidentem vyvrcholily dlouhodobé spory Miloše Zemana a Bohuslava Sobotky. Níže jsou analýzy toho, jak jednotlivé televizní stanice zprávu prezentovaly ve svých hlavních zpravodajských relacích.

a) Česká televize

Česká televize odvysílala ceremoniál v přímém přenosu na stanici ČT24 tak, jak u podobných politických událostí je ve zvyku. O ceremoniálu poté Česká televize informovala i v hlavním televizním zpravodajství v 19 hodin Události¹⁰¹. Moderátor Michal Kubal Události zprávou o prezidentu Miloši Zemanovi a bývalém premiérovi

¹⁰¹ Události. Česká televize: *iVysílání* [online]. 4.5.2017 [cit. 2018-03-04]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1097181328-udalosti/217411000100504>

Bohuslavu Sobotkovi zahájil. Zprávu uvedl slovy „*konflikt na Hradě*“. Poté popsal události, které incidentu předcházely a následoval krátký sestřih z ceremoniálu. Poté se slova ujala moderátorka Marcela Augustová, která živě hovořila přímo z Pražského hradu. Ta doplnila další kontext ohledně vývoje vládní krize a incident na Hradě označila za „*dost nevídaný okamžik*“.

Po téměř šestiminutové reportáži následoval další živý vstup, kdy moderátorka Marcela Augustová skrze kamery hovořila s tehdejším vicepremiérem a předsedou koaliční KDU-ČSL Pavlem Bělobrádkem. Moderátorka se ho na úvod zeptala, co on osobně říká na „*konflikt*“ mezi prezidentem republiky a premiérem. Bělobrádek v půl minutové odpovědi řekl, že je to z jeho pohledu zbytečné a zdůraznil, že je důležité zajistit vládní stabilitu. V druhé otázce Bělobrádek odpovídal na dotaz, co „*konflikt vypovídá o současném vztahu vlády a Hradu*“. Bělobrádek v odpovědi zdůraznil, že se podle něj nejedná o konflikt mezi vládou a prezidentem republiky, ale mezi předsedou vlády a prezidentem Zemanem. Následoval třetí dotaz, kdy se moderátorka ptala na to, jestli o ceremoniálu, který Hrad pro Sobotku připravil, věděl (Bělobrádek se se Zemanem předtím sešel). Bělobrádek řekl, že o ceremoniálu nevěděl a zopakoval, že je důležité zajistit stabilitu vlády.

Po více než dvouminutovém živém rozhovoru moderátorka prezentovala výsledky bleskového průzkumu společnosti STEN/MARK pro ČT o tom, co si o celé situaci (ohledně podání demise vlády, ne konkrétně o nepovedeném ceremoniálu na Hradě) myslí veřejnost. Výsledky průzkumu poté ještě okomentoval ze záznamu ředitel STEN/MARK Jan Tuček. Poté v reportáži následoval další živý vstup s vicepremiérem Pavlem Bělobrádkem, který komentoval další možný vývoj vládní krize a možná řešení. V další části reportáže je už pouze vyjádření opozice k vládní krizi a řešením.

IMPACT analýza mediální prezentace Miloše Zemana v reportáži pořadu Události ze dne 4. května 2017 v souvislosti s vládní krizí.

Vliv: Zpráva jasně informovala o schůzce/nepovedeném ceremoniálu na Pražském hradě mezi prezidentem Milošem Zemanem a premiérem Bohuslavem Sobotkou. Celou událost redakce několikrát označila za „*konflikt mezi vládou a Hradem*“. Celý incident byl zařazen do souvislostí a divákovi osvětlil celou situaci ohledně vládní krize, která incidentu na Hradě předcházela.

Komunikované sdělení: Hlavním poselstvím zprávy bylo informovat o současném dění českých politických špiček, informovat o konfliktu mezi prezidentem Zemanem a tehdejší předsedou vlády Bohuslavem Sobotkou. Délka reportáže a rozmanitost lidí, kteří situaci komentovali (vicepremiérem Pavel Bělobrádek, ředitel společnosti STEN/MARK Jan Tuček), průzkum STEN/MARK dokázaly divákům poskytnout dostatek informací k tomu, aby si sami utvořili názor na incident na Hradě a vnímali ho jako důsledek tehdejší vládní krize.

Důležitost: Reportáž byla zařazena jako první zpráva v hlavním televizním zpravodajství České televize Události a zpráva o ceremoniálu na Hradě trvala pět minut a čtyřicet sekund. Celá reportáž o vládní krizi, která incident na Hradě divákům dávala do širších souvislostí a přinesla názory jak koaličních partnerů, tak opozice či výsledky průzkumu trvala dvacet minut.

Dosažené publikum: Česká televize v roce 2017 dosáhla podle serveru Mediář 29procentního podílu na sledovanosti v České republice a stala se druhou nejsledovanější televizní stanicí.¹⁰² Polovinu úspěchu České televizi zajistil právě hlavní kanál ČT1, kde byla reportáž odvysílána.

Citace: Vzhledem k tomu, že se jednalo o záznam z akce na Hradě, byla do sestřihu reportáže zařazena promluva jak prezidenta Zemana, tak premiéra Sobotky. Jejich citace ovšem byly zkráceny, a to z časových důvodů reportáže. Dále pak byly parafrázovány.

Druh zprávy: Jedná se o zpravodajskou zprávu, která kromě aktuálního dění divákům přinesla i politický kontext celého konfliktu, nastínění možných řešení a názory jak koaličních, tak opozičních politiků.

Zpráva dle analýzy vyzněla neutrálně a divákovi přinesla dostatek informací, názorů a postřehů tak, aby si divák sám na situaci utvořil názor. Dle analýzy redakce nestránila nikomu, kdo se konfliktu účastnil a poskytla vyvážený prostor reakcím.

a) TV Nova

¹⁰² Nova je opět nejsledovanější televizi v Česku. *Mediář* [online]. 2. 1. 2018 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/nova-je-opet-nejsledovanejsi-televizi-v-cesku/>

Televize Nova odvysílala reportáž¹⁰³ v hlavním večerním zpravodajství, a to v Televizních novinách. Zpráva o incidentu na hradě byla zařazena do zpravodajství jako první zpráva. Moderátoři Petra Svoboda a Petr Suchoň společně zprávu uvedli a na pozadí za nimi bylo vykresleno sídlo vlády, nad kterým se stahují mračna a létají blesky. Moderátor Petr Suchoň zprávu začal tím, že všichni včetně prezidenta očekávali, že premiér Sobotka na Hrad přinese prezidentu Zemanovi demisi vlády. „*Plánovaný ceremoniál se ale změnil ve frašku, a vyvrcholil konfliktem mezi prezidentem a předsedou vlády*“ dodala moderátorka Petra Svoboda. Po úvodu následoval krátká znělka s dramatickou hudbou, ilustrační záběry na počítání peněz, budovu Agrofertu, Andreje Babiše vládní krizi zapříčinil právě Babiš), Bohuslava Sobotku a titulky „Demise vlády“. Poté moderátorka Svoboda uvedla reportáž slovy: „*Na tohle setkání dvou vrcholných politiků v sídle českých králů a prezidentů se hned tak nezapomene.*“ Moderátorka místo přesného termínu Pražský hrad užila označení „*sídlo českých králů a prezidentů*“, patrně proto, aby zdůraznila historii Pražského hradu, avšak pro seriózní zpravodajství je výraz spíše nevhodný. Poté moderátoři popsali celý incident a uvedli komentovaný sestřih záznamu z ceremoniálu na Pražském hradě.

Reportáž začala slovy Bohuslava Sobotky, poté už reportáž nabízela jen sled záběrů, kdy moderátor parafrázoval prezidenta Zemana. „*Pak se oba politici začali hádat, kdo za frašku na Hradě může,*“ komentoval moderátor. Opět situaci označil za „*frašku*“ a navíc označil jednání politiků za „*hádání se*“, což ze záběrů patrně není a výraz je v tomto případě nadnesený a přehnaný.

IMPACT analýza:

Vliv zprávy: Zpráva informovala o aktuální dění mezi prezidentem a premiérem. Nevhodně však byl do zpravodajství zařazen obraz za moderátory zpráv, kdy se nad úřadem vlády stahují mračna a létají blesky. Grafika mohla v divácích vyvolat dojem, že bude následovat zpráva o počasí, nebo část diváků nemusela poznat sídlo vlády apod. Za úvodní slovo moderátorů byla také zařazena znělka s dramatickou hudbou a sestřihem obrazů k demisi vlády. Doprovodná dramatická (žádná) hudba by se v

¹⁰³ Komedie na Hradě! Zeman šel na Sobotku s holí. VIDEO. TN.cz [online]. 4.5.2017 [cit. 2018-03-04]. Dostupné z: <http://tn.nova.cz/clanek/to-jste-jeste-nevideli-z-demise-vlady-je-totalni-fraska-video.html>

seriózním zpravodajství neměla objevit. Několikrát moderátoři také celou situaci označili za „*frašku*“, což může vyvolávat v divácích pocit, že se redakce události na Pražském hradě vysmívá. Celá událost tento dojem vyvolávat může, seriózní redakce by ale tímto slovem, které může mít negativní konotace, dění označovat neměla.

Komunikované sdělení: Hlavní informací, kterou reportáž přinesla bylo aktuální dění kolem vládní krize. Délka reportáže – čtyři a půl minuty, přinesla informaci pouze o nepovedeném ceremoniálu na Hradě, zprávu však nezasadila do kontextu současného dění a divákovi neosvětlila okolnosti dění. Incident na Pražské hradě byl sice důkladně popsán, chyběl k němu ale nějaký komentář ostatních politiků, vysvětlení a nastínění dalšího možného vývoje.

Důležitost: Reportáž byla zařazena jako první zpráva Televizních novin a trvala čtyři a půl minuty, což je skoro o minutu méně, než jakou část ji věnovala reportáž na České televizi v Událostech.

Dosažené publikum: Televize Nova měla v roce podle serveru Mediář 2017 více než 30procentní podíl na celkové sledovanosti v České republice. A od roku 1997 je stabilně nejsledovanější televizní stanicí.¹⁰⁴

Citace: Ve výběru reportáže se objevily citace jak prezidenta Zemana, tak premiéra Sobotky. Velká část jejich projevu ale v sestřihu nezazněla a jejich slova parafrázoval redaktor.

Druh zprávy: Ač se jedná o zpravodajskou relaci, kde byla zpráv prezentována, byla v reportáži použita upravená fotografie se sídlem úřadu vlády se zataženou oblohou a blesky, která se zprávou nijak nesoувисela, navíc byla v průběhu zprávy zařazena i znělka s dramatickou hudbou a opakovaně byla celá událost označena za „*frašku*“. Nejedná se tedy o citově nezabarvenou zprávu.

Podobně jako v České televizi i v Televizních novinách moderátoři užíli slovo „*konflikt*“. Navíc přidali i slovo „*fraška*“, kterým se snažili poukázat na komické a snad i nedůstojné jednání vrcholných českých politiků. Zpráva tedy dle IMPACT analýzy nevyzněla neutrálně, jak by u zpravodajství měla.

¹⁰⁴ Nova je opět nejsledovanější televizi v Česku. *Mediář* [online]. 2. 1. 2018 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/nova-je-opet-nejsledovanejsi-televizi-v-cesku/>

b) TV Prima

Záznam zpráv TV Prima z 4. května 2017 je dostupný pouze na žádost Policie ČR.

c) TV Barrandov

Také televize Barrandov zařadila upoutávku okolo dění na Pražském hradě hned jako první zprávu hlavního večerního zpravodajství Naše zprávy¹⁰⁵. Samotnou zprávu, ale redakce do vysílání zařadila až jako čtvrtou reportáž, a to pět a půl minuty po zahájení vysílání (po odvysílání reportáže o dopravní nehodě, o pádu výtahu a problémy s hlukem kvůli diskotéce). Moderátorka Kristýna Dušák poté reportáž o incidentu na Pražském hradě uvedla slovy: „*Vypjaté emoce a ostrá slova*“ a „*konflikt na Pražské hradě*“. Poté moderátor Zdeněk Hnilička ve zkratce popsal dění na Pražském hradě a následovala reportáž, kde byl sestřih citací z události, prokládaný záběry doprovázenými komentářem nebo parafrázemi politiků. Celé osvětlení kontextu události a vysvětlení vládní krize bylo pouze na okraj zmíněno. Po skončení reportáže moderátor Zdeněk Hnilička diváky pozval ke sledování pořadu Týden s prezidentem na TV Barrandov. „*Exkluzivně v televizi Barrandov prezident Miloš Zeman prozradí, jak bude vládní krizi řešit,*“ řekl moderátor zpráv Hnilička a následovala upoutávka na pořad Týden s prezidentem.

IMPACT analýza:

Vliv: Zpráva informovala o aktuální děním, moderátoři na rozdíl od redakce ČT nebo Nova neoznačili situaci za „*krizi*“. Nepoužili ani jiná citově zbarvená slova. Naše zprávy ale neprezentovaly informaci v kontextu dění vládní krize, tu jen na okraj zmínily. Po skončení reportáže moderátor zpráv poutal pořad Týden s prezidentem, kde sliboval, že prezident „*exkluzivně pro televizi Barrandov*“ prozradí víc o možném budoucím dění.

Komunikované sdělení: Zpráva byla podána bez emocí, na rozdíl od zprávy na ČT a TV Nova, ale nebyl vysvětlen širší kontext dění ani pohledy jiných politiků. Zároveň moderátor po skončení reportáže nabádal ke sledování pořadu Týden s prezidentem.

Důležitost: Zpráva byla zařazena ve zpravodajství Naše zprávy na čtvrté místo, přičemž zpravodajství ČT i TV Nova zprávu zařadilo na první místo. Před zprávou o

¹⁰⁵ NAŠE ZPRÁVY - 4.5.2017. *TV Barrandov* [online]. 4. 5. 2017 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <https://www.barrandov.tv/video/96603-nase-zpravy-4-5-2017>

prezidentu Zemanovi a premiérovi Sobotkovi se objevily zprávy o nadměrném hluku kvůli diskotéce, o dopravní nehodě a o pádu výtahu. To svědčí o prioritách zpravodajství na TV Barrandov, kterými není politické dění ale tragédie a lidské příběhy. Celá zpráva byla shrnuta do dvou minut.

Dosažené publikum: V roce 2017 měla TV Barrandov podíl na celkové sledovanosti v České republice 8,66 procent. S necelými devíti procenty je tak televize Barrandov až čtvrtou nejsledovanější v Česku.¹⁰⁶

Citace: podobně jako v reportážích na ČT a TV Nova byly v reportáži užity citace z ceremoniálu, které byly místy pouze komentované parafrázemi redaktora.

Druh zprávy: Zpráva byla čistě zpravodajská a nezazněly v ní žádné emociálně zabarvené výrazy. Zároveň v ní ale také nepadlo, že by se jednalo o krizi, jak událost prezentovala ostatní média. Zpráva nepřinesla ani informace o kontextu události.

Zpráva o prezidentu Zemanovi a premiéru Sobotkovi podle analýzy působila neutrálně, ale divákovi nepřinesla ucelený pohled na událost, a ten si tak nemohl vytvořit svůj názor na celou věc. Moderátor zpráv zároveň poutal na večerní pořad Týden s prezidentem, kde sliboval bližší vysvětlení konfliktu.

Zpráva byla prezentována neutrálně, divákovi však nepřinesla ucelené informace, zpráva byla zařazena do zpravodajské relace až jako čtvrtá a ro bližší komentář moderátor divákům vzkázal, aby se dívali na pozdější pořad Týden s prezidentem.

Dle IMPACT analýzy nejucelenější pohled na celou událost na Pražském hradě přineslo zpravodajství České televize Události. Události o incidentu informovaly bez emočního zabarvení, událost zasadily do kontextu událostí a přinesly i reakci tehdejšího vicepremiéra Pavla Bělobrádka a výsledky bleskového průzkum. TV Nova naopak celé události dala značně dramatický podtón nejen ilustrační fotografií, ale i dramatickou hudbou. Ani jeden z těchto prvků by se v seriózním zpravodajství neměl objevit. Zpravodajství na TV Barrandov přinesl zprávu bez kontextu a k bližšímu vysvětlení odkázalo na večerní pořad Týden s prezidentem. Zpráva byla navíc zařazena až jako čtvrtá v pořadí, na rozdíl od zpravodajství ČT a TV Nova, kde byla zpráva zařazena jako první.

¹⁰⁶ Nova je opět nejsledovanější televizí v Česku. *Mediář* [online]. 2. 1. 2018 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/nova-je-opet-nejsledovanejsi-televizi-v-cesku/>

5.2 Jmenování Andreje Babiše premiérem České republiky

Dne 6. prosince 2017 jmenoval prezident Miloš Zeman předsedu hnutí ANO, které zvítězilo ve sněmovních volbách v říjnu 2017, Andreje Babiše premiérem České republiky. Babiš již před svým jmenováním do funkce premiéra veřejně deklaroval, že se chystá sestavit menšinovou vládu. V analýze níže bude porovnáno, jak o aktu informovaly zpravodajské relace na českých televizích.

a) Česká televize

V hlavní zpravodajské relaci na České televizi Události byla zpráva o jmenování Andreje Babiše do funkce premiéra zařazena hned jako první¹⁰⁷. Moderátor Michal Kubal krátce shrnul okolnosti jmenování a uvedl komentovaný sestřih z ceremoniálu, který ten den proběhl na Pražském hradě. Sestřih z ceremoniálu, který Česká televize uvedla, začal citací Miloše Zemana, který prohlásil: „*Nezlobte se na trpaslíky, kteří vám okopávají kotníky. Oni výš nedosáhnou. A s touto dobrou radou vám přeji mnoho úspěchů ve vaší práci ve prospěch České republiky.*“ Poté v sestřihu následoval proslov premiéra Babiše. Po sestřihu následoval živý vstup, kdy redaktor České televize Jakub Železný z Pražského hradu přidal detailnější informace a zároveň doplnil kontext celé události, kdy zdůraznil, že ač byl Babiš jmenován premiérem, důvěru v Poslanecké sněmovně dojednanou nemá. Následoval komentovaný sestřih jak ze samotného jmenování, tak z následných tiskových konferencí Zemana i Babiše. Poté následoval živý vstup premiéra Andreje Babiše a zpravodajský rozhovor s ním prostřednictvím přímého vstupu vedl Jakub Železný. Poté ještě následovala grafika s časovým harmonogramem o nadcházejících událostech v souvislosti s jmenováním prezidenta, která divákovi jasně a přehledně nastínila pravděpodobný vývoj událostí.

IMPACT analýza

Vliv: Zpráva informovala o aktuální politické situaci a divákům přiblížila průběh ceremoniálu, kdy prezident Zeman jmenoval Babiše premiérem. Celá zpráva také byla doplněna o podrobnější informace a zasazena do kontextu vyjednávání o podpoře vlády.

¹⁰⁷ Události. *Česká televize* [online]. 6. 12. 2017 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/217411000101206/>

Komunikované sdělení: Zpráva o ceremoniálu byla podána věcně a stručně. Obsahovala projevy obou politiků, kteří ceremoniálu byli přítomni. Zemanův projev byl zařazen jako první. Zároveň zpráva obsahovala kontext a divákům nastiňovala pravděpodobné další kroky, které po jmenování Babiše premiérem nastanou.

Důležitost: Zpráva byla hlavní zprávou Událostí a byla zařazena hned na začátek zpravodajské relace. Samotnému průběhu ceremoniálu byla vyhrazena asi minuta vysílání, celé zprávě, která obsahovala detaily události, reakci Babiše a dalších politiků pak trvala bezmála dvanáct a půl minuty.

Dosažené publikum: Česká televize v roce 2017 dosáhla 29procentního podílu na sledovanosti v České republice a stala se druhou nejsledovanější televizní stanicí. Polovinu úspěchu České televizi zajistil hlavní kanál ČT1.¹⁰⁸

Citace: Zpráva obsahovala citace, jak prezidenta Zemana, tak premiéra Babiše. Zemanova citace předcházela Babišově citaci.

Druh zprávy: Jednalo se o čistě zpravodajskou zprávu, doplněnou o reakci premiéra Babiše v přímém přenosu.

Zpráva o ceremoniálu, kdy prezident Zeman jmenoval Babiše premiérem vyzněla neutrálně. Nebyla v ní použita žádná citově zabarvená slova, ani podkres hudby.

b) TV Nova

Zpráva se na TV Nova 6. prosince 2017 nejdříve objevila v odpolední zpravodajské relaci Odpolední televizní noviny. Moderátorka Petra Svoboda uvedla zprávu, přičemž za sebou měla na plátně fotografii Prahy. Po stručném uvedení následovalo vystoupení reportérky Lucie Heřmanské, která krátce celý průběh ceremoniálu shrnula, přičemž na obrazovce běžely záběry z ceremoniálu. Reportérka parafrázovala projev obou politiků, který řekli přímo při ceremoniálu i na následné tiskové konferenci. Krátce shrnula také pravděpodobné následné kroky obou státníků a průběh toho, jak a za jakých okolností bude vláda žádat Poslaneckou sněmovnu o důvěru. Až poté následovala citace prezidenta Zemana. „*Do vysokých stromů bije blesk, tak byste si měl obstarat nějaké nové uzemnění,*“ řekl Zeman a dodal, že část médií ještě

¹⁰⁸ Nova je opět nejsledovanější televizí v Česku. *Mediář* [online]. 2. 1. 2018 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/nova-je-opet-nejsledovanejsi-televizi-v-cesku/>

více zvýší svou nenávistnou kampaň. Zeman tak dal opět najevo svůj negativní postoj k médiím. Až poté následovala citace premiéra Babiše.

IMPACT analýza:

Vliv: Zpráva jasně a stručně informovala o ceremoniálu, který se odehrál na Pražském hradě. Divákům přinesla i stručné informace o možném následovném průběhu události. Chyběla reakce kteréhokoliv z politiků.

Komunikované sdělení: Informace byla podána věcně, stručně, ale divákovi nebyly vysvětleny širší souvislosti a chyběla reakce zúčastněných či jiných politiků.

Důležitost: Zpráva byla do zpravodajské relace zařazena jako první. Její délka byla i s úvodem moderátorky minutu a půl.

Dosažené publikum: Televize Nova měla podle serveru Mediář v roce 2017 více než 30procentní podíl na celkové sledovanosti v České republice. A od roku 1997 je stabilně nejsledovanější televizní stanicí.¹⁰⁹

Citace: V zprávě byly použity citace prezidenta Zemana i premiéra Babiše, pouze však z ceremoniálu, nikoliv z následné tiskové konference. Velkou část z toho, co oba politici řekli parafrázovala reportérka.

Druh zprávy: Zpráva vyzněla neutrálně pro oba hlavní aktéry zprávy. Diváka informovala jasně a stručně o dané události. chyběl však širší kontext a reakce některého z politiků.

d) TV Prima

Záznam zpravodajské relace je dostupný pouze na vyžádání Policie ČR.

e) TV Barrandov

Informace o tom, že prezident Miloš Zeman jmenoval Andreje Babiše premiérem se v objevila 6. prosince 2017 ve večerní zpravodajské relaci TV Barrandov Naše zprávy¹¹⁰. Moderátoři Kristýna Dušák a Mirek Vaňura zprávu krátce uvedli. Samotná

¹⁰⁹ Nova je opět nejsledovanější televizí v Česku. *Mediář* [online]. 2. 1. 2018 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/nova-je-opet-nejsledovanejsi-televizi-v-cesku/>

¹¹⁰ NAŠE ZPRÁVY - 6.12.2017. *TV Barrandov* [online]. 6.12.2017 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <https://www.barrandov.tv/video/114241-nase-zpravy-6-12-2017>

zpráva byl pouze sestřih z ceremoniálu doprovázený slovem redaktora. Záběry z ceremoniálu byly roztřesené a místy neostré.

IMPACT analýza:

Vliv: Zpráva jasně informovala o průběhu ceremoniálu na Pražském hradě. Divákovi ale nepřinesla širší kontext událostí, které s tím souvisejí. Chyběl i komentář některého z politiků.

Komunikované sdělení: Zpráva byla podána neutrálně a věcně. Jednalo se ale čistě o komentovaný sestřih z ceremoniálu, divákovi tedy nenabídla téměř žádnou informaci nad rámec tohoto dění.

Důležitost: Zpráva byla ve večerní zpravodajské relaci zařazena jako druhá zpráva v pořadí až za reportáž o požáru výrobních hal, což opět dokládá, že zpravodajství na TV Barrandov nedominuje politické zpravodajství. Zprávě bylo věnováno dvě a čtvrt minuty.

Dosažené publikum: V roce 2017 měla TV Barrandov podle serveru Mediář podíl na celkové sledovanosti v České republice 8,66 procent. S necelými devíti procenty je tak televize Barrandov čtvrtou nejsledovanější v Česku.¹¹¹

Citace: Zpráva byla převážně sestřihem citací obou politiků. Reportér dával jednotlivé citace pouze do spojení, žádné informace navíc nepřinesl, ani politiky neparafrázoval a divákovi nevysvětloval okolnosti události.

Druh zprávy: Zpráva vyzněla neutrálně a neobjevily se v ní žádné emočně zabarvené prvky. Divákovi však jasně nevysvětlila kontext situace a divák si tak nemohl utvořit objektivní názor na celou situaci.

IMPACT analýzy ukázaly, že nejucelenější o této zprávě informovala Česká televize. Přinesla zprávu, kterou zasadila do politického kontextu, nastínila další možný vývoj. Ve zpravodajství se také v živém vstupu mohl vyjádřit premiér Andrej Babiš. Česká televize zprávě také věnovala delší čas než komerční média. Obě komerční média prezentovala celou událost zjednodušeně a bez širších souvislostí. V TV Barrandov zpráva byla na rozdíl od zpravodajství ČT a TV Nova zařazena až jako druhá v pořadí.

¹¹¹ Nova je opět nejsledovanější televizí v Česku. *Mediář* [online]. 2. 1. 2018 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/nova-je-opet-nejsledovanejsi-televizi-v-cesku/>

5.3 Analýza pořadu Týden s prezidentem a dílu ze 4. května 2017

Pořad Týden s prezidentem vysílá TV Barrandov od března roku 2017. Vysílání začalo krátce poté, co Zeman oznámil svou opětovnou kandidaturu na post prezidenta. Jedná se o diskusní publicistický pořad mezi prezidentem republiky Milošem a moderátorem, generálním ředitelem a předsedou představenstva Mediálního domu Empresa Media Jaromírem Soukupem. Pořad je vysílán ze záznamu každý čtvrtek v hlavním vysílací časem, a to vždy od 20:15. Pořad Týden s prezidentem je jedinou televizní relací, kde Zeman pravidelně dává rozhovory. Proto jsou informace, které prezident Zeman prohlásí v pořadu i často citované ostatními médii. Ze začátku měl pořad délku do 30 minut, postupně se ale jeho délka vyšplhala až na 55 minut. První díly také nemoderoval Jaromír Soukup, ale moderátorka TV Barrandov a manželka hradního kancléře Vratislava Mynáře Alex Mynářová ve dvojici s novinářem serveru Týden.cz¹¹² Petrem Kolářem. Některé díly moderovala také Alex Mynářová ve dvojici s Jaromírem Soukupem. Postupně ale začal Soukup pořad moderovat sám.

První díl pořadu, který byl vysílán 16. března 2017, sledovalo podle serveru MediaGuru 220 tisíc diváků starších patnácti let. Pořad tak byl pátým nejsledovanějším pořadem v čase od 20 do 21 hodin.¹¹³ Přestože se rozhovor nevede před publikem, moderátor i prezident Zeman se k němu často prostřednictvím kamery obrací a mluví k němu.

Divácký zájem vyvolal Týden s prezidentem, který byl odvysílán 4. května 2017¹¹⁴, tedy v den, kdy premiér Bohuslav Sobotka nedonesl prezidentu Zemanovi demisi vlády, jak očekával, a veřejnost byla svědkem nevydařeného ceremoniálu. Na pořad poutal i moderátor zpravodajské relace Naše zprávy Mirek Vaňura, přičemž sliboval, že prezident v pořadu nastíní další řešení tehdejší vládní krize. V pořadu bylo toto téma hned prvním bodem. Moderátor Jaromír Soukup nejdříve problém celé vládní krize popsal, popsal i kroky premiéra Sobotky a prezidenta Zemana a vyzval Zemana, aby situaci okomentoval. Následoval Zemanův dvou minutový monolog, ve kterém prezident Zeman shrnul celou vládní krizi a kroky premiéra Sobotky, který se

¹¹² Týden.cz je zpravodajský server, který spadá pod společnost Empresa Median a.s., stejně jako TV Barrandov.

¹¹³ mav. Ordinance měla 1,43 mil., Týden s prezidentem 220 tis. *MediaGuru* [online]. 17. 3. 2017 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/03/ordinace-mela-1-43-mil-tyden-s-prezidentem-220-tis/>

¹¹⁴ TÝDEN s prezidentem. In: *TV Barrandov* [online]. 4. 5. 2017 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://www.barrandov.tv/video/96938-tyden-s-prezidentem-4-5-2017>

rozhodl podat demisi vlády, ale na Hrad mu ji nedoručil označil za „*akt zoufalství*“ a premiér Sobotka podle něj neví „*kudy, kam*“. Namísto, aby moderátor položil Zemanovi konstruktivní otázku, postup demise vlády připodobnil k silniční kontrole. „*osobně si nedovedu představit vážnější úkol, než je demise vlády,*“ dodal Soukup a položil dotaz: „*Premiér si nebyl vědom následků?*“. Soukup položil sugestivní dotaz, kterému by se jako nestranný moderátor měl vyhnout. Zeman znovu několikrát zopakoval, že demise vlády je ze Sobotkovy strany „*akt zoufalství*“ a premiéra přirovnal k „*malému klukovi, který kličkuje a hledá únikové cesty*“. Dále moderátor Soukup prezentoval své znalosti o postupu demise vlády, a následně řekl, že o demisi „*vláda podle mých informací nejednala*“. Zeman dále vysvětlil, proč mu připadá podání demise vlády šest měsíců před sněmovními volbami zbytečné, dodal, že Sobotkovu demisi je připraven převzít a doporučil, aby do voleb dovládla staro-nová vláda v čele s novým premiérem. Poté Soukup vyzval Zemana, aby okomentoval „*Sobotkovo zmatené chování*“ a řekl „*podle mých informací jste mu naznačil, že...*“. Soukup opět veřejně dostupnou informaci prezentoval jako „*své informace*“. Zeman také popřel, že by v minulosti se Sobotkou dojednával nějaké personální změny ve vládě. Přitom označil týdeník Respekt, který tuto informaci prezentoval, za lživý plátek Zdeňka Bakaly¹¹⁵. Poté Soukup shrnul Zemanova slova: „*Ale myslím si, že demise má být podávána s rozmyslem*“. Soukup by ze své pozice moderátora neměl hodnotit kroky předsedy vlády. Dále Soukup konstatoval, že řešení vládní krize si „*žádá, co nejrychlejší řešení*“ a sám nastínil několik variant řešení a poté Zemana vyzval, aby jednotlivá řešení, která prezentoval, okomentoval. Zemanem se Soukupem o vládní krizi hovořil zhruba 25 minut, což byla více než polovina 40minutového pořadu. Soukup během té doby nepoložil jedinou konfrontační ani nepříjemnou otázku. Prezident Zeman se naopak nebál užití často expresivnějších výrazů, či metafor, když přirovnal premiéra k malému klukovi, co kličkuje nebo když řekl, že „*po vyhnutí blbouna nejapného na Madagaskaru, je nejpitomějším stvořením na Zemi český novin*“. Tím opět útočil na novináře, které dlouhodobě kritizuje. Moderátor Soukup opakovaně prezentoval své znalosti, veřejně dostupné informace uváděl slovy „*podle mých informací*“ a sám navrhoval možná řešení vládní krize.

¹¹⁵ Zdeněk Bakala je majitelem společnosti *Economia a.s.*, pod kterou týdeník Respekt spadá

Moderátor Jaromír Soukup vede v podobném tónu všechny díly pořadu Týden s prezidentem. Prezidentovi Zemanovi příliš neodporuje, nepokládá mu nepříjemné a konfrontační dotazy. Mediální dialog pak může působit trochu unyle, neboť Soukup vede s prezidentem Zemanem smířlivý rozhovor. Prvek *confrontainment* se z dialogu téměř zcela vytrácí. Tento typ interview je příkladem východoevropského diskurzu, kdy moderátor nechá hosta řečnit a prezentovat jeho názory, s jeho názory souhlasí a neodporuje mu. Zároveň hostovi neklade nepříjemné dotazy, které by ho mohly zaskočit.

Zeman pořad využívá k prezentaci svých názorů a své osoby bez toho, aniž by hrozilo, že přijde od moderátora nepříjemná otázka, na kterou by neuměl odpovědět, či by si odpovědí na ni mohl v očích (potencionálních) voličů pohoršit. Zeman dodržel, že se nebude účastnit debat s svými protikandidáty, podle médií si ale „*pro svou propagaci si ale našel jinou tribunu: každý týden je hostem pořadu „Týden s prezidentem“ na soukromé TV Barrandov.*“¹¹⁶

Soukup také při dialogu velmi často prezentuje své znalosti o dané tématice a často obecná fakta uvozuje větou „*podle mých informací*“. Soukup při moderování také nešetří gesty, která jsou otevřená tak, jak by měla být. V jeho podání ale často gesta působí strojeně, naučeně, a ne jako přirozená součást jeho promluvy. Také prezident Zeman gestikuluje, dělá otevřená gesta, ale často sklouzne k tomu, že si drží ruce v klíně. Prezident Zeman i moderátor Soukup se pravidelně obrací k televiznímu publiku, které není při dialogu přítomné.

Svou náklonost prezidentu Zemanovi Jaromír Soukup potvrdil 27. ledna 2018 – po druhém kole prezidentských voleb, kdy společně s prezidentem Zeman (a jeho dalšími podporovateli) vystoupil v jeho volebním štábu v pražském Top Hotelu na tiskové konferenci po oznámení volebních výsledků. Jiří Ovčáček skupinu podporovatelů Zemana označil na konci tiskové konference za „*vítězný tým*“.¹¹⁷ Proti Soukupově účasti v Zemanově týmu, ale RRTV nezasáhla. Vztah Zemana a Soukupa

¹¹⁶ TOMÁNEK, Tomáš. Kampaň nevedu, ale volte mě, prohlašuje prezident Zeman. *Lidovky.cz* [online]. 4. 11. 2017 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/kampan-nevedu-ale-volte-me-prohlasuje-prezident-zeman-pf5-/zpravy-domov.aspx?c=A171103_153451_In_domov_sij

¹¹⁷ Moje poslední politické vítězství.“ Zeman chce být pokornější a vstřícnější názorům jiných. *Česká televize: ČT24*[online]. 27.1.2018 [cit. 2018-03-04]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/2374930-moje-posledni-politicke-vitezstvi-zeman-chce-byt-pokornejsi-a-vstricnejsi-nazorum>

kritizoval Syndikát novinářů¹¹⁸, podle kterého způsob předvolebních debat jeho přítomnost mezi Zemanovými podporovateli poukazuje na „jednoznačnou podjatost stanice“.¹¹⁹

V rámci vypracování této diplomové práce byl e-mailem osloven i moderátor Jaromír Soukup, aby podal vysvětlení o své motivaci vést pořad tak, jak jej vede, aby vyvrátil podjatost stanice. Jaromír Soukup však na dotazy neodpověděl. Text e-mailu je obsahem Přílohy A.

5.4 Analýza předvolebních prezidentských debat

Pro úplnost jsou do analýzy doplněny i výstupy prezidenta Zemana z ledna roku 2018, aby byla vykreslena situace těsně před druhou přímou prezidentskou volbou (první kolo se konalo 12. a 13. ledna 2018, druhé kolo se konalo 26. a 27. ledna 2018). Prvního kola se účastnilo devět kandidátů. Do druhého kola s 38 procenty hlasů postoupil prezident Miloš Zeman a s 26,6 procenty bývalý ředitel Akademie věd ČR Jiří Drahoš.¹²⁰ Před druhým kolem se na České televizi, TV Nova, TV Prima a TV Barrandov konaly předvolební prezidentské pořady. Oba finalisté se ale zúčastnili pouze debat na České televizi a na TV Prima. Na TV Nova a TV Barrandov vystupoval prezident Zeman sám, a dialog vedl pouze s moderátorem. Důvodem účasti Drahoše pouze ve dvou debatách bylo to, že prezident Zeman po prvním kole prohlásil, že se zúčastní dvou předvolebních debat s Drahošem. „*Kdyby byly tři a více, uznejte, že by vaše diváky znudily*“,¹²¹ řekl Zeman na tiskové konferenci po vyhlášení výsledků prvního kola prezidentské volby.

Níže jsou srovnány koncepty předvolebních prezidentských pořadů na České televizi, TV Prima, TV Nova a TV Barrandov, přístup moderátorů, publika i volba otázek a témat.

¹¹⁸ Syndikát novinářů je dobrovolným profesním sdružením novinářů.

¹¹⁹ DRAGON, Radek. Soukupa v Zemanově "vítězném týmu" řešit nebudeme, lidi si to musí přebrat sami, říká vysílací rada. *Aktuálně.cz* [online]. 30. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/soukupa-v-zemanove-vitezne-tymu-resit-nebudeme-lidi-si-to-m/r~8452e55c051611e8b7a3ac1f6b220ee8/>

¹²⁰ Volba prezidenta republiky konaná ve dnech 12.01. – 13.01.2018. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2018-03-05]. Dostupné z: <https://www.volby.cz/pls/prez2018/pe2?xjazyk=CZ>

¹²¹ ČT24. *MINUTU PO MINUTĚ: Novým českým prezidentem bude Zeman, nebo Drahoš* [online]. In: . 13. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/2360326-minutu-po-minute-volebni-mistnosti-se-uzavrely-komisari-zacali-scitat-hlasy>

a) TV Nova

Na TV Nova v hodinovém pořadu, který se vysílal živě 21. ledna 2018 od 20:20 hodin, s názvem Cesta na Hrad¹²² byl pouze kandidát Zeman a debatoval s moderátorem Rayem Korantengem. Ten se Zemana ptal na nejlepší a nejhorší moment v jeho prvním volebním období, na koho by si vsadil v druhém kole apod. Příliš konfrontačních dotazů v debatě nepadlo. Když moderátor položil nepříjemný dotaz, nechal Zemana reagovat, ale už nepokládal doplňující dotazy. Celá debata byla spíše prezentací kandidáta Miloše Zemana a jeho postojů a názorů. Miloš Zeman také ukázal v debatě své rétorické schopnosti, prezentoval se jako smířlivý státník, který je připraven sjednocovat. Zeman slovně nezaútočil ani jednou na novináře, jak to často dělává a naopak moderátorovi přeříkával věty typu „*Rád vám to vysvětlím, pane Korantengu*“ nebo „*Je důležité, co si myslíte*“ apod. K smířlivé a nekonfliktní debatě přispěla i absence protikandidáta i absence publika ve studiu. Koranteng ale nebyl zcela servilní a v závěru pořadu Zemanovi několikrát položil i kritičtější dotaz, například když se Zemana dotazoval na vztahy s Ruskem a Čínou nebo na vládní jednání, řadu Zemanových reakcí ale moderátor nechal bez reakce a doplňujících otázek. Tento typ debaty by se dal řadit k východoevropskému typu diskurzu.

Zeman v debatě také často používal nevěcné argumenty. Například, když prohlásil řekl, že první prezidentští kancléři, včetně Karla Schwarzenberga, neměli bezpečnostní prověrku. Tento Zemanův výrok byl zavádějící, neboť bezpečnostní prověrka byla zavedena až zákonem v roce 1998. Karel Schwarzenberg byl kancléřem prezidenta Václava Havla v letech 1990 až 1992. Zeman tak použil argumentum ad ignoration. Tento typ argumentace počítá s neznalostí. Další nepravý argument Zeman použil, když mluvil o migraci v Evropě. Zeman prohlásil: „*Dublin IV by prolomil pravidlo (...), že máte vstoupit do první bezpečné země a tam požádat o azyl.*“ Zeman tak používá argumentační techniku argumentum ad populum, která apeluje na patriotismus, vlastenectví, xenofobní a rasistické nálady.

Pořad Cesta na Hrad sledovalo podle orientačních výsledků měření sledovanosti televize, dodávaných společnostmi Nielsen Admosphere, a.s. 1,5 milionu diváků starších

¹²² Zeman: Mynář nemá pozici jistou. Dluhy by se neměly odpouštět. *TN.cz* [online]. 22. 1. 2018 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <http://tn.nova.cz/clanek/sledujte-prezidentskou-debatu-od-20-00-zive-na-tn-cz-a-tv-nova.html>

15 let, což představuje 30 procent lidí této věkové kategorie, která v tu dobu sledovala televizi.¹²³

b) TV Barrandov

Druhý předvolební prezidentský pořad před druhým kolem se konal 22. ledna 2018 na TV Barrandov¹²⁴. Debatu televize uvedla jako Duel Jaromíra Soukupa – prezidentský speciál. „*Nejlepší prezidentská předvolební debata moderovaná generálním ředitelem TV Barrandov Jaromírem Soukupem*,“ napsala televize v anotaci pořadu. Debaty se opět účastnil pouze prezident Miloš Zeman, protikandidát Jiří Drahoš nedorazil. Pořadem provázel generální ředitel TV Barrandov Jaromír Soukup. Pořad trval hodinu a pětadvacet minut. Prvních deset minut pořadu mluvil jen moderátor Soukup, který moderuje i pravidelný pořad Týden s prezidentem. Neúčast Zemanova protikandidáta Drahoše označil za „*neuctivou*“ a za „*naivní*“ označil myšlenku, že by měl prezident spojovat. Soukup v monologu prezentoval své myšlenky a názory na příštího prezidenta. Při následném dialogu prezident Zeman seděl na nízkém pódiu v křesle a moderátor stál, případně chodil po studiu a komunikoval i s přítomnými diváky. Koncept, kdy host seděl a moderátor stál působil nevyváženě. (viz Obrázek 5)

¹²³ První prezidentskou debatu sledovalo na TV Nova přibližně 1,5 milionu diváků nad 15 let. *Nova* [online]. [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <http://tv.nova.cz/clanek/novinky/prvni-prezidentskou-debatu-sledovalo-na-tv-nova-priblizne-1-5-milionu-divaku-nad-15-let.html>

¹²⁴ Duel Jaromíra Soukupa - prezidentský speciál. *TV Barrandov* [online]. 22. 1. 2018 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <https://www.barrandov.tv/video/118321-duel-jaromira-soukupa-prezidentsky-special-22-1-2018>

Obrázek 5: Duel Jaromíra Soukupa – prezidentský speciál



Zdroj: TV Barrandov

Soukup pokládal Zemanovi dotazy ohledně migrace, sociálních dávek apod. Moderátor nepokládal nepříjemné nebo konfrontační dotazy a nechal Zemanovi dostatek prostoru pro svou prezentaci, pronášení bonmotů a opakování svých dřívějších tvrzení. Debata byla opět ukázkou východoevropského diskurzu. Moderátor Soukup nezareagoval, když se prezident překl, a nejspíše místo věty „abych tu pohádku dokončil“, řekl zcela nelogickou větu „*abych tu pohanku dokouřil*“. Soukup překnutí přešel bez povšimnutí, aniž by se zeptal na vysvětlení, či vyzval Zemana k opravě. Smířlivou atmosféru ve studiu dotvářelo i publikum, které tvořili převážně Zemanovi příznivci. Debatu podle webu MediaGuru sledovalo v průměru 659 tisíc diváků starších 15 let.¹²⁵

Zeman v pořadu využíval také nepravou argumentaci. Například tvrdil, že většina migrantů z afrických zemí jsou „*mladí zdraví muži s iPhonem v kapse*“. Tento typ argumentace by se dal považovat za argumentaci ad populum, kdy Zeman využívá xenofobní a rasistické nálady a hrozbu migrace.

¹²⁵ mav. Prezidentský speciál na Barrandově vidělo 659 tis. diváků. *Mediaguru* [online]. 23. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/01/prezidentsky-special-na-barrandove-videlo-659-tis-divaku/>

Kvůli pořadu Duel Jaromíra Soukupa – Prezidentský speciál Rada pro rozhlasové a televizní vysílání zahájila s TV Barrandov správní řízení. Podle Rady pro rozhlasové a televizní vysílání „*moderátor dostatečným způsobem neplnil roli kvalifikovaného oponenta, naopak vyjadřoval hostu Miloši Zemanovi svoji názorovou podporu, a to v úvodí monologické řeči i v průběhu diskuse*“.¹²⁶ Podle RRTV tak „*pořad způsobem moderace a volbou diskusních témat výrazně zvýhodnil stávajícího prezidenta nad jeho protikandidátem. Provozovatel se tak mohl dopustit porušení povinnosti dbát zásad objektivit a vyváženosti*“.¹²⁷ Moderátor Jaromír Soukup ale nemá dojem, že by v pořadu TV Barrandov, jakkoliv pochybila. „*Žádného pochybení si nejsme vědomi. Naprosto nesouhlasím s tvrzením RRTV, že jsem nadřžoval panu prezidentovi*“,¹²⁸ reagoval Soukup.

c) TV Prima

První debata, které se zúčastnili oba prezidentští kandidáti, proběhla na TV Prima. Debata byla vysílána živě 23. ledna v hlavním vysílacím čase. Televize pořad TV Prima nazvala Česko hledá prezidenta, což může připomínat název televizní show vysílanou na TV Nova Česko hledá superstar. Debatu, která se konala v Hudebním divadle Karlín za účasti 800 diváků, moderoval moderátor Karel Voříšek. Oba kandidáti seděli v křeslech a moderátor stál. Tento koncept působil již vyrovnaněji než v TV Barrandov, kdy host seděl a moderátor stál. Publikum tvořili z poloviny příznivci prezidenta Zemana a z druhé poloviny podporovatelé Jiřího Drahoše. Oba kandidáti v debatě řešili otázku migrace, držení zbraní i církevní restituce. Témata podle médií svým zaměřením nahrávaly spíše prezidentu Zemanovi, kterému napomáhalo i neukázněné publikum, které Drahošova slova často přerušovalo bučením. Moderátor navíc celou debatu neřídil, nezasahoval do ní a nekorigoval ji. Někteří politologové dokonce debatu označili za nedůstojnou a moderátora Voříška za mdlého a

¹²⁶ KREJČÍ, Ivan. *Tisková zpráva z 3. zasedání 2018, konaného dne 6. 2. 2018* [online]. In: . 8. 2. 2018 [cit. 2018-02-08]. Dostupné z: https://www.rrtv.cz/cz/files/press/TZ_03_18.pdf

¹²⁷ KREJČÍ, Ivan. *Tisková zpráva z 3. zasedání 2018, konaného dne 6. 2. 2018* [online]. In: . 8. 2. 2018 [cit. 2018-02-08]. Dostupné z: https://www.rrtv.cz/cz/files/press/TZ_03_18.pdf

¹²⁸ POLÁK, Michal. *Barrandov zvýhodnil Zemana, moderátor mu strnil, říká rada. Nemůžu suplovat Drahoše, hájí se Soukup. Aktuálně.cz* [online]. 8. 2. 2018 [cit. 2018-02-08]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/tv-barrandov-vyrazne-zvyhodnila-zemana-tvrdi-rrtv/r~bba353820ce811e894960cc47ab5f122/>

nevýrazného.¹²⁹ Docházelo také k tomu, že prezident Zeman často přerušoval Drahošovy odpovědi a uzurpoval si čas. Celé debatě tak výrazně dominoval právě Zeman. Ten podle analýzy serveru iRozhlas¹³⁰ mluvil v debatě 24 minut, jeho protikandidát Drahoš necelých 16 minut, podobně jako moderátor Voříšek. Dvanáctiminutový prostor pak dostalo publikum v sále. Moderátor nezvládl svou roli, debatu neřídil, neudával ji směr ani ji takřka nekorigoval. Moderátorům hostům klad především zjišťující otázky, doplňující spíše jen výjimečně.

Zeman v debatě opět několikrát nepravě argumentoval. Například když prohlásil: „*Až na jednu výjimku, která se jmenuje Jiří Drahoš, všichni čeští politici souhlasí s tím, že bychom na naše území neměli přijímat nelegální migranty.*“ Toto tvrzení není pravdivé, navíc v něm Zeman používá argumentační techniku argumentum ad populum, kdy apeluje u diváků na strach z migrace a apeluje na rasistické a xenofobní nálady.

Debatu sledovala asi 2,2 milionu diváků starších 15 let, kteří se v daný čas dívali na televizi. Uvedl to za TV Prima Adam Halmoš z tiskového týmu.¹³¹ Debata byla nevyrovnaná kvůli tomu, že Zeman měl podstatně delší čas na prezentaci svých názorů. Prezidentu Zemanovi nahrával i výběr témat, na která se moderátor ptal. Drahoš později výběr témat později označil za „*bulvární*“.¹³²

d) Česká televize

Poslední debata prezidentská předvolební debata se odehrála v režii České televize, která ji odvysílala 25. ledna v hlavním vysílacím čase. Debatu, která se konala v pražském Rudolfinu, moderovala Světlana Witowská a debata trvala bezmála hodinu a půl. Moderátorka Witowská nabídku pořad Prezidentský duel – finále přijala poté, co

¹²⁹ ČTK a simao. „Ubohost, mdlý Voříšek, nedůstojné prostředí.“ Odborníci cupují střet Zemana s Drahošem. *Blesk.cz: Zprávy* [online]. 24. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://www.blesk.cz/clanek/volby-prezidentske-volby-2018/520298/ubohost-mdly-vorisek-nedustojne-prostredi-odbornici-cupuji-stret-zemana-s-drahosem.html>

¹³⁰ ako a haf. První prezidentská debata. Co zaznělo v duelu Zemana s Drahošem? *iRozhlas* [online]. 23. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/volby/debata-prezidentskych-kandidatu-milos-zeman-jiri-drahos-prima_1801231705_ako

¹³¹ ČTK. Výběr témat v duelu byl bulvární, tvrdí Drahoš. Prima i moderátor Voříšek kritiku odmítli. *iRozhlas* [online]. 25. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/volby/prezidentska-debata-jiri-drahos-prima-kritika_1801251121_ako

¹³² ČTK. Drahoš: Výběr témat v duelu byl bulvární, chyběla důležitá témata. *České noviny* [online]. 24. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/drahos-vyber-temat-v-duelu-byl-bulvarni-chybela-dulezita-temata/1577441>

ji odmítl moderovat moderátor Václav Moravec. Ten moderování duelu odmítl z důvodu, že „*se obává, že by se mohl stát jakýmsi hromosvodem, po kterém se bude zejména ze strany prezidenta Zemana snášet kritika na ČT.*“¹³³

Při debatě oba kandidáti i moderátorka seděli, což působilo vyrovnaně, ozvláštnění do duelu přinesl i ženský prvek v podobě moderátorky Witowské (v předchozích debatách byli moderátoři jen muži). Debatu podle vyjádření České televize sledovalo v průměru 2,6 milionu diváků.¹³⁴ Debata byla rozdělena do tří bloků, kdy v první části stanovila témata Česká televize, ve druhé části pokládali otázky voliči (dotazy byly předtočené a vysílané ze záznamu) a ve třetí části si pokládali dotazy kandidáti navzájem. Debatu nenarušovalo ani nepříliš početné publikum, které se chovalo ukázněně a jen občas svého kandidáta podpořilo potleskem.

Zeman ale opět několikrát použil nepravé argumenty, například když při debatě řekl, že „*radikalizace se objevuje mezi jinými u českých muslimů, ale to je druhá věc.*“ Zemanův výrok je zavádějící, protože někteří z českých muslimů se skutečně radikalizují, jedná se ale pouze o proces jednotlivců.¹³⁵ Zeman opět použil argumentační techniku argumentum ad populum. Prezident Zeman také v debatě tvrdil, že u britského soudu neexistuje možnost odvolání. „*Já jsem nedávno jednal s britským ministrem zahraničí o vraždě jednoho českého občana britskými občany a on mně říkal - je mi to líto, ale u nás neexistuje možnost odvolání.*“¹³⁶ Zeman použil v tomto případě argumentační techniku argumentum ad ignoration, kdy využíval neznalosti publika.

Debata byla podle hodnocení politologů věcná a kultivovaná. Moderátorka oba hosty korigovala, byla nestranná, hostům nepokládala jen zjišťující otázky, ale i otázky doplňující. Dramaturg debaty později František Lutonský Witowskou označil za „*famózní*“¹³⁷. Také mediální odborník Tomáš Klvaňa pro média uvedl, že debata byla

¹³³ ŤOPEK, Martin. Moravec odmítá moderovat debatu prezidentských kandidátů. Nechce být hromosvodem kritiky. *Aktuálně.cz* [online]. 16. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/moravec-odmita-moderovat-debatu-prezidentskych-kandidatunec/r~140b76d6faeb11e7b6830cc47ab5f122/>

¹³⁴ ČTK. Prezidentskou debatu v ČT sledovalo v průměru 2,6 milionu diváků. *České noviny* [online]. 25. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/prezidentskou-debatu-v-ct-sledovalo-v-prumeru-2-6-milionu-divaku/1578044>

¹³⁵ Česko hledá prezidenta. *Demagog* [online]. 23. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://demagog.cz/diskuze/cesko-hleda-prezidenta>

¹³⁶ Česko hledá prezidenta. *Demagog* [online]. 23. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://demagog.cz/diskuze/cesko-hleda-prezidenta>

¹³⁷ ŠRAJBROVÁ, Markéta. Witowská byla famózní, říká dramaturg prezidentské debaty. Moravec nelituje, že moderování odmítl. *Aktuálně.cz* [online]. 26. 1. 2018 [cit. 2018-03-01]. Dostupné z:

profesionálně vedena. "Světлана Witowská a Česká televize neudělaly nic jiného, než že odvedly vysoce kvalitní a profesionální práci. To se od nich koneckonců očekává,"¹³⁸ uvedl Klvaňa.

Všechny čtyři předvolební prezidentské pořady byly rozdílné. Pořady na ČT a TV Prima byly debaty, pořady na TV Nova a TV Barrandov byly rozhovory Zemana s moderátorem. Rozdílná byla také volba témat, prostředí, moderátora, způsob vedení mediálního dialogu i publikum, které v debatě na TV Nova zcela chybělo, na TV Barrandov bylo složeno převážně z podporovatelů Miloše Zemana, na TV Prima bylo publikum poměrně neukázněné a uzurpovalo si čas na úkoru kandidátů, a na České televizi bylo publikum umírněné. Tři ze čtyř předvolebních debat, a to na TV Barrandov, TV Nova i TV Prima, byly vedeny spíše ve prospěch Zemana. „V komerčních televizích Miloši Zemanovi vyhovovala témata i moderátoři, kteří mu často nahrávali na smeč,"¹³⁹ hodnotil politolog Kunštát. Zeman nepravé argumenty používal ve všech čtyřech pořadech.

Dva pořady, kde působil Miloš Zeman sám, bez protikandidáta, byly vedeny spíše ve stylu východoevropského diskurzu. Debatu na TV Prima média označila spíše za estrádu.¹⁴⁰ Nejprofesionálnější byla dle hodnocení médií debata na České televizi, která zároveň byla i debatou nejsledovanější.¹⁴¹ Debata na České televizi působila vyváženým dojmem a moderátorka ji vedla spíše ve stylu anglosaského diskurzu.

<https://zpravy.aktualne.cz/domaci/witowska-byla-famozni-rika-dramaturg-prezidentske-debaty-mor/r~abf7e77002b311e8afac0cc47ab5f122/>

¹³⁸ ŠRAJBROVÁ, Markéta. Witowská byla famózní, říká dramaturg prezidentské debaty. Moravec nelituje, že moderování odmítl. *Aktuálně.cz* [online]. 26. 1. 2018 [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/witowska-byla-famozni-rika-dramaturg-prezidentske-debaty-mor/r~abf7e77002b311e8afac0cc47ab5f122/>

¹³⁹ ČTK. Experti: Druhá prezidentská debata nemá vítěze, Drahoš se zlepšil. *České noviny* [online]. 25.1.2018 [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/experti-druha-prezidentska-debata-nema-viteze-drahos-se-zlepsil/1578046>

¹⁴⁰ CHUM, Jiří a Vladimír KŘIVKA. To nebyla diskuse prezidentských kandidátů, spíš estráda nebo sportovní zápas, říká komentátor Hartman. *IRozhlas.cz* [online]. 24. 1. 2018 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/volby/prezidentske-volby-2018-diskuze-drahos-zeman_1801241000_pj

¹⁴¹ Debata na ČT: Witowská hvězdou večera. Takto hodnotí večerní duel politici. *Info.cz* [online]. 25. 1. 2018 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <http://www.info.cz/volby/prezidentske-volby-2018/debata-na-ct-witowska-hvezdou-vecera-takto-hodnoti-vecerni-duel-politici-23040.html>

PRAKTICKÁ ČÁST

Praktická část této diplomové práce zahrnuje kvalitativní výzkum, při které je využita metodika hloubkových polostrukturovaných rozhovorů a kvantitativní výzkum, kde je využito dotazníkové šetření. Hloubkové rozhovory byly vedeny se čtyřmi novináři a editory, kteří se přímo podílejí na obsahu deníku Hospodářské noviny a on-line deníku Aktuálně.cz. Dotazníkové šetření bylo prováděno mezi 150 pracovníky, kteří se také podílejí na obsahu Hospodářských novin a Aktuálně.cz. Praktická část práce má přinést ucelený pohled na hodnocení prezentování prezidenta Zemana v televizních médiích, na hodnocení prezidentských předvolebních pořadů, na proměnu pohledu veřejnosti na média, na důležitost existence a fungování veřejnoprávní televize, a to úzkou skupinou lidí, která se orientuje v médiích a v politice a sama mediální obsah vytváří.

6 KVALITATIVNÍ VÝZKUM

Jako jedna z výzkumných metod byl zvolen kvalitativní výzkum, a to pomocí polostrukturovaného hloubkového rozhovoru. Cílem kvalitativních rozhovorů je poznání názorů, postojů a zhodnocení současného vztahu vybraných českých televizních médií ve vztahu k Miloši Zemanovi, důležitost veřejnoprávní televize, hodnocení opakovaných slovních útoků Miloše Zemana na média a jejich možné důsledky na společnost a vnímání médií veřejností.

6.1 Cíl výzkumu

Cílem kvalitativního výzkumu je snaha zkoumanou problematiku blíže poznat z pohledu zkušených žurnalistů a porovnat jejich názorů s analýzou provedenou v teoretické části práce i se závěry kvantitativního výzkumu. Snahou je zjistit největší rozdíly prezentace prezidenta Miloše Zemana ve veřejnoprávních a komerčních televizích a proměnu pohledu veřejnosti na televizní média. Cílem je také zjistit možné motivy, proč jsou některá komerční média vůči Zemanovi servilní. Předmětem kvalitativního výzkumu je také možná prezentace prezidenta České republiky

v médiích, pohled na jeho současnou prezentaci v pořadu na TV Barrandov Týden s prezidentem a také stručné zhodnocení předvolebních televizních debat, kterých se prezident Zeman účastnil v lednu roku 2018.

6.2 Výzkumná metoda a zkoumaný vzorek respondentů

Kvalitativní výzkumnou metodou jsou polostandardizované hloubkové rozhovory. „*Hloubkový rozhovor je individuální metoda kvalitativního výzkumu, jejímž cílem je zjistit co nejvíce detailů ze života respondentů, co nejvíce zkušeností, názorů, postojů, motivů, hodnocení. Užívá se zejména tehdy, když cílová skupina je úzce profesně zaměřená.*“¹⁴² Polostandardizované rozhovory byly vedeny v klidném prostředí a nahrávány na diktafon. Přepsané rozhovory jsou součástí přílohy. Rozhovory vždy trvaly zhruba 15 - 25 minut.

Hloubkové rozhovory jsou provedeny se čtyřmi zkušenými žurnalisty mediální společnosti *Economia a.s.*, která vydává například *Hospodářské noviny*, provozuje server *Aktuálně.cz* nebo vydává týdeník *Respekt*. Prvním respondentem je politický komentátor *Hospodářských novin* Petr Honzejek (viz Příloha B). Honzejek dříve pracoval pro Český rozhlasu, později se stal šéfredaktorem *Radiožurnálu*. Honzejek je také zván do pořadů na zpravodajskou stanici ČT24, kde komentuje politiku. V roce 2014 získal Honzejek novinářskou cenu za sérii komentářů o prezidentu Zemanovi.¹⁴³ Populární je i na sociální síti *Twitter*, kde má více než 35 tisíc sledujících. Petr Honzejek může být i brán za jistou autoritu v oblasti komentování politiky, protože je zván jako politický komentátor do veřejnoprávní televize.

Druhým respondentem je šéfredaktor serveru *Aktuálně.cz* Pavel Tomášek (viz Příloha C). Tomášek je od února 2012 šéfredaktorem zpravodajského serveru *Aktuálně.cz* a zároveň patří ke skupině novinářů, kteří v roce 2005 *Aktuálně.cz* založili jako první český ryze on-line deník. V průběhu Tomášek prošel zahraniční rubrikou a pracoval jako šéfeditor speciálních projektů k volbám apod. Jako novinář Tomášek

¹⁴² Kvalitativní výzkum. *Alocin* [online]. [cit. 2018-02-13]. Dostupné z: <http://www.jandova.com/quality.aspx>

¹⁴³ ČTK. Novinářské ceny znají své vítěze, bodovalo i *Aktuálně.cz*. *Aktuálně.cz* [online]. 29. 4. 2014 [cit. 2018-02-19]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/novinarskou-cenu-za-rok-2013-si-prevzalo-11-vitezu/r~7bd701f0cfce11e392710025900fea04/>

prošel redakcemi Českého rozhlasu, Nedělních novin, českou redakcí BBC a psal i komentáře do MF Dnes a Hospodářských novin.¹⁴⁴

Třetím respondentem je novinář Hospodářských novin a zároveň předseda územního sdružení pro Prahu a Středočeský kraj v Syndikátu novinářů ČR Marek Zouzalík (viz Příloha D)

Čtvrtým respondentem je šéfkomentátor serveru Aktuálně.cz Jan Lipold. Lipold pracoval v redakcích ČTK, MF Dnes, Týden, Hospodářských novin, Instinktu a v současnosti je v redakci Aktuálně.cz (viz Příloha E)

Všichni z respondentů byli pro kvalitativní výzkum, protože mají letité žurnalistické zkušenosti z nejrůznějších vydavatelství, přičemž v současné době všichni pracují ve společnosti Economia. Rovněž mají přehled o české politice.

Strukturovaná část rozhovoru: Kterému televiznímu zpravodajství v České republice nejvíce důvěřujete a proč? Je podle vás prezentace prezidenta Zemana na TV Barrandov v pořadu Týden s prezidentem a proč? Která z předvolebních prezidentských debat podle vás byla nejobektivnější a jaké jsou důvody? Dále pak byla doplněna řada doplňujících otázek podle vývoje rozhovoru.

6.3 Interpretace výsledků hloubkových rozhovorů

Všichni čtyři dotazovaní respondenti se shodli na tom, že nejvíce důvěřují zpravodajství na České televizi, což vysvětlovali jejím postavením, institucionalizací, způsobem kontroly, ale také žurnalisty, kteří v ní působí. Zpravodajství České televize tak dotazovaní považují za nejobektivnější televizní zpravodajství, zároveň však pro většinu bylo těžké odpovědět na doplňující dotaz, které televizní zpravodajství je pro nejméně objektivní, protože dotazovaní se na zpravodajství na komerčních stanicích dívají spíše jen sporadicky.

Komentátor Honzejek a novinář Zouzalík pravidelně také sledují pořad na TV Barrandov Týden s prezidentem. Oba shodně uvedli, že pořad sledují jen jako součást své novinářské práce. Oba rovněž uvedli, že pořad sledují s nelibostí. Šéfkomentátor Lipold uvedl, že pořad Týden s prezidentem nesleduje, a že sleduje pouze krátké

¹⁴⁴ Pavel Tomášek. *Aktuálně.cz* [online]. [cit. 2018-02-19]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/autori/pavel-tomasek/1~i:author:34/?redirected=1519060170>

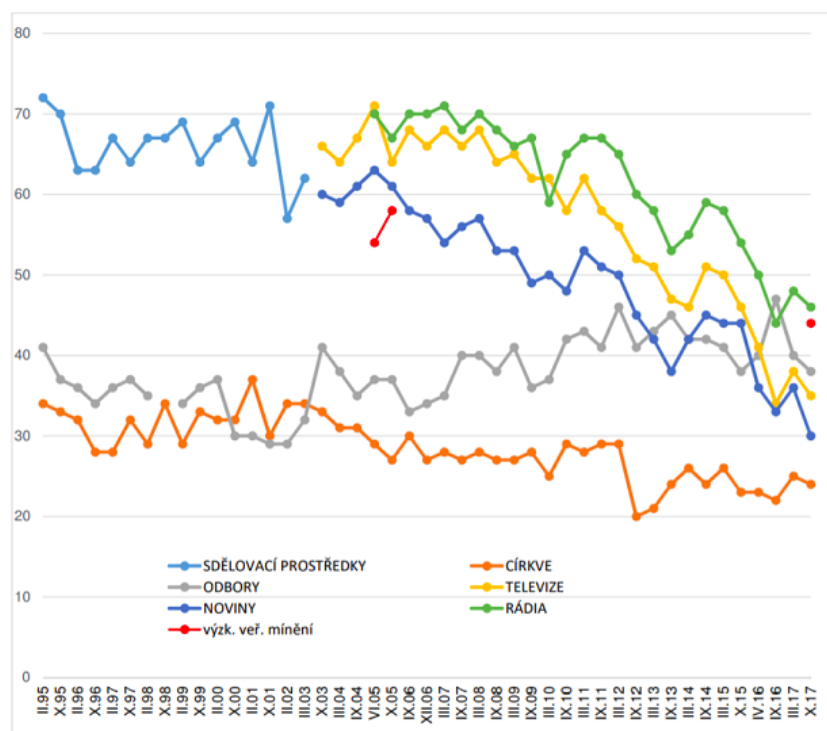
sestříhy z něj, které se objevují na sociálních sítích, případně čte komentáře a ohlasy na tento pořad. Šéfredaktor Tomášek pořad nesleduje vůbec.

Honzejk, Zouzalík a Lipold hodnotí pořad Týden s prezidentem spíše negativně. Na pořadu jim vadí koncept, způsob vedení rozhovoru i samotný moderátor Jaromír Soukup, která je ke prezidentovi servilní. Tomášek se k úrovni pořadu vyjadřovat nechtěl, neboť uvedl, že jej nesleduje.

Zároveň všichni čtyři dotazovaní upozornili na rostoucí nedůvěru ve veřejnoprávní média, kterou podporuje i prezident Zeman, který opakovaně zejména na Českou televizi slovně útočí. „*Soustavné, záměrné, dlouhodobé podryvání autority tradičních, zavedených médií, včetně těch veřejnoprávních, je krátkozraký přístup, který slouží krátkodobým zájmům části politiků. Podryvává jeden z opěrných bodů liberálních, ústavních demokracií, což může mít dlouhodobý, nepříznivý vliv na kvalitu demokracie, ve které žijeme,*“ upozorňuje Tomášek. Honzejk a Tomášek se také shodli na tom, že trend, kdy důvěra v média televizní nevyjímaje klesá, není pouze v České republice, ale je to trend, který lze pozorovat obecně v celém západním světě. Trend dlouhodobé klesající důvěry v média dokazují i výsledku průzkumu CVVM¹⁴⁵ (viz Obrázek 6).

¹⁴⁵ TUČEK, Milan. Důvěra k vybraným institucím veřejného života – říjen 2017. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.* [online]. 27. 11. 2017 [cit. 2018-02-13]. Dostupné z: https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a4460/f9/po171127.pdf

Obrázek 6: Vývoj důvěry v média



Zdroj: TUČEK, Milan. Důvěra k vybraným institucím veřejného života – říjen 2017.

In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.* [online]. 27. 11. 2017 [cit. 2018-02-13]. Dostupné z:

https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a4460/f9/po171127.pdf

Většina z dotazovaných se také shodla na tom, že je v pořádku, aby se prezident Zeman prezentoval v médiích, a to buď televizních nebo rozhlasových. Důležitý ale je podle nich koncept prezentace, kvalitní moderátor, který se nebude bát mu klást nepříjemné otázky. Jako problematickou část respondentů také vidí Zemanovu účast v pravidelném televizním v měsících před prezidentskými volbami, které se konaly v roce 2018, v období vrcholící volební kampaně, respondenti si myslí, že to může být vnímáno jako součást jeho předvolební kampaně.

Shodně respondenti hodnotí i předvolební prezidentské debaty, kdy za neobjektivnější považují debatu, která proběhla na České televizi. Debatu obou kandidátů na TV Prima označili spíše za televizní show než diskusí pořad, zároveň upozornili na nekvalitního moderátora, výběr témat stranicí prezidentu Zemanovi, nevhodné prostředí. Zbylé dva pořady na TV Nova a TV Barrandov, kdy se jednalo o

rozhovor prezidenta s moderátorem označili za pořady, které zjevně (TV Barrandov) či méně zjevně (TV Nova) stranily a nahrávaly prezidentu Zemanovi.

6.4 Závěr kvalitativního výzkumu

Respondenti se na většině názorů shodli. Část jejich odpovědí také korespondovala se závěry analýzy uvedené v kapitole o předvolebních prezidentských debatách. Všichni respondenti se také shodli na tom, že TV Barrandov dělá prezidentu Zemanovi službu v tom, že mu poskytuje mediální prostor a moderátor nedodrží novinářské standardy a prezidentovi neklade nepříjemné dotazy, ani ho nekonfrontuje. A prezident Zeman „přátelského“ prostředí TV Barrandov využívá ke své prezentaci. Dotazovaní respondenti se ale neshodli na tom, jak by měla vypadat prezentace prezidenta v televizních médiích, kdy si část myslí, že by se prezident republiky v médiích pravidelně prezentovat neměl.

7 KVANTITATIVNÍ VÝZKUM

Součástí této diplomové práce je i kvantitativní výzkum, který zkoumá postoje a názory pracovníků mediální společnosti *Economia a. s.* ohledně prezidenta Miloše Zemana, jeho prezentace v televizních médiích a jejich celkový náhled na česká televizní média. Účelem kvantitativního výzkumu je získání dat o četnosti a míře daných postojů a jejich porovnání s výsledky analýzy médií a závěry z hloubkových rozhovorů v praktické části v kapitole 6.

7.1 Cíl výzkumu

Cílem kvantitativního výzkumu je zachycení postojů a názorů pracovníků mediálního domu *Economia a. s.* Respondenti pracují v redakci jako novináři, editoři, zprávaři nebo komentátoři a vedoucí pracovníci redakcí. Zkoumány jsou tři hypotézy.

- a) Více než 70 procent dotázaných pravidelně sleduje *Týden s prezidentem*, či jej sleduje jen občas, či jen jeho části.
- b) Více než 90 procent z těch, kteří pravidelně sledují, či se občas dívají nebo sledují vybrané pasáže pořadu *Týden s prezidentem*, považuje pořad za neobjektivní a vyvážený, případně za spíše neobjektivní a spíše nevyvážený.
- c) Více než 80 procent těch, kteří považují existenci veřejnoprávní televize v České republice za spíše důležitou, spíše nedůležitou nebo nedůležitou, považují zpravodajství České televize za spíše objektivní, spíše neobjektivní nebo neobjektivní.

7.2 Výzkumný vzorek

Výzkumný vzorek respondentů dotazníkové šetření jsou členové redakcí deníku *Hospodářské noviny* a *Aktuálně.cz*. Výzkumný vzorek respondentů byl vybrán záměrně tak, aby výzkum ukázal postoje a názory úzké skupiny lidí, která se podílí na vzniku mediálního obsahu. V Tabulce 1 jsou uvedeny základní parametry získaného souboru.

Tabulka 1: Základní parametry získaného souboru

		Počet	Podíl
Pohlaví	Muž	79	65 %
	Žena	42	35 %
Vzdělání	Vysokoškolské	100	83 %
	Střední s maturitou	21	17 %
	Střední bez maturity	0	0 %
	Vyučení	0	0 %
	Základní	0	0 %

Zdroj: dotazníkové šetření

7.3 Výzkumná metodika

Jako výzkumná metoda kvantitativního výzkumu bylo zvoleno dotazníkové šetření. Dotazník (viz Příloha F) byl šířen v tištěné podobě mezi 150 pracovníky redakce deníku Hospodářské noviny a Aktuálně.cz. Následně byly dotazníky vyhodnoceny v přehledných grafem.

7.4 Časová organizace výzkumu

Sběr dat byl proveden v týdnu od 1. do 7. února 2018, tedy po předvolebních prezidentských debatách i po prezidentských volbách, které se konaly v lednu 2018 tak, aby šetřením mohly být zjištěny i názory na předvolební prezidentské debata a vystupování prezidenta Zemana v nich. Archy s dotazníkem byly respondentům položeny na jejich pracovní stoly, aby je mohli vyplnit. Následující den od nich byly dotazníkové archy vybrány.

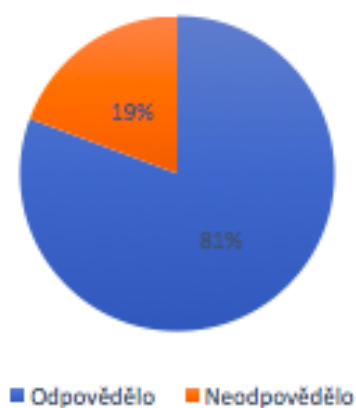
7.5 Výsledky výzkumu

Níže jsou přehledně prezentována zjištění dotazníkového šetření, která jsou doplněna o grafy, které usnadní orientaci v textu. Přehled výsledků dotazníkového šetření, z kterého vycházejí i výsledky výzkumu, je uspořádán do datové matice (viz Příloha G)

První graf znázorňuje na kolik z rozdaných dotazníků bylo odpovězeno. Ze 150 pracovníků redakce deníku Hospodářské noviny a on-line deníku Aktuálně.cz, kterým byl dotazník předložen, se do dotazníkové šetření zapojilo 121 lidí, což znamená 81 procent z oslovených.

Graf 1: Vyhodnocení účasti

Kolik z oslovených pracovníků Economia a.s. se zapojilo do dotazníkového šetření?

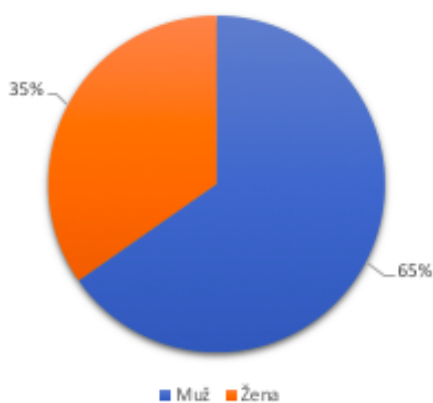


Zdroj: dotazníkové šetření

Do dotazníkové šetření se zapojili jak ženy, tak i muži. Převažovali ale muži, kterých se do dotazníkové šetření zapojilo 79, oproti 42 ženám. Názorně je rozložení zobrazeno v Grafu 2.

Graf 2: Vyhodnocení otázky č. 1

1. Jste muž, nebo žena?

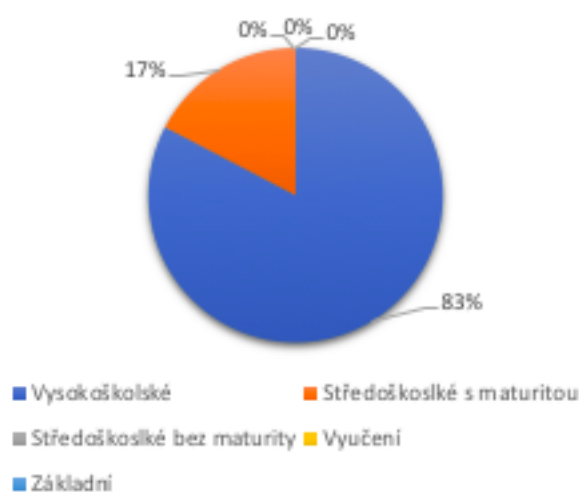


Zdroj: dotazníkové šetření

Druhá otázka se týkala vzdělání respondentů. Více než čtyři pětiny respondentů odpověděly, že dosáhly vysokoškolského vzdělání. Necelá pětina respondentů dosáhla středoškolského vzdělání s maturitou. Nižšího vzdělání nikdo z respondentů nedosáhl.

Graf 3: Vyhodnocení otázky č. 2

2. Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?



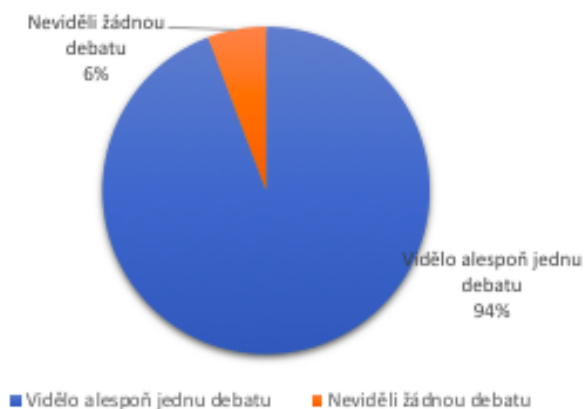
Zdroj: dotazníkové šetření

Další otázkou bylo zjišťováno, zda respondent viděl celou nebo alespoň část některého z předvolebních prezidentských pořadů, které byly odvysílány v lednu 2018 na ČT, TV Nova, TV Prima a TV Barrandov. Z šetření vyplynulo, že 94 procent respondentů vidělo alespoň jednu (nebo její část) televizní debat, což znázorňuje Graf 4. Jednoznačně nejsledovanější byla prezidentská debata, kterou uvedla Česká televize. Tu vidělo (nebo alespoň její část) 93 procent respondentů. Druhou nejsledovanější byla mezi respondenty debata na TV Prima, které se stejně jako debaty na ČT zúčastnili oba prezidentští kandidáti. Debatu na TV Prima vidělo (nebo její část) 79 procent respondentů. Předvolební prezidentské pořady na TV Nova a TV Prima, kde byl pouze jeden prezidentský kandidát (Miloš Zeman) měly mezi respondenty výrazně nižší sledovanost. Pořad na TV Nova vidělo 44 procent respondentů, pořad na TV Barrandov

30 procent respondentů. Sledovanost jednotlivých pořadů je uspořádána do sloupcového grafu pro větší přehlednost, což znázorňuje Graf 5

Graf 4: Částečné vyhodnocení otázky č. 3

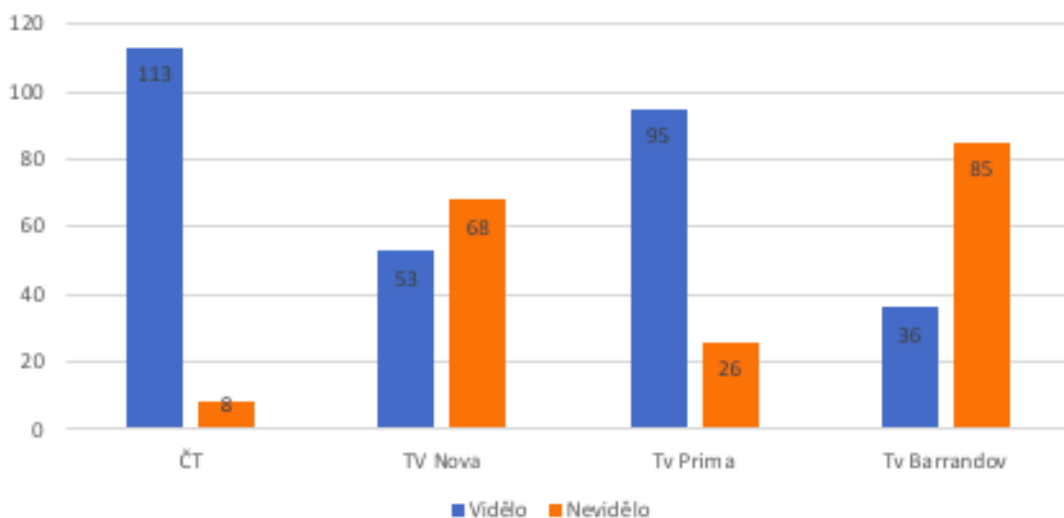
Kolik respondentů vidělo (nebo její část) alespoň jednu předvolební prezidentskou debatu?



Zdroj: dotazníkové šetření

Graf 5: Vyhodnocení otázky č. 3

Kolik respondentů vidělo (nebo její část) jednotlivé předvolební prezidentské pořady?

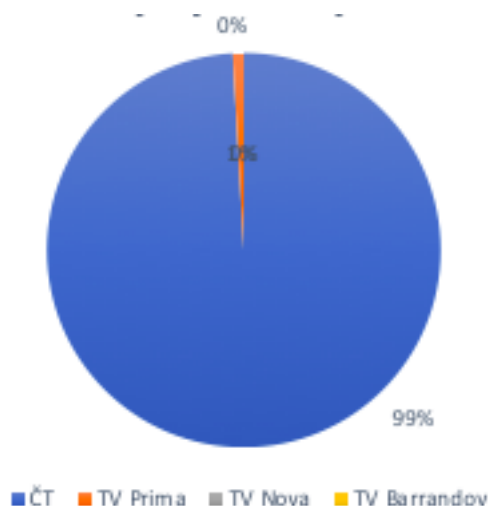


Zdroj: dotazníkové šetření

V další části dotazníku respondenti (kteří viděli alespoň část z jedné z předvolebních debat) hodnotili, která se jim zdála nejobjektivnější. Dotazníkové šetření ukázalo, že jednoznačně se respondentům zdála nejobjektivnější debata na České televizi. Tu jako nejobjektivnější zvolilo 100 procent respondentů, kteří viděli (část) aspoň jeden prezidentský předvolební pořad. Pouze jeden respondent označil jako nejobjektivnější debatu na TV Prima, což ale při vyhodnocení nebylo ani jedno procent respondentů. Výsledky znázorňuje Graf 6.

Graf 6: Vyhodnocení otázky č. 4

Která z předvolebních debat byla dle vašeho mínění nejobjektivnější?



Zdroj dotazníkové šetření

Dalším dotazem bylo zjišťováno, zda respondenti považují za důležitou existenci veřejnoprávní televize v České republice. 90 procent respondentů považuje existenci veřejnoprávní televize za důležitou, 8 procent poté za spíše důležitou. Pouze jeden respondent považuje existenci veřejnoprávní televize v Česku za spíše nedůležitou a jeden za nedůležitou. Přehledně výsledky shrnuje Graf 7.

Graf 7: Vyhodnocení otázky č. 5

Považujete za důležitou existenci veřejnoprávní televize v České republice?

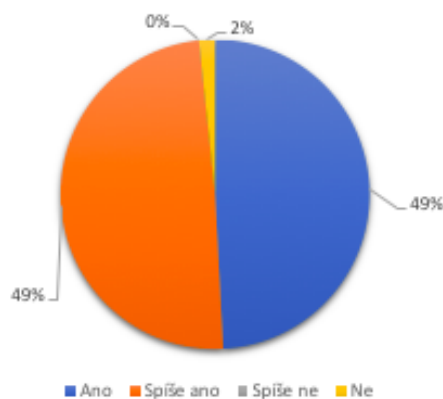


Zdroj: dotazníkové šetření

Dalším dotazem bylo zjišťováno, zda respondenti považují zpravodajství veřejnoprávní televize v Česku obecně za objektivní. Zatímco existenci veřejnoprávní televize považuje za důležitou 90 procent respondentů, její zpravodajství považuje za objektivní jen 49 procent respondentů. Za spíše objektivní poté zpravodajství veřejnoprávní televize označilo 49 procent respondentů. Za neobjektivní ho označila dvě procenta respondentů. Přehledně to znázorňuje Graf 8.

Graf 8: Vyhodnocení otázky č. 6

Myslíte si, že veřejnoprávní televize v České republice přináší objektivní zpravodajství?

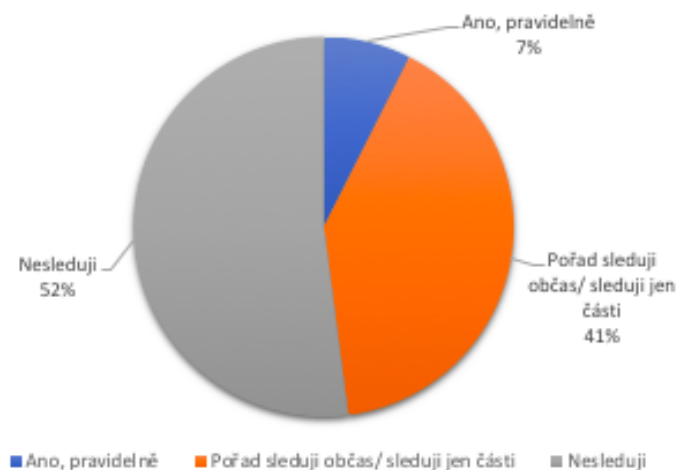


Zdroj: dotazníkové šetření

Následující dotaz zjišťoval, zda respondenti sledují diskusní pořad na TV Barrandov Týden s prezidentem. Pořad nesleduje (ani vybrané části) více než polovina (52 procent) respondentů. 41 procent respondentů sleduje pořad pouze občas nebo jen jeho vybrané části. Pouze 7 procent respondentů uvedlo, že pořad sleduje pravidelně. Graf 9 znázorňuje, jak a jakým způsobem respondenti jediný pravidelný televizní pořad, ve kterém prezident Zeman vystupuje, sledují.

Graf 9: Vyhodnocení otázky č. 7

Sledujete diskusní pořad na TV Barrandov Týden s prezidentem?

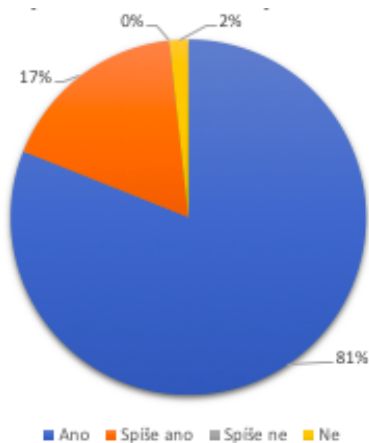


Zdroj: dotazníkové šetření

Další část dotazníkové šetření zjišťovala názor respondentů na pořad Týden s prezidentem. Této části dotazníkové šetření se zúčastnilo jen 48 procent respondentů a to těch, kteří uvedli, že pořad sledují pravidelně nebo občas, či jeho vybrané části. Osmým dotazem bylo zjišťováno, jestli respondenti vnímali pořad jako součást předvolební kampaně prezidenta Zemana. 81 procent respondentů uvedlo, že ano a 17 procent uvedlo, že spíše ano. Pouze jediný respondent uvedl, že účast Zemana v pořadu Týden s prezidentem nevnímá jako součást jeho předvolební kampaně, což představovalo dvě procenta respondentů. Přehledně to zobrazuje Graf 10.

Graf 10: Vyhodnocení otázky č. 8

Byla podle vás účast prezidenta Miloše Zemana v pořadu Týden s prezidentem na TV Barrandov součástí jeho předvolební kampaně?

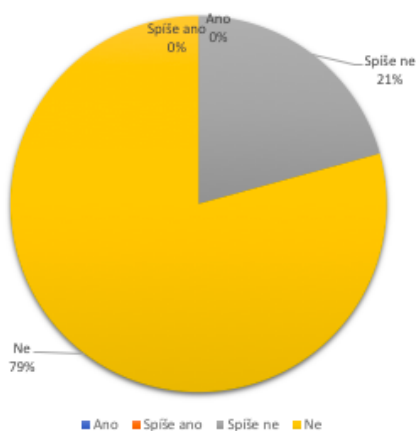


Zdroj: dotazníkové šetření

Poslední otázka zjišťovala, zda respondenti, kteří pořad Týden s prezidentem pravidelně, občas, či jen jeho části sledují, považují za vyvážený a objektivní. Čtyři pětiny respondentů se shodly na tom, že pořad není vyvážený a objektivní. Odpovědělo tak 79 procent respondentů. Za spíše nevyvážený ho považuje 21 procent respondentů. Za spíše nebo zcela vyvážený a objektivní pořad nepovažuje nikdo z respondentů. Přehledně to zobrazuje Graf 11.

Graf 11: Vyhodnocení otázky č. 9

Považujete publicistický pořad Týden s prezidentem za vyvážený a objektivní?



Zdroj: dotazníkové šetření

7.6 Interpretace a diskuse výsledků

Dotazníkové šetření bylo prováděno na 150 pracovnících mediálního domu *Economia a. s.*, kteří se podílejí na obsahu *Hospodářských novin* a serveru *Aktuálně.cz*. Jedná se tak zejména o redaktory, novináře, editory apod. Dotazníky byly šířeny v tištěné podobě v redakci. Ze 150 rozdaných dotazníků jich bylo zpět odevzdáno/posbíráno 121. Což znamená, že se do dotazníkového šetření zapojilo 81 procent dotázaných. 83 procent respondentů, kteří odpověděli dosáhli vysokoškolského stupně vzdělání, 17 procent dotázaných odpovědělo, že dosáhli středoškolského vzdělání s maturitou. Nikdo z dotazovaných nedosáhl nižšího vzdělání, což svědčí o poměrně vysoké úrovni vzdělání pracovníků redakcí *Hospodářských novin* a *Aktuálně.cz*.

93 procent dotazovaných uvedlo, že vidělo prezidentskou předvolební debatu na České televizi. Pouze 7 procent debatu na České televizi nevidělo. Televizní debata na TV Prima byla u těch respondentů, kteří odpověděli, druhá nejsledovanější prezidentská debata. Vidělo ji, nebo alespoň její část, 79 procent respondentů. Televizní prezidentský pořad na TV Nova vidělo pouze 44 procent respondentů, kteří odpověděli na dotazník. Nejméně sledovaným předvolebním prezidentským pořadem u respondentů byl pořad na TV Barrandov. Z těch, kteří na dotazník odpověděli ho vidělo pouze 30 procent lidí. Deset lidí, z těch, co vyplnili dotazník, uvedlo, že žádnou prezidentskou předvolební debatu či pořad nevidělo, což tvoří jen 8 procent respondentů.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že nejobjektivnější se respondentům zdála být debata na ČT. Tu jako nejobjektivnější označilo 99 procent respondentů, pouze jeden dotázaný označil jako nejobjektivnější debatu na TV Prima, což nepředstavuje ani jedno procent respondentů.

Z šetření také vyplynulo, že většina respondentů odpověděla na dotaz, jestli považuje za důležitou existenci veřejnoprávní televize v České republice ano, nebo spíše ano. 90 procent respondentů odpovědělo, že ano, 8 procent uvedlo spíše ano a odpověď spíše ne, a ne uvedlo po jednom procentu respondentů.

Na dotaz, jestli veřejnoprávní televize v České republice přináší objektivní zpravodajství odpovědělo ano 49 procent respondentů a spíše ano uvedlo také 49 procent. Pouze dvě procenta respondentů odpověděli, že veřejnoprávní televize v České republice nepřináší objektivní zpravodajství.

Publicistický pořad na TV Barrandov Týden s prezidentem z dotázaných respondentů pravidelně sleduje jen 7 procent. Občas pořad sleduje, či sleduje jen jeho vybrané části 41 procent dotázaných. Většina, což představuje 52 procent, uvedla, že pořad Týden s prezidentem nesleduje.

Z těch, kdo pořad sledují pravidelně, či jen občas nebo jen jeho části, tak 81 procent z nich uvedlo, že účast prezidenta Zemana v pořadu Týden s prezidentem na TV Barrandov byla součástí jeho předvolební kampaně. 17 procent z dotazovaných uvedlo na dotaz, jestli Zemanova účast v Týdnu s prezidentem byla součástí jeho kampaně spíše ano. Pouze dvě procenta uvedla, že Zemanova účast v pořadu Týden s prezidentem nebyla součástí jeho předvolební kampaně.

Z těch, co se na pořad Týden s prezidentem pravidelně dívají, nebo ho sledují jen občas, či jeho části, 79 procent uvedlo, že pořad není objektivní. 21 procent uvedlo, že pořad je spíše neobjektivní. Nikdo z dotazovaných neuvedl, že by pořad byl spíše objektivní nebo objektivní.

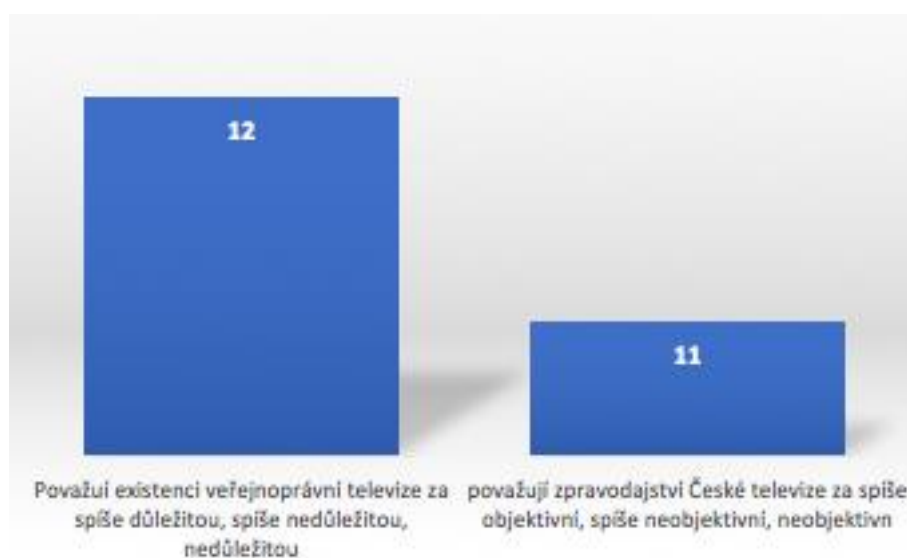
První hypotéza, která zní „*více než 70 procent dotázaných pravidelně sleduje Týden s prezidentem, či jej sleduje jen občas, či je jen jeho části*“, byla vyvrácena. Hypotéza předpokládala, že většina pracovníků redakce Hospodářských novin a serveru Aktuálně.cz pravidelně, nebo občas sleduje Týden s prezidentem, či sleduje alespoň vybrané části pořadu. Vysoký podíl sledujících byl v hypotéze zvolen proto, že tazatelka předpokládala, že informace z pořadu pracovníci médií využívají ke své práci a k rozšiřování svých znalostí o názorech prezidenta Miloše Zemana. Dotazníkové šetření ale ukázalo, že pořad Týden s prezidentem nesleduje 52 procent dotázaných, což hypotézu č. 1 vyvrací. Přehledně to znázorňuje Graf 9.

Druhá hypotéza, která zněla „*více než 90 procent z těch, kteří pravidelně sledují, či se občas dívají nebo sledují vybrané pasáže pořadu Týden s prezidentem, považuje pořad za neobjektivní a vyvážený, případně za spíše neobjektivní*“, byla potvrzena. 100 % těch, kteří pravidelně sledují, či se občas dívají nebo sledují vybrané pasáže pořadu Týden s prezidentem, považují pořad buď za neobjektivní a nevyvážený, nebo za spíše neobjektivní a spíše nevyvážený. Výsledky dotazníkového šetření tak korespondují i se závěry analýz. Hypotézu č. 2 vyvrací Graf 11.

Třetí hypotéza, která byla stanovena tak, že „více než 80 procent těch, kteří považují existenci veřejnoprávní televize v České republice za spíše důležitou, spíše nedůležitou nebo nedůležitou, považují zpravodajství České televize za spíše objektivní, spíše neobjektivní, neobjektivní,“ byla potvrzena. 100 procent těch, kteří považují existenci veřejnoprávní televize v České republice za spíše důležitou, spíše nedůležitou nebo nedůležitou, považují zpravodajství České televize za spíše objektivní, spíše neobjektivní, neobjektivní. Hypotéza dokazuje přímou úměru mezi důvěrou ve veřejnoprávní Českou televizi a názorem na důležitost její existence v České republice. Potvrzení hypotézy znázorňuje Graf 12, který byl pro přehlednost zpracován jako sloupcový.

Graf 12: Vyhodnocení hypotézy č. 3

Kolik z těch, kteří nepovažují existenci veřejnoprávní televize v ČR za důležitou, nepokládá za zcela objektivní zpravodajství ČT?



Zdroj: dotazníkové šetření

7.7 Závěry kvantitativního výzkumu

Dotazníkové šetření ukázalo, že členové redakcí deníku Hospodářské noviny a serveru Aktuálně.cz mají poměrně jednotný názor na to, jak nahlízejí na česká televizní média, publicistický pořad Týden s prezidentem na TV Barrandov i důležitost existence veřejnoprávní televize v České republice. Podobně hodnotí i pořad Týden s prezidentem na TV Barrandov. Dotazníkové šetření bylo exkluzivní v tom, že přineslo názor velmi

specifické a úzké skupiny lidí, jejíž názory na podobné téma v minulosti zkoumány nebyly. Většina respondentů považuje za důležitou existenci veřejnoprávní televize v České republice a zároveň většina respondentů považuje nebo spíše považuje zpravodajství České televize za objektivní. Jednoznačně nejsledovanějším prezidentským předvolebním pořadem byla debata prezidentských kandidátů na České televizi, která byla respondenty vyhodnocena i jako nejobektivnější. Dotazníkové šetření také ukázalo, že většina respondentů se na diskusní pořad Týden s prezidentem, který je jediný pořad, kde prezident Zeman pravidelně vystupuje, nedívá. Což vyvrátilo první hypotézu, která předpokládala, že se na pořad dívá nejméně 70 procent respondentů, aby měli přehled o Zemanových názorech apod. Další dvě hypotézy byly potvrzeny.

ZÁVĚR

Cílem této diplomové práce bylo analyzovat a porovnat mediální prezentaci prezidenta Miloše Zemana od května do prosince 2018 v českých televizích na stanicích České televize, TV Nova, TV Prima a TV Barrandov. Pro úplné dokreslení a úplnost byly do práce doplněny i Zemanovy mediální výstupy z ledna roku 2018, kdy vrcholila prezidentská kampaň před druhou přímou volbou prezidenta. Záměrem práce bylo zachytit rozdílnost prezentace prezidenta Zemana ve zpravodajských i publicistických pořadech na jednotlivých televizních stanicích, a především pak poukázat na rozdílnost v jeho prezentování ve veřejnoprávních a komerčních televizních médiích. Stěžejním bodem diplomové práce jsou tak analýzy zpráv a analýzy publicistických pořadů – předvolebních prezidentských debat a pořadů. Srovnání a analýzy jsou podloženy teoretickými východisky popsaných v první části práce.

Celkem byly analyzovány dvě zprávy, které byly prezentovány ve zpravodajských relacích jednotlivých televizí. Vybrána byla zpráva o nepovedeném ceremoniálu na Pražském hradě za účasti tehdejšího předsedy vlády Bohuslava Sobotka a zpráva, která přinesla informaci o tom, že prezident Zeman jmenoval předsedu hnutí ANO Andreje Babiše předsedou vlády. Z analýz vyplynulo, že nejucelenější zpravodajství o prezidentu Miloši Zemanovi a o krocích, které jako prezident činí, přináší divákům Česká televize. Z analýzy také vyplynulo, že zpravodajství na TV Nova a TV Barrandov, diváky nemátlo a informovalo je, ale podávalo jim informace zjednodušeně, neuceleně a bez širších politických souvislostí. V analýzách nejsou zařazeny zprávy TV Prima, neboť ty jsou dostupné pouze na vyžádání Policie ČR. Analýza tedy není tak úplná, jak bylo původně plánováno. Z toho důvodu, a z důvodu aktuálnějšího vyznění diplomové práce, byly do analýzy zařazeny i prezidentské předvolební pořady, které se konaly v průběhu ledna 2018, tedy před druhým kolem druhé přímé prezidentské volby. Prezident Zeman se zúčastnil pořadů v České televizi, TV Nova, TV Prima a TV Barrandov, jeho protikandidát Jiří Drahoš se ale zúčastnil pouze pořadů ve veřejnoprávní televizi a na TV Prima. Z analýzy těchto publicistických pořadů vyplývá, že pořady na komerčních stanicích TV Nova, TV Prima i TV Barrandov, více, či méně stranily Zemanovi. A o výběrem témat, prostředí nebo

moderátora. Dle analýzy a hodnocení médií byla nejobektivnějším předvolební pořadem debata na České televizi.

Jako nejvíce zaujatá a tendenční televize je dle analýz zpravodajství i publicistických pořadů TV Barrandov. Ta prezidentu Zemanovi dává mimořádný prostor tím, že na stanici má pravidelný diskusní pořad Týden s prezidentem a také tím, že pořady moderuje šéf televize Jaromír Soukup. Ten v diskusích se Zemanem neplní roli moderátora a oponenta, ale straní mu, nepokládá mu nepříjemné dotazy, a naopak mu tématy i dotazy nahrává tak, aby se prezident mohl prezentovat a přesvědčovat voliče bez rizika konfrontace.

Praktická část diplomové práce obsahuje kvalitativní výzkum, v podobě hloubkových rozhovorů se zkušenými novináři a editory deníku Hospodářské noviny a on-line deníku Aktuálně.cz. Rozhovory přinášejí hlubší vhled do problematiky prezentace Miloše Zemana v televizních médiích, proměnu pohledu veřejnosti na média, přístup Miloše Zemana k médiím a jeho opakovanou kritiku zejména České televize. Respondenti také zhodnotili možné důsledky tohoto chování pro českou společnost. Všichni se víceméně shodli, že ztráta důvěry veřejnosti v seriózní média může vést k ohrožení samotné podstaty demokracie. Právě ke ztrátě důvěry veřejnosti v seriózní média přispívá podle respondentů svými výroky i prezident Miloš Zeman.

V další části praktické části je kvantitativní výzkum pomocí dotazníkového šetření. Dotazníkové šetření zmapovalo názor novinářů, editorů a komentátorů deníku Hospodářské noviny a on-line deníku Aktuálně.cz, což je poměrně úzká skupina lidí, jejíž názor na tuto problematiku ještě nikdo nezjišťoval. Cílem bylo zjistit názory úzké skupiny lidí, která se přímo podílí na mediálním obsahu výše zmíněných médií. Dotazníkové šetření ukázalo že pracovníci Hospodářských novin a Aktuálně.cz zastávají poměrně jednotný názor na předvolební prezidentské debaty, kdy jako jasně nejobektivnější zvolili právě tu na České televizi. Zároveň se většina shodla na tom, že existence veřejnoprávní televize v České republice je velmi důležitá, zároveň se většina shodla na tom, že Česká televize přináší objektivní nebo spíše objektivní zpravodajství. Dotazníkové šetření také ukázalo, že na jediný pravidelný televizní pořad, kde Zeman vystupuje – Týden s prezidentem, se dívá méně než polovina dotázaných. Dotazníkové šetření také ukázalo, že pořad považují za nevyvážený a neobjektivní a vnímají ho jako

součástí Zemanovy předvolební kampaně před druhou přímou prezidentskou volbou v roce 2018.

Analýzy, kvalitativní i kvantitativní výzkum ukázal, že nejuceleněji v minulých měsících ve zpravodajství o Miloši Zemanovi informovala Česká televize. Stejně tak nejobjektivnější prezidentský předvolební pořad přinesla veřejnoprávní Česká televize. Analýza i hloubkové rozhovory ukázaly na větší či menší míru neprofesionality komerčních stanic, kterým jde zejména o přilákání diváků a tím o zisk. Největší zaujatost pak dle analýz a výzkum můžeme pozorovat u TV Barrandov v čele s ředitelem a moderátorem Jaromírem Soukupem.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

BEDNÁŘ, Vojtěch. Mediální komunikace pro management. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3629-7.

BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8.

ČMEJRKOVÁ, Světlá a Jana HOFFMANNOVÁ, ed. Jazyk, média, politika. Praha: Academia, 2003. ISBN 80-200-1034-3.

HEJLOVÁ, Denisa. *Public relations*. Praha: Grada Publishing, 2015. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-5022-4.

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

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Média a společnost. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.

KARLÍK, Petr a Miroslav GREPL. *Skladba spisovné češtiny*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. 1986.

OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, s. 11. ISBN 978-80-246-3229-2.

VERNER, Pavel. Zpravodajství a publicistika. Vyd. 2., upr. a dopl. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-80-86723-88-4.

ZEMAN, Miloš. Jak jsem se mýlil v politice. 2. vyd. Praha: Ottovo, 2005. ISBN 9788073602604.

Seznam použitých zahraničních zdrojů

BUČEK, Jaroslav a Marián ZOUHAR. *Argumentácia a médiá*. Univerzita Komenského v Bratislavě. 2015, ISBN 978-80-223-398-1-0.

BUČEK, Jaroslav. Rola moderátora v masmediálním dialógu. Zlín: VeRBuM, 2012. ISBN 978-80-87500-21-7.

GIDDENS, Anthony. Sociologie. Praha: Argo, 1999<. ISBN 80-7203-124-4.

LIPPMANN, Walter. Public opinion. New Brunswick, N.J., U.S.A.: Transaction Publishers, c1997. ISBN 1-56000-999-3.

MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Vyd. 2. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-7178-714-0.

WATSON, Tom a Paul NOBLE. *Evaluating public relations: a best practice guide to public relations planning, research & evaluation*. 2nd ed. Philadelphia: Kogan Page, 2007. ISBN 9780749449797.

Seznam použitých internetových zdrojů

ako a haf. První prezidentská debata. Co zaznělo v duelu Zemana s Drahošem? *IRozhlas* [online]. 23. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/volby/debata-prezidentskych-kandidatu-milos-zeman-jiri-drahos-prima_1801231705_ako

Aktuálně.cz. *E.conomia* [online]. [cit. 2018-02-19]. Dostupné z: Nadprůměrně jsou zastoupeni návštěvníci z vyšší střední a střední třídy, vzdělanější část internetové populace z domácností s vyšší životní úrovní.

Aktuálně.cz. Minutu po minutě: Knížeti už volal Nečas i Sobotka. *Aktuálně.cz* [online]. 29. 5. 2010 [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: https://zpravy.aktualne.cz/domaci/minutu-po-minute-knizeti-uz-volal-necas-i-sobotka/r~i:article:669469/?_ga=2.34791203.301156840.1510521377-660350768.1466839071

Česko hledá prezidenta. *Demagog* [online]. 23. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://demagog.cz/diskuze/cesko-hleda-prezidenta>

Česko hledá prezidenta. *Demagog* [online]. 23. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://demagog.cz/diskuze/cesko-hleda-prezidenta>

Český statistický úřad. Volba prezidenta republiky konaná ve dnech 12.01. – 13.01.2018. *Volby.cz* [online]. 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://www.volby.cz/pls/prez2018/pe2?xjazyk=CZ>

ČMEJRKOVÁ, Světlá. Televizní interview a jiné duely. Mediální dialog jako žánr veřejného projevu. *Slovo a slovesnost: Ústav pro jazyk český Akademie věd ČR*, v. v. i. [online]. [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=3855>

ČT24 a mka. *Budu znovu kandidovat na prezidenta, oznámil Zeman svým příznivcům* [online]. 9. 3. 2017 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/2053576-budu-znovu-kandidovat-na-prezidenta-oznamil-zeman-svym-priznivcum>

ČT24. *MINUTU PO MINUTĚ: Novým českým prezidentem bude Zeman, nebo Drahoš* [online]. In: . 13. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/2360326-minutu-po-minute-volebni-mistnosti-se-uzavrely-komisari-zacali-scitat-hlasy>

ČTK a mka. *Budu znovu kandidovat na prezidenta, oznámil Zeman svým příznivcům* [online]. 9.3.2017 [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/2053576-budu-znovu-kandidovat-na-prezidenta-oznamil-zeman-svym-priznivcum>

ČTK a simao. „Ubohost, mdlý Voříšek, nedůstojné prostředí.“ Odborníci cupují střet Zemana s Drahošem. *Blesk.cz: Zprávy* [online]. 24. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://www.blesk.cz/clanek/volby-prezidentske-volby-2018/520298/ubohost-mdly-vorisek-nedustojne-prostredi-odbornici-cupuji-stret-zemana-s-drahosem.html>

ČTK. Čínská CEFC odešla ze společností Empresa Media a Médea. *České noviny* [online]. 7. 9. 2017 [cit. 2018-02-11]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/cinska-cefc-odesla-ze-spolecnosti-empresa-media-a-medea/1524381>

ČTK. Drahoš: Výběr témat v duelu byl bulvární, chyběla důležitá témata. *České noviny* [online]. 24. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z:

<http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/drahos-vyber-temat-v-duelu-byl-bulvarni-chybeladulezita-temata/1577441>

ČTK. Experti: Druhá prezidentská debata nemá vítěze, Drahoš se zlepšil. *České noviny* [online]. 25.1.2018 [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/experti-druha-prezidentska-debata-nema-viteze-drahos-se-zlepsil/1578046>

ČTK. Novinářské ceny znají své vítěze, bodovalo i Aktuálně.cz. *Aktuálně.cz* [online]. 29. 4. 2014 [cit. 2018-02-19]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/novinarskou-cenu-za-rok-2013-si-prevzalo-11-vitezu/r~7bd701f0cfce11e392710025900fea04/>

ČTK. Prezidentskou debatu v ČT sledovalo v průměru 2,6 milionu diváků. *České noviny* [online]. 25. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/prezidentskou-debatu-v-ct-sledovalo-v-prumeru-2-6-milionu-divaku/1578044>

ČTK. Výběr témat v duelu byl bulvární, tvrdí Drahoš. Prima i moderátor Voříšek kritiku odmítli. *IRozhlas* [online]. 25. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/volby/prezidentska-debata-jiri-drahos-prima-kritika_1801251121_ako

ČTK. Zeman má 113.038 podpisů pro prezidentskou kandidaturu [online]. 6.11.2017 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/zeman-ma-113-038-podpisu-pro-prezidentskou-kandidaturu/1547585>

Debata na ČT: Witovská hvězdou večera. Takto hodnotí večerní duel politici. *Info.cz* [online]. 25. 1. 2018 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <http://www.info.cz/volby/prezidentske-volby-2018/debata-na-ct-witowska-hvezdou-vecera-takto-hodnoti-vecerni-duel-politici-23040.html>

Domáci. Zeman ve Zbirohu dostal na rozloučenou kalašnikov "na novináře" s Becherovkou místo zásobníku. *Aktuálně.cz* [online]. 20.10.2017 [cit. 2018-03-03]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zeman-zakoncil-navstevu-plzenskeho-kraje-dostal-pusku-na-nov/r~fbd34f08b5b211e7a8460025900fea04/>

DRAGOUN, Radek. Soukupa v Zemanově "vítězném týmu" řešit nebudeme, lidi si to musí přebrat sami, říká vysílací rada. *Aktuálně.cz* [online]. 30. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/soukupa-v-zemanove-vitezne-m-tymu-resit-nebudeme-lidi-si-to-m/r~8452e55c051611e8b7a3ac1f6b220ee8/>

DRAGOUN, Radek. Vláda s Babišem je pro komunisty poslední šance, jinak v parlamentu končí, říká porevoluční šéf KSČM. *Aktuálně.cz* [online]. 28. 2. 2018 [cit. 2018-02-28]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/vlada-s-babisem-je-pro-komunisty-posledni-sance-jinak-v-parl/r~2100e2dc1bf111e883510cc47ab5f122/>

Drtinová Veselovský TV: Exkluzivní rozhovory. Politika, byznys, společnost. První publicistický videokanál [online]. [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/dvtv/napsal-jsem-spoustu-textu-o-sexu-show-pro-zeny-pak-byly-uzas/r~36247cb0a9e611e6b5600025900fea04/>

Duel Jaromíra Soukupa - prezidentský speciál. *TV Barrandov* [online]. 22. 1. 2018 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <https://www.barrandov.tv/video/118321-duel-jaromira-soukupa-prezidentsky-special-22-1-2018>

Fred Smith. *Citáty slavných osobností* [online]. [cit. 2018-02-03]. Dostupné z: <https://citaty.net/autori/fred-smith/>

FRIDRICH, Milan. K čemu je ČT, veřejná služba? *Aktuálně.cz* [online]. 7. 7. 2011 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <http://blog.aktualne.cz/blogy/milan-fridrich.php?itemid=13657>

HONZEJK, Petr. *Hospodářské noviny* [online]. 16. 3. 2017 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://nazory.ihned.cz/c1-65662450-milos-zeman-na-tv-barrandov-zahajil-nekampan-pripominalo-to-putinovu-primou-linku>

Hospodářské noviny. *E.conomia* [online]. [cit. 2018-02-19]. Dostupné z: <http://economia.ihned.cz/inzerce/hospodarske-noviny/>

HRDLIČKOVÁ, Lucie. *Historie Hospodářských novin a jejich vývoj v 1. a 2. období transformace tisku*. Praha, 2010. Diplomová práce. 119 s. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce: Barbara Köpplová, s. 51.

CHUM, Jiří a Vladimír KŘIVKA. To nebyla diskuse prezidentských kandidátů, spíš estráda nebo sportovní zápas, říká komentátor Hartman. *IRozhlas.cz* [online]. 24. 1. 2018 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/volby/prezidentske-volby-2018-diskuze-drahos-zeman_1801241000_pj

JASINSKI, Petr. *Kurzy komunikace: Jak na gestikulaci rukou* [online]. [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <http://kurzykomunikace.cz/blog/jak-na-gestikulaci-rukou/>

JÍNOVÁ, Hana. *Komerční média. Media-tor 1: O médiích a práci v nich. Obrazovka do světa médií...* [online]. 9. 10. 2015 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://mediator1.upmedia.cz/slovnicek/komercni-media/>

JOSEPH, Rebecca. Czech president holds up gun marked 'for journalists' in latest dig at press. *Global news* [online]. 23.10.2017 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://globalnews.ca/news/3821049/czech-president-gun-for-journalists/>

Key Developments in 2016 [online]. [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/russia>

KLAPETEK, Milan. *Rétorika a komunikace: malý výkladový slovník pojmů* [online]. [cit. 2018-02-06]. s. 73. Dostupné z:
<http://milan.klapetek.cz/uploads/re/RETinnovata2.pdf>

Komedie na Hradě! Zeman šel na Sobotku s holí. VIDEO. *TN.cz* [online]. 4.5.2017 [cit. 2018-03-04]. Dostupné z: <http://tn.nova.cz/clanek/to-jste-jeste-nevideli-z-demise-vlady-je-totalni-fraska-video.html>

KREJČÍ, Ivan. Tisková zpráva z 22. zasedání 2017, konaného dne 19. 12. 2017. In: *RRTV* [online]. 21. 12. 2017 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z:
https://www.rrtv.cz/cz/files/press/TZ_22_17.pdf

KREJČÍ, Ivan. *Tisková zpráva z 3. zasedání 2018, konaného dne 6. 2. 2018* [online]. In: . 8. 2. 2018 [cit. 2018-02-08]. Dostupné z:
https://www.rrtv.cz/cz/files/press/TZ_03_18.pdf

Kvalitativní výzkum. *Alocin* [online]. [cit. 2018-02-13]. Dostupné z:
<http://www.jandova.com/quality.aspx>

Management společnosti. *IPrima* [online]. [cit. 2018-01-25]. Dostupné z:
<https://www.iprima.cz/management>

Management. *Nova Group* [online]. [cit. 2018-02-10]. Dostupné z:
<http://www.novagroup.cz/kdo-jsme/management>

mav. Ordinance měla 1,43 mil., Týden s prezidentem 220 tis. *MediaGuru* [online]. 17. 3. 2017 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z:
<https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/03/ordinace-mela-1-43-mil-tyden-s-prezidentem-220-tis/>

mav. Prezidentský speciál na Barrandově vidělo 659 tis. diváků. *Mediaguru* [online]. 23. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z:

<https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/01/prezidentsky-special-na-barrandove-videlo-659-tis-divaku/>

MAZANCOVÁ, Hana, Ondřej GOLIS, Jana KLÍMOVÁ a Kristýna NOVOTNÁ. *Hledání dárců ze spolku Přátel Miloše Zemana: nedostupné telefony, vazba na Janouška, sousedi je neznají* [online]. 30. 1. 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/volby/milos-zeman-spolek-pratele-milose-zemana-prezidentske-volby-2018-sponzorovani_1801300600_hm

MCLUHAN, Marshall. *Understanding Media: The extensions of man* [online]. London, New York, 1964 [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: http://robynbacken.com/text/nw_research.pdf

Miloš Zeman - prezident České republiky: Setkání s občany města Mohelnice, OVTV, Mohelnice, čtvrtek 9. listopadu 2017. *Facebook* [online]. 9. 11. 2017 [cit. 2018-02-11]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/prezidentcr/videos/1558001274282292/> mladým a perspektivním novinářů do 33 let věku za jejich významný žurnalistický počin.¹

Naše pořady. *TV Barrandov* [online]. [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://www.barrandov.tv/porady/>

NAŠE ZPRÁVY - 4.5.2017. *TV Barrandov* [online]. 4. 5. 2017 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <https://www.barrandov.tv/video/96603-nase-zpravy-4-5-2017>

NAŠE ZPRÁVY - 6.12.2017. *TV Barrandov* [online]. 6.12.2017 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <https://www.barrandov.tv/video/114241-nase-zpravy-6-12-2017>

Nejcitovanější mluvčí roku 2017: Jiří Ovčáček čtvrtý rok po sobě na špici. *Mediatenor* [online]. 7. 2. 2018 [cit. 2018-02-17]. Dostupné z: <https://www.mediatenor.cz/tiskove-zpravy/nejcitovanejsi-mluvci-roku-2017-jiri-ovcacek-ctvrty-rok-po-sobe-na-spici/>

NĚMCOVÁ, Barbora. Soukromého a oficiálního Ovčáčka zaměnit nelze, ujišťuje Hrad. Syndikát už analyzuje jeho tweety. Aktuálně.cz [online]. 15. 5. 2017 [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/syndikat-analyzuje-ovcackuv-twitter-sikanozni-postup-s-total/r~520e099c34af11e7b2a40025900fea04/?redirected=1516128595>

Nova je opět nejsledovanější televizí v Česku. Mediář [online]. 2. 1. 2018 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/nova-je-opet-nejsledovanejsi-televizi-v-cesku/>

Novinky. *Vyžeňte ho, nebo ho zabijte! zuřil Zeman ve Štrasburku* [online]. 11. 10. 2017 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/domaci/451509-vyzente-ho-nebo-ho-zabiju-zuril-zeman-ve-strasburku.html>

Organizační struktura. *Pražský hrad: Prezident ČR* [online]. [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/kancelar-prezidenta-republiky/organizacni-struktura>

OVČÁČEK, Jiří. Fikus by četl projev... In: *Twitter* [online]. [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://twitter.com/PREZIDENTmluvci/status/951037431607947264>

OVČÁČEK, Jiří. Ti ubožáci v Bakalově knížectví... In: *Twitter* [online]. 10. 1. 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://twitter.com/PREZIDENTmluvci/status/951131977645723649>

OVČÁČEK, Jiří. U Bakalů ukázali... In: *Twitter* [online]. 30. 1. 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://twitter.com/PREZIDENTmluvci/status/958429080357130240>

OVTV. In: *Facebook* [online]. [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/OVTV.cz/>

Pavel Tomášek. *Aktuálně.cz* [online]. [cit. 2018-02-19]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/autori/pavel-tomasek/1~i:author:34/?redirected=1519060170>

PLESL, Jaroslav. Železný postavil tiskárnu na peníze, které ho zničily. Nova má zlatá léta za sebou. *Hospodářské noviny* [online]. 31. 1. 2012 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://byznys.ihned.cz/zpravodajstvi-cesko/c1-54567970-zelezny-postavil-tiskarnu-na-penize-ktere-ho-znicily-nova-ma-zlata-leta-za-sebou>

POLÁK, Michal. Barrantov zvýhodnil Zemana, moderátor mu stranil, říká rada. Nemůžu suplovat Drahoše, hájí se Soukup. *Aktuálně.cz* [online]. 8. 2. 2018 [cit. 2018-02-08]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/tv-barrantov-vyrazne-zvyhodnila-zemana-tvrdi-rrtv/r~bba353820ce811e894960cc47ab5f122/>

Preambule a výklad pojmů: Kodex České televize. *Česká televize* [online]. [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/preambule-a-vyklad-pojmu/>

Prezidentské volby ČR 2013. *Aktuálně.cz* [online]. [cit. 2018-02-11]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/politika/prezidentske-volby-cr-2013/r~i:wiki:3300/?redirected=1518358076>

Prima PLUS. *IPrima* [online]. 19.5.2016 [cit. 2018-03-04]. Dostupné z: <http://www.iprima.cz/o-spolecnosti/prima-plus>

První prezidentskou debatu sledovalo na TV Nova přibližně 1,5 milionu diváků nad 15 let. *Nova* [online]. [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <http://tv.nova.cz/clanek/novinky/prvni-prezidentskou-debatu-sledovalo-na-tv-nova-priblizne-1-5-milionu-divaku-nad-15-let.html>

Stanice ČT loni nejsilnější v 15+, Nova drží 15-54 [online]. 2.1.2017 [cit. 2018-03-04]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/01/stanice-ct-loni-nejsilnejsi-v-15-nova-drzi-15-54/>

Studio ČT24. *Česká televize* [online]. 8.3.2013 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10101491767-studio-ct24/213411034000023-inaugurace-prezidenta-cr/>

ŠEVCŮJ, Ladislav. Miloš Zeman: Vyžene toho kameramana, nebo ho zabiju. *YouTube.com* [online]. 11. 10. 2017 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Jf7ipHDBGBM>

ŠRAJBROVÁ, Markéta. Witovská byla famózní, říká dramaturg prezidentské debaty. Moravec nelituje, že moderování odmítl. *Aktuálně.cz* [online]. 26. 1. 2018 [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/witowska-byla-famozni-rika-dramaturg-prezidentske-debaty-mor/r~abf7e77002b311e8afac0cc47ab5f122/>

TOMÁNEK, Tomáš. Kampan' nevedu, ale volte mě, prohlašuje prezident Zeman. *Lidovky.cz* [online]. 4. 11. 2017 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/kampan-nevedu-ale-volte-me-prohlasuje-prezident-zeman-pf5-/zpravy-domov.aspx?c=A171103_153451_in_domov_sij

ŤOPEK, Martin. Moravec odmítá moderovat debatu prezidentských kandidátů. Nechce být hromosvodem kritiky. *Aktuálně.cz* [online]. 16. 1. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/moravec-odmita-moderovat-debatu-prezidentskych-kandidatu-nec/r~140b76d6faeb11e7b6830cc47ab5f122/>

TUČEK, Milan. Důvěra k vybraným institucím veřejného života – říjen 2017. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.* [online]. 27. 11. 2017 [cit. 2018-02-13]. Dostupné z: https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a4460/f9/po171127.pdf

TÝDEN s prezidentem. In: *TV Barrandov* [online]. 4. 5. 2017 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://www.barrandov.tv/video/96938-tyden-s-prezidentem-4-5-2017>

Týden.cz je zpravodajský server, který spadá pod společnost Empresa Median a.s., stejně jako TV Barrandov.

Události. *Česká televize: iVysílání* [online]. 4.5.2017 [cit. 2018-03-04]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1097181328-udalosti/217411000100504>

Události. *Česká televize Česká televize: iVysílání* [online]. 6. 12. 2017 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/217411000101206/>

Veřejný rejstřík a Sběrka listin: Úplný výpis ze spolkového rejstříku. Justice.cz [online]. Praha: Ministerstvo spravedlnosti České republiky, ©2012 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=755893&typ=UPLNY&sp=H4sIAAAAAAAAAAIXQywrCQAwF0F%252BRwaWvjZvuRATdVEERRERivcK08yiZabEV%252F91uxCCCqzC5JyHM%250D%250AQzmyuG6IuxLBQSXHhyrQqESVSRKqi9VRDVRNpkLXu6vn4J2P xow8RNbFsC%252BIEI5a1CIqmSIMEIYb%250D%250AH9BrYcmR8DrzvxfdPFsUSi9QSFA9%252FZt1%252FmQ6WQi8tiUS4MrOS3IfJ3uZqt0K1wOtzEUHQtbxfz%250D%250AZXoQqor2HHzFGb5uKnzdvd9lILVihHEDM51%252FA6fnC6kuJj6TAQAA%250D%250A>

Video Jak poražený Zeman utíká v roce 2003 z Hradu, musíte v. *YouTube.com* [online]. 7. 11. 2017 [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=cIYPN4YIWzg>

Volba prezidenta republiky konaná ve dnech 11.01. – 12.01.2013. *Volby.cz* [online]. [cit. 2018-02-11]. Dostupné z: <https://www.volby.cz/pls/prez2013/pe2?xjazyk=CZ>

Volba prezidenta republiky konaná ve dnech 12.01. – 13.01.2018. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2018-03-05]. Dostupné z: <https://www.volby.cz/pls/prez2018/pe2?xjazyk=CZ>

Základní informace o ČT. *Česká televize* [online]. [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/zakladni-informace-o-ct/>

Základní informace o ČT. *Česká televize* [online]. [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/zakladni-informace-o-ct/>

Zákon č. 483/1991 Sb. o České televizi In: Sbírnka zákonů.1991. [online]. [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-483>

Zákon č. 71/2012 Sb. ze dne 8. února 2012, Ústavní zákon, kterým se mění ústavní zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky, ve znění pozdějších ústavních zákonů. [online]. [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: https://www.usoud.cz/fileadmin/user_upload/ustavni_soud_www/Pravni_uprava/71-2012.pdf

Zeman: Mynář nemá pozici jistou. Dluhy by se neměly odpouštět. *TN.cz* [online]. 22. 1. 2018 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <http://tn.nova.cz/clanek/sledujte-prezidentskou-debatu-od-20-00-zive-na-tn-cz-a-tv-nova.html>

ZPĚVÁČKOVÁ, Barbora. Stop imigrantům a Drahošovi, hlásají plakáty se Zemanem. *Novinky.cz* [online]. 18. 1. 2018 [cit. 2018-02-07].

Životopis: Osobní stránky prezidenta ČR. *Pražský hrad: Prezident ČR* [online]. [cit. 2018-03-05]. Dostupné z: <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr/zivotopis>

SEZNAM ZKRATEK

ČT – Česká televize

RRTV – Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Seznam obrázků

Obrázek 1: Schéma, při kterém jsou příjemci masové komunikace chápáni odděleně.....	13
Obrázek 2: Schéma, při kterém jsou příjemci masové komunikace chápáni tak, že mají vzájemné vazby.....	14
Obrázek 3: Schéma, kdy se hosté pořadu obrací i na přítomné, či tušené publikum.....	31
Obrázek 4: Schéma, kdy se hosté pořadu obrací i na přítomné, či tušené publikum, ale i k sobě navzájem.....	31
Obrázek 5: Duel Jaromíra Soukupa – prezidentský speciál.....	67
Obrázek 6: Vývoj důvěry v média.....	76

Seznam tabulek

Tabulka 1: Základní parametry získaného souboru.....	79
--	----

Seznam grafů

Graf 1: Vyhodnocení účasti.....	80
Graf 2: Vyhodnocení otázky č. 1.....	80
Graf 3: Vyhodnocení otázky č. 2.....	81
Graf 4: Částečné vyhodnocení otázky č. 3.....	82
Graf 5: Vyhodnocení otázky č. 3.....	82
Graf 6: Vyhodnocení otázky č. 4.....	83
Graf 7: Vyhodnocení otázky č. 5.....	84
Graf 8: Vyhodnocení otázky č. 6.....	84
Graf 9: Vyhodnocení otázky č. 7.....	85
Graf 10: Vyhodnocení otázky č. 8.....	86
Graf 11: Vyhodnocení otázky č. 9.....	86

Graf 12: Vyhodnocení hypotézy č. 3	89
--	----

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – E-mail Jaromíru Soukupovi.....	I
Příloha B – Polostrukturovaný rozhovor s Petrem Honzejkem.....	I
Příloha C – Polostrukturovaný rozhovor s Pavlem Tomáškem.....	VIII
Příloha D - Polostrukturovaný rozhovor s Markem Zouzalíkem.....	IX
Příloha E - Polostrukturovaný rozhovor s Janem Lipoldem.....	XIII
Příloha F – Dotazník.....	XVI
Příloha G – Tabulka k datové matici k přehledu výsledků průzkumu.....	XVII

Příloha A – E-mail Jaromíru Soukupovi

Dobrý den, vážený pane Soukupe,

v rámci vypracování své diplomové práce bych se Vás chtěla zeptat na několik otázek.

- Proč TV Barrandov zvolila jako formát pořadu Týden s prezidentem smířlivou diskusi?
- Proč jste moderátorem pořadu Týden s prezidentem vy, a ne Alex Mynářová nebo Petr Kolář, kteří moderovali pořad ze začátku?
- Jste přesvědčen o tom, že vaše účast ve volebním štábu prezidenta Miloše Zemana v lednu 2018 nesvědčí o podjatosti stanice TV Barrandov?
- Můžete vyloučit, že TV Barrandov se nepodílela pořadem Týden s prezidentem na Zemanově předvolební kampani?
- Plánujete pokračovat v pořadu Týden s prezidentem i nadále? Případně plánujete nějaké změny formátu pořadu?

-

Děkuji za Vaše odpovědi

Příloha B – Polostrukturovaný rozhovor s Petrem Honzejkem

Jakému českému televiznímu zpravodajství nejvíce důvěřujete a proč?

Petr Honzejek: Jednoznačně České televizi u té jediné je možné spolehnout se na to, že dodržuje základní novinářské standardy, nestrannost, proporcionalitu, objektivitu, a že zpravodajství ani v náznaku nepojímá jako infotainment. Je to jediné televizní zpravodajství, které funguje v intencích řekněme té staré dobré žurnalistiky. A teď jde o to, jestli ta stará dobrá žurnalistika je ještě něco, co je nějakým způsobem schopno oslovit a tím pádem pomoci v rozhodování většině lidí. To je zásadní problém. Ale pokud jde o mě, tak jednoznačně Česká televize.

Na které televizní stanici nejvíce důvěřujete publicistice?

To je úplně ta samá záležitost, i když je pravda, že v českém mediálním prostředí hodně záleží na konkrétních osobnostech. Takže Česká televize si hlídá standard jako instituce a je možné ji důvěřovat z titulu zákonného, institucionálního statutu, dozorových orgánů, vedení nebo profesionality. Ale na jiných televizních stanicích jsou osobnosti, kterým je možné důvěřovat, že tu práci dělají dobře, protože to jsou novináři. A to vzděláním, nastavením, přesvědčením a je evidentním, že by nešly přes nějaké profesní či etické standardy. Je to třeba hezky vidět na televizi Seznam.cz, kde asi těžko můžu říci, že bych nedůvěřoval Jiřímu Kubíkovi nebo Sabině Slonkové. Nebo v jiné rovině publicistiky například Vojtěchu Blažkovi. To jsou samozřejmě lidé, kteří garantují jenom svojí osobností a profesní minulostí a integritou to, že to je v pořádku a není to jenom televize Seznam.cz. Takže objektivita a důvěryhodnost publicistiky vychází u Česká televize institucionálně a potom na základě důvěry v konkrétní osobnosti a vychází i u komerčních médií. U některých je to ovšem katastrofa. Nemají tam žádnou institucionální kontrolu, jde tam jenom o zábavu a nejsou tam ani dostatečně kvalitní lidé, kteří by to dokázali zvednout.

Čím si myslíte, že je tato neobjektivita u komerčních médií nastavena? Je za tím podle vás více snaha přitáhnout diváky nebo tlaky a zájmy majitele média?

Určitě je za tím obojí. Základní motivací existence jakéhokoliv privátního televizního vysílání, je sledovanost, generování zisků skrz reklamu. Prvky infotainmentu začaly do televize pronikat se vznikem duálního vysílacího systému. Stalo se to všude v Evropě, tady se to stalo vstupem TV Nova na trh a ten motiv je tam jednoznačný. To samozřejmě neznamená, že by to likvidovalo jakýkoliv novinářský standard, ale rozhodně to znamená, že tam je primární ty lidi pobavit, takže tam je spousta věcí potlačena, které by mohly být důležité při rozhodování diváků, kteří se dostanou do pozice voličů. Ty akcenty jsou tam úplně jiné. A druhá věc je, že každé privátní médium do jisté míry reflektuje zájmy majitele. Ted' jde o to, co to je za majitele a jaké zájmy má. Jsou samozřejmě majitelé, kterým vůbec nezáleží na nějaké politické profilaci, což bylo hezky vidět v tištěných médiích v 90. letech, když všechno vlastnili Němci a Francouzi, těm šlo jen o zisk, o čtenost, podíl na trhu a nic jiného. Nemotali se do politiky. Potom tady došlo k nějaké změně, k oligarchizaci a tak podobně, a to platí i pro televizní média a tam možná ještě víc, protože rozhodování o přidělování frekvencí

je do značné míry politické, teď už se to zmenšilo s tím, jak vznikly multiplexy, takže už rozdělování jednotlivých kmitočtů není tak exponované, protože už se to nedá brát jako přírodní bohatství. Přesto tam může být zájem majitelů na určité politické profilaci a potom je tady třetí možnost a to, že tady mají určité politické ambice majitele jednotlivých televizí. Televize Barrandov pak v sobě spojuje všechny tři motivy. Zábavnost, snahu o nějakou politickou profilaci a osobní politické ambice majitele televize. Takže pokud se absence nestrannosti, absence objektivitě někde nejvíce objevuje, tak je to právě TV Barrandov právě z těch tří důvodů. V žádné jiné televizi nejsou tyto důvody propojeny tak těsně, jako v případě TV Barrandov a Jaromíra Soukupa.

Cítíte klesají důvěru právě ve veřejnoprávní média, především pak televizní?

Naprosto. To vyplývá i z průzkumů a analýz, že ta důvěra ve veřejnoprávní média jde dolů. Ale to není české specifikum, to je záležitost celé Evropy. Důvěra v média jde obecně dolů a veřejnoprávní se s tím vezou. A tady u nás je to ještě výraznější a je to způsobeno tím, že tady dochází k intenzivním útokům respektovaných politiků na veřejnoprávní média, která si jednotliví politici vzali jako terč, do kterého se velice pohodlně střeluje. Oni svým voličům vlastně říkají, že veřejnoprávní média jsou vlastně součástí toho světa, který je vzdálený a je proti nim. A do toho světa patří veřejnoprávní média, neziskové organizace, Evropská unie, tradiční politické strany, nepopulističtí politici nebo řada umělců a osobností, kteří svět vidí jinak. Je to zkrátka umělé dělení na takzvané elity a na tzv. prostý lid. A Česká televize je pohodlným terčem. Je to hezky vidět na Zemanovi, který je opakovaně zvaný do České televize, ta mu evidentně nic moc neprovedla nebo nevím co by mu provedla, ale on na ni zcela plánovitě útočí a plánovitě tam nechodí. Tím u svých voličů, kterých je hodně, vzbuzuje dojem, že to není médium, které by bylo důvěryhodné. To zatím nikde jinde v Evropě nesleduju. Je to spíš americký způsob fungování. I když v Americe je to specifické tím, že Donald Trump, jak neútočí na MPR, ale útočí na média typu CNN, Washington post, New York Times atd. Takže to je taková česká kopie.

Jaké tato rostoucí nedůvěra zejména ve veřejnoprávní média může mít důsledky?

Já myslím, že to nebezpečné být může, protože k tomu, aby mohla společnost mohla nějakým elementárním způsobem držet pohromadě se musí shodnout na něčem, co bych možná mohl nazvat způsob vykazování pravdy. Když se shodneme na tom, že tady je nějaké médium, kterému věříme, protože věříme jeho standardům, institucionálnímu zakotvení, jeho pravidlům a lidem, kteří tam jsou, tak pak se můžeme bavit o tom, jestli je něco dobré, něco špatné, můžeme to různě interpretovat, různě na to nahlížet. Ale pokud tady je tato platforma, která má nějakou elementární důvěru vlastně je stále miň, tak se nakonec neshodneme ani na tom, co jsou fakta. A jestliže se neshodneme na fakticitě a začneme vytvářet alternativní fakta, kterým bude jistá část společnosti věřit, zatímco “faktickou fakticitu” tu vidí a vnímá druhá část společnosti, tak je strašně těžké se na něčem domluvit. Takže rostoucí nedůvěra v média, ke které přispívá i Miloš Zeman, rozhodně nebezpečná je.

A co se s tím podle vás dá dělat?

Dá se s tím dělat jedině to, že média veřejné služby, ale i média, které se věnují seriózní žurnalistice, budou trvat na dodržování svých profesních standardů a jednotliví novináři si budou hlídat svou vlastní integritu. Protože je hrozně svůdné, když proti vám stojí dejme tomu naprosto tendenční TV Barrandov nebo weby, které můžeme nazvat dezinformační, tak je hrozně snadné říci si “tak dobře, když oni na nás takhle, tak my se vlastně také můžeme na nějaké standardy vykašlat a můžeme jim oplácet stejně”. Tohle je ale cesta do totálního pekla, protože to pouze zvýrazní ten rozpor a už nepůjde o to, aby se nějakým způsobem pravdivě popisovalo a tím pádem, rozumně reflektovala skutečnost, ale jenom o boj dvou skupin, což vede k další atomizaci a tady prostě hrozí, že se společnost úplně rozpadne na kusy.

Myslíte si, že je možná změna tohoto pohledu? Že vzroste důvěra ve veřejnoprávní média nebo že tento posun nastane až s další generací, která projde ve škole mediální výchovou?

To je složitější, protože prožívání, a i to jakým způsobem se vztahuje a tím také jaká média člověk vyhledává, a to k čemu je ochotný věřit a proč se do značné míry odvíjí od nějakého základního životního pocitu. A jestliže nějaká velká část společnosti, a teď mluvím o české společnosti, má pocit, že tomu světu přestává rozumět, že jim

trochu "ujíždí vlak". U nás to souvisí s tím, že je řada lidí, kteří mají pocit, že jsou vlastně poraženi polistopadovým vývojem. Mají pocit neúspěchu a části společnosti se to nepovedlo a oni jsou vlastně marginalizovaní a naštvaní. Trochu neoprávněně, z části však oprávněně. A dokud tento pocit marginalizace, nějakého ponížení, nenaplněných očekávání, nenaplněného života nezmizí tak budou mít ti lidi vždycky tendenci věřit těm, kteří se vymezují jakoby proti těm úspěšnějším - těm elitám, což hodně často souvisí právě s těmi dezinformačními weby, populistickými politiky, televizemi, které jim jdou na ruku. Jejich šéfové mají politické ambice, navíc přesně vědí, na koho se obracet a taky Rusové, kterým se to náramně hodí, protože čím tady hůř, tím líp pro ně. Ten základní pocit, pokud se nezmění tak bude obrovský problém obnovit důvěru ve veřejnoprávní a seriózní média. A pokud jde o mediální výchovu tak ta je dle mého naprosto mizerná, ale zase myslím, že to může pomoci u dětí, které studují slušné základní a střední školy. Když se podíváme na to, koho volí (ve volbách na nečisto) studenti na gymnáziích, tak vidíme, že volí Pirátskou stranu a TOP 09 a na učilištích a technických oborech volí SPD. Takže představa, že na středním odborném učilišti bude kvalitní mediální výchova mi připadá trochu naivní. Takže tady si myslím, že to souvisí ani ne tak s kvalitní mediální výchovou na dobrých školách, ale souvisí to s tím, aby školství nebylo segregáční, ale aby bylo inkluzivní, a aby se už v páté třídě dětem nalajnoval život tím, že dítě, které jde na osmileté gymnázium se dostane na úplně jinou trajektorii než dítě, které zůstane na základní škole. Poté se to rozdělí i při výběru školy střední školy nebo učiliště. Ti lidé potom dostávají úplně jiné informace, dostávají se do úplně jiného prostředí a ti, co nemají to dobré vzdělání, tak jsou pak v tom prostoru neúspěchu a jsou tím pádem dobrým terčem pro dezinformace, jsou dobrým terčem pro populistické politiky, ale není možné se na ně zlobit. Takže spíš než mediální výchovu, která je strašně důležitá, bych řekl, že je důležité, aby tady nebylo segregáční vzdělávání, aby to bylo inkluzivní co nejvíce to jde.

Změnil se podle vás pohled na média (zejména televizní) za posledních pět let, tedy od doby, co je ve funkci prezidenta ČR Miloš Zeman.

Já si myslím, že jo. Ono je to nakonec vidět i ze statistik České televize, kde je propad asi o dvacet procentních bodů za těch pět let. A Miloš Zeman na tom

samozřejmě má obrovský podíl. Ono se vlastně ani nedá říct viny, protože z pohledu jeho a jeho voličů je to zásluha.

Sledujete TV Barrandov?

Ano.

A sledujete pořad Týden s prezidentem?

Pravidelně. Trpím u toho, je to ale součást novinářské řehole, ale člověk má dodržovat standardy a být k sobě poctivý, takže to vytrpět musí. A zároveň je také důležité vědět, jakým způsobem funguje ta protistrana. Nejen abychom o tom měli informace, ale také abychom nakonec nedělali podobné věci jako oni. Někdy se tam člověk dozví o sobě něco hezkého (ironie). Naposledy jsem to dotáhl na hyenu.

Myslíte si, že je v pořádku, aby se prezident ČR pravidelně prezentoval v televizních médiích a měl svůj pořad?

Myslím si, že klidně, ať to je, ale musel by to být rozhovor, který splňuje novinářské standardy a ne rozhovor, ve kterém nefigurují otázky, ale mezititulky. A Jaromír Soukup nedělá nic jiného než mezititulky. Je to trošku takový návrat do 90. let, protože to byly primárně rozhlasové rozhovory - Václav Havel měl Hovory v Lánech. Současně předseda vlády Václav Klaus měl v Českém rozhlasu pořad Rozhovor s premiérem. A to byl ten formát, že moderátoři, kteří s ním mluvili, tak s ním mluvili uctivě, a neptali se ho novinářsky - konfrontačně. Což byla obrovská chyba, bylo to velké selhání, ale v té době se to bralo tak, že se buduje kapitalismus.

A nemyslíte si, že je nevhodné, aby novináři kladli nepříjemné a konfrontační dotazy prezidentu republiky, vzhledem z jakési "úcty" k tomu úřadu?

Absolutně ne. Ani na vteřinu bych o tom nepřemýšlel. Prezident není monarcha. Prezident je první mezi sobě rovnými a jestliže, je roven komukoliv, ač tedy prezident, tak na něj mají být uplatňovány úplně stejné standardy na jakéhokoliv jiného. Tohle může platit v monarchii, ale rozhodně ne v liberální demokracii a pokud bychom na tuto logiku přistoupili tak se rovnou můžeme přesunout do režimu nějakého semiautoritativního typu.

Jak hodnotíte předvolební prezidentské debaty, které proběhly na TV Nova, TV Barrandov, TV Prima a České televizi? Která byla z vašeho pohledu nejobektivnější?

Tak samozřejmě debata na České televizi, kterou vedla Světlana Witowská. To je to stejné jako se zpravodajstvím a publicistikou. To je dané charakterem média. V debatě se odrazila dvou týdně editoriaální příprava nebo to, že v přímém přenosu fungovalo ověřování faktů. I aranžmá té debaty, bylo naprosto evidentní, že to je debata na základě které, se lze zodpovědně rozhodovat.

A v debatě na TV Prima, kde byli přítomni také oba kandidáti se nemohl divák rozhodnout zodpovědně?

Na TV Prima byla debata divoký infotainment na základě, kterého by se člověk, který se chce rozhodovat při volbě racionálně rozhodnout nemohl, jenomže rozhodování, jak víme neprobíhá primárně racionálně, ale spíše na emocionální platformě. Tím pádem celkovým aranžmá a vyzněním, výběrem témat a „nemoderací“ to hrálo do not Miloši Zemanovi.

A jak hodnotíte předvolební prezidentský pořad na TV Nova?

TV Nova dala příležitost ve velice uctivém prostředí říci Miloši Zemanovi, co chtěl. Z mého pohledu se ty tři privátní televize staly součástí Zemanovy kampaně. TV Nova nejméně z těch tří, potom TV Prima, a to zejména výběrem prostředí i témat debaty a pak TV Barrandov, kde celá debata byla uvozena jakýmsi legračním „kvaziesejem“ Jaromíra Soukupa, který měl říct, že Miloš Zeman je „slunce naše jasné“.

Myslíte si, že tyto debaty, i ty které byly podle vás jasně zaujaté ve prospěch Miloše Zemana, mohly ovlivnit některé voliče?

Určitě to mělo vliv. Většinový divák totiž nehodnotí, podle kritérií, které si stanovují seriózní novináři. Divák často neví, co je objektivita, co je nestrannost, neposuzuje dramaturgii. Tam je důležité, jaké to na něj zanechá celkový dojem a jakou emoci v tom v něm zanechá. A na TV Prima po prezidentské debatě

byla ta emoce jednoznačná. Tam to bylo o tom, že tady máme moudrého, přiměřeně záabavného politika, proti kterému sedí nervózní, poněkud uměle vyhlížející přestárlý student. Myslím si, že televizní debata na TV Prima byla jedním z klíčových momentů pro výsledek voleb.

Příloha C – Polostrukturovaný rozhovor s Pavlem Tomáškem

Jakému televiznímu zpravodajství nejvíce důvěřujete a proč? Jaké zpravodajství považujete za nejobjektivnější? Jaké naopak nejméně?

Pavel Tomášek: Sleduji pravidelně zpravodajství České televize a považuji ho za důvěryhodné a z toho, co televizní zpravodajství v České republice nabízí, také za nejobjektivnější. Což neznamená, že k němu nemám dílčí výhrady. Neumím odpovědět na otázku, které televizní zpravodajství považuji za nejméně objektivní, protože taková zpravodajství nesleduji.

Sledujete (případně jak často) pořad na TV Barrandov Týden s prezidentem? Jak pořad hodnotíte?

Tento pořad nesleduji, nemohu se tudíž k jeho úrovni vyjádřit.

Jak se podle vás proměnil pohled na televizní média v období posledních pěti let (za dobu, kdy je v prezidentském úřadu prezident Miloš Zeman).

Myslím, že televize jsou součástí celkového trendu, kdy důvěra v média klesá. Je to nebezpečný trend, který se netýká zdaleka jen České republiky, ale vcelku obecně západního světa. A je zjevné, že svou roli v tom hrají i útoky čelných politiků na důvěryhodnost médií, včetně či především ze strany prezidenta Zemana.

Cítíte rostoucí nedůvěru občanů ve veřejnoprávní média? Pokud ano, jaké by to podle vás mohlo mít důsledky?

Soustavné, záměrné, dlouhodobé podryvání autority tradičních, zavedených médií, včetně těch veřejnoprávních, je krátkozraký přístup, který slouží krátkodobým zájmům části politiků. Podryvá jeden z opěrných bodů liberálních, ústavních

demokracií, což může mít dlouhodobý, nepříznivý vliv na kvalitu demokracie, ve které žijeme.

Je podle vás v pořádku, aby Zeman vystupoval pravidelně v komerční televizi TV Barrandov v pořadu Týden s prezidentem? Jak by případná prezentace prezidenta v televizních médiích měla (mohla) vypadat?

Je čistě na prezidentovi, v jakých médiích chce vystupovat a pravidelné pořady v komerční televizi mě nijak nevadí, pokud se pochopitelně nedějí v čase vrcholící předvolební kampaně, kdy by měla média dbát na jistou uměřenost s ohledem na respekt k rozhodování voličů. Je trochu jiná otázka, zda má prezident ignorovat veřejnoprávní média, jak to dělal a dělá Miloš Zeman. Jeho pochvala moderátorce veřejnoprávní předvolební debaty v jejím úplném závěru zněla značně farizejsky, s ohledem na to, že celé roky před tím se v debatách České televize vůbec nevyskytoval.

Jak hodnotíte předvolební prezidentské debaty? Která byl z vašeho pohledu nejobjektivnější? Jak hodnotíte koncept jednotlivých debat?

V Česku se před druhým kolem prezidentských voleb konala debata jediná, hodná toho jména - na České televizi. Prima odvysílala jakousi show s účastí obou kandidátů, debata to však nebyla. Před prvním kolem jsem měl dojem, že debaty zažily určitou inflaci, byla jich velká spousta. Stálo by dle mého soudu za úvahu, zda nedat pro příště předvolebním debatám trochu víc pravidel, třeba i po zahraničním vzoru.

Příloha D - Polostrukturovaný rozhovor s Markem Zouzalíkem

Jakému televiznímu zpravodajství nejvíce důvěřujete a proč?

Marek Zouzalík: Zpravodajství České televize, protože se domnívám, že veřejnoprávní média jsou u nás pravděpodobně nej kvalitnější a nejdůvěryhodnější. Důvěřuji České televizi jako instituci a důvěřuji i lidem, kteří v ní pracují. Zatím jsem se nasetkal v České televizi vysloveně s manipulací nebo hrubou dezinterpretací.

Důvěřujete i některému ze zpravodajství nebo publicistice na komerční televizi?

Já sleduju zpravodajství na všech televizních stanicích a dělám si z toho celkový obraz. Takže se dívám i na zprávy na TV Nova, TV Prima nebo TV Barrandov, samozřejmě i na zpravodajství v České televizi. Pak to nějak zanalyzuju, sleduju i zprávy na internetu a ověřuju a doplňuju si informace.

Cítíte rostoucí nedůvěru ve veřejnoprávní média?

Určitě. Projevuje se to při hovorech s lidmi, tak na sociálních sítích a ta nedůvěra roste ve veřejnoprávní média, tak v média jako taková.

Jaké to může mít důsledky?

Rozděluje to společnost a připravujete podhoubí pro šíření fakenews, pro manipulaci, což může mít nedozírné následky.

Proměnil se podle vás pohled na média, zejména televizní, v období posledních pěti let, kdy je ve funkci prezident Miloš Zeman?

Určitě. došlo k zhrubnutí veřejného prostoru, veřejná komunikace se zhoršuje. Vztah veřejnosti k médiím je podle mě nejhorsí od roku 1989.

Myslíte si, že prezident Zeman svými prohlášeními k tomu přispívá? K čemu to může vést?

Určitě tomu svými prohlášeními a výroky o novinářích a médiích napomáhá. Toto chování může ohrožovat samou podstatu demokracie. Neustálé útoky na novináře, média, a to především média veřejné služby podřívají důvěryhodnost médií. Lidé pak často vyhledávají alternativní informační zdroje, kde často lidé nejsou schopni odlišit co je skutečnost, a co je smyšlená manipulativní zpráva. Spousta lidí odkazuje jako na relevantní zdroje na dezinformační servery jako Parlamentní listy, na Aeronet apod.

Prezentuje Česká televize prezidenta Zemana v negativním světle a zavdává mu tak důvod, aby na ni opakovaně slovně útočil?

Česká televize se snaží chovat nezávisle, ale každé médium tvoří lidé, kteří tam pracují a možná se tam občas stírá mezi zprávou a komentářem. A celkově se může

zdat, že Česká televize je vůči prezidentu Zemanovi zaujatá, ovšem myslím si, že to tak úplně není. Česká televize jen otevřeně říká to, jak to je.

Takže naopak jsou zaujaté podle vás některé komerční stanice ve prospěch Miloše Zemana?

Jistě, protože pro ty komerční stanice to může znamenat výhody. Nejvíc se to projevuje u TV Barrandov, ale i u TV Nova, která má obrovský zásah. Tam si myslím, že může jít i o určitou formu komerční podpory, od podporovatelů Zemana. Myslím tím firem, které na stanicích inzerují. Takže kdyby neinformovali tak, jak informují, tak tam bude řekněme nějaký úbytek inzerce. Myslím si, že to je tak, nemohu to ale s jistotou tvrdit, ale domnívám se, že to tak je.

Sledujete TV Barrandov?

Když musím, tak ano. Ale přiznávám, že tato televizní stanice není můj “šálek kávy”.

Sledujete pořad Týden s prezidentem?

Bohužel ho musím z pracovních důvodů sledovat.

Jak pořad hodnotíte?

Myslím si, že je to značně tendenční pořad, který nemá s publicistikou nic společného a jedná se o ryzí propagandu. Ten pořad je spíš “teleshopping”, kdy moderátor Soukup prezidenta Zemana “prodává”. To je politické PR toho nejhrubšího zrna.

Myslíte, že zatím jsou na TV Barrandov pouze ekonomické zájmy nebo i nějaké politické zájmy pana Soukupa?

Neodvážuji se konstatovat. Ekonomické zájmy jsou za tím určitě. Politické zájmy to si nejsem jist. Pan Soukup především není novinář ale majitel mediální skupiny, ale nejsem si jist, jestli se chce zapojit i do politiky otevřeně. Ale určitě chce politiku nějakým způsobem ovlivňovat a mít z toho ekonomický zisk. Ale nemyslím si, že by chtěl přijmout politickou zodpovědnost.

Je podle vás v pořádku, aby prezident vystupoval pravidelně v komerční televizi, kde má i svůj pořad?

Nemyslím si, že je to úplně v pořádku. Určitě by to nemělo být na komerční televizi, ale dovedu si představit pořad v médiích veřejné služby, ať už v televizi, či rozhlasu, ale muselo by to mít určitý formát. Vzhledem k tomu, ale jak prezident vystupuje - jeho vulgární vyjadřování, by pořad měl být předtáčen.

Myslíte si, že je v pořádku klást prezidentovi konfrontační dotazy? Neměli by se moderátoři či novináři vzhledem k respektu k úřadu prezidenta těchto nepříjemných dotazů zdržet?

Prezident republiky je politická funkce, každý člověk, který jde do politiky, tak musí počítat s tím, že "jde se svou kůží na trh". Respekt k té instituci prezidenta být nějaký musí, to ale neznamená, že nebudeme prezidentovi klást nepříjemné dotazy týkající se jeho funkce. Myslím si, že ty dotazy je potřeba klást, což souvisí s obecnou úlohou novinářů, kteří by měli plnit hlídací roli demokracie. Navíc není v pořádku jeho vystupování vzhledem k novinářům a médiím.

Jak hodnotíte předvolební prezidentské debaty?

Viděl jsem části ze všech. Jako nejobektivnější hodnotím tu debatu na České televizi. Na TV Prima mi připadalo, že debata nebyla koncepčně zvládnuta a svou úlohu nezvládl ani moderátor debaty. Spíše tam působily emoce a nechci říkat, že tam bylo nějaké zaujetí ve prospěch Zemana, ale já jsem z toho ten pocit měl. Na TV Prima to byla spíše reality show a bylo to o tom, jak jednotlivé kandidáty jejich poradci a konzultanti na ty debaty připravili. V prezidentském pořadu na TV Barrandov ta servilita vzhledem k panu prezidentovi "tekla". Vzájemný vztah prezidenta Zemana a moderátora Soukup, a ani nevím jak bych definoval, ... tam to nemá s nějakou televizní publicistikou nic společného. Soukup se Zemana myslím nezeptá na nic, na čem by předem nebyli domluveni.

Pozoroval jste i nějakou míru servility ze strany Ray Korantenga v předvolebním prezidentském pořadu na TV Nova?

Byla rozhodně menší, než na TV Barrandov ale myslím si, že tam určitě byla.

Jak byste tedy hodnotil předvolební prezidentské televizní debaty?

Můj osobní pocit je, že víceméně v nich byl favorizován Zeman. Na České televizi vypadala debata nejvyváženěji a nejobjektivněji. Možná nebyla, ale ten formát byl takový, že se objektivní a vyvážená zdála být. Takhle by podle mě měla vypadat debata prezidentských kandidátů.

Příloha E - Polostrukturovaný rozhovor s Janem Lipoldem

Jakému televiznímu zpravodajství nejvíce důvěřujete a proč?

Určitě zpravodajství České televize. Je to výběr témat, o čem pojednávají. Nepotřebuji mít v hlavním televizním zpravodajství upoutávky na následující seriály nebo pořady. Za to ocením, když zpravodajství přinese nějakou zprávu a vysvětlí ji i v kontextu jiných událostí.

Takže komerční zpravodajství podle vás nepřináší objektivní a ucelené informace?

Takhle absolutně bych to určitě neřekl, určitě i komerční média mohou přinést kvalitní zpravodajství, záleží ale na tématu. Pokud informují o české politice, míra objektivity může klesat. Navíc komerční média nevěnují tolik času a pozornosti ve své zpravodajství politickým tématům.

Jak se podle vás proměnil pohled veřejnosti na média, zejména televizní média, v období posledních pěti let, tedy od doby, kdy do funkce prezidenta nastoupil Miloš Zeman.

Pohled diváků na média určitě lze spojit i s nástupem prezidenta Zemana. Eroze důvěry v obecně v média je částečně způsobena Zemanem, ale také technologií a spoustou dalších faktorů. Klesající důvěra v média ale neplatí jen u televizních médií. Nejvíc je to ale patrné právě u České televize. Zeman také prohlásil, že “pravda začíná tam, kde končí signál České televize”. Takže sám prezident podkopává důvěru ve

veřejnoprávní média, především Českou televizi. A lidé, kteří nevěří České televizi, tak se rádi v tom názoru utvrzují, což Miloš Zeman poskytuje.

Cítíte tedy rostoucí nedůvěru občanů v média.

Tak průzkumy to ukazují, klesá i prestiž povolání novináře. A pozoruji to i na vlastních dojmech a zkušenostech.

Jaké to může mít podle vás důsledky?

Velké, ta posloupnost je jednoduchá. Když lidé ztrácejí důvěru v média, a často je v tom politici podporují, tak to znamená větší pohodlí pro politiky. Když sedmá velmoc (médiá) nebude fungovat a nebude mít tu moc obrazně řečeno odvolávat politiky, tak to v důsledku může být i ohrožením demokracie, protože v takovém prostředí se nějaký autoritativní režim prosazuje snáz.

Sledujete TV Barrandov?

To opravdu jen velmi sporadicky. Že bych si záměrně zapnul TV Barrandov se děje spíše jen stopově a spočítal bych to možná na minuty týdně.

Sledujete pořad Týden s prezidentem na TV Barrandov?

Sleduju ho skrze monitoring na sociálních sítích, často se totiž jednotlivé pasáže například komentují, tak si kousek pustím, či si přečtu, co si o tom ti, které sleduju na Twitteru, myslí. Já si navíc většinou i umím představit, jak pořad vypadal, řekněme si, že každý ten díl vypadá prakticky stejně. Je vlastně mnohdy mnohem zábavnější koukat jen na ty komentáře. Ale zpravodajství či publicistické pořady konzumovat pouze tímto způsobem není dostačující. Když bych z pořadu čerpal jako novinář, tak si ho samozřejmě pustím celý.

Je podle vás v pořádku, aby prezident měl svůj vlastní pořad v komerční televizi?

V samotné té věci já nevidím problém, proč by nemohl. Dokonce mi ani nevadí, že prezident pravidelně vystupuje na komerční televizi. Úplně jiná věc ale je to, jak ten pořad vypadá.

Jak by tedy podle vás mohla nebo měla vypadat prezentace prezidenta v televizi?

Je vůbec otázkou, zda by prezident měl mít svůj pořad. Já si myslím, že taková věc u nás vůbec být nemá. Proč by se hlava státu měla pravidelně někde prezentovat. Pravidelný pořad prezidenta je dle mého přežití. Když už, tak zvat prezidenta do médií, ale rozhovory musí mít nějakou úroveň, a to Týden s prezidentem nesplňuje ani v nejmenším.

A nemyslíte si, že novináři by k úřadu prezidenta měli mít větší respekt a neklást mu nepříjemné dotazy?

To si myslím, že je naprostý omyl, to by byla úroveň nějaké semidiktatury.

Jak hodnotíte prezidentské předvolební debaty, nebo alespoň ty části, které jste z nich viděl?

Tak neobjektivnější byla určitě ta na České televizi, debata měla informační úroveň, vhodně zvolen byl i formát debaty. Celý ten seriál debat mi ale připadal trochu "nešťastná hodinka žurnalistiky". Na TV Nova a TV Barrandov ani nelze hovořit o debatách, to byly jen rozhovory a na TV Prima jsme viděli strašlivou estrádu. TV Prima si ale myslím byla vědoma toho, že se tím formátem České televizi nemůže přiblížit, tak z toho udělali kabaret.

Myslíte tedy, že komerční televize v předvolebních debatách stráníly prezidentu Zemanovi?

Tak na Nově a na TV Barrandov to nebyla ani debata, ale rozhovor a jen těžko tam lze hovořit o nějaké žurnalistické sršatosti. Většina otázek tam byla tzv. po srsti. A debata na TV Prima také spíše vyhovovala Zemanovi. Debata byla velmi emoční. Debata na České televizi byla objektivní a měla úroveň. Jen si myslím, že České televize mohla zvolit civilnější prostředí než právě Rudolfinum, kde se debata odehrála.

Příloha F – Dotazník

Dotazník "Mediální obraz Miloše Zemana v českých televizích"

Milí kolegové,

prosím o vyplnění krátkého anonymního dotazníku o vašem názoru na české televize a prezentaci prezidenta Zemana v nich. Moc by mi to pomohlo při vypracovávání mé diplomové práce.

1. Jste: a muž b žena

2. Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

a Základní b vyučení c středoškolské bez maturity d středoškolské s maturitou d vysokoškolské

3. Viděl/a jste alespoň část některé z předvolebních prezidentských debat? Pokud ano, které?

a V České televizi b TV Nova c TV Prima d TV Barrandov e neviděl/a
jsem žádnou prezidentskou předvolební debatu ani její část
(Pokud jste neviděl/a ani část z jedné z debat pokračujte k otázce číslo 5)

4. Která z předvolebních debat (z těch, které jste viděl/a) vám připadala nejobjektivnější?

a V České televizi b TV Nova c TV Prima d TV Barrandov

5. Považujete za důležitou existenci veřejnoprávní televize v České republice?

a Ano b spíše ano c spíše ne d ne

6. Myslíte si, že veřejnoprávní televize přináší objektivní zpravodajství?

Ano spíše ano spíše ne ne

7. Sledujete diskusní pořad Týden s prezidentem?

a Ano pořad sleduji pravidelně b sleduji ho jen občas nebo jen vybrané části pořadu c pořad nesleduji

(Pokud pořad sledujete nebo sledujete jeho části, pokračujte k dalším otázkám. Pokud pořad vůbec nesledujete, pak vám děkuji za vyplnění dotazníku)

8. Byla podle vás účast prezidenta Zemana v pořadu Týden s prezidentem součástí jeho předvolební kampaně?

a Ano b spíše ano c spíše ne d ne

9. Považujete publicistický pořad Týden s prezidentem za vyvážený a objektivní?

a Ano b spíše ano c spíše ne d ne

Děkuju za vyplnění dotazníku

Příloha G – Tabulka k datové matici k přehledu výsledků průzkumu

	Ot. č. 1	Ot. č. 2	Ot. č. 3					Ot. č. 4	Ot. č. 5	Ot. č. 6	Ot. č. 7	Ot. č. 8	Ot. č. 9
			A	B	C	D	E						
1.	A	E	a	/	c	/	/	A	A	A	C	/	/
2.	A	E	a	b	c	d	/	A	A	A	B	A	D
3.	B	E	a	b	c	/	/	A	A	B	C	/	/
4.	A	E	/	/	/	/	e	/	A	B	C	/	/
5.	A	D	a	b	c	d		A	A	A	B	A	D
6.	A	D	a	/	c	/	/	A	A	A	C	/	/
7.	A	E	a	b	c	/	/	A	A	B	B	D	D
8.	B	E	a	/	c	/	/	A	A	A	C	/	/
9.	B	E	a	/	/	/	/	A	A	B	C	/	/
10.	B	E	a	/	/	/	/	A	A	A	C	/	/
11.	B	D	a	b	c	/	/	A	A	A	C	/	/
12.	B	E	/	/	/	/	e	/	A	B	C	/	/
13.	B	E	a	b	/	/	/	A	A	B	C	/	/
14.	A	E	a	/	/	/	/	A	A	A	C	/	/
15.	B	E	a	/	c	/	/	A	A	A	C	/	/
16.	B	E	a	/	/	/	/	/	A	A	C	/	/
17.	A	D	a	/	c	/	/	A	B	B	C	/	/
18.	B	E	a	b	c	/	/	A	A	A	B	A	D
19.	B	E	a	/	c	d	/	A	A	B	B	B	C
20.	B	E	a	/	c	/	/	A	A	B	C	/	/

21.	A	E	a	/	c	/	/	A	A	A	C	/	/
22.	B	D	a	/	c	/	/	A	C	C	C	/	/
23.	B	E	a	b	c	/	/	A	A	A	C	/	/
24.	A	D	a	b	c	/	/	A	A	A	C	/	/
25.	A	D	a	b	c	/	/	A	A	A	C	/	/
26.	B	E	a	/	c	/	/	A	A	A	C	/	/
27.	A	D	/	/	/	/	e	/	B	B	C	/	/
28.	A	E	a	b	/	/	/	A	A	B	B	A	D
29.	A	E	/	/	/	/	e	/	D	D	B	A	D
30.	A	E	a	/	/	/	/	A	A	B	C	/	/
31.	A	E	a	/	c	/	/	A	A	B	B	A	D
32.	B	E	/	/	c	d	/	/	A	B	B	A	D
33.	B	E	a	/	/	/	/	A	A	B	C	/	/
34.	A	E	a	b	c	d	/	A	A	B	B	A	D
35.	A	E	a	/	c	/	/	A	A	B	C	/	/
36.	A	D	a	b	c	d	/	A	A	B	B	A	D
37.	A	E	a	/	c	d	/	A	A	A	C	/	/
38.	B	E	a	/	c	d	/	A	A	B	C	/	/
39.	A	E	a	b	c	/	/	C	A	D	C	/	/
40.	A	E	a	b	c	/	/	A	A	B	B	A	D
41.	A	E	a	b	c	d	/	A	A	A	B	A	D
42.	B	E	a	/	c	/	/	A	A	B	C	/	/
43.	A	E	a	/	c	/	/	A	A	A	C	/	/
44.	B	E	a	/	c	/	/	A	A	B	C	/	/
45.	A	E	a	b	c	/	/	A	A	B	B	B	D
46.	A	E	a	/	c	/	/	A	A	B	B	A	D
47.	B	E	a	/	c	/	/	A	A	A	B	A	D
48.	A	D	a	b	c	d	/	A	A	B	B	B	D
49.	A	E	a	/	c	/	/	A	A	A	C	/	/
50.	B	E	a	/	c	/	/	A	A	B	C	/	/
51.	A	E	a	b	c	/	/	A	A	A	B	B	D
52.	A	E	a	/	c	/	/	A	A	A	C	/	/
53.	A	E	a	/	/	/	/	A	A	B	C	/	/
54.	A	E	a	b	c	d	/	A	A	A	B	A	D
55.	A	D	a	b	c	/	/	A	A	A	C	/	/

56.	B	D	a	b	c	/	/	A	A	A	B	A	D
57.	A	E	a	/	c	/	/	A	A	B	C	/	/
58.	B	E	a	/	c	/	/	A	A	A	C	/	/
59.	B	D	a	/	/	/	/	A	A	A	C	/	/
60.	A	E	a	/	c	d	/	A	A	A	B	A	D
61.	A	E	a	b	c	/	/	A	A	B	C	/	/
62.	B	E	a	/	c	/	/	A	A	A	C	/	/
63.	B	E	a	b	c	/	/	A	A	A	C	/	/
64.	B	E	a	/	c	/	/	A	A	A	B	A	D
65.	A	E	/	/	/	/	e	/	B	B	C	/	/
66.	A	E	/	/	/	/	e	/	A	B	C	/	/
67.	A	E	a	b	c	d	/	A	A	A	B	A	D
68.	B	E	a	/	c	/	/	A	A	A	C	/	/
69.	A	E	a	b	c	/	/	A	A	A	C	/	/
70.	A	E	a	b	c	d	/	A	A	B	B	A	D
71.	A	E	a	/	/	/	/	A	A	B	C	/	/
72.	B	D	a	b	c	d	/	A	A	B	B	A	D
73.	A	E	a	b	c	d	/	A	A	A	A	B	C
74.	B	E	a	b	c	d	/	A	A	B	B	A	D
75.	A	E	a	b	c	/	/	A	A	B	B	A	D
76.	A	D	a	/	c	/	/	A	A	A	B	A	C
77.	A	E	a	b	c	d	/	A	A	A	A	B	D
78.	A	E	a	/	c	d	/	A	A	B	C	/	/
79.	A	E	a	/	c	/	/	A	A	A	C	/	/
80.	A	E	a	/	c	/	/	A	A	A	C	/	/
81.	A	E	a	b	c	d	/	A	A	B	A	A	D
82.	A	D	a	/	/	/	/	/	A	A	C	/	/
83.	A	E	a	b	c	/	/	A	A	B	B	A	D
84.	A	E	a	/	c	/	/	A	A	B	B	A	D
85.	B	E	a	/	c	/	/	A	A	A	C	/	/
86.	A	E	a	b	c	d	/	A	A	B	B	A	D
87.	A	E	a	/	c	/	/	A	B	B	C	/	/
88.	A	E	a	/	/	/	/	A	A	A	B	A	D
89.	B	E	a	b	c	d	/	A	A	B	C	/	/
90.	A	D	a	b	c	/	/	A	A	B	B	A	C

91.	A	E	a	b	c	d	/	A	A	A	C	/	/
92.	A	E	a	/	c	/	/	A	A	B	B	A	D
93.	B	E	a	b	c	d	/	A	A	A	A	A	C
94.	A	E	a	b	c	/	/	A	A	A	B	A	D
95.	B	E	a	/	/	/	/	A	A	A	C	/	/
96.	A	D	a	b	c	d	/	A	A	B	B	B	D
97.	A	E	a	/	c	d	/	A	B	B	B	A	D
98.	A	E	a	b	c	d	/	A	A	A	C	/	/
99.	B	E	a	b	c	d	/	A	A	A	B	A	D
100.	A	E	a	b	c	/	/	A	A	B	C	/	/
101.	A	E	a	/	c	/	/	A	B	B	B	A	C
102.	B	E	a	b	c	/	/	A	A	A	A	A	D
103.	A	E	a	/	/	/	/	A	B	B	B	A	D
104.	A	D	a	/	c	d	/	A	A	A	A	A	D
105.	A	E	a	b	c	d	/	A	A	A	B	A	C
106.	A	E	a	/	/	/	/	A	A	B	C	/	/
107.	A	E	a	b	c	d	/	A	A	A	B	B	C
108.	B	E	a	/	/	/	/	A	A	A	A	A	D
109.	A	E	a	/	c	/	/	A	A	A	B	A	C
110.	A	D	a	/	/	/	/	A	A	B	B	A	D
111.	A	E	a	b	c	d	/	A	B	B	C	/	/
112.	A	E	a	b	c	/	/	A	A	B	B	A	C
113.	A	E	a	/	/	d	/	A	A	A	A	B	C
114.	A	E	a	/	c	/	/	A	A	B	B	B	D
115.	A	E	a	b	c	/	/	A	B	B	C	/	/
116.	A	E	a	b	c	d	/	A	A	A	A	A	D
117.	A	E	a	/	c	/	/	A	A	B	B	A	C
118.	B	E	/	/	/	/	e	/	A	A	C	/	/
119.	A	D	a	b	c	d	/	A	A	B	B	A	D
120.	A	E	a	/	c	/	/	A	B	A	C	/	/
121.	A	E	a	b	c	d	/	A	A	B	B	A	D
122.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
123.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
124.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
125.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

126.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
127.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
128.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
129.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
130.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
131.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
132.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
133.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
134.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
135.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
136.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
137.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
138.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
139.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
140.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
141.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
142.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
143.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
144.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
145.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
146.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
147.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
148.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
149.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
150.	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

Zdroj dotazníkové šetření

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Barbora Němcová

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: Kombinované studium

Název práce: Mediální obraz českého prezidenta Miloše Zeman ve vysílání ČT, TV NOVA, TV PRIMA, TV BARRANDOV (květen – prosinec 2017)

Rok: 2018

Počet stran textu bez příloh: 84

Celkový počet stran příloh: 21

Počet titulů českých použitých zdrojů: 10

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 6

Počet internetových zdrojů: 87

Vedoucí práce: doc. PhDr. Jaroslav Buček, PhD.