

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2022

Michal Kratochvíl

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Trump vs. Biden: Na čí straně byly
české televizní stanice?**

Diplomová práce

Autor práce: Michal Kratochvíl

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

Rok obhajoby: 2022

Prohlášení

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

V Praze dne 1. 8. 2022

Michal Kratochvíl

Bibliografický záznam

Kratochvíl, Michal. *Trump vs. Biden: Na čí straně byly české televizní stanice?*. Praha, 2022. 67 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

Rozsah práce: 130 575

Abstrakt

Americké prezidentské volby jsou bezesporu nejzásadnější zahraničněpolitickou událostí, kterou svým zpravodajstvím pravidelně pokrývají česká média. V případě těch posledních voleb se souboj o Bílý dům stal jedním z hlavních témat podzimu 2020. Do souboje o diváka se zapojili všichni tři hlavní celostátní vysílatelé – tedy TV Nova, ČT a TV Prima. Vůbec poprvé v historii se na těchto třech televizních stanicích současně vysílalo sčítání volebních výsledků. Jaká ale byla praxe v českých médiích? Ve Spojených státech je zcela standardní, že se mediální domy přiklánějí k některému z kandidátů, že zpravodajství je prodemokratické nebo prorepublikánské. Tato práce zkoumala, jakým způsobem se tento jev projevil v českých televizních stanicích. Výzkumné otázky tak byly zaměřeny na počet reportáží o jednotlivých kandidátech, jejich vyznění a celkový čas věnovaný volbám samotným i oběma kandidátům. Na základě sběru dat práce zhodnotila, že televizní stanice nevěnovaly stejný prostor oběma kandidátům. Daleko více prostoru dostal Donald Trump na úkor Joea Bidena. Trump byl navíc častěji vyobrazován v negativním smyslu. V tomto ohledu byla nejméně vyváženou českou televizní stanicí Česká televize, nejlépe na tom byla TV Prima. Ta ale zase nabídla nejméně amerického volebního zpravodajství, nejvíc ho odvysílala TV Nova. Práce tak prokázala, že i v ČR se některá média v roce 2020 přiklonila na jednu z kandidujících stran. Na závěr pak práce přináší diskusní body zabývající se otázkou, čím to mohlo být zapříčiněno.

Abstract

The US presidential election is undoubtedly the most important foreign policy event regularly covered by the Czech media. In the case of the latter, the battle for the White House became one of the main topics of autumn 2020. All three main national broadcasters - TV Nova, CT and TV Prima - joined the battle for viewers. For the first time in history, the election results were broadcast simultaneously on these three TV stations. But what was the practice in the Czech media. In the United States, it is quite standard for media houses to lean towards one of the candidates, that the coverage is pro-Democratic or pro-Republican. This thesis examined how this phenomenon manifested itself in Czech TV stations. Thus, the research questions focused on the number of reports on each candidate, their tone, and the total time devoted to the election itself and to both candidates. Based on the data

collection, the thesis assessed that TV stations did not give equal space to both candidates. By far more space was given to Donald Trump at the expense of Joe Biden. Moreover, Trump was more often portrayed in a negative sense. In this respect, Czech Television was the least balanced Czech TV station, while TV Prima was the best. However, it in turn offered the least American election coverage, with TV Nova having the most. The work thus showed that even in the Czech Republic some media outlets leaned towards one candidate in 2020. The thesis then concludes with discussion points on what might have caused this.

Klíčová slova

USA, volby, Biden, Trump, prezidentství, zpravodajství, vysílání, TV

Keywords

USA, elections, Biden, Trump, presidency, news, broadcast, TV

Title/název práce

Trump vs. Biden - Which side chose Czech TV's stations?

Poděkování

Poděkování si v mém případě zaslouží všichni ti, kteří mně umožnili na této práci pracovat, kteří mě podporovali, ale především ti, kteří věřili, že to dokážu. Výslovné poděkování si pak zaslouží můj vedoucí práce PhDr. Jan Křeček, Ph.D., který mě navigoval bouřlivými vodami diplomového moře.

Obsah

ÚVOD	2
TEORETICKÁ ČÁST	3
TELEVIZNÍ REALITA – (NE)VYVÁŽENOST VOLEBNÍHO VYSÍLÁNÍ	3
AMERICKÁ MÉDIA – VYVÁŽENĚ TO NEUMÍME	3
VÝZKUMY AMERICKÝCH PREZIDENTSKÝCH VOLEB V LETECH 2004-2020 v USA	6
VYVÁŽENOST ČESKÉHO ZPRAVODAJSTVÍ O AMERICKÝCH VOLBÁCH	9
ZÁKLADNÍ POŽADAVKY NA MÉDIA A JEJICH REÁLNÁ DOSAŽITELNOST	11
INTERMEDIÁLNÍ NASTOLOVÁNÍ AGENDY	12
KDO VYBÍRÁ A PROČ JE TO DŮLEŽITÉ?	14
PREZIDENTSKÉ VOLBY V USA VE VYSÍLÁNÍ AMERICKÝCH TELEVIZNÍCH STANIC	18
ROZHLASOVÉ VYSÍLÁNÍ	18
TELEVIZNÍ REVOLUCE	20
PŘÍCHÁZÍ 24HODINOVÝ ZPRAVODAJSKÝ CYKLUS	23
2000: TELEVIZNÍ KATASTROFA V PŘÍMÉM PŘENOSU	25
MODERNÍ VOLBY A AMERICKÉ TELEVIZNÍ STANICE	27
SLEDOVANOST MEZI LETY 2000–2018	28
2020: BITVA O DUŠI AMERIKY	28
PREZIDENTSKÉ VOLBY V USA VE VYSÍLÁNÍ ČESKÝCH TELEVIZNÍCH STANIC	31
PRAKTICKÁ ČÁST	37
VYMEZENÍ VÝZKUMNÉHO PROBLÉMU A CÍL PRÁCE	37
VÝZKUMNÉ OTÁZKY	38
METODIKA VÝZKUMU	40
SPECIFIKACE SLEDOVANÝCH ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍ A KÓDOVACÍ KNIHA	42
VÝSLEDKY VÝZKUMU	43
AMERICKÉ VOLBY A ČAS JIM VĚNOVANÝ	43
NEGATIVNÍ VS. POZITIVNÍ VS. NEUTRÁLNÍ	46
<i>TV Nova</i>	46
<i>Česká televize</i>	47
<i>TV Prima</i>	49
ANALYTICKÉ VYHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ	50
SROVNÁNÍ ČESKÝCH VYSÍLATELŮ A VÝSLEDKŮ OBDOBNÝCH STUDÍÍ	54
ZÁVĚR	56
SUMMARY	57
DISKUSE	58
POUŽITÁ LITERATURA	61
TIŠTĚNÉ ZDROJE A PERIODICKÉ PUBLIKACE	61
ON-LINE ZDROJE	63
ZÁKONY A NORMY	66

Úvod

Jsou to nejsledovanější volby v moderním demokratickém světě. Jednou za čtyři roky si Spojené státy americké zvolí nového prezidenta. Muže, který bývá považován za leadera svobodného světa. Záměrně píšu muže, protože žena zatím na nejvyšší volenou funkci v historii USA nedosáhla. Není divu, že takto zásadní volby se stanou hlavním bodem zpravodajství po celém světě. Stovky, ne-li tisíce novinářů se v předvolebním období vypraví do USA zpracovat takto významnou událost. Čím je termín voleb blíže, tím větší prostor volby ve vysílání dostávají. Z pohledu domácích amerických médií je to ve volebním roce téma číslo jedna, z pohledu zahraničně zpravodajského, tedy z pohledu médií nesídlících ve Spojených státech amerických, to není o moc jiné. Přece jen souboj o křeslo v oválné pracovně Bílého domu je televizně vděčnou událostí.

Sčítání výsledků amerických prezidentských voleb pak na světě sledují desítky milionů lidí. Živé přenosy z volebních štábů, reportéři v ulicích největších amerických měst a počet volitelů postupně se přičítajících k jednomu nebo ke druhému prezidentskému kandidátovi. Vzrušení volební noci je tak cítit po celém světě a je jedno, jestli jste Američan, Čech nebo Japonec. Je to vzrušující podívaná, na jejímž konci je vždy tábor nadšených a tábor zklamaných. Televizní společnosti za volební noc utratí miliony dolarů. Například hlavní zpravodajské sítě, tzv. US networks, tedy NBC, CBS, ABC a kabelové stanice FOX či CNN vytvářejí obrazovou show, která nemá ve světě obdoby. Udělat z Rockefeller Plaza v New Yorku „Democratic Plaza“ a promítat výsledky na jeden z nejznámějších městských mrakodrapů, to je jasnou ukázkou toho, jak důležité volby pro místní média jsou. Stejně tak pro ta zahraniční. Vždyť i české televizní stanice ve chvíli sčítání voleb vysílají speciální mnohahodinové pořady. Při posledních volbách v roce 2020 si diváci dokonce mohli vybrat hned ze tří různých pojetí – od tradičního vysílání ČT24, přes vysílání TV Nova až po volebního nováčka CNN Prima News.

Otázkou ale je, jak dokázaly jednotlivé české televizní stanice zachovat objektivitu a vyváženost svých zpravodajských relací? Kam až zašly při vyjadřování svých názorů? A bylo vysílání v České republice zaujaté ve prospěch jednoho nebo druhého kandidáta? Právě na to chce odpovědět tato diplomové práce.

Teoretická část

Televizní realita – (ne)vyváženost volebního vysílání

Z podstaty věci by televizní zpravodajství, defacto veškeré zpravodajství, mělo být vyvážené. Principy novinářské práce ukládají všem, aby svým divákům, posluchačům nebo čtenářům nabídli kompletní informace, vysvětlili problém, předložili fakta a srozumitelně je vysvětlili, ale názor by si měl každý udělat sám. Takové jsou základní předpoklady novinářské práce. A v předvolební čas by to mělo platit o to více. Přece jen především na základě reportáží v televizi se lidé rozhodují o tom, koho budou volit, zda ten či onen kandidát je hoden toho, aby třeba i jen vyrazili k volebním urnám. Zodpovědnost médií je v takových případech zásadní a je obecně známa. Na základě záměrně pokřivených informací mohou televizní společnosti zásadně ovlivnit výsledek voleb, a tím pádem ovlivnit i směřování dané země. Speciálně v případě amerických voleb je pozice amerického prezidenta natolik silná, že je zodpovědnost mediálních domů klíčová.¹

Americká média – vyváženě to neumíme

Po většinu 20. století se média ve Spojených státech snažila přinášet kvalitní a vyvážené zpravodajství, které poskytne voliči možnost udělat si na politickou situaci vlastní názor. Politické názory komentátorů byly výhradně zobrazovány v denním tisku a na předem jasně označených a vyhrazených místech. Televizní žurnalistika se držela striktně nutnosti vyváženého vysílání se stejným prostorem pro všechny zúčastněné strany.² To se ale v moderním pojetí médií výrazně změnilo. Americká média jsou rozdělená na ta, která tíhnou spíše k demokratům, a ta, která jsou spíše republikánská. Toto rozdělení potvrzuje i nezisková organizace Ad Fontes Media, která dohlíží na vyváženost a nezávislost amerických médií a je známa především pro svou „Media Bias Chart“, která znázorňuje, na jakou stranu se přiklání konkrétní americká média³, nebo výzkum provedený profesory

¹ MCQUAIL, Denis. *Žurnalistika a společnost*. Praha, [Czech Republic: Nakladatelství Karolinum, 2016 - 2016, 1 online resource (254 p.). ISBN 80-246-3113-X.

² PATTERSON, Thomas E. A Tale of Two Elections: CBS and Fox News' Portrayal of the 2020 Presidential Campaign. *Harvard Kennedy School* [online]. Harvard: Shorenstein Center, 2020, 17. 12. 2020, 1 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://shorensteincenter.org/patterson-2020-election-coverage/>

³ AD FONTES MEDIA. Interactive Media Bias Chart. *Ad Fontes Media* [online]. Colorado: Ad Fontes Media, 2022 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://adfontesmedia.com/interactive-media-bias-chart/?v=402f03a963ba>

ze Stanfordské a Michiganské univerzity společně s Microsoftem.⁴ Podle těchto zpráv je mediální scéna ve Spojených státech rozdělena na tři hlavní sektory – média podporující levicovou politiku – tedy tu, kterou v USA propaguje demokratická strana, média, která tíhnou k pravicové – konzervativní politické ideologii, a pak ta média, která jsou neutrální. Z těchto statistik vyplývá, že na té demokratické straně jsou z televizních stanic například NBC, ABC nebo CBS, na té republikánské pak známé FOX News. Neutrální je třeba The New York Times.

Nejsou to ale jen výzkumy a organizace, které pracují se skutečností, že televizní stanice ve Spojených státech nejsou nestranné. Podle výzkumu Pew Research Center, které jako jedno ze svých výzkumných zaměření má vyváženost médií, si i samotní američtí občané jsou vědomi toho, že mediální domy nejsou v USA nezávislé. Podle nejnovějších čísel z roku 2020 79 % všech dospělých Američanů tvrdí, že média tíhnou k jedné ze stran amerického politického spektra.⁵ Co je ale na tomto výzkumu zajímavé, tak běžní Američané z tohoto stavu neviní samotné novináře, ale zpravodajské organizace. Podle nich totiž právě vedení stanic nutí své pracovníky firemní kulturou, autocenzurou, aby se přiklonili na stranu kandidáta preferované politické strany.

Další zásadním problémem je pak především to, co zjišťují některé studie provedené na konkrétních příkladech mediálních domů. Například, že lidé, kteří mají možnost přepínat mezi kanály, si cíleně vybírají tu televizní stanici nebo ten zdroj informací, který jim vyhovuje. Pokud tedy, a výzkumy to potvrzují, se televizní stanice a média obecně přiklánějí na jednu stranu, tak si je lidé nevybírají podle kvality zpracování zpráv, ale podle toho, jak jim vyhovuje jejich podání událostí a názorové spektrum, které nabízejí svým divákům.⁶ Dochází tak k efektu, kdy lidé nemají kompletní a ucelené informace, ale jen ty, se kterými

⁴ BUDAK, Ceren, Sharad GOEL a Justin M. RAO. FAIR AND BALANCED? QUANTIFYING MEDIA BIAS THROUGH CROWDSOURCED CONTENT ANALYSIS. *Public opinion quarterly* [online]. Oxford University Press, 2016, **80**(S1), 250-271 [cit. 2022-05-15]. ISSN 0033-362X. Dostupné z: doi:10.1093/poq/nfw007

⁵ WALKER, Mason a Jeffrey GOTTFRIED. Americans blame unfair news coverage on media outlets, not the journalists who work for them. *Pew Research Center* [online]. 2020, 28. 10. 2020, 1 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/10/28/americans-blame-unfair-news-coverage-on-media-outlets-not-the-journalists-who-work-for-them/>

⁶ FICO, Frederik, Geri Almut ZELDES a Arvin DIDDLE. Broadcast and Cable Network News Coverage of the 2004 Presidential Election: An Assessment of Partisan and Structural Imbalance. *Mass Communication and Society*. Taylor & Francis, 2008, **11**(3), 319-339.

názorově souzní. Tento problém se navíc zněkolikanásobil s příchodem digitálních médií a především „fake news“ šířících se na sociálních sítích.⁷

Jakým způsobem média předkládají svým divákům politické názory? Ve většině případů se tak děje pomocí negativních zpráv. Ty totiž dominují televiznímu zpravodajství stále více.⁸ V médiích obecně platí: „Špatná zpráva dobrá zpráva“, a i proto se televizní stanice obecně soustřeďují víc na negativní reportování než na vytváření idylického obrazu světa. Na pokrývání tématu prezidentských voleb se to podepisuje především tak, že se na kandidátech nehledá to dobré, ale televizní zpravodajské týmy se snaží najít především negativní věci, jakými jsou například skandály, fotografie z kandidátových mladých let a podobný druh informací. To je totiž podle vedení redakcí to, co láká diváky ke sledování televizního zpravodajství. Tedy sledovat nepříjemné věci, které se dějí známým lidem, v našem případě tedy prezidentským kandidátům.⁹

To, že novináři do svých reportáží promítají své vlastní názory a svůj vlastní pohled na svět, diskutuje většina studií provedených na toto téma. Například ta studující americké prezidentské volby v roce 2004 jednoznačně konstatuje, že novináři jsou pouze lidé, a je logické, že do reportáží a zpráv, které zpracovávají, se musí odrazit to, co si skutečně myslí. Navíc tu podle této zprávy nejde jen o samotné novináře, ale i lidi, kteří v jednotlivých příspěvcích vystupují.¹⁰ Stejný tón má i zpráva z roku 2020, která zkoumala poslední souboj o Bílý dům: novináři nejsou schopni zcela oddělit to, co si myslí, od toho, co píšou. Měli by se snažit svůj názor oddělovat, ale prakticky to na 100 % možné není.¹¹ Je to ale přitom jeden ze zásadních problémů, který je potřeba velmi bedlivě sledovat. Domnívá se tak alespoň další výzkum provedený na třech po sobě jdoucích prezidentských volbách od roku 2000. Důležité je to hlavně z toho důvodu, že je empiricky prokázáno, že mediální obraz kandidátů na prezidentský úřad zásadně ovlivňuje výsledky samotných voleb a to, jak voliči jednotlivé

⁷ SMITH, Glen a Kathleen SEARLES. WHO LET THE (ATTACK) DOGS OUT?. *Public Opinion Quarterly*. Londýn: American Association for Public Opinion Research, 2014, **78**(1), 71-99.

⁸ PATTERSON, Thomas E. A Tale of Two Elections: CBS and Fox News' Portrayal of the 2020 Presidential Campaign. *Harvard Kennedy School* [online]. Harvard: Shorenstein Center, 2020, 17. 12. 2020, 1 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://shorensteincenter.org/patterson-2020-election-coverage/>

⁹ PONCE DE LEON, Charles L. Beginings. *That's the Way It Is : A History of Television News in America*. Chicago: University of Chicago Press, 2015, s. 243. ISBN 9780226472454.

¹⁰ FICO, Frederik, Geri Almut ZELDES a Arvin DIDDLE. Broadcast and Cable Network News Coverage of the 2004 Presidential Election: An Assessment of Partisan and Structural Imbalance. *Mass Communication and Society*. Taylor & Francis, 2008, **11**(3), 319-339.

¹¹ PATTERSON, Thomas E. A Tale of Two Elections: CBS and Fox News' Portrayal of the 2020 Presidential Campaign. *Harvard Kennedy School* [online]. Harvard: Shorenstein Center, 2020, 17. 12. 2020, 1 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://shorensteincenter.org/patterson-2020-election-coverage/>

kandidáty vnímají. A to nejen v průběhu hlavního souboje, kdy v něm jsou už pouze dva kandidáti, ale také v případě primárních voleb, kdy teprve jednotlivé strany hledají toho, koho vyšlou do volebního klání.¹²

Obecně vzato je tak evidentní, že politické názory novinářů nebo případně vedení jednotlivých redakcí, přímo ovlivňují volební potenciál jednotlivých prezidentských kandidátů v USA. Média tak mohou rozhodnout o tom, kdo má výrazně větší šanci stát se voleným zástupcem. Toto tvrzení neplatí jen pro Spojené státy americké, ale také pro zbytek světa včetně České republiky. I tady můžeme ve vysílání jednotlivých televizních stanic sledovat, že podpora některého politického názoru nebo strany je v mediálním prostředí rozpoznatelná. I v České republice se televizní novináři, případně editoři, snaží do mediálního prostoru dostat svoje politické myšlenky a názory. Na druhou stranu je ale potřeba zcela jednoznačně říct, že je to mnohem méně výrazné než ve Spojených státech amerických, kde si mediální domy mohou dovolit i takové věci jako pár dnů před volbami na titulní straně doporučit svým čtenářům, koho mají volit.¹³ Média jsou sice jedním ze základních stavebních kamenů demokracie, ale dokážou jí také velmi silně škodit.¹⁴

Výzkumy amerických prezidentských voleb v letech 2004-2020 v USA

V minulosti se výzkumem nadřování jednotlivým kandidátům zabývala řada studií, které zkoumaly, jakým způsobem se televizní stanice přikláněly k prezidentským kandidátům v USA. Výzkumy se často zaměřovaly na hlavní televizní kanály. Tedy většinou televizní stanice jako jsou NBC, CBS, ABC a samozřejmě kabelové zpravodajské kanály jako CNN, FOX News nebo MSNBC.

Například v roce 2004 bylo podle jedné z takových studií na 54 % zpravodajských příspěvků nevyvážených, tedy jejich tón zněl ve prospěch jednoho nebo druhého prezidentského kandidáta. To znamená, že každá druhá reportáž nebo televizní segment byly

¹² DIDD, Arvind, Frederick FICO a Geri ALUMIT ZELDES. Partisan Balance and Bias in TV Network Coverage of the 2000, 2004, and 2008 Presidential Elections. *Journal of broadcasting & electronic media* [online]. Routledge, 2014, **58**(2), 161-178 [cit. 2022-05-15]. ISSN 0883-8151. Dostupné z: doi:10.1080/08838151.2014.906431

¹³ BREWSTER, Jack. USA Today Urges Readers To Vote For Joe Biden In First-Ever Presidential Endorsement. *Forbes* [online]. New York, 2020, 20. 10. 2020, 1 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/jackbrewster/2020/10/20/usa-today-urges-readers-to-vote-for-joe-biden-in-first-ever-presidential-endorsement/?sh=6a43548fdb8d>

¹⁴ SILBER, Radomír. *Partisan media and modern censorship: media influence on Czech political partisanship and the media's creation of limits to public opposition and control of exercising power in the Czech Republic in the 1990s*. Brno: Tribun EU, 2017, 86 stran ; 21 cm. ISBN 9788026311744.

obsahově nevyvážené a nesplňovaly tak obecně standardy, které jsou po novinářích požadovány společností.¹⁵ K velmi podobnému výsledku došla jiná studie, které sledovala volby v dalších několika letech. Například v roce 2008, v souboji McCain vs. Obama, stanice MSNBC odvysílala osmdesát osm negativně zabarvených zpráv o prezidentských kandidátech. Sedmdesát pět jich z toho bylo na účet republikánského kandidáta Johna McCaina.¹⁶

Na druhou stranu ale některé studie dokazují, že se tento poměr mění v závislosti na osobnosti jednotlivých kandidátů. V roce 2008 byla MSNBC v kategorii negativních reportáží zcela jednoznačně na straně Obamy a negativní reportáže o něm stanice nepřinášela. Její mateřská stanice NBC, která sídlí jen o pár poschodí výše ve stejné budově, byla ale nakloněna ve svém volebním vysílání McCainovi, tedy republikánskému kandidátovi.¹⁷ Autoři si to vysvětlují především tak, že zpravodajská stanice měla daleko větší prostoro na to, aby se kandidátům věnovala, a nebyla pod takový drobnohledem jako večerní zpravodajská relace NBC, a tak měla větší možnost některý z konkrétních segmentů zabarvit. Příklon tradičně levicové, tedy televizní stanice stranící demokratům, jakou je NBC, k republikánskému kandidátovi si pak vysvětlují především blízkostí politiky Johna McCaina k demokratickému programu a také tím, že McCain byl uznávaným válečným hrdinou. To zřejmě ovlivnilo to, že stanice přistupovaly k McCainovi jinak než k ostatním republikánským kandidátům.

Naopak nejagresivnější kampaň televizní stanice rozjely v roce 2020. Tedy v roce, kdy obhajoval svůj prezidentský mandát Donald Trump a proti němu stál Joe Biden, bývalý viceprezident z éry demokrata Baracka Obamy. Uvádí to výzkum publikovaný na stránkách Harvardské Kennedyho školy politických věd. Tón, jakým byly prezentováni jednotliví kandidáti, byl diametrálně odlišný. Například o Joeu Bidenovi odehrála televize CBS ve večerním zpravodajství 100 příspěvků, 89 jich bylo pozitivně zabarvených. Ve stejném počtu příspěvků o republikánovi Trumpovi to bylo jen 5 pozitivních reportáží ze sta.¹⁸

¹⁵ FICO, Frederik, Geri Almut ZELDES a Arvin DIDDLE. Broadcast and Cable Network News Coverage of the 2004 Presidential Election: An Assessment of Partisan and Structural Imbalance. *Mass Communication and Society*. Taylor & Francis, 2008, **11**(3), 319-339.

¹⁶ SMITH, Glen a Kathleen SEARLES. WHO LET THE (ATTACK) DOGS OUT?. *Public Opinion Quarterly*. Londýn: American Association for Public Opinion Research, 2014, **78**(1), 71-99.

¹⁷ DIDDLE, Arvind, Frederick FICO a Geri ALUMIT ZELDES. Partisan Balance and Bias in TV Network Coverage of the 2000, 2004, and 2008 Presidential Elections. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* [online]. Routledge, 2014, **58**(2), 161-178 [cit. 2022-05-15]. ISSN 0883-8151. Dostupné z: doi:10.1080/08838151.2014.906431

¹⁸ PATTERSON, Thomas E. A Tale of Two Elections: CBS and Fox News' Portrayal of the 2020 Presidential Campaign. *Harvard Kennedy School* [online]. Harvard: Shorenstein Center, 2020, 17. 12. 2020, 1 [cit. 2022-05-15].

Z tohoto pohledu byla CBS v posledních prezidentských volbách zcela jednoznačně na straně demokratického kandidáta. Pokud se ale ve výzkumu podíváme na vysílání FOX News, najdeme odlišné vyznění jejího vysílání. Ze sta reportáží na FOX News o Bidenovi bylo 41 pozitivních, u Trumpa 42. Z tohoto pohledu bylo vysílání FOX News vyváženější než CBS. Autoři studie „Tale of Two Elections“ došli k zajímavému poznání. Od Fox News, jak píšou v závěru, se očekávalo, že bude plnit roli televize s republikánským názorem a bude zabarvovat zprávy ve prospěch Donalda Trumpa. To dokazuje například neustálé otevírání tématu, zda je Biden, vzhledem k svému věku, schopen vést USA. Ale překvapivým závěrem je to, jak konstatují autoři, že naopak CBS se často ve svém večerním zpravodajském bloku dopouštěla chování, jaké by se od takto významné značky neočekávalo.¹⁹

Studie z roku 2004 také zkoumá, jakým způsobem mohou kompromitovat samotné vyznění reportáže moderátoři ve studiu, tedy ti, co pouze čtou text uvádějící reportáž, případně si k tomuto textu mohou přidat vlastní poznámku nebo komentář, a to po konzultaci s producentem vysílání. Autoři studie zjistili, že moderátoři kompromitovali v roce 2004 téměř třetinu všech reportáží. A to tím, že si do textu přidali vlastní informace, které ale dokázaly vyváženost následujícího televizního příspěvku vysílaného po jejich slovech zabarvit na jednu nebo druhou stranu.²⁰ Z toho vyplývá, že je potřeba nejen sledovat reportáž jako takovou, ale pro kompletní hodnocení daného zpravodajského obsahu je nutné také sledovat moderátorské vstupy ze studia.

Další podobný případ zneužití postavení ve snaze podpořit kandidáta, který je více přijatelný pro televizní stanici, se opět odehrál na CBS News. Jako příklad ho uvádí studie z roku 2004. Potvrzuje, že americké televizní stanice mají tendenci hledat pozitivní věci na svém favoritovi, a naopak snažit se podrýt pozici oponenta. Případ je z roku 2004 a šlo o údajné vyhýbání se službě ve válce ve Vietnamu ze strany George W. Bushe. CBS, prodemokratická televize, totiž odvysílala rozsáhlou reportáž, která to měla prokazovat. Nakonec se ale ukázalo, že CBS záměrně ignorovala některá fakta ve prospěch Bushe a vysílání úspěchala ve snaze stihnout zveřejnění kauzy před volbami. Zodpovědným se stal

Dostupné z: <https://shorensteincenter.org/patterson-2020-election-coverage/>

¹⁹ PATTERSON, Thomas E. A Tale of Two Elections: CBS and Fox News' Portrayal of the 2020 Presidential Campaign. *Harvard Kennedy School* [online]. Harvard: Shorenstein Center, 2020, 17. 12. 2020, 1 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://shorensteincenter.org/patterson-2020-election-coverage/>

²⁰ FICO, Frederik, Geri Almut ZELDES a Arvin DIDD. Broadcast and Cable Network News Coverage of the 2004 Presidential Election: An Assessment of Partisan and Structural Imbalance. *Mass Communication and Society*. Taylor & Francis, 2008, 11(3), 319-339.

vedoucí vysílání a producent večerních zpráv, kteří museli z televize odejít. Tento příklad je tak konzistentní s názory veřejnosti zmíněnými výše v této diplomové práci; jednotliví novináři nejsou ti, kdo ovlivňují zabarvení reportáží, zodpovědní jsou manažeři reprezentující zpravodajskou organizaci.²¹

To, na čem se shodují všechny výzkumy sledované v této diplomové práci, je jedna věc: americké televizní zpravodajství není nestranné. Ve velkém procentu reportáží se objevují partizánské vstupy reportérů, moderátorů, které zvýhodňují některého z prezidentských kandidátů. Vybarvují ho v lepším světle, než jaký skutečně je, případně se záměrně vyhýbají negativním zprávám o těch kandidátech, kteří mají stejný politický názor jako samotná zpravodajská organizace.

Vyváženost českého zpravodajství o amerických volbách

Hned na začátek je potřeba říct, že česká média jsou logicky ve zcela jiné situaci než ta americká. Nemají žádný vliv na výsledky voleb. I tak by ale měla dodržovat základní požadavek vyváženosti a dokázat se vyvarovat podobných excesů, jakých se dopouštějí američtí vysílatelé. Tedy měla by zaručit, že žádný z kandidátů není líčen v lepším světle než ten druhý. Je to navíc požadováno Zákonem o rozhlasovém a televizním vysílání.²²

Například v roce 2016 provedla společnost Newton Media analýzu obsahu pokrytí amerických voleb v českých médiích. Z té vyplynulo, že o Donaldu Trumpovi mluvila i česká média daleko více negativně než o jeho soupeřce Hillary Clintonové. Zatímco o ní bylo v tradičních českých médiích, jak je definuje studie, odvysíláno 239 negativních zpráv, o Trumpovi to bylo 329.²³ Teprve v roce 2016 se uskutečnila první rozsáhlejší analýza českého vysílání na českých televizních stanicích o prezidentských volbách v USA. Týkala se vysílání České televize, na kterou bylo podáno několik stížností k Radě pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV). Ta na základě šetření a analýzy vydala usnesení, ve kterém Českou televizi upozornila na porušení zákona, a to nedodržením objektivitu a vyváženosti

²¹ FICO, Frederik, Geri Almut ZELDES a Arvin DIDDLE. Broadcast and Cable Network News Coverage of the 2004 Presidential Election: An Assessment of Partisan and Structural Imbalance. *Mass Communication and Society*. Taylor & Francis, 2008, **11**(3), 319-339.

²² *Zákon č. 231/2001 Sb.* In: Sběrka zákonů ČR. Praha: Česká republika, 2001, ročník 2001, číslo 231.

²³ NEWTON MEDIA. Americké prezidentské volby v českých médiích. *Newton Media* [online]. Praha, 2016, 14. 11. 2016, 1 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.newtonmedia.cz/americke-prezidentske-volby-v-ceskych-mediich/>

zpravodajských nebo publicistických pořadů.²⁴ Rada vyčítala ČT především manipulativní spojení obrazu a komentáře, a pak také volbu hostů do studia, kteří podle ní byli výrazně na straně Hillary Clintonové. V Tiskové zprávě uvádí například toto:

"Ve studiu nebo v rámci rozhovorů natáčených na kameru mimo studio (v živém přenosu nebo předtočených) dali autoři pořadu široký prostor k vyjádření celkem čtyřem zainteresovaným respondentům – občanům inkriminované země, tedy USA. Všichni tito respondenti byli příznivci Clintonové a odpůrci Trumpa (jeden člen administrativy demokratické strany – Andrew Schapiro, druhý ideový a finanční podporovatel Clintonové – Brady Clough, třetí republikán angažující se v hnutí Never Trump – Tom Nichols a čtvrtá lidskoprávní aktivistka – Anne Petráková). Byli tedy pozváni hosté zastupující výhradně jen jednu stranu, a to v poměru 4 : 0,"²⁵

Tamtéž uvádí, že analýzu vysílání TV Nova nemohla provést, protože si na ni nikdo nestěžoval. Česká televize ale s tímto rozhodnutím nesouhlasila a žádala o přezkum tohoto rozhodnutí. To ale zákon nepřipouští, takže pouze vlastní analýzou konfrontovala analýzu RRTV a snažila se očistit.²⁶

Podobná analýza se pak uskutečnila v roce 2020, kdy RRTV opět zkoumala pouze vysílání České televize. V tomto případě už Rada nevydala proti České televizi žádné negativní stanovisko a do závěru své analýzy napsala toto:

„Z celé podoby vysílání je zřejmé, že se provozovatel poučil z porušení zákona při vysílání obdobného publicisticko-zpravodajského bloku v roce 2016. Autoři pořadu zvolili názorově vyváženější strukturu hostů, vyvarovali se nekritického přejímání informací od politicky zaujatých zahraničních médií, moderátoři se snažili o transparentní neutralitu, odstup od tématu, projevovali se ve vztahu k tématu bez emocí a subjektivních komentářů, chovali se převážně věcně a neutrálně. V některých momentech byla vidět osobní zaujatost, ale profesionálně „zkrocená“ do rámce zákona.“

²⁴ ČTK. Rada pro vysílání: Česká televize porušila zákon, nadřzovala Clintonové [online]. Praha, 2017, 12. 01. 2017, 1 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/domaci/rada-pro-vysilani-ceska-televize-porusila-zakon-nadrzovala-clintonove-1327650>

²⁵ RRTV. Tisková zpráva z 1. zasedání 2017, konaného dne 10. 1. 2017. RRTV [online]. Praha, 2017, 12. 1. 2017, 10 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: https://www.rrtv.cz/cz/files/press/TZ_01_17.pdf

²⁶ BŘEŠŤAN, Robert. Nevyvážená Česká televize? ČT žádá RRTV o přezkum usnesení k vysílání z „Americké volební noci“. Hlídací Pes [online]. Praha: Hlídací Pes, 2017, 8. 3. 2017, 1 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/nevyvazena-ceska-televize-ct-zada-rrtv-o-prezkum-usneseni-k-vysilani-z-americke-volebni-noci/>

K diskusi pak je, proč Rada pro rozhlasové a televizní vysílání neprovedla podobnou studii i na vysílání ostatních provozovatelů. A to především v situaci, kdy bylo zřejmé, že podobné rozsáhlé zpravodajství připravuje nejen ČT, ale i dva ostatní hlavní televizní hráči v mediálním prostoru na území České republiky.

Základní požadavky na média a jejich reálná dosažitelnost

Měly by to být základní principy novinářské práce. Tedy zpravodajství by v základu mělo být vždy nestranné, objektivní a vyvážené. Toto liberálně demokratické společnosti požadují. Jsou to normy, které se vztahují na všechny novinářské postupy, od sběru informací, přes jejich editaci až po konečnou podobu v novinách, rozhlase, televizi nebo v on-line prostoru.²⁷ Je to ale teoretický koncept, který funguje pouze v ideálním světě. Každý novinář je vždy ovlivňován podněty ze svého okolí. Prostředím, ve kterém žije, vlivy ze svého rodinného, sociálního nebo také pracovního okolí, požadavky z vedení jednotlivých mediálních společností. I proto je o konceptu vyváženosti, objektivity a nestrannosti dobré uvažovat jako o teoretickém konceptu, který v reálném světě je velmi těžké dodržovat. Řada autorů velmi přesně popisuje, jakým způsobem se média v dnešní době dopouštějí zvýhodňování té či oné strany.²⁸

Asi nejvýraznějším pochybením při nedodržování objektivity, vyváženosti a nestrannosti je politické zabarvení novinářských příspěvků. Především ve Spojených státech amerických se mediální domy ani netají tím, že v minulosti i v současnosti strnily a strnají některé ze dvou politických stran. Že mediální domy mají svoje favority, které protežují na stránkách novin nebo na obrazovkách televizí. V zahraničních textech se podobnému jednostrannému nadržování říká „medialní favorizace“ (media favoritism)²⁹. Z minulosti tento postup prokazuje řada studií, které se v posledních několika desítkách let objevily. Důkazem jsou například i ty, které jsou citované několikrát v této diplomové práci.

Z tohoto pohledu je například objektivita pouze relativní pojem. Nejde totiž dodržet absolutní objektivitu. Zpráva je vždy zabarvena podle toho, v jakém vzniká kontextu. Nejde

²⁷ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 387 : grafy ; 21 cm. ISBN 80-7367-096-8.

²⁸ KŘEČEK, Jan, Vlastimil NEČAS, Ivan VODOCHODSKÝ a Jan MIESSLER. *Vyváženost ve vysílání*. Praha: Grada, 2022, 1 online zdroj (112 stran). ISBN 978-80-271-4868-4.

²⁹ KŘEČEK, Jan, Vlastimil NEČAS, Ivan VODOCHODSKÝ a Jan MIESSLER. *Vyváženost ve vysílání*. Praha: Grada, 2022, 1 online zdroj (112 stran). ISBN 978-80-271-4868-4.

ji vnímat jako útvar ve vzduchoprázdnu, ale musí se na ni nahlížet s vědomím toho, v jaké společenské situaci a v jaké době vzniká. Je potřeba se soustředit i na to, že zásadní roli v nedodržování objektivitu hraje aktuální historický, sociální nebo ekonomický vliv.³⁰ Pro řadu novinářů je sice objektivita cíl, kterého by chtěli dosáhnout, ale defacto to pro ně je zcela nedosažitelná meta, protože je ovlivňují všechny výše zmíněné faktory. Musíme také rozlišit, zda je cílem novináře skutečně sdělit neobjektivní informaci, nebo tak činí nezáměrně, nevědomky. Rozlišujeme navíc podporu otevřenou a latentní. Pokud se novinář dopouští politický angažované podpory, tak se jedná o podporu otevřenou a záměrnou.³¹ To je příklad amerických médií, která zcela otevřeně podporují konkrétní kandidáty na základě příslušnosti k politické straně.

Intermediální nastolování agendy

Výzkumy chování amerických médií z volebních období jasně dokazují, že výběr zpráv v předvolebním období má jasný a zcela zřejmý patern. Zprávou jsou pouze ty události, které jsou v nějakém kontextu negativní. Dokazují to i studie prezentované v této práci. Řada z nich poukazuje na to, že dominantní zprávou je ta zpráva, která je negativní a která nějakým způsobem přináší negativní emoce.³² Mediální domy se tak právě proto dlouhodobě soustřeďují na informace, které přinášejí negativní emoce.³³

Pokud se ale budeme bavit o typech zpráv, dojdeme k závěru, že témata vybírají mediální domy většinou ve shodě. Jednotlivé redakce se tak velmi často přesně shodnou na tom, co je pro ně zásadní událostí a co je potřeba zpravodajsky pokrýt. Mluví o tom velmi známá studie Chapel Hill, která toto tvrzení poprvé prokázala v konkrétním výzkumu v roce 1972.³⁴ Z tohoto pohledu je tak zřejmé, že mediální zájem je velmi podobný u většiny mediálních domů. Podobnost tohoto výběru pak vysvětluje další studie z roku 1996, která

³⁰ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 144: grafy ; 21 cm. ISBN 80-7367-096-8.

³¹ MCQUAIL, Denis, Jan JIRÁK a Marcel KABÁT. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vydání druhé. Praha: Portál, 2002, 447 stran : tabulky ; 23 cm. ISBN 80-7178-714-0.

³² PATTERSON, Thomas E. A Tale of Two Elections: CBS and Fox News' Portrayal of the 2020 Presidential Campaign. *Harvard Kennedy School* [online]. Harvard: Shorenstein Center, 2020, 17. 12. 2020, 1 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://shorensteincenter.org/patterson-2020-election-coverage/>

³³ WHITE, David M. The „Gate Keeper“: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*. 1950, **27**(4), 383-390.

³⁴ MCCOMBS, MAXWELL E a DONALD L SHAW. THE AGENDA-SETTING FUNCTION OF MASS MEDIA. *Public opinion quarterly* [online]. Princeton, N.J.: Oxford University Press, 1972, **36**(2), 176-187 [cit. 2022-06-10]. ISSN 0033-362X. Dostupné z: doi:10.1086/267990

poukazuje na to, že novináři a vedoucí pracovníci mediálních domů mají většinou velmi podobné vzdělání, a to je předurčuje k tomu, aby při vybírání jednotlivých témat používali stejné logické postupy, které je vedou k velmi podobnému výběru témat samotných.³⁵ Je to nedílná součást mediálních rutin, a pokud se jednotlivá média rozhodují stejně, tak zároveň tak ospravedlňují svá rozhodnutí o tom, co je a co není zpráva. Příkladem mohou být například Spojené státy a deník The New York Times. Ten v první dekádě 20. století hrál nejvýznamnější roli v oblasti intermediální selekce zpráv. Deník byl, na základě své pověsti, považován za určující v nastolování novinářských hodnot. Ostatní menší média se tak ve výběru zpráv „učila“ právě od editorů a vedoucích pracovníků toho deníku. Tímto způsobem se tak jednotlivá média ovlivňovala navzájem. Předávala si editoriaální praxi, která se šířila dál. Příkladem takového vzájemného ovlivňování mediálních domů může být pokrytí tématu hladomoru v Etiopii v 80. letech 20. století. Pokud bychom se zpětně podívali na jednotlivé mediální výstupy, tak zjistíme, že pokrytí událostí bylo v televizi pojata tak, jak se ráno objevilo v denním tisku. Televizní manažeři jednoduše opisovali tu agendu, kterou nastolili ti z denního tisku pro ranní vydání. Stejně tak se měnila i intenzita samotného pokrytí události. Pokud noviny psaly o hladomoru méně, tím menší prostor dostal i v televizním vysílání tří hlavních amerických televizních vysílatelů.³⁶

New York Times jsou v tomto příkladu zástupcem takzvaných elitních médií, která určují trendy. Právě tak je nazval Maxwell McCombs ve své publikaci.³⁷ Podle něj některá média hrají daleko zásadnější roli v mediálním světě než jiná. Jsou to ta média, která určují trendy a nastavují agendu i pro ostatní. Lidově řečeno, jsou to média, na která koukají všechna ostatní, a pokud spustí nějakou velkou a zásadní kauzu, roztáčí tím soukolí mediálního kolotoče. Tato role mediálních elit existuje i v dnešní době. Jen je potřeba do tohoto prostředí připočítat i on-line média. S jejich narůstajícím vlivem ztrácejí klasická, tedy tradiční média, jakými jsou tisk, televize a rozhlas, svoje dominantní postavení a část jejich úkolu přebírají například sociální sítě, které v určování agendy hrají čím dál větší roli. Je totiž stále důležitější, o čem si lidé povídají, než to, o čem píšou noviny.

³⁵ DEARING, James W. a Everett M. ROGERS. *Agenda-setting*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 1996, 1 online resource (x, 139 p.) : ill. ISBN 1-5063-2030-9.

³⁶ DEARING, James W. a Everett M. ROGERS. *Agenda-setting*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 1996, 1 online resource (x, 139 p.) : ill. ISBN 1-5063-2030-9.

³⁷ MCCOMBS, Maxwell. *Setting the Agenda*. Cambridge: Polity Press, 2013. ISBN 9780745623139.

Zásadním prvkem je také fakt, že prvky intermediální agendy nejsou nijak omezeny hranicemi států. Média se dokážou ovlivňovat i mezinárodně.³⁸ Především pak prostřednictvím mediálních agentur a zpravodajských sítí. Nezáleží proto na tom, odkud médium vysílá nebo šíří svůj obsah, ale jak respektované v novinářské komunitě toto médium je. Především pak v tak specifické oblasti, jakou jsou americké prezidentské volby. Pro zpravodajské pokrytí amerických voleb ve zbytku světa je činnost tamních médií zcela zásadní. Většina médií se dostává k informacím právě prostřednictvím amerických kolegů nebo zpravodajských agentur. Právě proto jsou volby ukázkovým příkladem pro zkoumání intermediálního nastolování agendy a dalším teoretickým konceptem, vhodným pro tuto diplomovou práci.

Kdo vybírá a proč je to důležité?

V polovině 20. století začali někteří mediální teoretici zkoumat, jakým způsobem se vybírají zprávy do zpravodajského vysílání. Kdo rozhoduje o tom, zda se zpravodajské téma odvysílá nebo skončí mimo novinové stránky či scénáře zpravodajských relací. Jako první se o imaginární bráně, která propouští jen určité zprávy, zmínil ve své práci Kurt Lewin. Jako první popsal a použil termín „Gate Keeper“, tedy doslova „hlídač brány“.³⁹ „Hlídači brány“ jsou lidé, v našem případě novináři, redaktori, editoři, kteří do zpravodajských relací schvalují pouze ty zprávy, které jim přijdou zajímavé pro jejich publikum. Lewin popsal především to, že v procesu publikování zpráv – neboli na cestě zprávy od zdroje ke čtenáři pomocí komunikačních kanálů, jsou v určitých místech „hlídači brány“, později v práci označení jako ti, kteří jsou u moci, kteří určují, jaké zprávy zůstanou a jaké budou vyškrtnuty.

Myšlenky Kurta Lewina později rozšířil další sociolog, David M. White. Snažil se zkoumat, jaké procesy jsou nastaveny v jednotlivých redakcích a jakým způsobem odpovědní pracovníci mediálních domů vybírají konkrétní zprávy. Vycházel z konceptu, že se novináři během jediného dne setkají s obrovským množstvím informací, které ale nejsou

³⁸ MOHAMMED, Shimaa Hassan Ali a Maxwell MCCOMBS. Intermedia Agenda Setting or International News Flow? Cross-Lagged Comparison of Elite International Newspapers. *International journal of communication (Online)* [online]. University of Southern California, Annenberg School for Communication & Journalism, Annenberg Press, 2021, 3948 [cit. 2022-06-10].

³⁹ LEWIN, Kurt. Channels of a group life. *Human Relations*. 1947, 1(2), 145.

schopni všechny předat, a tak některé musejí z kola ven.⁴⁰ Když White zkoumal tuto teorii, stal se vlastně i prvním tvůrcem empirické případové studie, která zkoumala výběr zpráv.

White ve své studii pojmenoval editora, který vybírá agenturní zprávy do lokálních novin, „Mr. Gate“, a s tímto termínem pak pracoval. Charakterizoval ho pouze jako čtyřicetiletého muže s pětadvacetiletou zkušeností v novinách. White zjišťoval třeba i to, co je důvodem odmítnutí zpráv nebo proč nejsou pro lokální noviny dost „dobré“. Jeho výsledky pak byly velmi zajímavé. Zjistil například to, že „Mr. Gate“ dostal za sedm dnů přes 11 910 zpráv, z toho použil pouze 1 297. To znamená, že podle jeho zjištění může editoriálním procesem v novinách projít zhruba jen každá desátá zpráva.⁴¹ Studie také nabídla první důkladný vhled do toho, co je hlavním důvodem zamítání zpráv. Tím nejčastějším bylo to, že zpráva editora nezajímala nebo nebyla lokálně zajímavá. Druhým pak byl nedostatek místa.

V dalších letech pak koncept gatekeepingu rozšiřovali další sociologové. Například podle R. M. Browna rozlišujeme tyto čtyři etapy gatekeepingu. Uvedeny jsou v učebnici Zpravodajství takto⁴²:

- *Extrakce, tj. výběr určitých informací z informačního univerza.*
- *Koncentrace, tj. redukce vybraného materiálu podle požadavků času, nákladů, kapacity komunikačního kanálu a podobně.*
- *Pročištění, tj. úprava obsahu a informace tak, aby byly vyloučeny elementy z hlediska komunikačního záměru nežádoucí, redundantní nebo irelevantní.*
- *Konečná formulace, která spojuje danou informaci s jinými informacemi tak, aby mohla být základem pro další rozhodování.*

Další studie se pak především soustředily na to, co motivuje gatekeepery, aby zprávám nedali šanci. Co je jejich klíčovou motivací a kde se případně berou jejich postupy pro zamítání určitých témat. Pamela Shoemakerová pak ve své studii posouvá výzkum ještě o kousek dál. Vychází z konceptu, že novinář nebo editor nepracují jen na základě svého vlastního rozhodnutí, ale především na základě rutin mediální společnosti nebo

⁴⁰ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 38 : grafy ; 21 cm. ISBN 80-7367-096-8.

⁴¹ WHITE, David M. The „Gate Keeper“: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*. 1950, **27**(4), 383-390.

⁴² TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 40 : grafy ; 21 cm. ISBN 80-7367-096-8.

společenského zadání.⁴³ Kategorie pak autorka rozděluje takto a jsou uvedeny v učebnici Zpravodajství⁴⁴:

- *individuální úroveň*
- *úroveň mediálních rutin*
- *úroveň organizace*
- *extramediální úroveň*
- *ideologická úroveň*

Shoemakerová ve své studii popisuje také to, co nás pro tuto diplomovou práci zajímá nejvíce. Zda mají konkrétní postupy jednotlivých redakcí vliv na výběr témat jako takových. Podle ní je totiž zásadní, kde zodpovědní pracovníci pracují, myšleno, v jakém druhu média a s jakým názorem. Je tedy podle ní evidentní, že vliv vnitřní kultury mediální organizace, případně její světonázor, do značné míry ovlivňují gatekeepera při výběru jednotlivých témat. Jsou to takzvané mediální rutiny, které gatekeeperovi pomáhají vybírat témata na základě povahy média samotného. A může to být i vliv technologických možností média, tedy jakým způsobem novináři předávají sdělení svému publiku. V některých mediálních organizacích existuje celá řada gatekeeperů. Mohou to být jak gatekeeperi, kteří informace vyhodnocují na začátku procesu, tedy například při přijímání témat na poradách, až po editory, kteří je schvalují před umístěním do vysílání nebo na stránky novin.⁴⁵ Podle dalšího výzkumu zabývajícího se gatekeepingem mohou ale všechny tyto vlivy znamenat změnu požadovaných novinářských standardů. Novináři jsou si podle něj zcela vědomi toho, v jaké situaci se nacházejí, a na základě požadavků ze strany mediálních domů tak mohou uzpůsobit svoji práci tomu, aby vyhovovala, a nedostávali se do konfliktu s výše postavenými lidmi v rámci jednotlivých mediálních organizací.⁴⁶

Ze všech těchto informací vyplývá, že novináři jsou náchylní ke stranění či nadřizování. Například některému z prezidentských kandidátů, což je téma této diplomové práce. Tento teoretický koncept tak potvrzuje, že záleží na vedení jednotlivých redakcí, nebo v některých případech i na samotných reportérech, jakým způsobem bude zbarvená

⁴³ SHOEMAKER, Pamela J. a Stephen D. REESE. *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. 2nd ed. New York: Longman, 1996, xiv, s. 62 ; 24 cm. ISBN 0-8013-1251-5.

⁴⁴ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 43 : grafy ; 21 cm. ISBN 80-7367-096-8.

⁴⁵ SHOEMAKER, Pamela J. a Stephen D. REESE. *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. 2nd ed. New York: Longman, 1996, xiv, s. 58 ; 24 cm. ISBN 0-8013-1251-5.

⁴⁶ SCAMMELL, Margaret a Holli SEMETKO. *The media, journalism and democracy*. London: Routledge, 2018 - 2001, s. 148. ISBN 1-351-74711-8. Dostupné z: doi:10.4324/9781315189772

reportáž z prostřední prezidentských voleb ve Spojených státech amerických. Potvrzuje i to, že novináři mohou být ovlivněni i tím, v jakém médiu pracují. Můžeme si uvést příklad, kdy liberální média budou nadržovat demokratickým kandidátům v USA, a naopak ta konzervativní zase republikánským. Z tohoto pohledu je logické, že například FOX News byla výrazně méně negativní směrem k Trumpovi v roce 2020 než třeba televize CBS.

Pro tuto práci je zásadní si uvědomit, kdo je tím, kdo vybírá zprávy, kdo určuje jejich pořadí a také proč se tak děje. Je to důležité především proto, abychom si mohli v závěru této práce interpretovat výsledky a případně je zařadit a analyzovat.

Prezidentské volby v USA ve vysílání amerických televizních stanic

Rozhlasové vysílání

Tradice televizního volebního vysílání v USA má kořeny v tom rozhlasovém. Je na něj přímo napojena. 2. listopadu 1920 se v Pittsburghu v osm hodin večer amerického času začala psát první kapitola komerčního volebního zpravodajství v historii Spojených států amerických. Byla to chvíle, kdy technik Frank Conrad stiskl vypínač a do rádiového éteru vpustil stanici KDKA. Odstartoval tak první zpravodajský blok o výsledcích prezidentských voleb v historii. Pro odhadem 100 posluchačů odvysílal zprávy, ve kterých jim moderátoři rozhlasové stanice postupně oznámili, že výrazným rozdílem se vítězem prezidentských voleb roku 1920 stal republikán Warren Harding a porazil tak demokrata Jamese Coxe. Volební výsledky obdržela redakce telefonicky ve spolupráci s místními novinami. Zpravodajský speciál o prezidentských volbách byl vůbec prvním plánovaným pořadem komerčního rádia v historii. Předtím v roce 1916 již proběhl obdobný pokus v New Yorku⁴⁷ nebo na lokálních úrovních pouze z vysílačů s krátkým dosahem, ale toto bylo první vysílání na základě komerční rozhlasové licence. Pracovníci rádia chvátali, aby vysílání stihli zprovoznit právě na chvíli, kdy hlad po volebních informacích bude lidi motivovat poslouchat zpravodajství. Samotný vysílač zprovoznili jen pár dnů před volebním dnem⁴⁸ a pracovníci rádia ani přesně nevěděli, kolik lidí je poslouchá, a proto se z éteru často ozývala z úst moderátora Leo Rosenberga tato slova:

*„This is KDKA of the Westinghouse Electric and Manufacturing Company in East Pittsburgh, Pennsylvania. We shall now broadcast the election returns. We are receiving these returns through the cooperation and by special arrangement with the Pittsburgh Post and Sun. We'd appreciate it if anyone hearing this broadcast would communicate with us as we are very anxious to know how far the broadcast is reaching and how it is being received.“*⁴⁹

⁴⁷ BURNOUW, Erik. *A History of Broadcasting in the United States : Volume 1: A Tower of Babel: To 1933*. New York: Oxford University Press, 1966, s. 288. ISBN 9780198020035.

⁴⁸ BURNOUW, Erik. *A History of Broadcasting in the United States : Volume 1: A Tower of Babel: To 1933*. New York: Oxford University Press, 1966, s. 69-71. ISBN 9780198020035.

⁴⁹ DAVIS, Brett. KDKA: BROADCASTING'S PIONEER STATION. *Pennsylvania Centre for the Book* [online]. Univeristy Park: PennState University, 2010 [cit. 2022-05-08]. Dostupné z: <https://pabook.libraries.psu.edu/literary-cultural-heritage-map-pa/feature-articles/kdka-broadcastings-pioneer-station>

Desítky lidí reagovaly. Celkově se na samotném prvním volebním zpravodajství ve Spojených státech amerických podílelo pět lidí. Svým posluchačům přinášeli kontinuální zpravodajství po celou noc. Chvilé přestávkou vyplnili hudbou. Primárně to ale bylo mluvené slovo s volebními výsledky. Bylo to tak první kontinuální volební zpravodajství. Byl to ojedinělý pokus hrstky vizionářů, kteří netušili, že nastavují trend, který se nezměnil dodnes.

V dalších letech se pak rozhlasové vysílání výrazně zprofesionalizovalo. Za ohlášením výsledků už nebylo jen pár nadšených amatérů, ale celé zpravodajské týmy. Už to nebyly jen regionální výsledky, posluchači se dostali k celostátním číslům a postupně se dozvídali i o výsledcích v jednotlivých důležitých okrscích. Byli tak svědky přičítání jednotlivých hlasů volitelů jednomu nebo druhému kandidátovi v přímém přenosu.⁵⁰

Ve zcela jiné situaci pak bylo rádio ve volebním roce 1924. Celostátní síť se na prezidentskou bitvu chystaly řadu měsíců. Volební události byly pokryté již od projevu prezidenta Coolidge, který se usadil do Bílého domu po smrti prezidenta Hardinga. Jeho projev byl přenášán živě, stejně jako následující primární volby a nakonec i samotná volební noc. Tady se opět průkopníkem stala stanice KDKA, která vysílala od osmi hodin večer až do čtvrté hodiny ranní, na rozdíl od jiných stanic, které se s posluchači rozloučily těsně po půlnoci.⁵¹

Rádio bylo od té chvíle dominantním zdrojem aktuálních informací. Lidé rozhlasovým vlnám důvěřovali a rádio pro ně bylo nejen v případě voleb rychlým a spolehlivým zdrojem informací. S každými dalšími volbami stanice dávaly více a více prostoru volebnímu zpravodajství. Volby v roce 1928 pak již byly v režii celostátních sítí NBC a CBS. Obě sítě shodně mimořádnými vstupy posluchače zásobovaly aktuálními výsledky, ale také analýzou výsledků samotných i reakcemi veřejnosti. Vysílání se prodloužilo o dvě hodiny a začalo už v šest večer východního času, v tuto hodinu začíná v televizi v USA dodnes. V roce 1928 pak volební rozhlasová diskuse rozhodla o tom, že Herbert Hoover svůj mandát neobhájí a v Bílém domě ho nahradil Franklin D. Roosevelt.⁵²

⁵⁰ BODROGHKOZY, Aniko. *A Companion to the History of American Broadcasting*. New York: John Wiley, 2018, s. 42-45. ISBN 1118646282.

⁵¹ STERLING, Christopher H. a John Michael KITROSS. *Stay Tuned: A History of American Broadcasting*. 3. Mahwah, NJ: Routledge, 2012. ISBN 0-585-39926-3.

⁵² STERLING, Christopher H. a John Michael KITROSS. *Stay Tuned: A History of American Broadcasting*. 3. Mahwah, NJ: Routledge, 2012. ISBN 0-585-39926-3.

Televizní revoluce

„On the evening of March 7, 1955, one out of every two Americans was watching Mary Martin play Peter Pan before television cameras. Never before in history had a single person been seen and heard by so many others at the same time. That vast size of the audience was phenomenon in itself as fantastic as any fairy tale. The age of television had arrived.“

Slova, která napsal Leo Bagart ve své knize „The age of television“ na straně číslo jedna. Vystihuje tím asi nejvíc změnu, která přišla ve chvíli, kdy se lidé mohli odvrátit od rozhlasových přijímačů a začít se dívat na televizní obrazovky.

A revoluce musela logicky dorazit i do volebního zpravodajství. Už to nebyl jen hlas, který proudil k posluchačům, kteří se nemohli dočkat výsledků voleb, ale byl to i obraz, který jim dokázal zprostředkovat mimiku kandidátů, řeč těla, která napověděla, jak se kandidáti cítí, jak reagují na oznámení výsledků, jak se tváří, když přijímají gratulace nebo naopak přiznávají prohru v boji o místo v Bílém domě. Nárůst důležitosti televize byl raketový. Zatímco v roce 1945 bylo ve Spojených státech jen pár desítek televizních přijímačů, přibližně kolem 45 000, tak v roce 1960 to již bylo na 45 milionů.⁵³

A tuto změnu dokázaly i samotné volební výsledky. Příkladem může být rok 1948 a souboj o republikánskou prezidentskou nominaci mezi bývalým guvernérem státu Minnesota Haroldem Stassenem a hlavním kandidátem republikánské strany, guvernérem státu New York Thomasem E. Daweynem. Jejich debata na téma zákazu komunistické strany sice argumentačně vypadala dobře pro Stassenemana, ale pro posluchače zcela jasně vyhrál Dawey, a to především proto, že mluvil jasně, srozumitelně, a především měl „rádiový“ hlas, který jeho projevu dodal vážnost.⁵⁴

Jen o dvanáct let později už nerozhodoval hlas, ale vzhled. V roce 1966 byla největší novinkou televizního volebního vysílání debata – debata dvou nejvážnějších prezidentských kandidátů na prezidentský úřad. To nebylo možné do chvíle, kdy tvůrce myšlenky televizní debaty dvou hlavních kandidátů, Frank Stanton, proloboval v americkém Kongresu, aby byla zrušena povinnost zaručujících všem kandidátům, bez ohledu na aktuální preference, stejný čas v televizním vysílání.⁵⁵ Jakmile tato překážka zmizela, všechny tři americké televizní

⁵³ PONCE DE LEON, Charles L. Beginings. *That's the Way It Is : A History of Television News in America*. Chicago: University of Chicago Press, 2015, s. 1-40. ISBN 9780226472454.

⁵⁴ STERLING, Christopher H. a John Michael KITROSS. *Stay Tuned: A History of American Broadcasting*. 3. Mahwah, NJ: Routledge, 2012. ISBN 0-585-39926-3.

⁵⁵⁺¹⁰ PONCE DE LEON, Charles L. Beginings. *That's the Way It Is : A History of Television News in America*. Chicago:

sítě, NBC, CBS a ABC nabídly debaty Kennedymu a Nixonovi. Kandidáti souhlasili se čtyřmi – rozhodla ale s největší pravděpodobností ta první.

Na 77 milionů lidí⁵⁶ vidělo v přímém přenosu historicky první prezidentskou debatu mezi Richardem Nixonem a Johnem Fitzgeraldem Kennedym. Legendární debata, která se odehrála 26. září 1960, je dnes popisovaná jako příklad toho, jak televize změnila politický zápas o volené funkce. Byl to právě Nixon, který odmítl make-up, na rozdíl od Kennedyho, a to i přesto, že ho moderátor debaty Don Hewitt vehementně přesvědčoval o tom, že je to potřeba. Výsledek se dostavil hned po skončení debaty. Zatímco diváci v televizi viděli unaveného Nixona, který byl nervózní, měl v očích stín a jeho oblek špatně korespondoval s televizním prostředím, tak Kennedy vypadal jako mladý svěží závan do americké politiky. U diváků televize proto jasně vyhrál John Kennedy. U posluchačů rádia to ale byl pravý opak. Pro ty se stal jasným vítězem debaty Richard Nixon. Volby ale rozhodl obraz – v listopadu 1960 se stal americkým prezidentem J. F. Kennedy. Televize tím symbolicky zasadila rádiu poslední ránu a její dominance ve volebním zpravodajství byla zpečetěna. Všichni budoucí prezidentští kandidáti si tak již byli vědomi toho, jakou sílu má televize, že je potřeba dbát na vizuální stránku, je potřeba dobře působit na kameře, a především, nikdy nepodceňovat sílu obrazu. Další prezidentská debata se kvůli dovolání minoritních prezidentských kandidátů ke Kongresu odehrála až o 16 let později v roce 1976. To už televize byla v každé domácnosti a politické a volební zpravodajství patřilo k výkladním skříním všech televizních stanic v USA.

V roce 1964 přišel další zásadní zlom ve volebním zpravodajství v amerických televizních stanicích. Všechny velké televizní sítě a tiskové agentury se spojily dohromady, aby divákům přinesly ty nejaktuálnější výsledky při volební noci. Každá televizní síť si vzala na starost devět amerických států, zbytek si pak rozdělily tiskové agentury. Vznikla tak speciální síť vytvořená pouze pro sběr volebních dat zvaná Network Election Service – později známá jako News Election Service. Znamenalo to, že všichni měli k dispozici reálná data ze všech států USA. To ale nezměnilo nic na faktu, že každá televize nebo tisková agentura měla vlastní algoritmus pro to, jakým způsobem bude vyhlášovat jednotlivé státy získané některým z kandidátů.⁵⁷ Pravidla nebyla nijak konkrétní, a tak se často stávalo, že

University of Chicago Press, 2015, s. 48-49. ISBN 9780226472454.

⁵⁷ PONCE DE LEON, Charles L. Beginings. *That's the Way It Is : A History of Television News in America*. Chicago: University of Chicago Press, 2015, s. 48-49. ISBN 9780226472454.

televizní sítě vyhlásily za vítěze některého z kandidátů ještě v době, kdy byly některé volební místnosti, především ty na západním pobřeží Spojených států amerických, stále otevřené. Kvůli tomu dokonce byla zřízena vyšetřovací komise, ale konkrétní výsledky nepřinesla, a televizní sítě tak nebyly zavázány k tomu, aby vyhlášení prezidentského vítěze pozdržely do uzavření veškerých volebních místností v USA. To, že televizní sítě nejsou ochotny čekat, potvrdily volby v roce 1980. Ronald Reagan byl jasným favoritem od začátku prezidentského klání. Nakonec zvítězil působivým rozdílem – z 538 volitelů získal 489, jeho oponent, demokrat Jimmy Carter, pouhých 49.⁵⁸ Jenže televizní stanice NBC jeho vítězství potvrdila už ve 20:15 východního amerického času, tedy ještě v době, kdy byly otevřeny volební místnosti na západním pobřeží. Znovu se tak otevřela dekádu stará debata, zda to je v souladu s demokratickými volbami. Pozdější výzkumy totiž prokázaly, že tisíce lidí po tomto oznámení zůstaly doma, a přestože nebyly ovlivněny samotné prezidentské volby, tak mnoho místních a lokálních hlasování ovlivněno bylo.

Po roce 1980 dostaly tradiční stanice nového soupeře – kabelové 24hodinové kanály. CNN odstartovala v roce 1. června 1980, jako první zpravodajský kanál, který zprávy přináší 24 hodin denně, 365 dní v roce.⁵⁹ Už nebylo nutné čekat do večera na hlavní zpravodajské relace, aby se člověk dozvěděl, co se ve světě děje. Už nebylo nutné čekat na hvězdy typu Waltera Cronkita, aby se Američané dozvěděli poslední novinky z politických a samozřejmě i volebních soubojů. Čím více bylo jejich vysílání profesionální, tím více Američanů začalo kabelovým zpravodajským kanálům věřit.⁶⁰ Pak přišel FOX News a také MSNBC a tradiční zpravodajské vysílání se ocitlo najednou pod palbou produkce kabelových operátorů, které ale hráči velké trojky, tedy NBC, CBS a ABC nepovažovali za riziko. Ze začátku je spíš dokonce měli za amatéry, kteří produkují nesmyslný obsah, kterému nikdo nevěřil. Až další dekáda ukázala, jak moc se tenkrát manažeři a profesionálové pletli.

⁵⁸ 1980 Electoral College Results. *National Archives* [online]. Washington D.C.: National Archives, 2019 [cit. 2022-05-10]. Dostupné z: <https://www.archives.gov/electoral-college/1980>

⁵⁹ NAPOLI, Lisa. *Up All Night : Ted Turner, CNN, and the Birth of 24-Hour News*. New York: Abrams, 2020, s. 152-155. ISBN 9781419743061.

⁶⁰ PONCE DE LEON, Charles L. *Beginings. That's the Way It Is : A History of Television News in America*. Chicago: University of Chicago Press, 2015, s. 176-177. ISBN 9780226472454.

Přichází 24hodinový zpravodajský cyklus

Právě vznik kabelových zpravodajských stanic výrazně změnil pohled všech na pokrývání průběhu voleb v USA. Začal se používat termín „Horse Race“ tedy takové mediální volební prezentování, které zobrazuje umístění kandidátů na volenou funkci na základě průzkumů. Jako by byli na dostizích. V roce 1988 se tento pohled na volby týkal především primárních voleb, tzv. primárek, tedy voleb, ve kterých demokraté a republikáni teprve rozhodují o tom, koho nakonec pošlou do samotného prezidentského souboje. I proto se média začala zabývat prezidentskou volbou dřív, než kdy jindy – už v roce 1986, tedy dva roky před samotným listopadovým hlasováním.⁶¹ V tu dobu již zavedené kabelové stanice pořádaly debaty kandidátů na demokratickou i republikánskou nominaci a na pódiu se střídalo šest až osm kandidátů.⁶² A tak zatímco v roce 1960 utratily televizní společnosti za kompletní pokrytí prezidentských voleb na třicet milionů amerických dolarů, tak v roce 1988 to bylo desetkrát tolik. Minulostí se také v tomto roce staly přenosy z volebních sněmů, ve kterých si obě strany formálně potvrdily, kdo za ně bude bojovat o křeslo v Oválné pracovně Bílého domu. Televize již nepřenašely všechny dny v nepřerušovaném vysílání, ale jen zásadní okamžiky a projevy. Navíc do hry vstoupily moderní novinářské postupy, které začaly používat kabelové stanice. Reportéři volně chodili po sněmech a ptali se účastníků na kde co. Pozornosti se tak dostalo nejen „tvrdým“ zprávám, ale i drbům a nepodloženým informacím. Díky tomu nahoru vystřelily ratingy sledovanosti a televize naplno objevily, jak zásadní událostí pro ně volby mohou být a že díky nim dokážou vydělat obrovské množství peněz. Především ve chvíli, kdy se z voleb udělá show. Volební noc pak byla ve znamení mnohahodinových přenosů, ve kterých jednotlivé stanice nabízely divákům odhady, vyhlašovaly vítěze a nakonec i nového amerického prezidenta.

V dalších letech postupně upadal zájem o politické dění a volební šílenství televizních sítí i kabelových operátorů postupně opadlo. V roce 1992 se dokonce některé televizní stanice rozhodly zcela ignorovat oba volební sněmy, a to jak Demokratické strany, tak i Republikánské. Pro řadu lidí byly volby nezajímavé a nechtěli jimi ztrácet čas. Stejně jako o volební noci. Zatímco v letech předchozích byla ratingová čísla speciálních vysílání na vysokých hodnotách, teď jako by volba příštího prezidenta nikoho nezajímala. A tak

⁶¹ STERLING, Christopher H. a John Michael KITROSS. *Stay Tuned: A History of American Broadcasting*. 3. Mahwah, NJ: Routledge, 2012. ISBN 0-585-39926-3.

⁶² PONCE DE LEON, Charles L. *Beginings. That's the Way It Is : A History of Television News in America*. Chicago: University of Chicago Press, 2015, s. 48. ISBN 9780226472454.

vítězství Billa Clintona nad obhajujícím Georgem H. Bushem vidělo nejméně diváků ve druhé polovině 20. století.⁶³ Jenže pak přišel rok 1994. Obě komory parlamentu drtivě ovládli republikáni – výrazně, bez jediného zaváhání. Najednou jako by se společnost začala zajímat. Politika se opět dostala na přední místa zpravodajství, a to přesně v ten správný čas – tedy dva roky do dalších prezidentských voleb.

A byl to také rok 1992, kdy se konečně americké televizní společnosti sjednotily v barevnosti legendární červeno-modré mapy, která označuje, jaký kandidát vyhrál, v jakém státě, a může si na svoje konto připsat volitele daného státu. Trvalo to neuvěřitelných 20 let od prvních voleb vysílaných v barvě, než se televizní společnosti v USA dohodly, jakou barvu kdo bude mít. Například v roce 1996 NBC a CBS vybraly pro demokrata Jimmyho Cartera červenou barvu, přestože z dnešního pohledu by to měla být modrá, byl to demokratická kandidát. ABC se zase naopak přiklonila ke žluté u republikánů, modré u demokratů a červené u států, kde ještě nebylo rozhodnuto o některém z prezidentských kandidátů. V roce 1980 dokonce existovala potenciální šance vítězství třetího kandidáta, a tak ABC vytáhla oranžovou barvu. Až o čtyři roky později ABC a CBS společně barvy nastavily – modrá pro demokraty a červená pro republikány. V roce 1992 se pak toto barevné schéma stalo absolutním standardem ve zpravodajství v USA a na celém světě.⁶⁴

Volební vysílání v roce 1996 jako by bylo vystříženě z učebnic. Volební sněmy dominovaly zpravodajství, blížící se termín voleb rozhýbal klasický kolotoč debat, televizní „horse race“ se rozjel na plno. Přední vysílatelé se chystali na volební noc bez výraznějších novinek ve vysílání. Jako by se Amerika již zaběhla do standardních kolejí a nikdo ji z nich nemohl dostat. Jediní, kdo inovovali, byly kabelové zpravodajské kanály. Nová a svěží moderní grafika, reportéři v ulicích, a především svěží kabát. Vedení těchto kanálů totiž pochopilo, že pokud chtějí získat nové diváky, volby jsou pro ně klíčovým obdobím. V jejich očích totiž nebylo nic snazšího, než přetavit zájem o volby a nárůst sledovanosti v trend – z dočasných volebních diváků mít diváky trvalé.⁶⁵

Kabelové kanály v těchto letech začaly pomalu přetvářet volební zpravodajství v obrovskou televizní show, kde je možné všechno. Mohli jsme vidět moderátorské vstupy

⁶³ STERLING, Christopher H. a John Michael KITROSS. *Stay Tuned: A History of American Broadcasting*. 3. Mahwah, NJ: Routledge, 2012. ISBN 0-585-39926-3.

⁶⁴ GODDARD, Taegan. The Origins of Red and Blue States. *Electoral Vote Map* [online]. USA: Goddard Media, 2020 [cit. 2022-05-11]. Dostupné z: <https://electoralvotemap.com/the-origins-of-red-and-blue-states/>

⁶⁵ PONCE DE LEON, Charles L. Beginings. *That's the Way It Is : A History of Television News in America*. Chicago: University of Chicago Press, 2015, s. 243. ISBN 9780226472454.

z těch nejbizarnějších míst, největší hvězdy televizí cestovaly po celé zemi a přinášely reportáže z míst, kam by se mimo volební rok nikdy nevydaly. Vytvořily volební máni, nasazovaly hvězdy, vytvářely zářivou grafiku a nechaly do mediálního prostoru téct neuvěřitelné množství informací. Tradiční televizní kanály si pak do zavedených Late Night Show zvaly politické komentátory, často ale s předem známými a vyhraněnými názory. Bylo tak dopředu jasné, jakému kandidátovi budou stranit nebo jakým způsobem kdo koho okomentuje. Televize se tak stále častěji začaly přiklánět na jednu nebo druhou stranu – podle toho, zda jejich postoje byly více demokratické nebo republikánské. I když některé kabelové kanály vysloveně vznikly proto, aby se jejich obsah přizpůsobil konkrétní voličské základně – v tomto případě byl průkopníkem FOX News. Tato snaha sice přinesla větší ratingy, ale i tak některé reprízy filmů, zábavných pořadů a seriálů zaznamenaly o volební noci větší sledovanost než živé sčítání výsledků.⁶⁶

2000: Televizní katastrofa v přímém přenosu

Byla to jedna z nejočekávanějších volebních nocí v historii. Stane se prezidentem Spojených států amerických demokrat a viceprezident Al Gore, nebo ho nahradí George W. Bush a stane se tak druhým Bushem v Bílém domě? Tuhle otázku si pokládaly všechny televizní stanice a bylo jedno, zda vysílají vzduchem nebo po kabelu. Ještě před osudnou volební nocí se ustálily dva termíny, které používáme dodnes; „blue states“ a „red states“. Označují, které státy na základě preferencí připadají jednomu nebo druhému kandidátovi a je dopředu jasné, že jen velmi těžko v nich volby dopadnou jinak. V červených státech vždy vítězí republikáni, v modrých demokraté. Poprvé tento termín na obrazovce TV použil politický ředitel NBC News Tim Russert, a to ve chvíli, kdy označil, že by George Bush mohl proměnit Floridu v červený stát. Sám si nikdy za tento termín nepřipisoval zásluhy, ale po volbách v roce 2000 pak tato označení našla své stále místo v televizní volební hantýrce.⁶⁷

Všechny televizní stanice se připravovaly na volební noc. Měla to být ukázka precizní novinářské práce. Stejně jako v minulosti všechny stanice využily sdílenou službu pro volební výsledky Election News Service, aby se co nejrychleji dostaly k odhadům a mohly

⁶⁶ STERLING, Christopher H. a John Michael KITROSS. *Stay Tuned: A History of American Broadcasting*. 3. Mahwah, NJ: Routledge, 2012. ISBN 0-585-39926-3.

⁶⁷ GODDARD, Taegan. The Origins of Red and Blue States. *Electoral Vote Map* [online]. USA: Goddard Media, 2020 [cit. 2022-05-11]. Dostupné z: <https://electoralvotemap.com/the-origins-of-red-and-blue-states/>

tak v jednotlivých státech vyhlašovat vítěze. Každý chtěl být první, a tak jedna po druhé začaly velké televizní stanice oznamovat vítězství Ala Gorea na Floridě. Z úst předních zpravodajských hvězdy stanic jako jsou NBC, CBS, ABC, ale i kabelových FOX News nebo CNN znělo: „*And Florida goes to Al Gore*“. Osudová věta, o které v té chvíli nikdo netušil, že změní podobu volebního zpravodajství v USA.⁶⁸ Jenže neuběhla ani hodina a všechny stanice naopak Floridu přiřazují Georgi Bushovi a co víc – oznamují, že Bush se stal prezidentem. Jenže jak přicházejí další hlasy, tak rozdíl mezi ním a Gorem je minimální. I proto televizní stanice opět mění svoje rozhodnutí a oznamují: „*Florida: To close to call*,“ neboli nemůžeme říct, kdo vyhrál. A tak to zůstalo po následujících 36 dnů, než o vítězství Bushe rozhodl americký Nejvyšší soud. Pro Spojené státy to byl šok – volby rozhodnuté u soudu. Ještě větší šok ale měly za sebou televizní stanice. Doteď na ně spoléhali všichni, přece podle nich se kandidáti rozhodují, zda uznají porážku nebo začnou slavit? Vedení stanic bylo pod drobnohledem a veřejnost se ptala na důvody tak zásadního selhání. Nakonec se ukázalo, že stanice špatně nastavily pravidlo pro statistický propočít. Podcenily sílu Gorea jako dosluhujícího viceprezidenta, a proto vyhlásily výsledky chybně.⁶⁹

Byla to bezesporu jedna z nejhorších chvílí amerických televizních stanic. Jejich kredibilita byla zásadním způsobem narušena. Na druhou stranu na tom ale neuvěřitelně vydělaly. Vždyť ratingy, především u kabelových vysílatelů, raketově rostly nahoru. Během soudních sporů se celé zpravodajské týmy sjely na Floridu a přinášely zpravodajství v přímém přenosu. A tak zatímco těsně před volbami měly kabelové kanály průměrně 800 000 diváků, tak v době soudních tahanic o americké prezidentství to bylo až 2 000 000, což na kabelové kanály v té době bylo neuvěřitelné číslo.⁷⁰ Speciální předěly avizovaly další kolo ve sporu „Gore vs. Bush“, největší moderátorská esa moderovala přímo ze státu Florida a finální rozhodnutí Nejvyššího soudu USA pak v přímém přenosu sledovala celá země. Vydělali na tom ale i tradiční vysílatelé. Zájem o volební zpravodajství rostl. Rostly zisky a politici, politické zpravodajství, i to volební, se opět dostali do výrazného povědomí Američanů.

⁶⁸ STERLING, Christopher H. a John Michael KITROSS. *Stay Tuned: A History of American Broadcasting*. 3. Mahwah, NJ: Routledge, 2012. ISBN 0-585-39926-3.

⁶⁹ SIDMAN, Andrew H, Maxwell MAK a Matthew J LEBO. Forecasting non-incumbent presidential elections: Lessons learned from the 2000 election. *International journal of forecasting* [online]. Amsterdam: Elsevier B.V, 2008, **24**(2), 237-258 [cit. 2022-05-11]. ISSN 0169-2070. Dostupné z: doi:10.1016/j.ijforecast.2008.03.003

⁷⁰ PONCE DE LEON, Charles L. *Beginings. That's the Way It Is : A History of Television News in America*. Chicago: University of Chicago Press, 2015, s. 244. ISBN 9780226472454.

Moderní volby a americké televizní stanice

Rok 2000 zásadně ovlivnil způsob, jakým televizní stanice přistupují i v současnosti k pokrytí prezidentských voleb a jak rozhodují o tom, koho vyhlásí za vítěze v některých státech. Duch roku 2000 se dodnes vznáší nad rozhodováním jednotlivých producentů vysílání a vedení zpravodajských divizí. Už čtyři roky poté stanice deklarovaly, že tentokrát nepůjde o rychlost, ale především o správnost. Všechny hlavní televizní mediální domy v USA, které vysílaly volební noc, ji zahájily prohlášením, že tentokrát budou postupovat opatrně, s rozvahou a rozhodně nebudou spěchat s žádným zběsilým oznámením vítěze v kterémkoliv za amerických států.⁷¹ Přitom se floridský scénář klidně mohl opakovat. Tentokrát se státem Ohio. I tam byly výsledky velmi těsné, a byl to právě ten stát, který mohl rozhodnout. Buď Bush obhájí, nebo se prezidenství přesune k Johnu Kerryemu, který byl jeho demokratickým protikandidátem. FOX a NBC vyhlásily Ohio pro Bushe, ale ostatní stanice je nenásledovaly. Bylo to vůbec poprvé, co se, podle deníku Los Angeles Times, americké vysílací síť nechovaly jako „vlčí smečka“, tedy tak, že jakmile jeden udělá krok, všichni ho následují.⁷² ABC, CBS a CNN čekaly. A rozdíl se snižoval. Dokonce někteří moderátoři veřejně vysvětlovali, proč čekají, proč jejich televizní konkurenti už mají jasno. Tyhle okamžiky definovaly to, jak k vyhlášení výsledku přistupují stanice dnes.

Další roky pak přinesly běžné technologické inovace. Pro volby v roce 2008 se CNN rozhodla přinést do televizního volebního světa virtuální technologii. Speciální snímání jí umožnilo přenést moderátora do studia z jakéhokoliv koutu světa – tedy přesněji z místa, kde bylo umístěno 44 kamer kolem dokola a umožňovaly reportéra nebo moderátora nasnímat. Ten se pak ve studiu objevil jako hologram. Fox News představila obří stěnu, NBC zase virtuální prostředí, kterým mohli moderátoři procházet a vysvětlovat volební výsledky.⁷³ Cíl byl jediný, zvednout televizní ratingy a přilákat k obrazovkám v USA co nejvíce diváků. Stejně jako v posledních dvaceti letech přilákat i nové diváky, tentokrát ale

⁷¹ SMITH, Austin. NETWORKS AIR ON SIDE OF CAUTION THIS TIME AROUND. *New York Post* [online]. New York, 2004, 3. 11. 2004, 1 [cit. 2022-05-11]. Dostupné z: <https://nypost.com/2004/11/03/networks-air-on-side-of-caution-this-time-around/>

⁷² ANDERSON, Nick a Elizabeth JENSEN. News Networks Call Election Results With Caution. *The Los Angeles Times* [online]. 2004, 3. 11. 2004, 1 [cit. 2022-05-11]. Dostupné z: https://www.latimes.com/la-110304tv_lat-story.html

⁷³ KERN, Steve. Networks Prep New Technology For Election Night. *TVNewser* [online]. USA, 2008, 30. 10. 2008, 1 [cit. 2022-05-11]. Dostupné z: <https://www.adweek.com/tvnewser/networks-prep-new-technology-for-election-night/22602/>

na internetu. I tam se dnes odehrává souboj o diváka, i tam se dnes bojuje o zásah, o čísla, o to, kdo je nejsledovanější.

Sledovanost mezi lety 2000–2018

Hlavním cílem televizních stanic je sledovanost. A volební noc je pro ně klíčovou záležitostí. Nejde jen o prestiž, kdo byl nejsledovanější, ale také o ukázkou síly značky, síly hvězdných moderátorů, která donutí diváka si vybrat zrovna tu konkrétní stanici. Mezi lety 2000-2018 vysílalo volební noc průměrně 14 různých televizních společností. Sledovanost všech televzí dohromady, tedy zájem o volby na jakémkoliv kanále, kolísala, a to především v závislosti na atraktivitě souboje jako takového. Klání Bush vs. Gore sledovalo v roce 2000 průměrně 61,5 milionu diváků v USA, Bush vs. Kerry pak 59,1 milionu Američanů. V roce 2008 ale přišel výrazný sledovanostní skok. Prezidentem se stal totiž první Afroameričan – Barack Obama a čísla raketově vystřelila – 71,5 milionů diváků sledovalo tento historický moment.⁷⁴ V dalších letech se sledovanost nijak výrazně neměnila. Znovuzvolení Obamy sledovalo na 66,8 milionu lidí a šokující vítězství Donalda Trumpa nad Hillary Clintonovou pak sledovalo 71 milionů lidí.⁷⁵ Důležité ale podle Hollywood Reporter bylo také to, že některé volby byly vyhlášeny dříve než ty ostatní. V některých letech, jako třeba v případě Trump vs. Clintonová se čekalo až do ranních hodin, a diváci tak měli důvod vysílání sledovat výrazně déle.

2020: Bitva o duši Ameriky

Tato diplomová práce se chce zabývat televizním pokrytím amerických prezidentských voleb v USA v roce 2020. Pro americká média byly volby v tomto roce zásadní. Očekával se největší souboj za poslední generaci. Šlo o jedno, zůstane Donald Trump v Bílém domě, nebo ho nahradí Joe Biden, bývalý americký viceprezident a velký přítel Baracka Obamy. Očekával se obrovský mediální souboj. Jednotlivé televizní kanály se již měsíce před volbami nestyděly doporučovat jednoho nebo druhého kandidáta.

⁷⁴ REUTERS STAFF. Election climax drew 71.4 million TV viewers. *Reuters* [online]. 2008, 6. 11. 2008, 1 [cit. 2022-05-11]. Dostupné z: <https://www.reuters.com/article/us-usa-election-ratings-idUSTRE4A4BI520081106>

⁷⁵ O'CONNEL, Mikey. TV Ratings: 71 Million Watched 2016 Election Returns Pour In; CNN and Fox News Set Records. *The Hollywood Reporter* [online]. Los Angeles, 2008, 9. 11. 2008 [cit. 2022-05-11].

Klasická liberální mediální páka takových jmen jako NBC, ABC nebo CBS zcela jednoznačně tlačila Joea Bidena, naopak republikánské FOX News stálo na straně Donalda Trumpa. Největší kabeloví operátoři nasadily řadu speciálních diskusních pořadů, jejich největší hvězdy v nejexponovanějších časech doporučovaly jednoho nebo druhého kandidáta. Byl to bez přehánění boj o duši Spojených států amerických. Americká média se vtělila do role těch, kdo určují, co je pro Američany správné. Například CNN v době primárních voleb v demokratické straně nevysílala jako jediná projev Elizabeth Warrenové a místo toho pustila ze záznamu projevy jejích protivníků, které ona sama nakonec v Iowě porazila. Jeden z mnoha příkladů toho, jak se americká média chovala, jak určovala, co divák smí a co už nesmí vidět, na základě rozhodnutí svých editoriaálních boardů.⁷⁶ Na chování médií si nestěžovala jen Warrenová, ale i Bernie Sander. Ten dokonce označil některé mediální domy za elitistické organizace, kterým jeho politika nevyhovuje, a proto se snaží o jeho zneviditelnění.

Samotné volební zpravodajství začalo brzy. Již na počátku roku 2019 se naplno rozjela televizní mašinérie. Klasický „horse race“ se rozjel o prvního okamžiku, čísla, čísla a opět jenom čísla. Kdo se stane protikandidátem Donalda Trampa, byla základní otázka primárních voleb. Televizní stanice si byly vědomy, že tohle je velký tahák, a proto připravily několik speciálních debat jen pro demokratické voliče, aby si mohli vybrat toho „svého“ kandidáta. Nakonec se za demokraty stal prezidentským kandidátem Joe Biden. Mediální pokrytí událostí se smrsklo na tyto dva. Zpravodajství plnila jedna z nejspinavějších kampaní v historii. Osobní útoky, mediální přestřelky, osočování a lhaní – to byly hlavní zbraně v prezidentských volbách v roce 2020. Pod drobnohledem se ocitly i takové kroky, jako když Joe Biden ve chvíli, kdy zjistil, že má jistou nominaci, se stáhnul do svého domovského státu Delaware a zrušil všechny kampaně. Právě toho republikáni využili k tomu, aby voličům tvrdili, že to ukazuje, jak ve svém věku nemá šanci být schopným prezidentem. Donald Trump šířil lži na Twitteru a dalších sociálních sítích. Demokraté zase nasadili linku pandemie nemoci covid-19 a taková jména jako Clinton, Obama nebo dokonce Jimmy Carter Trumpa obviňovali ze stovek tisíc mrtvých a

⁷⁶ ROSSINI, Patricia, Jennifer STROLEY-GALLEY a Anie KORSUNSKA. More than "Fake News": The media as a malicious gatekeeper and a bully in the discourse of candidates in the 2020 U.S. presidential election. *Journal of Language & Politics*. 2021, 20(5), 676-695. ISSN 1569-2159.

z neschopnosti na pandemii reagovat.⁷⁷ To všechno pod dohledem kamer a tisíců hodin živého vysílání.

Pak následovaly televizní debaty. Jedna z největších mediálních událostí. Týdny dopředu se mluvilo to tom, jak se bude chovat Trump a jak Biden. Utkat se měli ve třech debatách. Nakonec se ale uskutečnily pouze dvě. Třetí byla zrušena, protože Donald Trump byl tři dny před konáním té původně plánované druhé testován pozitivně na covid-19 a odmítl se zúčastnit pomocí telemostu.⁷⁸

Nakonec den, na který všichni čekali. 3. listopadu 2020 byl volebním dnem a také dnem, na který se všechna velká média v zemi připravovala. Zpravodajské kabelové kanály vysílaly své speciály od brzkých ranních hodin, reportéři stáli u volebních místností a komentátoři sledovali jakýkoliv problém napříč USA. Televizní zlatý hřeb, živý přenos sčítání výsledků, se rozběhl po šesté večerní. Televizní stanice již dopředu avizovaly, že budou velmi opatrné, že nebudou s žádným vyhlášením výsledků spospíchat. Už proto, že Trump se nechal slyšet, že pokud volby nevyhraje, napadne je u soudu, a to kvůli poštovnímu hlasování, se kterým nesouhlasil. Například prezident NBC News prohlásil v rozhovoru pro *The New York Times*: „*Upřímně řečeno, klid v naší zemi závisí především na tom, zda budeme opatrní, disciplinovaní a bezchybně přesní. Jsme zavázáni volby udělat správně,*“ řekl Noah Oppenheim.⁷⁹ V podobném duchu se vyjadřovali i další výkonní producenti ostatních sítí. Volební noc byla show, nasvícené Rockefellerovo centrum v New Yorku, Time Square plné aktuálních výsledků, reportéři na všech důležitých místech. A nakonec Joe Biden jako zvolený prezident USA. Někteří moderátoři nedokázali skrýt radost, Donald Trump zase frustraci, která vyvrcholila 6. ledna útokem na budovu amerického Kongresu.

⁷⁷ BURDEN, Barry C. The 2020 Presidential Election Verdict. *Presidential studies quarterly* [online]. Washington: Center for the Study of the Presidency, 2021, **51**(2), 244-272 [cit. 2022-05-12]. ISSN 0360-4918. Dostupné z: doi:10.1111/psq.12715

⁷⁸ REUTERS STAFF. October 15 U.S. presidential debate officially canceled after Trump balked. *Reuters* [online]. USA, 2020, 10. 10. 2020, 1 [cit. 2022-05-12]. Dostupné z: <https://www.reuters.com/article/usa-election-debate-idINKBN26V05D>

⁷⁹ GRYNBAUM, Michael M. Networks Pledge Caution for an Election Night Like No Other. *The New York Times* [online]. 2020, 31. 10. 2020, 1 [cit. 2022-05-12]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2020/10/31/business/media/election-night-tv-networks.html>

Prezidentské volby v USA ve vysílání českých televizních stanic

Tradice vysílání amerických prezidentských voleb v České republice není dlouhá, a to ani v případě, pokud budeme počítat ještě doby federace či dokonce socialistické republiky. V době před listopadem 1989 se televize prezidentským volbám věnovaly jen z pohledu běžného zpravodajství. Dlouho tomu tak bylo i po pádu komunistického režimu. Vůbec poprvé měli možnost diváci sledovat živě noční přenos sčítání výsledků v roce 2004. Tehdy ještě neexistoval kanál ČT24 a Česká televize tento speciální pořad uvedla na svém druhém kanálu, tedy na ČT2. Televize ve svém tehdejším programu k tomu uvedla pouze toto:

„Přímý přenos z volební noci v USA – vstupy z místa, nejčerstvější výsledky, zasvěcené analýzy největších amerických televizí“⁸⁰

Co se týká běžné zpravodajské agendy, tak ve vysílání českých televizí se z předvolební kampaně objevovaly klasické reportáže, případně živé vstupy reportérů z místa.

V roce 2005, přesněji 2. 5. 2005, odstartovala Česká televize svůj zpravodajský kanál ČT24.⁸¹ 24hodinové zpravodajství bylo jak stvořené pro to, aby se prezidentským volbám v USA věnovala daleko rozsáhlejší pozornost než dosud, tedy jen v klasických večerních zpravodajských relacích. Vidět to bylo už na volbách v roce 2008, kdy ČT24 připravila rozsáhlý volební speciál. Nejprve v den voleb na zpravodajském kanálu odvysílala řadu mimořádných živých vstupů, rozhovorů a reportáží. Televize také měla v USA tři reportéry. Ve volebním štábu Johna McCaina v Arizoně byl Martin Řezníček, v Chicagu ve volebním štábu Baracka Obamy zase Michal Kubal. Zpravodajský kanál měl také svého vlastního reportéra ve Washingtonu DC, tím byl Tomáš Šponar.⁸² Pro české televizní kanály to bylo nevídané pokrytí takové události, jakou byly americké prezidentské volby. V noci z volebního úterý na středu pak ČT24 připravila speciál ke sčítání výsledků. Takto ho Česká televize popsala v tiskové zprávě pro novináře:

*„5. listopadu Americká noc – ČT24: od 24:00 do 06:00
Jakub Železný a Vendula Krejčová provedou diváky šesti hodinami živého vysílání během*

⁸⁰ *Týdeník Televize*. 2004. Praha: Ringier, 2004.

⁸¹ BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. 2., upravené a doplněné vydání. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-0553-3.

⁸² ŠTICHA, Ladislav. ČT24: Speciální vysílání České televize k volbě prezidenta USA – 4. a 5. 11. *Česká Televize* [online]. Praha, 2008, 31. 10. 2008, 1 [cit. 2022-05-14]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=3531&strana=1=238&category=1>

*sčítání hlasů s předpokládaným vyhlášením nového prezidenta USA. Základ programu bude tvořit živě přebírané vysílání americké televize CBS a jejího volebního speciálu. Průběžné výsledky oglosují komentátoři pozvaní do studia na Kavčích horách. Přímo z volebních štábů obou kandidátů i z Washingtonu se přihlásí reportéři ČT. Nedílnou součástí vysílání budou také analýzy, reportáže a předtočené rozhovory.*⁸³

TV Nova a TV Prima pak volby v USA v roce 2008 sledovaly stejným způsobem: v USA měly vždy jednoho svého reportéra, který vstupoval do vysílání obou stanic vždy pouze v rámci pravidelných zpravodajských pořadů. Ani jedna stanice v roce 2008 nepřinesla žádné mimořádné vstupy nebo pořady k americkým prezidentským volbám, které jako první Afroameričan v historii Spojených států amerických vyhrál demokrat Barack Obama.

V roce 2012 pak byla situace velmi podobná. ČT24 nabídla živé sčítání výsledků a speciální programy. TV Nova a TV Prima standardní pokrytí prezidentských voleb v USA v rámci pravidelných pořadů. Jediným zásadnějším posunem bylo to, že Nova poslala do USA dvojici reportérů, kteří vstupovali živě do vysílání z Washingtonu DC.

Rozsáhlejší změna pak nastala v roce 2016. ČT24 nabídla standardní nabídku, ale TV Nova jí poprvé připravila konkurenci. V noci z úterý 8. listopadu 2016 na středu totiž komerční televize odvysílala vlastní živý přenos sčítání hlasů ve Spojených státech amerických. Bylo to vůbec poprvé v historii českých komerčních televizí, co se do takového projektu pustila jiná televize než ta veřejnoprávní. Tehdejší ředitel zpravodajství TV Nova k projektu v tiskové zprávě televize řekl:

„Americká noc je projekt, na kterém usilovně pracujeme už od března letošního roku. Historicky poprvé využijeme celé multifunkční zpravodajské studio, které propojíme v jedno komplexní. Připravenou máme také prvotřídní 3D grafiku, díky které divák nikdy neztratí přehled o výsledcích,“ sdělil Martin Švehlák.⁸⁴

TV Nova pro své diváky připravila speciální vysílání, které začínalo po druhé hodině ranní a skončilo kolem deváté hodiny dopolední. Dlouho se totiž čekalo na výsledky ze státu

⁸³ ŠTICHA, Ladislav. ČT24: Speciální vysílání České televize k volbě prezidenta USA – 4. a 5. 11. *Česká televize* [online]. Praha, 2008, 31. 10. 2008, 1 [cit. 2022-05-14]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=3531&strana=1=238&category=1>

⁸⁴ TV NOVA. Americké volby vrcholí! TV Nova nabídne exkluzivní přímý přenos ze svého multifunkčního studia! *TV Nova* [online]. Praha, 2016, 6. 11. 2016, 1 [cit. 2022-05-14]. Dostupné z: <https://tv.nova.cz/novinky/clanek/45682-americke-volby-vrcholi-tv-nova-nabidne-exkluzivni-primy-prenos-ze-sveho-multifunkcniho-studia>

Pensylvánie, které měly rozhodnout o tom, zda se stane prezidentem Donald Trump, nebo Hillary Clintonová. Nakonec po deváté hodině ranní vystoupil s vítěznou řečí republikán Trump. Nova v rámci svého vysílání odvysílala řadu komentářů, rozhovorů a také velký počet předpřipravených reportáží, které divákům vysvětlily americký volební systém, představily oba kandidáty nebo je vzaly do zákulisí Bílého domu či na palubu prezidentského speciálu Air Force One. Z televizního pohledu tak šlo o klasickou volební noc, jak ji americké televize v té době připravovaly už desítky let. V roce 2016 si tak divák mohl poprvé v českém jazyce vybrat ze dvou pojetí.

Ještě širší výběr pak čeští diváci měli v roce 2020. Přenos posledních prezidentských voleb totiž kromě ČT24 a TV Nova připravila i nová zpravodajská stanice CNN Prima News, která toho roku zahájila své vysílání. Na všech třech televizích bylo vidět, že jsou pro ně prezidentské volby zásadní zpravodajskou událostí. Všechny české stanice měly několik reportérů ve Spojených státech amerických.⁸⁵

ČT24 již tradičně pojmenovala svoje volební vysílání jako Americká volební noc. Živý přenos ze studia v Praze doplňovaly živé stupy ve Spojených státech. Česká televize si pro tento večer dokonce zřídila improvizované studio na střeše Českého domu na newyorském Manhattanu. V tiskové zprávě diváky lákala i na toto:

„Třináctihodinový speciál nabídne detailní pohledy na témata amerických voleb a na Ameriku za vlády Donalda Trumpa, politické reakce z Česka i ze světa a také reakce Čechů žijících v USA. Nebudou chybět ani názory odborníků, pozvání do studia přijali například komentátoři Jefim Fištejn a Tomáš Klvaňa, amerikanista Jan Beneš nebo publicista Roman Joch. Martin Řezníček vyzpovídá v Americe mezi jinými pravnučku T. G. Masaryka, Charlottu Kotik Masarykovou, i bývalou asistentku amerických prezidentů Elišku Haškovou Coolidge.“⁸⁶

Vysílání ČT24 se pak od šesté hodiny ranní propojilo s programem ČT1 a obě stanice tak mezi touto hodinou a devátou ranní vysílaly totožný obsah. TV Nova pak připravila obdobný speciál jako v roce 2016. Ředitel zpravodajství TV Nova Kamil Houska k tomu v tiskové zprávě televize řekl toto:

⁸⁵ ROŽÁNEK, Filip. Americké volby nabídnou živě ČT24, CNN Prima News i televize Nova. *Lupa.cz* [online]. Praha, 2020, 2.11.2020, 1 [cit. 2022-05-14]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/aktuality/americke-volby-nabidnou-zive-ct24-cnn-prima-news-i-televize-nova/>

⁸⁶ BLINKOVÁ, Karolína. Americká volební noc na ČT24. *Česká televize* [online]. Praha, 2020, 2.11.2020, 1 [cit. 2022-05-14]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=9311&strana=2=14&category=2>

„Americkou volební nocí budou na Nově provázet moderátoři Rey Koranteng a Michaela Indráková. Ve Spojených státech máme už několik dní dva reportážní štáby, jeden přímo ve Washingtonu a druhý různě cestuje, dnes například dorazil do Delaware, kde bude volební noc trávit demokratický kandidát Joe Biden. V pražském studiu budeme mít navíc hned několik zajímavých hostů a komentátorů – například bývalého ministra zahraničí Cyrila Svobodu či amerikanistu Jakuba Lepše.“⁸⁷

Nova nabídla živé sčítání výsledků na základě zveřejněných čísel amerických televizních stanic a také řadu reportáží o různých tématech spojených s volbou amerického prezidenta. Její vysílání bylo vizuálně velmi podobné tomu, jaké televize vysílala v roce 2016. Netradičním prvkem ale bylo občasné zařazení hudebních videoklipů mezi obsah o politickém dění. Měly, jak sdělil ve vysílání moderátor Koranteng, diváky odreagovat od těžké politiky.

Nováček na poli speciálního vysílání ke sčítání volebních výsledků v USA, CNN Prima News, odvysílala pořad s názvem Trump vs. Biden: Boj o Bílý dům. CNN Prima do vysílání investovala hodně energie a chtěla vytěžit naplno svoji spolupráci s americkou CNN, jejíž licenci na provoz zpravodajského kanálu v ČR vlastní. Své dva moderátory dokonce postavila přímo před Bílý dům ve Washingtonu. Ředitel zpravodajství TV Prima Pavel Štrunc k tomu v tiskové zprávě televize řekl toto:

„Ve Spojených státech máme pět našich reportérů a další spolupracovníky, kteří sledují dění ve štábech obou kandidátů, ale i v klíčových státech jako Florida nebo Minnesota. Americké volby nám navíc umožňují naplno využít spolupráce s partnery ze CNN. Pokud by kdekoli ve Spojených státech došlo například k nepokojům, budeme okamžitě schopni to našim divákům zprostředkovat živě. Samozřejmě s českým překladem,“⁸⁸

TV Prima tak na svém zpravodajském kanálu nabídla rozsáhlé volební zpravodajství ze sčítání výsledků, včetně řady předpřipravených reportáží. Stanice také začala vysílat jako první, a to už hodinu před půlnocí. CNN Prima News pak výsledkový servis podle tiskové zprávy přebírala z agentury AP, která jí poskytovala data. Zároveň ale využívala servis

⁸⁷ MEDIAGURU. ČT, CNN Prima, Nova i ČRo odvysílají speciály k volbám v USA. *MediaGuru* [online]. Praha, 2020, 1 [cit. 2022-05-14]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/10/ct-cnn-prima-nova-i-cro-odvysilaji-specialy-k-volbam-v-usa/>

⁸⁸ MEDIAGURU. ČT, CNN Prima, Nova i ČRo odvysílají speciály k volbám v USA. *MediaGuru* [online]. Praha, 2020, 1 [cit. 2022-05-14]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/10/ct-cnn-prima-nova-i-cro-odvysilaji-specialy-k-volbam-v-usa/>

CNN, která zase čerpala data od agentury Reuters. Zajímavé pak bylo především to, že díky různému zdrojování výsledků měly české televizní stanice jiné součty hlasů volitelů po celou noc. Bylo to tak velmi podobné situaci v USA, kde kvůli očekávaným problémům zmíněným v předchozí kapitole této diplomové práce už televizní stanice nekonaly rychle, ale dávaly si na přesnosti a preciznosti potvrzení vítěze v jednotlivých státech USA záležet. Zároveň se také nesnažily kopírovat se navzájem. V tomto ohledu kombinace několika zdrojů u všech tří televizí způsobila, že pokud divák přepínal mezi kanály, viděl vždy i jiné průběžné výsledky.

Poslední americké volby na českých televizních stanicích také umožnily poprvé provést srovnání všech tří hlavních televizních hráčů z hlediska sledovanosti. Kdo tedy přilákal k obrazovce nejvíc diváků? Než si na tuto otázku odpovíme a ukážeme konkrétní čísla, která poskytuje agentura Nielsen-Admosphere, je nutné poznamenat, že se složitě srovnávají. Veřejně dostupná data totiž nezahrnují totožné časové úseky. Každá stanice vysílala v jiný čas, a tak je srovnání dat z těchto zdrojů irelevantní. Proto jsem se obrátil na výzkumné oddělení TV Nova s žádostí o výpočet sledovanosti v časovém úseku, kdy vysílaly všechny tři televize americké volby. Je vyloučena ČT1, protože ta vysílala pouze v době od šesté hodiny ranní a její sledovanost tak nezahrnuje noční úsek, který je vždy televizní sledovaností nejslabší. Výsledky by tak byly zkreslené. V tomto srovnání vyšlo, že nejsledovanější volební vysílání z USA bylo to, které produkovala TV Nova. Zvítězila ve všech třech věkových kategoriích, tedy v 15+ (všichni diváci u TV obrazovek starší patnácti let), 4+ (všichni diváci u TV obrazovek starší 4 let) a pak také v kategorii 15-54 (všichni diváci u TV obrazovek ve věku od 15 do 54 let), což je konkrétní cílová skupina TV Nova. Viz dodaná tabulka od TV Nova:

	02:42 – 09:17								
03.11.2020 – 04.11.2020	15–54			15+			4+		
Vybraný kanál	Rating	Share	Rating 000	Rating	Share	Rating 000	Rating	Share	Rating 000
Nova	0,6	20,05	32	0,7	16,06	61	0,6	15,17	63
CNN Prima News	0,1	1,79	3	0,1	1,55	6	0,1	1,43	6
ČT24	0,3	8,39	13	0,6	12,73	49	0,5	11,90	49

Zdroj: ATO - Nielsen Admosphere, živě TS0-3, ke dni: 5.11.2020

TV Nova
s.r.o.

Pro pokrytí amerických voleb v době před samotnou volební nocí ČT24 připravila několik speciálních pořadů, obě komerční televize se věnovaly volbám ve svých zpravodajských relacích. Zpravodaje poslaly všechny stanice do USA s několikadenním předstihem. V průměru to byl jeden týden. Reportéři v USA většinou přinášeli lokální příběhy konkrétních Američanů a pak živě vstupovali ze zajímavých míst USA. V každém případě to pro obě komerční televize byla nejrozsáhlejší pokrytí voleb ve Spojených státech v historii.

Praktická část

V této části diplomové práce bude proveden rozsáhlý výzkum vysílání hlavních zpravodajských relací tří největších televizních skupin – tedy České televize, TV Nova a TV Prima. Sledovat budeme především to, jakým způsobem tyto tři významné televizní skupiny pokryly volby ve Spojených státech amerických v roce 2020. Sledovány budou tedy relace Události, Televizní noviny a Hlavní zprávy.

Vymezení výzkumného problému a cíl práce

Jak uvádějí různé výzkumné práce, uváděné v teoretické části této diplomové práce, zpravodajství o amerických prezidentských volbách v minulosti nebylo vyvážené a objektivní. Nejen americké, ale i české televizní stanice měly v minulosti problém s tím, že jejich zpravodajství v nějaké míře nadržovalo některému z prezidentských kandidátů. Například americké televizní stanice ve větší míře nadržují vždy demokratickým kandidátům a jsou jim také daleko více nakloněny. Studie také zároveň uvádějí, že si televizní stanice daleko častěji vybíraly negativní zprávy, oproti těm pozitivním, a že při jejich výběru výrazně zohledňovaly to, kterého kandidáta se týkají.

Je tak na místě bavit se o tom, jakým způsobem se v podobných situacích chovají české televizní stanice. Právě jimi se bude zabývat tento výzkum. Zkoumat bude především to, jaká témata si vybíraly české televizní stanice do předvolebního období a jakým způsobem s nimi zacházely. Zda převažovala především negativní témata nad těmi pozitivními a jaká témata stanice vybíraly pro jednotlivé kandidáty. Zda se případně, stejně jako je tomu u amerických médií, měnila skladba výběru v závislosti na jednotlivých kandidátech. Samotná práce pak bude zkoumat, jaký byl podíl negativních, pozitivních a neutrálních zpráv o jednotlivých prezidentských kandidátech v prezidentských volbách v USA v roce 2020.

Cílem této diplomové práce je obsahové hodnocení vysílání českých televizních stanic na téma amerických prezidentských voleb. Na konci by výzkum měl dokázat konstatovat, zda se televize v České republice chovají podobně jako jejich americké protějšky, nebo se postupy odlišují. Zda některé české televizní stanice nadržovaly některému z kandidátů a jaký je reálný poměr negativních, neutrálních a pozitivních zpráv o Donaldu Trumpovi a Joeu Bidenovi, kteří se v roce 2020 ucházeli o prezidentství USA.

Výzkumné otázky

Na základě požadavků a cíle práce byly stanoveny následující čtyři výzkumné otázky, které jsou nezbytné k tomu, abychom mohli dosáhnout konkrétního závěru a mohli tak posoudit, zda byly české televizní stanice vyvážené ve vztahu ke kandidátům amerických prezidentských voleb v roce 2020

Sledovanými relacemi, jak již bylo řečeno, budou hlavní zpravodajské relace tří nejsledovanějších televizních stanic v České republice. Je to logický krok, který vychází z teoretické části, kdy byly primárně sledovány hlavní zpravodajské pořady největších amerických televizních sítí. Pro naše účely to tak bude relace Události, kterou vysílá hlavní kanál veřejnoprávní České televize, a je zpravodajskou vlajkovou lodí tohoto českého média. U komerčních českých vysílatelů se zaměříme na Televizní noviny TV Nova a u TV Prima pak na relaci Hlavní zprávy.

Oproti schváleným tezím jsem se rozhodl výzkumné otázky jen nepatrně upravit tak, aby přesně vystihovaly účel tohoto výzkumu. Vycházel jsem z řady dostupné literatury se stejným výzkumem ve Spojených státech a podle ní jsem je upravil. Jsou teď přesněji zacílené na požadovaný výsledek výzkumu. Zároveň jsem se rozhodl pro vypuštění výzkumné otázky o vyváženosti prezentace kontinuálního sčítání výsledků se zaměřením na moderátorské vstupy na třech českých televizních stanicích. Při bližším zkoumání jsem uznal, že je to velmi odlišný výzkum, který by zasluhoval daleko větší prostor než jen samostatnou kapitolu.

VO1: Byly hlavní zpravodajské relace TV Nova, TV Prima a České televize vyvážené, dostali kandidáti stejný prostor?

V této výzkumné otázce budeme zkoumat především to, kolik času jednotlivé stanice věnovaly konkrétním kandidátům. Zda jim věnovaly stejný prostor a zda jim tak byla dopřána stejná mediální prezentace. Zda měl některý z kandidátů ve vysílání hlavních zpravodajských relací časovou výhodu či nikoli. Vycházím z předpokladu, že u amerických vysílatelů pravidlo stejného přístupu, podle různých analýz v různých časových obdobích, nebylo ctěno. Jednotlivé televize nevěnovaly prezidentským kandidátům stejné množství času.

VO2: Jaký typ příspěvků převažoval ve vysílání hlavních zpravodajských relací tří nejsledovanějších televizních stanic v ČR v předvolebním období o blížících se volbách v USA?

Další otázka bude zkoumat především to, jaký typ příspěvků si televizní stanice vybíraly k prezentaci jednotlivých prezidentských kandidátů. K výsledkům z první výzkumné otázky, která zohledňovala jen délku času ve vysílání, přibude faktor zabarvení jednotlivých příspěvků. Je totiž důležité si kromě času vymezit i to, jakým způsobem proběhla samotná prezentace ve vysílání. Určeno tedy bude, zda prezentace jednotlivých kandidátů byla buď negativní, pozitivní nebo neutrální. Variantou je i to, že příspěvek se netýkal ani jednoho z kandidátů na prezidenta Spojených států amerických. Prostřednictvím této otázky tak získáme představu o tom, jaká témata a s jakým zabarvením vysílaly tři české nejsledovanější televizní stanice v období před volbami. Zda se jejich zaměření ztotožňovalo s tím, jak se volbami zabývaly americké televizní sítě a jaké zabarvení převažovalo.

VO3: Přiklonily se české televizní stanice ve svých hlavních zpravodajských relacích na stranu některého z kandidátů?

V této části bude diplomová práce odpovídat na otázku, zda se české televizní stanice přiklonily na stranu některého z kandidátů na post v Bílém domě. Na základě získaných dat se tak tato práce pokusí odpovědět na to, zda některá z televizních stanic nadržovala jednomu nebo druhému kandidátovi. V této výzkumné otázce tak sloučíme data z předchozích dvou a získáme tím přesnější informaci o mediálním obrazu jednotlivých kandidátů ve třech českých televizních stanicích. Měli bychom dojít k zjištění, zda byly americké prezidentské volby v roce 2020 zabarveny ve prospěch některé strany, tedy stejně jako tomu je pravidelně ve Spojených státech amerických a jak to potvrzují studie zmíněné v teoretické části této diplomové práce.

VO4: Byla při kontinuálním vysílání sčítání výsledků na TV Nova, CNN Prima News v České televizi zajištěna vyváženost moderátorských vstupů?

Tuto výzkumnou otázku jsem se rozhodl nakonec z diplomové práce vypustit, jak jsem zdůvodnil v úvodu této kapitoly.

Metodika výzkumu

První část výzkumu bude provedena pomocí kvantitativní metody výzkumu. Bude určeno, kolik reportáží české televizní stanice TV Nova, TV Prima a Česká televize odvysílaly ve svých hlavních zpravodajských relacích o volbách ve Spojených státech amerických v roce 2020. Bude přesně změřeno, kolik vysílacího času jim tento druh zpravodajství zabral. Zároveň bude určeno, kolik času věnovaly stanice jednotlivým kandidátům. To znamená, že poté, co bude změřen čas samotného volebního zpravodajství, tak bude určeno, jaká část se týkala kterého kandidáta. Výzkum také počítá s těmi reportážemi, které byly o amerických volbách, ale zároveň neobsahovaly zmínku o žádném z kandidátů.

Zkoumaným obdobím je 30 dnů před dnem amerických prezidentských voleb v roce 2020 a to včetně volebního dne. To znamená, že výzkum se bude zabývat hlavními relacemi TV Nova, TV Prima a České televize v období od 5. 10. 2020 – 3. 11. 2020. Hlavními zpravodajskými relacemi se rozumí Televizní noviny TV Nova, Hlavní zprávy TV Prima a Události České televize. Tyto relace jsou hlavními zpravodajskými relacemi tří nejsledovanějších televizí a mají společně zásadní zásah obyvatelstva České republiky. Sledovány jsou vždy celé díly.

Pro druhou výzkumnou otázku bude potřeba reportáže rozdělit do tří základních kategorií. To znamená, že každá reportáž bude označena buď jako negativní, pozitivní, nebo neutrální vůči některému kandidátovi. Je potřeba také rozlišit, zda je reportáž jen o jednom kandidátovi nebo o obou. Pokud je reportáž celá o jednom kandidátovi, tak se bude počítat jako celek – tedy včetně úvodního studia moderátorů. Pokud ale bude reportáž obsahovat témata, která se týkají obou kandidátů, úvodní studio se do finálního času počítat nebude a z reportáže se oběma bude počítat jen ten čas, který se věnuje kandidátům jako takovým. Může se také stát, že se nějaká část věnuje i událostem s volbami souvisejícími, ale nesouvisejícími s kandidáty samotnými. V takovém případě pak nemusí celková stopáž reportáže odpovídat součtu stopáží pro oba kandidáty.

Při určování negativity, positivity nebo neutrality jednotlivých reportáží pak platí jednoduchý princip jejich určování. Pokud je například kandidát vychvalován za náskok ve volbách, tak se reportáž počítá jako pozitivní, protože referuje o úspěchu kandidáta v boji o americké prezidentské volby. Pokud ale jsou například zmiňovány skandály, tak je to reportáž negativní. Stejně jako do negativního tónu se kvůli probíhající pandemii nemoci covid-19

zařazuje i připomínání nedodržování protiepidemických opatření. Například nenošení roušek. To je chápáno jako negativní zabarvení reportáže, přestože přímo nesouvisí s politickou orientací příspěvku, ale dává mu negativní zabarvení. Některé příspěvky pak budou označeny za neutrální. To budou takové příspěvky, které nezaujmají vůči kandidátům žádné stanovisko, jsou tedy informačního charakteru, například stav kampaně, kde se kandidáti právě nacházejí, a podobně. Zároveň tím získáme i možnost porovnat teoretické koncepty gatekeepingu a výběru samostatných zpráv s realitou českého mediálního prostředí na příkladu amerických prezidentských voleb. Zjistíme, zda platí, že pro editory a televizní manažery jsou primárně zajímavější negativní zprávy než ty pozitivní, tak jak to v teoretické části popisuje model „hlídače brány“.

Pro třetí výzkumnou otázku pak budou sloučeny výsledky z předchozích kategorií. Dojde k proložení časových úseků s negativním, pozitivním nebo neutrálním zabarvením reportáží. Tím vznikne soubor dat, který by měl ukázat, jestli některá z televizních stanic nebyla k některému kandidátovi více přísnější, zvýhodňovala ho nebo se případně výslovně přiklonila na jednu z kandidujících stran tak, jak to dělala média ve Spojených státech amerických. Výsledkem ale také může být konstatování, že k ničemu podobnému nedošlo.

Postup při návrhu výzkumu byl následovný:

1. Identifikace výzkumného cíle
 - a. Rešerše a teorie
 - b. Určení a definice výzkumných otázek
2. Design samotného výzkumu
 - a. Určení televizního obsahu ke zkoumání
 - b. Specifikace výzkumného souboru a časového úseku ke zkoumání
 - c. Příprava kódovací knihy
 - d. Provedení sběru dat – určení příspěvků o volbách v USA
 - e. Označení příspěvků příznakem negativní – pozitivní – neutrální
3. Analýza sebraných dat
 - a. Zpracování získaných dat
 - b. Analytické zpracování výsledků
 - c. Diskuse a porovnání teoretických konceptů s výsledky a výsledky jiných studií provedených v USA

Specifikace sledovaných zpravodajských relací a kódovací kniha

Sledovány budou tři hlavní zpravodajské relace tří nejsledovanějších televizních stanic v ČR. Tou první budou Televizní noviny. Vysílají se každý den, a to v čase od 19:30 do 20:10. Konečný čas se pravidelně mění a není každý den stejný. V každém případě se bere celá délka zpravodajské relace. Druhým sledovaným pořadem jsou Hlavní zprávy televizní stanice Prima. Ty se vysílají každý den v týdnu a to od 18:55 do zhruba 19:35. Platí stejná pravidla jako v případě TV Nova. Třetím sledovaným subjektem je pak relace Události, hlavní zpravodajská relace veřejnoprávní České televize. Ta pravidelně začíná každý den v 19:00 a její délka je přibližně 50 minut.

1. Datum vysílání
2. Stopáž reportáže
3. Obsahuje reportáž informace o prezidentských kandidátech?
 - a. ANO
 - i. Donald Trump
 1. Stopáž
 2. Vyznění (negativní, pozitivní, neutrální)
 - ii. Joe Biden
 1. Stopáž
 2. Vyznění (negativní, pozitivní, neutrální)
 - b. NE
4. Typ reportáže
5. Reportér

Samotný výzkum pak proběhne fyzickým shlédnutím všech zpravodajských relací. Nebude probíhat přes textové přepisy ani jiný způsob prezentace jednotlivých reportáží ve zpravodajských relacích. Ke sledování Událostí České televize byl využit archiv ČT pod názvem iVysílání. Pro sledování TV Nova a TV Prima pak byl využit archiv společnosti Newton, který u hlavních zpravodajských relací nabízí kromě přepisu také videozáznam. Ten je důležitý především kvůli určení vyznění reportáže, protože i obrazová složka je důležitým aspektem pro určení negativity, pozitivivity nebo neutrality.

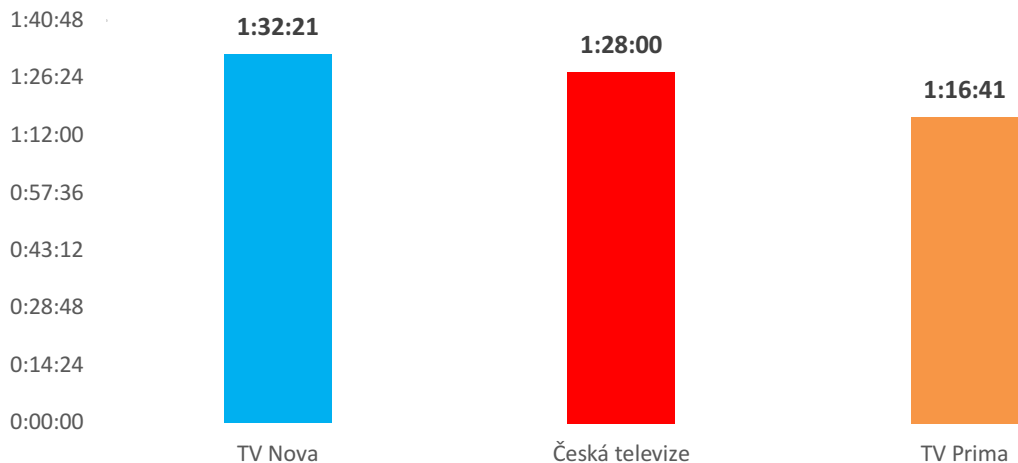
Výsledky výzkumu

V této kapitole diplomové práce budou postupně prezentovány výsledky jednotlivých analýz. Nejdříve budou předkládány pouze číselné údaje a následně budou okomentovány. Kompletní analýza a vyhodnocení základních cílů práce pak proběhne v samostatné kapitole.

Americké volby a čas jim věnovaný

Všechny tři televizní stanice věnovaly americkým prezidentským volbám zhruba stejný čas. Nejvíce prostoru v hlavní zpravodajské relaci vyhradila této zásadní události TV Nova. Jen s minimálním rozdílem za ní skončila Česká televize. Nova věnovala volbám přesně jednu hodinu, třicet dva minut a dvacet jedna vteřin. Česká televize jednu hodinu a dvacet osm minut. TV Prima pak ve svých hlavních zprávách vyhradila volebnímu zpravodajství z USA jednu hodinu, šestnáct minut a čtyřicet jedna vteřin.

Graf č. 1: Čas věnovaný volbám v USA v hlavních zpravodajských relacích



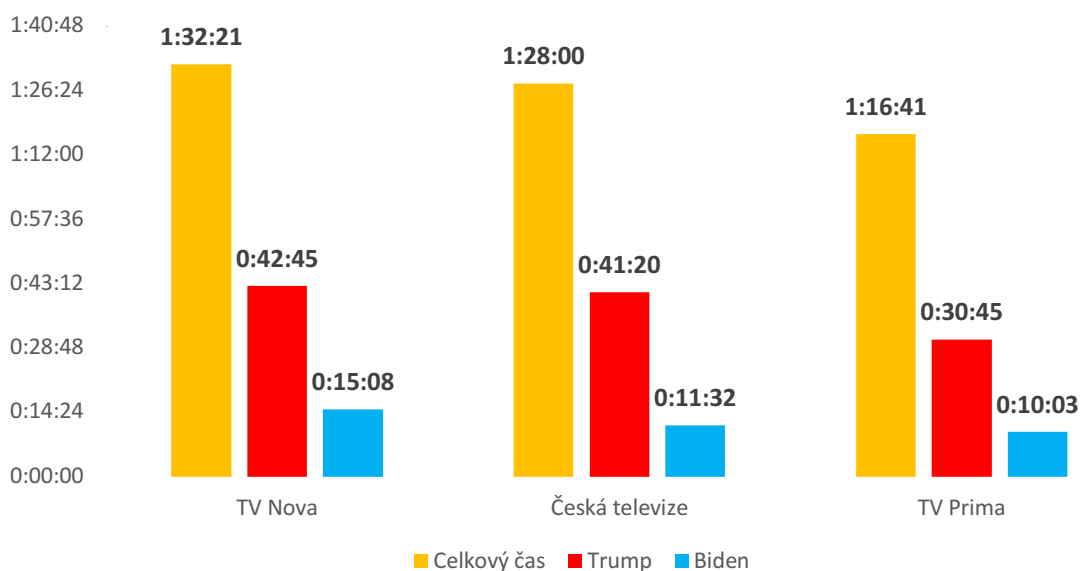
Graf znázorňuje, kolik času věnovaly české televizní stanice TV Nova, Česká televize a TV Prima ve svých hlavních zpravodajských relacích volbám v USA.

Výzkum dále zjišťoval, kolik času všechny tři televize věnovaly samotným prezidentským kandidátům. Tedy kolik z celkového vysílacího času všech příspěvků o amerických prezidentských volbách zabraly informace o jednotlivých prezidentských kandidátech. Tady je potřeba zdůraznit, že některé zprávy se nijak netýkaly samotných prezidentských kandidátů, tak jak bylo předesláno v zadání výzkumu samotného. Součet

času pro oba kandidáty tak ani u jedné z televizních stanic nedává celkový čas, který stanice věnovaly volbám jako takovým.

Výsledky jsou následovné. Všechny tři televize věnovaly daleko více času republikánovi Donaldu Trumpovi, který obhajoval křeslo v Bílém domě. Signifikantně méně času pak všechny tři televize věnovaly jeho oponentovi Joeu Bidenovi. Tady je potřeba říct, že rozdíl je opravdu výrazný. Nejde jen o malou odchylku, ale minutový rozdíl je patrný na první pohled, pokud čísla proložíme do sloupcového grafu. O Joea Bidena tak česká média příliš nestála. Daleko častěji tak při výběru těchto zpráv dávala přednost jeho oponentovi, stávajícímu prezidentovi Donaldu Trumpovi.

Graf č. 2: Čas věnovaný jednotlivým prezidentským kandidátům

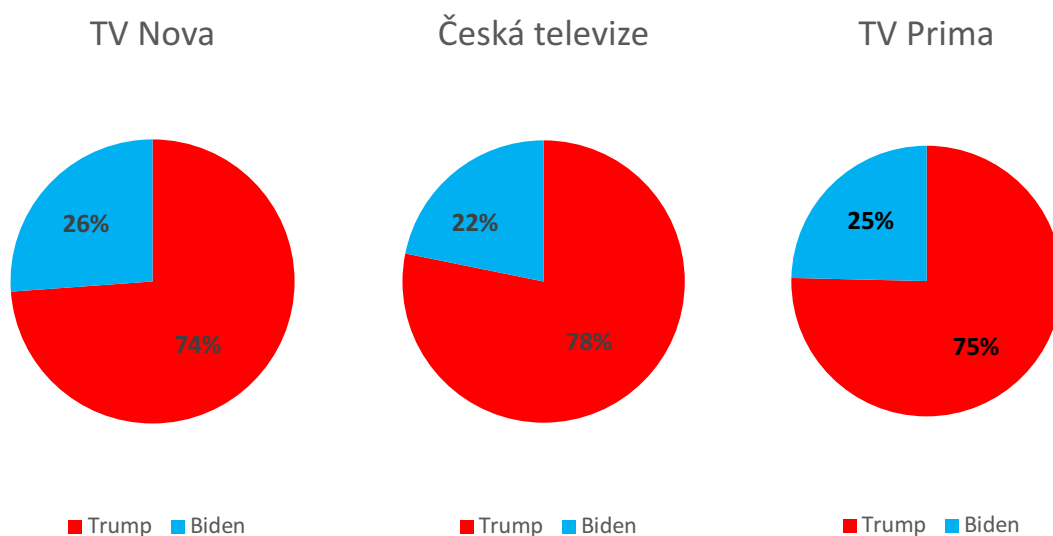


Graf znázorňuje, kolik času věnovaly české televizní stanice TV Nova, Česká televize a TV Prima ve svých hlavních zpravodajských relacích jednotlivým prezidentským kandidátům.

Z výsledků je také patrné, že řada příspěvků nebyla o žádném z kandidátů. Podle výsledků studie to byly především ty příspěvky, které popisovaly aktuální situaci v USA, řešily konkrétní lidské problémy nebo vysvětlovaly americký prezidentský systém. Příkladem může být reportáž ČT, kdy David Miřejovský dvě minuty a třicet sedm vteřin vysvětloval americký politický systém, nebo TV Nova, která na stopáži jedna minuta a padesát devět vteřin vysvětlovala korespondenční hlasování. Dalším zásadním faktorem je, že řada reportáží, kde byli oba kandidáti, obsahovala i části, které se kandidátů přímo netýkaly. Pokud pomineme čas, který televize nevěnovaly samotným kandidátům, tak

můžeme vzájemný podíl vystoupení jednotlivých kandidátů nebo příspěvků, které se týkaly jejich osob, znázornit v následujících grafech. Je na nich patrné, že tento podíl je u všech tří stanic takřka totožný. V praxi to vypadá tak, že z každých čtyř odvysílaných minut o prezidentských kandidátech tři připadly na Donalda Trumpa a jen jedna na Joea Bidena.

Graf č. 3: Koláčové znázornění procentuálního podílu času, který dostali oba prezidentští kandidáti v hlavních zpravodajských relacích



Koláčové grafy znázorňují, jaký podíl měly oba prezidentští kandidáti v reportážích českých televizních stanic TV Nova, Česká televize a TV Prima ve svých hlavních zpravodajských relacích, které se věnovaly volbám v USA.

Pokud opustíme samotné kandidáty, můžeme si ještě říct, kolik času jednotlivé stanice věnovaly obecným volebním informacím, které se přímo netýkaly samotných kandidátů, tedy byly to takové zprávy, jaké jsou zmíněny výše. Z tohoto pohledu nám čísla potvrzují, že české televizní stanice jednaly ve vzájemné shodě i v tomto posledním časovém parametru. Nekandidátským příspěvkům ve svém vysílání vyhradily zhruba třicet pět minut času ve sledovaném období. Tady je zajímavé především to, že rozdíl mezi nejkratším a nejdelším časem věnovaným těmto typům reportáží je pouhá jedna minuta a jedenáct vteřin. V tak velké shodě české televizní stanice jednaly.

Obecně se o těchto údajích dá říct, že jsou u všech tří televizních stanic velmi podobné. Jediná větší odlišnost je v celkové délce volebního zpravodajství mezi ČT a Novou na jedné straně a TV Prima na straně druhé, kdy Prima je ta televizní stanice, která americkým volbám ve svém hlavním zpravodajství věnovala nejméně svého času.

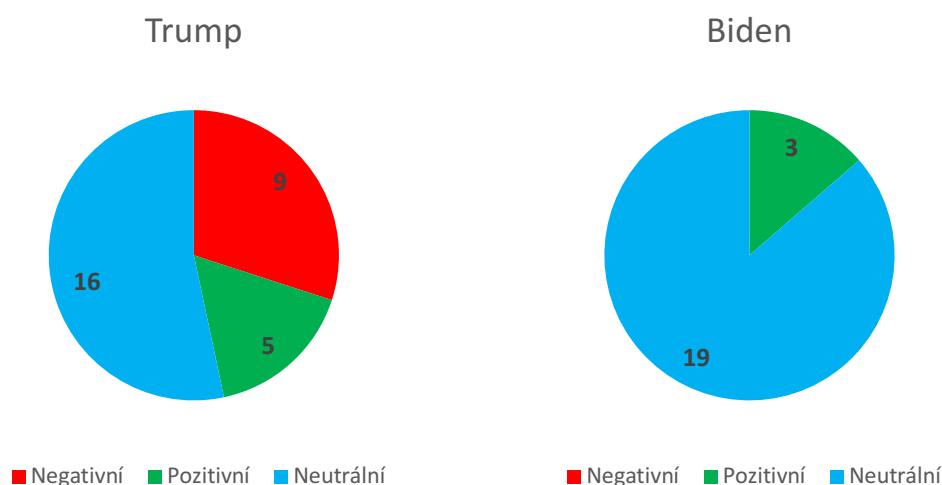
Negativní vs. pozitivní vs. neutrální

V této podkapitole se podíváme na to, jaké tematické reportáže dominovaly jednotlivým televizním stanicím a jakých se týkaly kandidátů. Hodnocení je rozděleno podle televizních stanic. Nejdříve bude prezentován celkový počet reportáží a počet těch, které vyzněly negativně, pozitivně nebo neutrálně. Následně bude jejich počet rozdělen mezi kandidáty. Abychom ale dostali zcela přesný obraz případného zpravodajského zabarvení, finální porovnání bude prezentováno v časových úsecích. Tedy negativní, pozitivní nebo neutrální vyznění bude uvedeno v čase u obou kandidátů a porovnáno.

TV Nova

Televize Nova ve své hlavní zpravodajské relaci odvysílala padesát tři příspěvků, které se týkaly amerických prezidentských voleb. Ve dvaadvaceti případech se týkaly kandidáta demokratické strany Joea Bidena a ve třiceti z nich byl republikánský kandidát Donald Trump. Důležité ale je, jaké měly jednotlivé příspěvky zaměření. V případě Bidena nebyl žádný příspěvek negativní, tři příspěvky byly pozitivní a devatenáct z nich neutrálních. U Donalda Trumpa byl poměr následovný: Devět příspěvků negativních, pět jich bylo pozitivních a šestnáct vyznělo neutrálně.

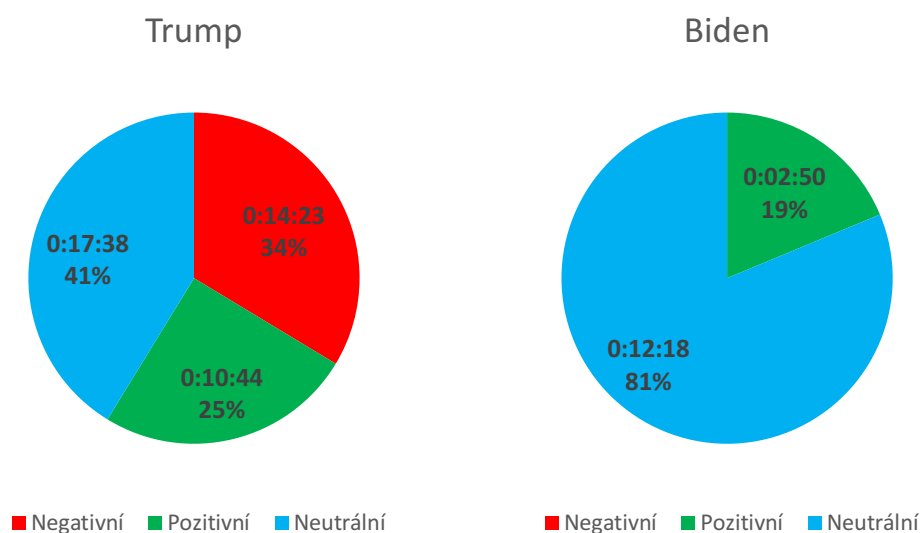
Graf č. 4: Počet zkoumaných typů reportáží ve vysílání TV Nova



Koláčové grafy znázorňují podíl vyznění jednotlivých sdělení o prezidentských kandidátech v hlavní zpravodajské relaci TV Nova.

To je ale pouze počet jednotlivých příspěvků. Abychom získali zcela detailní pohled, kolik času a v jakém vyznění se objevily příspěvky o prezidentských kandidátech v hlavní zpravodajské relaci TV Nova, musíme se podívat na čas věnovaný jednotlivým sdělením. V tomto případě tak o Joeu Bidenovi televize negativně nemluvila, pozitivně o něm mluvila dvě minuty a padesát vteřin a neutrálně ho komentovala dvanáct minut a osmnáct vteřin. Donald Trump, jak již víme, dostal výrazně více prostoru. Negativně o něm televize mluvila čtrnáct minut a dvacet tři vteřin, pozitivně deset minut a čtyřicet čtyři vteřin a neutrálně pak sedmnáct minut a třicet osm vteřin.

Graf č. 5: Časový poměr zkoumaných typů reportáží ve vysílání TV Nova

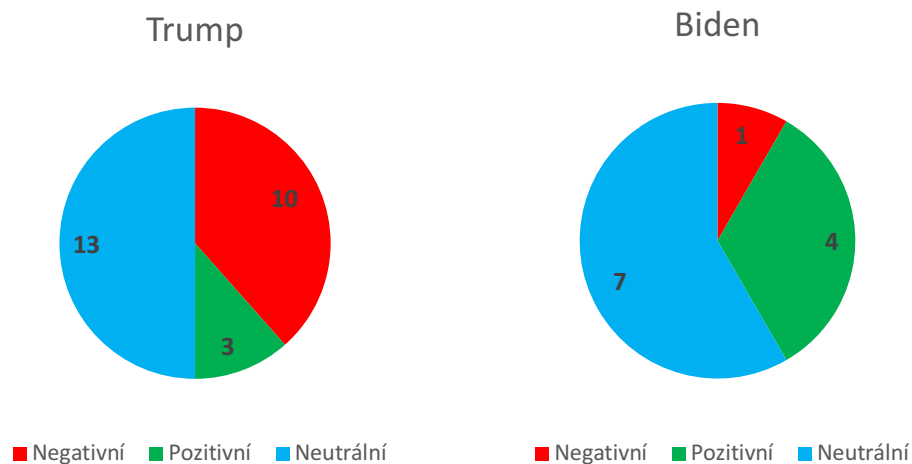


Koláčové grafy znázorňují podíl vyznění jednotlivých sdělení o prezidentských kandidátech v hlavní zpravodajské relaci TV Nova v počtu odvysílaných minut a vteřin.

Česká televize

Česká televize ve své hlavní zpravodajské relaci Události odvysílala celkem čtyřicet příspěvků o amerických prezidentských volbách. Z čehož se třicet jedna nějakým způsobem dotýkala samotných prezidentských kandidátů. V tomto ohledu Joe Biden byl zmíněn ve dvanácti příspěvcích – z toho pak jednou s negativním vyzněním, čtyřikrát s pozitivním a sedmkrát byla zmínka o demokratickém kandidátovi neutrální. Donald Trump byl součástí dvaceti šesti příspěvků a z toho jich deset bylo negativního vyznění, tři byly pozitivní a třináct jich bylo neutrálních.

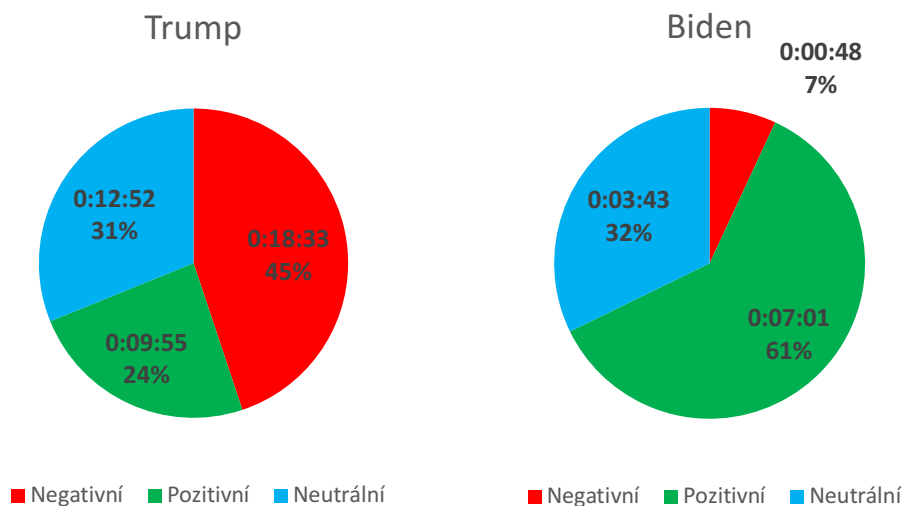
Graf č. 6: Počet zkoumaných typů reportáží ve vysílání ČT



Koláčové grafy znázorňují podíl vyznění jednotlivých sdělení o prezidentských kandidátech v hlavní zpravodajské relaci České televize.

Stejně jako v případě České televize je ale důležité podívat se na tato čísla ještě v měřítku času, nejen v měřítku počtu jednotlivých reportáží. Pokud si jednotlivé reportáže a zmínky o kandidátech spočítáme v prostoru, který jim Česká televize ve své hlavní zpravodajské relaci věnovala, tak dojdeme k těmto číslům. O Joeu Bidenovi se negativně v Událostech mluvilo čtyřicet osm vteřin, pozitivně pak sedm minut a jednu vteřinu a neutrálně byl v relaci Události zmíněn po dobu tří minut a čtyřiceti tří vteřin. Čísla u Donalda Trumpa jsou pak následovná: Negativní zmínky v délce osmnácti minut a třiceti tří vteřin, pozitivní zmínky v délce devíti minut a padesáti pěti vteřin a neutrálně se o něm v hlavní zpravodajské relaci ČT mluvilo dvanáct minut a padesát dva vteřin.

Graf č. 7: Časový poměr zkoumaných typů reportáží ve vysílání ČT

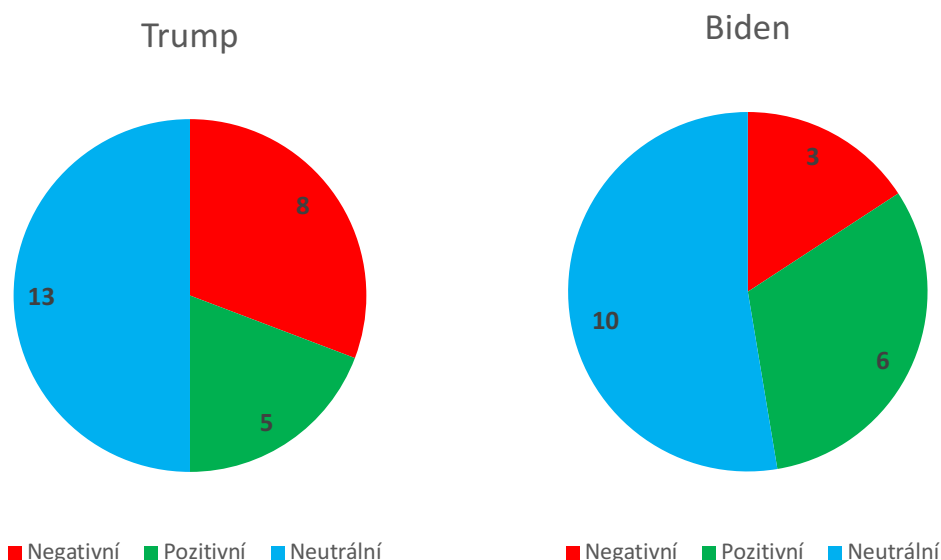


Koláčové grafy znázorňují podíl vyznění jednotlivých sdělení o prezidentských kandidátech v hlavní zpravodajské relaci České televize v počtu odvysílaných minut a vteřin.

TV Prima

Televize Prima ve své hlavní zpravodajské relaci Hlavní zprávy odvysílala ve sledovaném období celkem třicet devět příspěvků na téma amerických prezidentských voleb v roce 2020. Z tohoto počtu se jich třicet tři týkalo prezidentských kandidátů samotných. Zbytek byly reportáže, které většinou popisovaly aktuální situaci v USA nebo se jednalo o vysvětlující příspěvky. Z tohoto počtu příspěvků se pak o Joe Bidenovi mluvilo celkem v devatenácti případech – z toho třikrát negativně, šestkrát pozitivně a desetkrát neutrálně. Donald Trump figuroval ve dvaceti šesti příspěvcích, z nichž bylo osm negativně zabarvených, pět pozitivně a třináct bylo příspěvků neutrálních.

Graf č. 8: Počet zkoumaných typů reportáží ve vysílání TV Prima

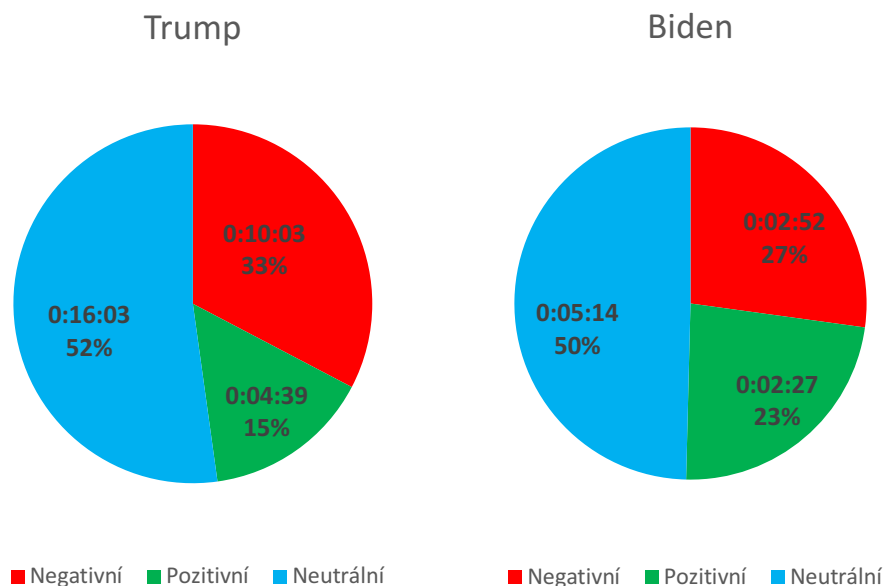


Koláčové grafy znázorňují podíl vyznění jednotlivých sdělení o prezidentských kandidátech v hlavní zpravodajské relaci TV Prima.

Stejně jako v případě TV Nova a České televize byl proveden výzkum, který místo počtu reportáží zohledňoval čas, který jednotlivým kandidátům věnovalo zpravodajství TV Prima. Pokud tedy opustíme hledisko pouhého počtu reportáží či zmínek o některých kandidátech a budeme pouze počítat čistý čas, výsledky u Hlavních zpráv budou následovné. Joe Biden byl zmiňován v negativní konotaci celkem dvě minuty a padesát dva vteřin, pozitivně o se o něm mluvilo dvě minuty a dvacet sedm vteřin a neutrálně se v příspěvcích objevil po dobu pěti minut a čtrnácti vteřin. Naopak Donald Trump se v negativně

zabarvených reportážích objevil v délce deseti minut a tří vteřin, pozitivně pak v délce čtyř minut a třiceti devíti vteřin. Neutrálně o něm TV Prima mluvila šestnáct minut a tři vteřiny.

Graf č. 9: Časový poměr zkoumaných typů reportáží ve vysílání TV Prima



Koláčové grafy znázorňují podíl vyznění jednotlivých sdělení o prezidentských kandidátech v hlavní zpravodajské relaci TV Prima v počtu odvysílaných minut a vteřin.

Analytické vyhodnocení výsledků

V této podkapitole dojde k vyhodnocení výsledků s ohledem na položené výzkumné otázky tak, aby bylo možné s použitím teoretického základu na ně odpovědět. Výsledky jsou tak dány do souvislostí s teoretickými koncepty a praktickými zkušenostmi obdobných výzkumů, které jsou popsány v této diplomové práci.

VO1: Byly hlavní zpravodajské relace TV Nova, TV Prima a České televize vyvážené, dostali kandidáti stejný prostor?

Teoretický koncept o objektivitě a vyváženosti jasně říká, že je to pouze imaginární požadavek, který je nedosažitelný. Tak jak je konstatováno i v teoretické části této diplomové práce. V teoretické rovině tak ani jedna česká televizní stanice nebyla ve vztahu k oběma kandidátům vyvážená. Ani jedna totiž nevěnovala stejný prostor oběma kandidátům. Nejméně vyváženou byla Česká televize, kde podílově dostal Joe Biden jen 22 % prostoru z celkového času věnovaného kandidátům. Zbytek zpravodajství byl o Donaldu Trumpovi. Ten si tak vysloužil daleko větší pozornost média samotného ve sledovaném

období. Navíc pokud se do výsledků podíváme ještě hlouběji, tak zjistíme, že toto číslo formují především poslední dny v rozhodném období, tedy ty dny, které přímo předcházely dni voleb. Protože od 5. října do 30. října 2020 odvysílala Česká televize pouze tři minuty a třicet jedna vteřin věnovaných Bidenovi. Zatímco o Trumpovi to bylo třicet šest minut. V tomto případě by tak podíl byl jedna ku deseti. Biden by tak měl pouhých deset procent prostoru na rozdíl od Trumpa. Z tohoto pohledu bylo vysílání České televize časově nejvíce nevyvážené ze všech tří sledovaných televizních stanic. Velmi podobně na tom ale byly i obě ostatní televize. Podíl Trump vs. Biden byl zhruba stejný.

VO2: Jaký typ příspěvků převažoval ve vysílání hlavních zpravodajských relací tří nejsledovanějších televizních stanic v ČR v předvolebním období o blížících se volbách v USA?

Pokud budeme hodnotit to, jaké příspěvky převažovaly ve vysílání hlavních zpravodajských relací tří českých nejsledovanějších televizních stanic, tak opět dojdeme k relativní shodě mezi jednotlivými kanály. V počtu příspěvků si české televize držely neutralitu. Většina jejich volebních reportáží, živých vstupů či dalších televizních útvarů vyzněla pro jednotlivé kandidáty neutrálně. Televize se tak ve většině případů postavily ke kandidátům spíše informačně než v linii případného skandalizování nebo naopak adorace jednoho nebo druhého. Samozřejmě ale všechny televize nějaké takové příspěvky měly. Tady ale už každá televize dosahuje zcela jiných čísel ve směru k jednotlivým kandidátům. Například TV Nova neodvysílala jediný negativní příspěvek o demokratickém kandidátovi Joeu Bidenovi. To naopak Donald Trump se negativně objevil v Televizních novinách hned v devíti případech. Většinou šlo o krátké informace v reportážích zabývajících se oběma kandidáty současně. Obdobný poměr v počtu příspěvků pak dosahuje Česká televize. O Bidenovi byla jedna negativní reportáž, o Trumpovi jich bylo deset. TV Prima pak má v součtu tři negativní příspěvky o Bidenovi a osm o Trumpovi. Všechny tři televize tak v počtu příspěvků věnovaly větší negativní pozornost Trumpovi než Bidenovi. V případě pozitivních reportáží a srovnání všech tří televizí zjistíme, že nejvíce pozitivních zpráv odvysílala TV Prima, a to o Joeu Bidenovi. Pokud to shrneme, tak neutrální příspěvky skutečně převažovaly nad všemi ostatními. Jedná se ale o pouhý počet zmínek. To je potřeba si u této výzkumné otázky uvědomit. Nereprezentuje čas, ale pouze počet jednotlivých

mediálních sdělení na adresu obou prezidentských kandidátů, kteří se ucházeli o post prezidenta Spojených států amerických v roce 2020.

VO3: Přiklonily se české televizní stanice ve svých hlavních zpravodajských relacích na stranu některého z kandidátů?

Základní otázka samotného výzkumu. Přiklonily se tedy české televizní stanice ve svých hlavních zpravodajských relacích na některou stranu? Preferovaly některého z kandidátů, a jakým způsobem? Odpověď na tuto výzkumnou otázku je u každé z televizních stanic jiná. Zatímco doteď se stanice většinou příliš nelišily v tom, jakým způsobem pokrývaly americké prezidentské volby v roce 2020, tak pokud dáme na první místo samotný čas a vezmeme v potaz odpovědi na předchozí výzkumné otázky, je odpověď následovná.

TV Nova

Televize Nova ve své hlavní zpravodajské relaci Televizní noviny přistoupila ke kandidátům následovně. Donald Trump byl jednoznačně pravidelnějším aktérem příspěvků o amerických prezidentských volbách. Pokud jeho vystoupení přepočítáme na reálný čas na obrazovce, tak všechny tři kategorie byly vzájemně relativně vyvážené. Jak negativní, tak pozitivní, tak i neutrální reportáže tvořily vyvážený celek. Ani jedna kategorie není nijak výrazně dominantní. Pokud jde o Joea Bidena, tak u něj zcela chybí jakýkoliv negativní příspěvek. Pokud bychom se podívali detailněji na reportáže, chybí ve vysílání TV Nova jedno zásadní negativní téma, kterému se věnovaly ostatní dvě televize – případ zapletení Bidena syna Huntera do nelegálních transakcí na Ukrajině. Toto téma se ve vysílání TV Nova nijak neobjevilo. Z tohoto pohledu se tak dá říct, že televize byla lehce méně kritická k Joeu Bidenovi. Pokud ale vezmeme v potaz, že mu věnovala výrazně méně minut, a vyváženost reportáží vůči Donaldu Trumpovi, můžeme konstatovat, že vysílání není záměrně přibarveno na jednu nebo druhou stranu. Přísnější ale je k Donaldu Trumpovi, protože 34 % veškerého času věnovaného jemu bylo v negativním duchu. Televize například neustále připomínala nedodržování protiepidemických opatření nebo jeho agresivní vystupování na sociálních sítích. To byly jedny z hlavních důvodů, proč některá

vystoupení Donalda Trumpa byla ve finále hodnocena jako negativní. Pokud bychom totiž vypustili zmínky o nemoci covid-19, tak bychom zřejmě dostali lehce jiné výsledky.

Česká televize

Česká televize ve své hlavní zpravodajské relaci Události přistoupila k prezidentským kandidátům v USA následovně. Je zcela evidentní, že v prvních dvou třetinách sledovaného období se Joeu Bidenovi věnovala jen zcela minimálně. Poměr byl na deset minut vysílání o Donaldu Trumpovi jen jedna minuta o Joeu Bidenovi. Pokud se pak podíváme na celé sledované období, minutáž jednotlivých příspěvků o kandidátech a jejich zabarvení, dojdeme k tomuto závěru. Česká televize ve své hlavní zpravodajské relaci ve sledovaném období třiceti dnů před volbami prezidenta Spojených států amerických výrazně lépe líčila kandidáta demokratické strany Joea Bidena. Více než polovina času, který mu televize věnovala, byla zabarvena do pozitivního tónu. Většina těchto pozitivních sdělení se pak objevila především až ke konci sledovaného období. Dva příklady: jedním z nich je reportáž ze dne 31. 10. 2020, která je celá věnovaná tomu, že Joe Biden vede, kde všude vede a jak moc vítězí, čemuž byly věnovány dvě minuty a čtyřicet tři vteřin a republikánský protikandidát v ní po celou dobu nebyl ani jedenkrát zmíněn nebo neměl v ní jediný proslov. Druhým takovým příkladem pozitivní reportáže je ta z 3. 10. 2020, tedy ze dne voleb, kde jsou tři minuty a dvacet sedm vteřin věnovány Bidenovi a jeho programu. Bez známek výraznější kritiky. Tady je potřeba poznamenat, že stejný prostor dostal v ten den i Trump.

To, že vysílání Česká televize bylo výrazně na straně Joea Bidena, podtrhují i výsledky republikánského kandidáta a prezidenta Donalda Trumpa. Ten byl vybarven primárně negativně. Takřka 45 % času, který mu věnovala Česká televize, bylo s negativní konotací. Joe Biden měl takových zpráv jen 7 % ze svého televizního času v relaci Události. Je tak zřejmé, že pokud by divák sledoval pouze vysílání České televize, dostal by negativní obraz Donalda Trumpa a vesměs pozitivní Joea Bidena: jemu věnované pozitivně zabarvené reportáže z celého „jeho“ vysílacího času tvořily 61 %. Na základě těchto dat se tak dá konstatovat, že Česká televize byla prodemokratická, použijeme-li označení zažité v USA pro televize, které podporují demokratické kandidáty, sympatizující s Joem Bidenem.

TV Prima

Televize Prima ve své hlavní zpravodajské relaci Hlavní zprávy přistupovala k prezidentským kandidátům ve Spojených státech následovně. Srovnáme-li poměrové koláče obou kandidátů, tak jsou si velmi podobné. Televize k oběma kandidátům přistupovala velmi podobně. Zhruba polovinu času věnovaného kandidátům vždy v obou případech zabralo neutrální vyznění zpráv. Druhou polovinu času pak televize rozdělila velmi podobně. Každý dostal čtvrtinu času v negativním vyznění a čtvrtinu času v pozitivním vyznění. V tomto měli kandidáti ve vysílání televize Prima velmi rovné podmínky. Joe Biden měl sice pouze tři příspěvky, které vyznívaly negativně, ale bylo jim věnováno hodně prostoru. Donald Trump má na svém kontě sice osm negativních příspěvků, ale těm zase naopak bylo věnováno méně času. Pokud nebudeme brát v potaz tuto nesourodost, ale půjdeme pouze po faktech a číslech, tak TV Prima měla zpravodajství o prezidentských kandidátech vyvážené a nepřiklonila se ani na demokratickou stranu, ani na tu republikánskou.

Srovnání českých vysílatelů a výsledků obdobných studií

Pokud budeme srovnávat všechny televize, můžeme konstatovat následující: TV Nova byla ke kandidátům většinou neutrální. Je ale potřeba říct, že lehce kritičtější byla k republikánovi Donaldu Trumpovi. Naopak Česká televize byla výrazně prodemokratická, když ve vysílání byla výrazně kritičtější k Trumpovi a výrazně vstřícnější ve směru k Bidenovi. TV Prima pak z toho pohledu byla nejvyváženější. Tady je ale zajímavý jeden fakt, a to, že pokud se už objevila nějaké negativní reportáž o Bidenovi, tak jí televize věnovala výrazně delší vysílací čas, než pokud se taková zpráva týkala Trumpa.

Zároveň je k diskusi fakt, že tím, jak české televize věnovaly relativně málo času ve prospěch Joea Bidena, tak se dají výsledky samotné studie velmi jednoduše zkusit. Například u TV Prima k tomu, aby pozitivní časový podíl byl 23 %, stačila jedna jediná reportáž v dále přes dvě minuty. To pak výsledky pozměnilo. Na druhou stranu je to reálný svět s reálnými čísly, která reprezentují zájem českých médií o kandidáty na prezidentský úřad v USA v době třicet dnů před volbami.

Pokud srovnáme výsledky se zahraničními studiemi a aplikujeme samotnou teoretickou část, můžeme se zaměřit na několik zajímavých detailů. Stejně jako u studií

z USA je jasné, že si televizní stanice vybíraly daleko častěji negativní témata než ta pozitivní. Tento výsledek je tak v souladu s teorií gatekeepingu, která je z tohoto důvodu zmíněna v teoretické části. Je zřejmé, že pro televizní manažery je daleko přitažlivější zveřejnit negativní zprávu než tu pozitivní. Především to pak podle výsledku naší studie platí o zprávách o Donaldu Trumpovi. Výsledky také kopírují například studii „*A Tale of Two Elections: CBS and Fox News' Portrayal of the 2020 Presidential Campaign*“, kdy se ukázalo na příkladu těchto dvou televizních sítí, že Donald Trump byl pro televizní manažery daleko přitažlivějším objektem pro zpravodajství než jeho protikandidát Joe Biden. Můžeme podle této studie například přirovnat Českou televizi k CBS, kde stejně jako v případě relace Události, byl Donald Trump více vyobrazován v negativním světle a Biden zase v tom pozitivním. Máme tak možnost na základě těchto výsledků zařadit jednotlivé televizní kanály do mapy amerických televizí podle jejich politického názoru, tak jak je řečeno v teoretické části. Tím pádem bychom ČT zařadili na levou stranu, tedy směrem k liberálně zaměřeným kanálům, jakými jsou právě CBS nebo NBC, TV Primu do středu a TV Nova by byla lehce konzervativnější, na pravé straně spektra. Všechny tři televize by ale byly u středové čáry. U žádné nebylo zaznamenáno výrazné vychýlení k některé formě extrému.

Z pohledu intermediálního je také zřejmé, že všechny televize postupují stejně. Potvrzuje se tak teorie, že jednotlivá média se navzájem inspirují. Kdo je v tomto případě tím elitním médiem v zemi, je těžké určit, ale množství času věnovaného volbám, podíl, kolik času měli jednotliví kandidáti, je ve srovnání až příliš stejný na to, aby to byla jen náhoda. Dá se tak říct, jak je popsáno v teoretické části, že to může být dáno manažerským základem, kdy studie z roku 1996 nastiňuje, tedy to, že vedoucí mediální pracovníci mají většinou stejný typ vzdělání a jsou vedeni stejným směrem. Výsledky této studie to jen potvrzují.

Zároveň se také potvrzuje, že novináři vždy dávají do svých zpráv část osobního názoru a vidění světa. Není totiž možné, aby novinář byl zcela neutrální a dokázal podat zprávu naprosto objektivně. Nejen, že ho ovlivňuje okolí, ale také ho ovlivňuje mediální organizace jako taková. To se potvrzuje především z pohledu České televize, která byla již v minulosti napomínána za nevyváženost svého vysílání o amerických prezidentských volbách. Je tak historicky zřejmé, že ČT je z tohoto pohledu více nakloněna demokratickým kandidátům. Tady je ale potřeba také zdůraznit, že Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

konstatovala, že za rok 2020 bylo z jejího pohledu vysílání vyvážené. Podle této diplomové práce je ale zřejmé, že lehké zabarvení ve prospěch demokratické strany tam stále je. Na druhou stranu se ale ČT ani v jednom případě nevyhýbala kritice směrem k Bidenovi, pokud přišla, na rozdíl od TV Nova, která směrem k demokratovi nezaznamenala žádný negativní příspěvek.

Závěr

Tato diplomová práce si kladla za cíl podívat se na vysílání tří nejsledovanějších českých televizních stanic. Zhodnotit, jakým způsobem se zhostily mediálního pokrytí amerických prezidentských voleb v roce 2020 ve svých hlavních zpravodajských relacích. Zkoumaným obdobím bylo třicet dnů před samotným dnem voleb včetně dne voleb. Výzkum probíhal fyzickým shlédnutím všech příspěvků, které obsahovaly zmínku o volbách v USA. Studie se snažila odpovědět na to, zda se některá z českých televizních stanic přiklonila k jedné z kandidujících stran.

Trump vs. Biden: Na čí straně byla česká média. Výsledky jsou následující. Z pohledu vysílacího času dostal přednost Donald Trump před Joem Bidenem. A to velmi výrazným rozdílem. 75 % vysílacího času, který televize věnovaly kandidátům, bylo ve prospěch Trumpa. Joe Biden si tak přišel pouze na průměrných 25 % z tohoto pomyslného koláče. Z tohoto pohledu byl pro česká média daleko zajímavější prezident Trump než jeho protikandidát Biden.

Když jsme do této rovnice přidali přesný čas a zabarvení jednotlivých příspěvků, jsou výsledky studie následující. TV Nova a TV Prima jsou ve vztahu kandidátům primárně neutrální. Nova byla přísnější k Trumpovi. Česká televize ale naopak výrazně preferovala Joea Bidena. Donald Trump byl v podání ČT vykreslován negativněji než jeho protikandidát. Ten byl naopak vykreslován pozitivněji. Z tohoto pohledu lze říct, že se ČT přiklonila na stranu Joea Bidena.

Studie a její výsledky nám také umožnily porovnat některé teoretické koncepty s výsledky práce. Potvrdilo se, že mediální domy často v případě posuzování, co vysílat a co nevysílat, používají podobný systém a postupy. Mediální manažeři shodně přidělují čas, jaký se bude věnovat jednotlivým kandidátům. Při výběru témat jsou primárně zaměřeni na negativní témata než na ta pozitivní. Víme ale, že v případě zahraničních událostí mají snahu

příspěvky podávat spíše neutrálně. U všech tří televizí byl ve vztahu ke kandidátům největší čas věnován právě neutrálním příspěvkům, u kterých se nedalo určit, zda jsou zabarveny negativně nebo pozitivně. Byly většinou informativního charakteru. Tedy ve smyslu „*kampaň pokračuje*“ nebo „*Trump je tam, Biden zase tam*“.

Zároveň se ale ukázalo, že mezi jednotlivými televizemi panuje rozdíl v celkovém pojetí volebního zpravodajství z USA. Výzkum prokázal, že České televize zobrazovala Donalda Trumpa negativně daleko častěji než ostatní dvě sledované televizní stanice. Navíc se ukázalo, že jeho protikandidát byl zobrazen většinou neutrálně nebo pozitivně. Negativních zmínek o demokratickém kandidátovi je minimum. Z tohoto hlediska, a za použití teoretické částí diplomové práce, se dá říct, že ČT byla nakloněna demokratickému kandidátovi a její zpravodajství ho tak favorizovalo.

Summary

The aim of this diploma thesis was to look at the broadcasts of the three most watched Czech TV stations. To evaluate how they handled the media coverage of the US presidential election in 2020 in their main news programmes. The period studied was the thirty days prior to and including Election Day itself. The research was conducted by physically viewing all stories that included mention of the US election. The study sought to answer whether any of the Czech television stations leaned towards one of the candidates.

Trump vs. Biden: Whose side was the Czech media on. The results are as follows. In terms of airtime, Donald Trump was preferred to Joe Biden. And by a very significant margin. 75 % of the airtime given to the candidates by the TV stations was in favour of Trump. Joe Biden only got an average of 25 % of this imaginary pie. From this perspective, President Trump was far more interesting for the Czech media than his opponent Biden.

When we added the exact time and coloring of each post to this equation, the results of the study are as follows. TV Nova and TV Prima are primarily neutral with respect to the candidates. Nova was tougher on Trump. Czech Television, on the other hand, strongly preferred Joe Biden. Donald Trump was portrayed more negatively by Czech TV than his opponent. The latter, on the other hand, was portrayed more positively. From this perspective, it can be said that Czech TV sided with Joe Biden.

The study and its results also allowed us to compare some theoretical concepts with the results of the thesis. It was confirmed that media houses often use similar systems and procedures when assessing what to broadcast and what not to broadcast. Media managers consistently allocate the amount of time to be devoted to each candidate. In selecting topics, they are primarily focused on negative topics rather than positive ones. However, we know that they tend to report on foreign events in a more neutral manner. For all three TV stations, it was the neutral stories that received the most time in relation to the candidates, and it was impossible to determine whether they were tinged negatively or positively. They were mostly informative. That is, in the sense of "the campaign is going on" or "Trump is there, Biden is over there".

At the same time, however, it became clear that there was a difference in the overall perception of US election coverage between the different TV stations. The research showed that Czech TV portrayed Donald Trump negatively far more often than the other two TV stations monitored. Moreover, it showed that his opponent was portrayed mostly neutrally or positively. Negative mentions of the Democratic candidate were minimal. From this point of view, and using the theoretical part of the thesis, it can be said that Czech Television favored the Democratic candidate and its news thus favored him.

Diskuse

Při vyhodnocování výsledků a psaní této diplomové práce jsem narazil na řadu poznatků, které považuji za důležité přidat na samotný konec práce právě do této sekce. Jsou to body k zamyšlení, které většinou vycházejí z komplexního pohledu na situaci ve Spojených státech amerických, chování některých kandidátů a jejich přístupu k volební kampani.

Jedna z hlavních otázek, která mě při vyhodnocování výsledků samotných napadla: „Jo to špatně, že 75 % času věnují média Donaldu Trumpovi?“ Otázka, která je asi nejzásadnější z této sekce. Musíme si uvědomit, že Donald Trump byl v době kampaně úřadujícím americkým prezidentem. Byl daleko více pod drobnohledem amerických, ale i našich médií. Všechno, co udělal, bylo podrobováno širokému zkoumání na celém světě. Není tak logické, že pokud obhájí funkci stávající prezident, tak mu média věnují více prostoru? Podle literatury, kterou jsem použil v teoretické části, je tento jev velmi dobře

popsaný. Říká se mu „*mocenský bonus*“ a bere v potaz, při pohledu na zkoumaný rok voleb, že Donald Trump byl obhajujícím prezidentem, a tedy využil takzvaný „*incumbency bonus*“ tedy výhodu obhajujícího kandidáta, kdy je pro média, v rámci redakčních zpravodajských hodnot, výrazně zajímavější než jeho protikandidát.⁸⁹ Touto otázkou se v minulosti zabýval i Nejvyšší správní soud ČR a ten k tomu konstatoval:

„Vztažení naprosté rovnosti bez ohledu na význam a váhu kandidujícího subjektu by bylo i neproveditelné už proto, že někteří čelní představitelé kandidujících subjektů jsou zároveň významnými ústavními činiteli a je nerealistické například předpokládat, že by kandidující subjekt (...) měl mít přidělen v médiích stejný prostor jako strana, jejímž členem je například předseda vlády či předseda Senátu Parlamentu ČR, tedy lidé, kteří v médiích často vystupují již z titulu svých funkcí,“

Vyzdvihují autoři citované literatury ve své knize, která tak podtrhává a vysvětluje, proč byl Donald Trump při volbě témat ve všech třech televizních stanicích zkoumaných v této diplomové práci, výrazně protežován. Zároveň je ale potřeba se zamyslet nad tím, že většina zmínek o jeho osobě byla zbarvena negativně. Z velké části to bylo neustálé připomínání nedodržování protiepidemických opatření v souvislosti s pandemií nemoci covid-19. Bylo to od médií cílené? Neustálé připomínání toho, že se na Trumpových předvolebních mítincích nenosily roušky. Byl to jeho politický postoj, který byl jasný. V některých reportážích často nepadlo nic o programu nebo o Trumpových prohlášeních, ale byly jen o tom, že se prezident někde vyskytl a nikdo tam nenosil roušky. Může to být námět pro nějakou další studii, jak by vypadal podobný výzkum, pokud by se do něj nepočítaly prohlášení týkající se nemoci covid-19. Příkladem mohou být reportáže ČT a TV Prima. Obě televize informovaly o tom, že Trump vyrazil pozdravit své příznivce z nemocnice, kde pobýval na začátku sledovaného období právě po nákaze novým typem koronaviru, a zatímco ČT výrazně zmiňovala, že mohl ohrozit svoji ochranu, tak Prima to nezmínila vůbec a spíše informovala o tom, že se jeho zdravotní stav zlepšuje.

Do hry navíc vstupuje i Trumpovo chování, které často přesahovalo běžné meze. Bylo tak zřejmě velmi těžké zabránit negativním příspěvkům, když si za ně často mohl Trump sám svým chováním nebo svými výroky. Na druhou stranu je potřeba říct, že k některým jeho excesům se televizní stanice vracely neustále, a tím pádem cíleně připomínaly negativní

⁸⁹ KŘEČEK, Jan, Vlastimil NEČAS, Ivan VODOCHODSKÝ a Jan MIESSLER. Vyváženost ve vysílání. Praha: Grada, 2022, 1 online zdroj (112 stran). ISBN 978-80-271-4868-4.

konotace, i když v některých případech byly už řadu dnů nebo týdnů staré. V každém případě do podobné studie se dá vnést ještě řada proměnných a je na dalších případných podobných výzkumech, aby se na situaci podívaly třeba z jiné strany a braly v potaz další hlediska.

Použitá literatura

Tištěné zdroje a periodické publikace

BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. 2., upravené a doplněné vydání. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-0553-3.

BODROGHKOZY, Aniko. *A Companion to the History of American Broadcasting*. New York: John Wiley, 2018, s. 42-45. ISBN 1118646282.

BUDAK, Ceren, Sharad GOEL a Justin M. RAO. Fair and balanced? Quantifying media bias through crowdsourced content analysis. *Public opinion quarterly* [online]. Oxford University Press, 2016, **80**(S1), 250-271 [cit. 2022-05-15]. ISSN 0033-362X. Dostupné z: doi:10.1093/poq/nfw007

BURDEN, Barry C. The 2020 Presidential Election Verdict. *Presidential studies quarterly* [online]. Washington: Center for the Study of the Presidency, 2021, **51**(2), 244-272 [cit. 2022-05-12]. ISSN 0360-4918. Dostupné z: doi:10.1111/psq.12715

BURNOUW, Erik. *A History of Broadcasting in the United States : Volume 1: A Tower of Babel: To 1933*. New York: Oxford University Press, 1966, s. 69-71. ISBN 9780198020035.

DEARING, James W. a Everett M. ROGERS. *Agenda-setting*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 1996, (139 p.): ill. ISBN 1-5063-2030-9.

DIDDI, Arvind, Frederick FICO a Geri ALUMIT ZELDES. Partisan Balance and Bias in TV Network Coverage of the 2000, 2004, and 2008 Presidential Elections. *Journal of broadcasting & electronic media* [online]. Routledge, 2014, **58**(2), 161-178 [cit. 2022-05-15]. ISSN 0883-8151. Dostupné z: doi:10.1080/08838151.2014.906431

FICO, Frederik, Geri Almut ZELDES a Arvin DIDDI. Broadcast and Cable Network News Coverage of the 2004 Presidential Election: An Assessment of Partisan and Structural Imbalance. *Mass Communication and Society*. Taylor & Francis, 2008, **11**(3), 319-339.

KŘEČEK, Jan, Vlastimil NEČAS, Ivan VODOCHODSKÝ a Jan MIESSLER. JAN MIESSLER. Využití ve vysílání. Praha: Grada, 2022, 1 online zdroj (112 stran). ISBN 978-80-271-4868-4.

LEWIN, Kurt. Channels of a group life. *Human Relations*. 1947, 1(2), 145.

MCCOMBS, Maxwell E a Donald L SHAW. The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly* [online]. Princeton, N.J: Oxford University Press, 1972, 36(2), 176-187 [cit. 2022-06-10]. ISSN 0033-362X. Dostupné z: doi:10.1086/267990

MCCOMBS, Maxwell. *Setting the Agenda*. Cambridge: Polity Press, 2013. ISBN 9780745623139.

MCQUAIL, Denis. *Žurnalistika a společnost*. Praha, Czech Republic: Nakladatelství Karolinum, 2016–2016, (254 p.). ISBN 80-246-3113-X.

MCQUAIL, Denis, Jan JIRÁK a Marcel KABÁT. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vydání druhé. Praha: Portál, 2002, 447 stran: tabulky ; 23 cm. ISBN 80-7178-714-0.

MOHAMMED, Shimaa Hassan Ali a Maxwell MCCOMBS. Intermedia Agenda Setting or International News Flow? Cross-Lagged Comparison of Elite International Newspapers. *International journal of communication (Online)* [online]. University of Southern California, Annenberg School for Communication & Journalism, Annenberg Press, 2021, 3948 [cit. 2022-06-10].

NAPOLI, Lisa. *Up All Night : Ted Turner, CNN, and the Birth of 24-Hour News*. New York: Abrams, 2020, s. 152-155. ISBN 9781419743061.

PONCE DE LEON, Charles L. Beginings. *That's the Way It Is : A History of Television News in America*. Chicago: University of Chicago Press, 2015. ISBN 9780226472454.

ROSSINI, Patricia, Jennifer STROLEY-GALLEY a Anie KORSUNSKA. More than "Fake News"?: The media as a malicious gatekeeper and a bully in the discourse of candidates in the 2020 U.S. presidential election. *Journal of Language & Politics*. 2021, 20(5), 676-695. ISSN 1569-2159.

SCAMMELL, Margaret a Holli SEMETKO. *The media, journalism and democracy*. London: Routledge, 2018–2001, s. 148. ISBN 1-351-74711-8. Dostupné z: doi:10.4324/9781315189772

SIDMAN, Andrew H, Maxwell MAK a Matthew J LEBO. Forecasting non-incumbent presidential elections: Lessons learned from the 2000 election. *International journal of*

forecasting [online]. Amsterdam: Elsevier B.V, 2008, **24**(2), 237-258 [cit. 2022-05-11]. ISSN 0169-2070. Dostupné z: doi:10.1016/j.ijforecast.2008.03.003

SILBER, Radomír. *Partisan media and modern censorship: media influence on Czech political partisanship and the media's creation of limits to public opposition and control of exercising power in the Czech Republic in the 1990s*. Brno: Tribun EU, 2017, 86 stran ; 21 cm. ISBN 9788026311744.

SMITH, Glen a SEARLES, Kathleen. Who let the (attack) dogs out?. *Public Opinion Quarterly*. Londýn: American Association for Public Opinion Research, 2014, **78**(1), 71-99.

SHOEMAKER, Pamela J. a Stephen D. REESE. *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. 2nd ed. New York: Longman, 1996, xiv, s. 62 ; 24 cm. ISBN 0-8013-1251-5.

STERLING, Christopher H. a John Michael KITTROSS. *Stay Tuned: A History of American Broadcasting*. 3. Mahwah, NJ: Routledge, 2012. ISBN 0-585-39926-3.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 387: grafy ; 21 cm. ISBN 80-7367-096-8.

Týdeník Televize. 2004. Praha: Ringier, 2004.

WHITE, David M. The „Gate Keeper“: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*. 1950, **27**(4), 383-390.

On-line zdroje

ANDERSON, Nick a elizabeth JENSEN. News Networks Call Election Results With Caution. *The Los Angeles Times* [online]. 2004, 3. 11. 2004, 1 [cit. 2022-05-11]. Dostupné z: https://www.latimes.com/la-110304tv_lat-story.html

1980 Electoral College Results. *National Archives* [online]. Washington D.C.: National Archives, 2019 [cit. 2022-05-10]. Dostupné z: <https://www.archives.gov/electoral-college/1980>

AD FONTES MEDIA. Interactive Media Bias Chart. *Ad Fontes Media* [online]. Colorado: Ad Fontes Media, 2022 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://adfontesmedia.com/interactive-media-bias-chart/?v=402f03a963ba>

BREWSTER, Jack. USA Today Urges Readers To Vote For Joe Biden In First-Ever Presidential Endorsement. *Forbes* [online]. New York, 2020, 20. 10. 2020, 1 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/jackbrewster/2020/10/20/usa-today-urges-readers-to-vote-for-joe-biden-in-first-ever-presidential-endorsement/?sh=6a43548fdb8d>

BLINKOVÁ, Karolína. Americká volební noc na ČT24. *Česká televize* [online]. Praha, 2020, 2.11.2020, 1 [cit. 2022-05-14]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=9311&strana-2=14&category=2>

BŘEŠŤAN, Robert. Nevyvážená Česká televize? ČT žádá RRTV o přezkum usnesení k vysílání z „Americké volební noci“. *Hlídací Pes* [online]. Praha: Hlídací Pes, 2017, 8. 3. 2017, 1 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/nevyvazena-ceska-televize-ct-zada-rrtv-o-prezkum-usneseni-k-vysilani-z-americke-volebni-noci/>

ČTK. *Rada pro vysílání: Česká televize porušila zákon, nadržovala Clintonové* [online]. Praha, 2017, 12. 01. 2017, 1 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/domaci/rada-pro-vysilani-ceska-televize-porusila-zakon-nadrzovala-clintonove-1327650>

DAVIS, Brett. KDKA: BROADCASTING'S PIONEER STATION. *Pennsylvania Centre for the Book* [online]. Univeristy Park: PennState University, 2010 [cit. 2022-05-08]. Dostupné z: <https://pabook.libraries.psu.edu/literary-cultural-heritage-map-pa/feature-articles/kdka-broadcastings-pioneer-station>

GODDARD, Taegan. The Origins of Red and Blue States. *Electoral Vote Map* [online]. USA: Goddard Media, 2020 [cit. 2022-05-11]. Dostupné z: <https://electoralvotemap.com/the-origins-of-red-and-blue-states/>

GRYNBAUM, Michael M. Networks Pledge Caution for an Election Night Like No Other. *The New York Times* [online]. 2020, 31. 10. 2020, 1 [cit. 2022-05-12]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2020/10/31/business/media/election-night-tv-networks.html>

KERN, Steve. Networks Prep New Technology For Election Night. *TVNewser* [online]. USA, 2008, 30. 10. 2008, 1 [cit. 2022-05-11]. Dostupné z: <https://www.adweek.com/tvnewser/networks-prep-new-technology-for-election-night/22602/>

MEDIAGURU. ČT, CNN Prima, Nova i ČRo odvysílají speciály k volbám v USA. *MediaGuru* [online]. Praha, 2020, 1 [cit. 2022-05-14]. Dostupné z:

<https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/10/ct-cnn-prima-nova-i-cro-odvysilaji-specialy-k-volbam-v-usa/>

NEWTON MEDIA. Americké prezidentské volby v českých médiích. *Newton Media* [online]. Praha, 2016, 14. 11. 2016, 1 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.newtonmedia.cz/americke-prezidentske-volby-v-ceskych-mediich/>

O'CONNEL, Mikey. TV Ratings: 71 Million Watched 2016 Election Returns Pour In; CNN and Fox News Set Records. *The Hollywood Reporter* [online]. Los Angeles, 2008, 9. 11. 2008 [cit. 2022-05-11].

PATTERSON, Thomas E. A Tale of Two Elections: CBS and Fox News' Portrayal of the 2020 Presidential Campaign. *Harvard Kennedy School* [online]. Harvard: Shorenstein Center, 2020, 17. 12. 2020, 1 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://shorensteincenter.org/patterson-2020-election-coverage/>

REUTERS STAFF. Election climax drew 71.4 million TV viewers. *Reuters* [online]. 2008, 6. 11. 2008, 1 [cit. 2022-05-11]. Dostupné z: <https://www.reuters.com/article/us-usa-election-ratings-idUSTRE4A4BI520081106>

REUTERS STAFF. October 15 U.S. presidential debate officially canceled after Trump balked. *Reuters* [online]. USA, 2020, 10. 10. 2020, 1 [cit. 2022-05-12]. Dostupné z: <https://www.reuters.com/article/usa-election-debate-idINKBN26V05D>

ROŽÁNEK, Filip. Americké volby nabídnou živě ČT24, CNN Prima News i televize Nova. *Lupa.cz* [online]. Praha, 2020, 2.11.2020, 1 [cit. 2022-05-14]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/aktuality/americke-volby-nabidnou-zive-ct24-cnn-prima-news-i-televize-nova/>

RRTV. Tisková zpráva z 1. zasedání 2017, konaného dne 10. 1. 2017. *RRTV* [online]. Praha, 2017, 12. 1. 2017, 10 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: https://www.rrtv.cz/cz/files/press/TZ_01_17.pdf

SMITH, Austin. NETWORKS AIR ON SIDE OF CAUTION THIS TIME AROUND. *New York Post* [online]. New York, 2004, 3. 11. 2004, 1 [cit. 2022-05-11]. Dostupné z: <https://nypost.com/2004/11/03/networks-air-on-side-of-caution-this-time-around/>

ŠTICHA, Ladislav. ČT24: Speciální vysílání České televize k volbě prezidenta USA – 4. a 5. 11. *Česká televize* [online]. Praha, 2008, 31. 10. 2008, 1 [cit. 2022-05-14]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=3531&strana=1=238&category=1>

TV NOVA. Americké volby vrcholí! TV Nova nabídne exkluzivní přímý přenos ze svého multifunkčního studia!. *TV Nova* [online]. Praha, 2016, 6. 11. 2016, 1 [cit. 2022-05-14]. Dostupné z: <https://tv.nova.cz/novinky/clanek/45682-americke-volby-vrcholi-tv-nova-nabidne-exkluzivni-primy-prenos-ze-sveho-multifunkcniho-studia>

WALKER, Mason a Jeffrey GOTTFRIED. Americans blame unfair news coverage on media outlets, not the journalists who work for them. *Pew Research Center* [online]. 2020, 28. 10. 2020, 1 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/10/28/americans-blame-unfair-news-coverage-on-media-outlets-not-the-journalists-who-work-for-them/>

Zákony a normy

Zákon č. 231/2001 Sb. In: Sběrka zákonů ČR. Praha: Česká republika, 2001, ročník 2001, číslo 231.

Teze diplomové práce

SCHVÁLENO

22.3.22
M.T.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:									
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Kratochvíl Michal	Razítko podatelny: <table border="1"><tr><td colspan="2">Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd</td></tr><tr><td>Došlo dne: 15-03-2022</td><td>-1-</td></tr><tr><td>Čj: 54</td><td>Příloh:</td></tr><tr><td>Přiděleno:</td><td></td></tr></table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd		Došlo dne: 15-03-2022	-1-	Čj: 54	Příloh:	Přiděleno:	
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd									
Došlo dne: 15-03-2022		-1-							
Čj: 54		Příloh:							
Přiděleno:									
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2020									
Fakultní e-mail diplomantky/diplomanta: 80763395@fsv.cuni.cz									
Studijní program/forma studia: Mediální studia (ND MS) / Distanční									
Název práce v češtině: Trump vs. Biden – Na čí straně byly české televizní stanice?									
Název práce v angličtině: Trump vs. Biden – Which side chose Czech TV's stations?									
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2022/2023) (diplomovou práci je možné obhajovat <u>nejdříve</u> šest měsíců od schválení tezi) ZS 2022/2023									
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Americké prezidentské volby jsou nejzásadnější zahraničně-politickou událostí, kterou ve velkém pokrývají česká média. Poslední volby v roce 2020 dostaly v českých médiích bezprecedentního pokrytí. Enormně je pokrývaly všechny tři velké televizní stanice v ČR. Vůbec poprvé v historii běželo na třech stanicích současně živé sčítání výsledků. Tento stav nám tak poprvé dává možnost podívat se na to, jak jednotlivé stanice pokryly takto zásadní zpravodajskou událost. Můžeme porovnat, jak tři české stanice k tématu přistoupily a kolik prostoru volby dostaly. Jedním z hlavních bodů práce také bude zkoumat, zda televize skutečně zajistily vyváženost svého vysílání. Dodržet ji musejí podle Zákona o rozhlasovém a televizním vysílání, který provozovatelům vysílání ukládá, že zpravodajské vysílání musí být vyvážené a nezaujaté. Práce proto nebude zkoumat jen reportáže a jejich vyznění, ale i moderátorské vstupy a zda mohly být zaujaté ve prospěch některé ze stran a zda je dodržování vyváženosti komplikovanější u zahraničního zpravodajství.									
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Cílem diplomové práce je porovnat vysílání třech největších televizních stanic u nás v období před prezidentskými volbami v USA a zjistit, jakým způsobem byly volby pokryty. Zjistit, zda televize dodržely vyváženost televizního vysílání a zda se případně názorově přiklonily na stranu některého z kandidátů na prezidenta USA. Výzkumné otázky: <ol style="list-style-type: none">1. Bylo zpravodajství TV Nova, TV Prima a ČT vyvážené?2. Přiklonily se televizní stanice v předvolebním období na některou ze stran? Byl ve vysílání zaznamenán příklon k některému z kandidátů?3. Byla při kontinuálním vysílání sčítání výsledků na TV Nova, CNN Prima News a ČT24 zajištěna vyváženost vysílání Hypotézy: <ol style="list-style-type: none">1. Podle teorie gatekeepingu v mediálním prostoru se do vysílání dostávají pouze informace, které přefiltrují mediální manažeři. Dá se tento postup aplikovat na výsledky z výzkumných otázek? Je možné, že případné zabarvení vysílání ve prospěch některé strany může souviset s názory samotné redakce?									

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

1. Úvod
2. Teoretická část
 - a. Historie pokrytí voleb v USA v zahraničních médiích
 - b. Historie pokrytí voleb v US v ČR
 - c. Teoretické koncepty (gatekeeping)
3. Výzkumná část
 - a. Předvolební vysílání v ČR
 - i. TV Nova
 - ii. ČT
 - iii. TV Prima
 - b. Kontinuální vysílání ze sčítání výsledků v ČR
 - i. TV Nova
 - ii. ČT24
 - iii. CNN Prima News
 - c. Výzkumy realizované v zahraničí a jejich výsledky
 - d. Výzkum
 - i. Předvolební vysílání
 - ii. Kontinuální vysílání ze sčítání výsledků
4. Hodnocení výsledku
 - a. Výzkumné otázky
 - b. Hypotéza
5. Závěr

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):

Pro předvolební období:

Hlavní zpravodajské relace TV Nova (Televizní noviny), ČT1 (Události) a TV Prima (Hlavní zprávy) v období 30 dnů před dnem voleb.

Pro sčítání výsledků:

Vysílání TV Nova, ČT24 a CNN Prima News v době 3:00 – 9:00, tedy v době, kdy všechny stanice současně vysílaly sčítání voleb.

Metody (techniky) zpracování materiálu:

V první části výzkumu bude proveden kvantitativní výzkum, kde bude zjištěno, kolik zpráv se týkalo voleb v USA a v jaké stopáži. Ve druhé části pak budou tyto segmenty zpravodajských relací analyzovány a zjištěno, zda byly vyvážené nebo zabarvené ve prospěch některého z kandidátů. To samé pak bude provedeno u vysílání ze sčítání výsledků. Zvláště budou hodnoceny i moderátorské vstupy včetně částí, kde byli přítomni hosté.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2–5 řádků):

LANGE, Bernard-Peter a David WARD. *The Media and Elections: A Handbook and Comparative Study*, Manhaw, New Jersey: Routledge, 2004. ISBN 9781135618254.
Publikace se zabývá tím, jakým způsobem americká média pokrývají prezidentské volby ve své zemi. Výrazná část knihy se také věnuje zabarvení reportáží ve prospěch některé z kandidujících stran.

FARNSWORD, Stephen J. a Robert S. RICHTER.
The Nightly News Nightmare: Television's Coverage of U.S. Presidential Elections, 1988-2004. New York: Rowman & Littlefield, 2007. ISBN 9780742553781.
Knihla se zabývá komplikovaností televizního vysílání v období prezidentských voleb v zemi a jeho dopadem na jednotlivé novináře, kteří se ocitají pod tlakem zájmů jednotlivých skupin okolo samotných prezidentských kandidátů.

BANKER, Yochai, Robert FARIS a Hal ROBERTS. *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Harward: Oxford University Press, 2018. ISBN 9780190923648.
Knihla popisuje příčinu a vznik zabarvení jednotlivých mediálních výstupů v amerických médiích v posledních letech. Jaké dopady má radikalizace jednotlivých redakcí na obsah, který média v USA nabízejí pak svým posluchačům, divákům nebo čtenářům.

FICO, Frederik, Geri Almut ZELDES a Arvin DIDDLE. *Broadcast and Cable Network News Coverage of the 2004 Presidential Election: An Assessment of Partisan and Structural Imbalance*. Mass Communication and Society. Londýn: Taylor & Francis, 2008, 11(3), 319-339.
Článek zkoumá, jakým způsobem vyvažovaly americké televizní společnosti v roce 2004 svoje pokrytí dvou hlavních prezidentských kandidátů v nadcházejících volbách. Článek se soustředí na celostátní televize. Jak na „networks“ tedy sítě jakou je například NBC, tak na kabelové zpravodajské kanály jako je CNN nebo MSNBC.

SCAMMELL, Margaret. *“Four More Years”*: how the UK press viewed the 2004 US presidential election. Journalism Studies. Boston: Taylor & Francis, 2005, 6(2), 203-216.
Výzkumný článek se soustředí na britská média v roce 2004. Scammellová v něm zkoumá, jak se k volbám postavily takoví vysílatelé jako je třeba BBC, SKY či ITV. Scammellová do výzkumu nezahrnula jen televize, ale i novinové příspěvky.

SMITH, Glen a Kathleen SEARLES. *WHO LET THE (ATTACK) DOGS OUT?*. Public Opinion Quarterly. Londýn: American Association for Public Opinion Research, 2014, 78(1), 71-99.
Tento článek popisuje příklon redakcí k některé z politických stran. Autoři ve své práci zkoumají, zda toto zabarvení zpráv má nějaký konkrétní dopad na výsledek voleb a případnou změnu voličských preferencí. Článek obsahuje jak kvantitativní, tak i kvalitativní obsahovou analýzu voleb v USA.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

DOGLIA, Sandra. *Guvernerské volby v Georgii 2018*. Praha, 2021. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra politologie. Vedoucí práce Dopieralla, Jakub.

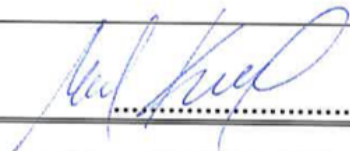
ŠIMKOVÁ, Jana. *Mediální obraz kandidátů v amerických prezidentských volbách 2016*. Praha, 2020. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra politologie. Vedoucí práce Dopieralla, Jakub.

HRDINOVÁ, Dana. *Mediální obraz prezidentského kandidáta Donalda Trumpa v roce 2016*. Praha, 2019. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra německých a rakouských studií. Vedoucí práce Šafařík, Petr.

MORYS, Lukáš. *Trump prezidentem. Analýza mediálního obrazu Donalda Trumpa ve zpravodajství ČTK*. 2018. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Trunečková, Ludmila.

Datum / Podpis studenta/ky

15.3.2022



TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO VE VYHLÁŠCE ŘEDITELE INSTITUTU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU.