

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

**Mediální obraz Benešových dekretů v poslední
fázi prezidentské volby 2013**

Lucie Čavojská

Plzeň 2014

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Studijní program Politologie

Studijní obor Politologie

Bakalářská práce

**Mediální obraz Benešových dekretů v poslední fázi
prezidentské volby 2013**

Lucie Čavojská

Vedoucí práce:

PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D.

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2014

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literatury.

Plzeň, duben 2014

.....

Poděkování

Ráda bych poděkovala svému vedoucímu bakalářské práce PhDr. Přemyslu Rosůlkovi, PhD. za velmi cenné rady, připomínky a metodické vedení práce.

Lucie Čavojská

Obsah

ÚVOD	1
1 TEORETICKÁ ČÁST	4
1.1 Benešovy dekrety	4
Benešovy dekrety po r. 1989	7
Vstup ČR do EU.....	9
1.2 Prezidentská volba 2013	12
1. kolo	13
2. kolo	14
1.3 Základní teorie masové komunikace	15
Nastolování agendy: <i>agenda-setting theory</i>	15
Chapel Hill Study	17
Charlotte Study.....	19
Proniknutí do médií	21
Gatekeepers	21
Zpravodajské hodnoty	22
Novinářská etika	25
Priming a framing.....	28
1.4 Média a politika	29
Vztah PR a politiky k médiím	30
Mediální PR – media relations	31
Tvorba mediálního obrazu politika	32
Personalizace politiky, infotainment.....	32
2 EMPIRICKÁ ČÁST	33
2.1 Metodologie.....	34

2.2 Vytyčení výzkumných otázek a hypotéz.....	35
Hlavní výzkumné otázky	36
Hypotézy	36
2.3 Časový úsek.....	36
2.4 Hledaná slovní spojení.....	36
2.5 Určení zkoumaných médií	37
Mladá Fronta Dnes	39
Lidové noviny	39
Právo.....	40
Blesk	40
3 ANALYTICKÁ ČÁST	41
3.1 Shrnutí	49
4 ZÁVĚR	51
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ	55
5 RESUMÉ	66
6 PŘÍLOHY	67

ÚVOD

V této bakalářské práci se budeme věnovat problematice nastolování agendy spolu s tématem Benešových dekretů. Tyto dvě témata spolu totiž úzce souvisela v lednu roku 2013. A to v rámci historicky první přímé volby prezidenta v České republice. Média mají obrovskou moc nastolovat témata, o kterých bude veřejnost mluvit, a potom snadno konstruují náladu ve společnosti a ovlivňují to, jakým způsobem je dané téma vnímáno. A tím utvářejí mediální obraz daného fenoménu. Nejinak tomu bylo právě i v roce 2013, kdy média zahrnula do své agendy téma Benešových dekretů.

Cílem této práce je tedy popsat mediální obraz Benešových dekretů a jeho následný vliv na historicky první českou prezidentskou volbu v roce 2013. Práce se snaží přijít na otázku, zda právě toto téma ovlivnilo výsledek prezidentské volby, anebo byl pro volební boj důležitý jiný aspekt. Téma dekretů totiž v Čechách zůstává stále kontroverzním a k údivu například SRN či Rakouska, zde stále vyvolává diskuze. Budeme se tedy ptát, proč je téma Benešových dekretů v české společnosti tak silně zakořeněno.

Budeme také mimo jiné srovnávat míru mediální pozornosti v rámci čtyř českých deníků, a to Mladé fronty Dnes, Lidových novin, Práva a bulvárního deníku Blesk. Zajímá nás, jaký mediální obraz média vytvářela, a proč česká společnost stále vnímá Benešovy dekry jako důležitý historický milník a ostře o nich diskutuje i navzdory ukončení jejich právní účinnosti.

Do výzkumu zahrneme také sdělení vybraných zahraničních deníků, a to proto, abychom porovnali míru zájmu médií o téma Benešových dekretů. Pokusíme se také zmapovat období v novodobé historii a zjistit, při jakých příležitostech a za jakých okolností se znovu objevuje.

První část práce bude teoretická. Zde se zaměříme na vývoj česko-německých vztahů v rámci Benešových dekretů, a to zejména po roce 1989. Pokusíme se identifikovat momenty, které vyvolávaly diskuze a utvořit ucelenější pohled na to, jak tuto historickou zkušenost vnímala veřejnost. Zmíníme také nejdůležitější dokumenty týkající se problematiky česko-německých vztahů.

Poté, co vytyčíme historické mezníky, které ovlivnily debaty kolem Benešových dekretů, stručně popíšeme průběh a vývoj kampaní kandidátů v rámci prezidentské volby v roce 2013.

Teoretická část bude dále obsahovat nejznámější mediální teorie a jejich autory. Uvedeme příklady toho, jak média ovlivňují společnost a budeme se zabývat i zpravodajskými hodnotami, jež hrají důležitou roli v procesu tvorby zpravodajství a nastolování agendy. Zmíníme také vliv reklamy a marketingu na formování zpravodajství a snahy PR specialistů proniknout do médií. Je totiž důležité si uvědomit vliv, jaký mají média na občanskou společnost. Musíme ale také upozornit na to, že se lidé často nerozhodují jen podle politických hodnot a ideálů, ale podle osobních charakteristik politiků.

Z těchto teoretických konceptů později budeme čerpat v rámci empirické části. V úvodu si stanovíme metody, podle kterých budeme provádět výzkum. Dále si také definujeme analytickou jednotku pro snadnější měření výskytu v rámci kvantitativní obsahové analýzy. Musíme také zmínit předmět výzkumu a výzkumné otázky, na které se budeme pokusit odpovědět. Součástí výzkumného rámce jsou i hypotézy, které se v závěru naší práce buďto potvrdí nebo vyvrátí. Nesmíme zapomenout definovat si také časový úsek, ve kterém budeme provádět monitoring médií a současně také slovní spojení, díky kterému budeme sledovat četnost tématu. Nakonec zdůvodníme výběr médií, ve kterých bude probíhat analýza. Dále také popíšeme jejich názorovou orientaci a vlastnickou strukturu.

V rámci analytické části již budeme podrobněji interpretovat výsledky našeho výzkumu. Pokusíme se zde také odpovědět si na předem stanovené výzkumné otázky a ověřit naše hypotézy. K tomu využijeme kvantitativní analýzu, kterou následně doplníme o kvalitativní rozbor, který nám pomůže lépe porozumět zkoumané problematice. Na závěr vyhodnotíme, zda téma Benešových dekretů ovládlo veřejné mínění a stalo se rozhodujícím tématem v rámci předvolebních diskuzí v roce 2013.

1 TEORETICKÁ ČÁST

V úvodu této části práce je třeba přiblížit historický a společenský kontext poválečných Benešových dekretů a prezidentské volby v České republice v roce 2013. Nejprve musíme začít s vypsáním chronologických skutečností a událostí týkajících se Benešových dekretů a přiblížení vývoje mediálního obrazu po roce 1989. Právě toto téma je bolestným pozůstatkem poměru sil mezi Československem a jeho sudetoněmeckými obyvateli po druhé světové válce. V závěru práce se pak díky vlastnímu výzkumu, pokusíme popsat nový mediální obraz v rámci prezidentské volby v roce 2013.

1.1 Benešovy dekrety

V letech 1938-1945 stál československý prezident Edvard Beneš v čele prozatímní vlády, nejprve v exilu v Londýně, později v Praze. V této době neexistoval svobodně a legitimně zvolený parlament, jenž by přijímal zákony. Proto Beneš vydával tzv. *Dekrety prezidenta republiky* (Blaive, 2003: 19). Ty se později staly legislativním základem pro budování nového poválečného československého státu. Počet dekretů se vyšplhal na 143. Zhruba dvacet z nich ale obsahují politické, mocenské či právní normy (Mandler, 2002: 13). Je třeba zdůraznit, že pro účely této práce se budeme zabývat jen těmi, jež regulují postavení Němců, Maďarů a dalšího „nepřátelského“ obyvatelstva na území Československa. Novinářský pojem Benešovy dekrety totiž nezahrnuje všech 143 dekretů, jak se často česká mylně společnost domnívá (Novotný, 2012: 30).

Nejdiskutabilnějšími dekreti jsou tedy ty z roku 1945, kdy Beneš vyhlásil zabavení majetku sudetských Němců. A to proto, že údajně jako německá menšina v roce 1939 masově podporovala německou okupaci (Blaive, 2003: 19). V tehdejší společnosti se totiž stále častěji dral na povrch názor, že Sudetští Němci byli pátou kolonou nacistů, a tudíž není možné společné soužití (Mandler, 2002: 24). Téměř tři miliony těchto bývalých

československých občanů byly tedy označeny za původce neštěstí z let 1938-1945 (Blaive, 2003: 19). Prezident Beneš tudíž nechtěl připustit, aby hranice Německa byly vzdáleny od Prahy jen 60km. I když byl Beneš otevřen kompromisům, považoval za potřebné zbavit nový československý stát nejméně dvou milionů Němců (Mandler, 2002: 12). 19. května 1945 Edvard Beneš oficiálně vyhlásil vládní usnesení o odsunu Němců (Zimmerman, 2012: 218).

Podle francouzské historičky Muriel Blaivové (Blaive, 2003: 22), Češi mají k demokracii specifický vztah. Poválečný odsun Němců z Československa totiž proběhl ve jménu demokracie, což je paradox, který Češi stále nemohou ospravedlnit. Problém tak spočívá ve dvojznačném vztahu mezi vyhnáním a demokracií. Mnichovem a okupací traumatizovaní Češi začali považovat sudetské Němce za etnickou skupinu a příslušníky nacistického Německa. A užili tak na jejich případu princip kolektivní viny, který je podle současných konvencí o lidských právech považován za nedemokratický a neetický (Zimmermann, 2012: 213). Původně se nepředpokládalo uplatnit princip kolektivní viny, pro ten se Beneš rozhodl až po vypálení Lidic a Ležáků v roce 1942 (Blaive, 2003: 35). S rostoucím terorem nacistů v Protektorátu Čechy a Morava se tak exilová vláda v Londýně v čele s Edvardem Benešem postupně radikalizovala. Značný vliv na exilovou vládu měl také český domácí odboj, který na Beneše stále více naléhal, aby vyhnal všechny Němce (Zimmermann, 2012: 213).

Mnoho Němců tak bylo odváženo v dobytčích vagonech a jejich vyhánění společně s násilnostmi a výbuchy spontánní pomsty trvalo až do roku 1946. Postupimská konference z roku 1945 oprávněnost vyhnání Němců z obnoveného Československa potvrdila (Zimmermann, 2012: 214). V Německu se ale „vyhnanci“ setkali s drsným odmítnutím. Ostatně ale i ti, kteří mohli zůstat v Československu, se setkávali jen s urážkami, odmítavými postoji a diskriminací. Touhy vycestovat na Západ se museli vzdát, tehdejší komunistická vláda jim to nedovolila. Podle historických průzkumů dále padlo

za oběť českým odvetným opatřením skoro 30 000 nevinných lidí, včetně dětí. Skuteční nacisti totiž utekli ještě před koncem války do Rakouska nebo Bavorska (Zimmermann, 2012: 219).

Tento proces konfiskace majetku a transfer Němců započal novou vlnu české nacionalizace, která způsobila značný sociální převrat v celém Československu (Mandler, 2002: 12). Dodnes se tedy vedou diskuze nad neslučitelností dekretů s principy demokratického právního státu, a to zejména z důvodu uplatnění principu kolektivní viny a diskriminace obyvatel na základě národnostního klíče.

Sudetští Němci tak byli odsunuti do Německa a Rakouska, kde postupně zakládali své spolky. Nejznámějším z nich se stala mnichovská větev Sudetoněmeckého krajanského sdružení - *Sudetendeutsche Landsmannschaft*¹, která se nikdy nepřestala dožadovat svých práv a revize historie (Blaive, 2003: 19)². V komunistickém Československu se ale k tématu vyjadřovali jen neoficiálně působící historici či disidenti (Zimmermann, 2012: 244).

Během komunistické vlády v Československu byly diplomatické vztahy s Německem ustanoveny v rámci Ostpolitik německého kancléře Willyho Brandta. V roce 1973 byla uzavřena *Smlouva o vzájemných vztazích mezi Spolkovou republikou Německo a Československem*. Jinak se téma nerozebíralo a veřejné diskuze tak téměř neprobíhaly³ (Kleuters, 2009: 521).

¹ Sudeten. de. *Die Sudetendeutsche Landsmannschaft* (http://www.sudeten.de/cms/?Die_Sudetendeutsche_Landsmannschaft, 2. 4. 2014).

² Mluvčím sudetoněmecké národnostní skupiny je v současnosti europoslanec a člen německé CSU Bernd Posselt (Bernd Posselt. *Zur Person* <<http://www.bernd-posselt.de/person01.html>, 2. 4. 2014>).

³ Velvyslanectví Spolkové republiky Německo v Praze. *Smlouva o dobrém sousedství* (http://www.prag.diplo.de/Vertretung/prag/cs/03/Deutsch__tscheschische__Beziehungen/seite__vetrag__gute__nachbarschaft__cz.html, 13. 4. 2014).

Benešovy dekrety po r. 1989

Až po pádu komunistického režimu v Československu se o dekretch začalo znovu mluvit. A to díky novým konceptům, které se začaly vnášet do politiky. Pro demokratický vývoj nového státu bylo nezbytně nutné odstranit tabu a zahájit diskuzi. Po roce 1989 tedy v Československu panovalo přesvědčení, že schopnost vyrovnat se s minulostí, i s jejími nejtemnějšími stránkami, je nutná k budování budoucnosti. Nová politika tudíž také musela obnovit dialog, který byl komunistickým režimem utlumen (Bazin, 2003: 48).

V listopadu 1989 poslal Václav Havel dopis bývalému spolkovému prezidentovi Richardu von Weizsäckerovi, kde mimo jiné odsoudil vyhnání Sudetských Němců (Bazin, 2003: 48). V prosinci roku 1989 tak učinil znovu, a to před Braniborskou bránou v Berlíně (Mink, 2003: 11). Tuto myšlenku pak Havel pronesl ještě několikrát, například i 27. února 1992 při příležitosti podpisu česko-německé *Smlouvy o dobrém sousedství a přátelské spolupráci*⁴. Cílem Havla bylo podnítit v české společnosti debatu o minulosti a ukázat Němcům novou vůli československých představitelů k obnovení dialogu (Bazin, 2003: 48).

V reakci na to ale začal sudetoněmecký landsmanschaft vznášet materiální požadavky (Zimmermann, 2012: 244). Omluva Václava Havla ale vycházela především z morální reflexe minulosti, kterou nepřicházelo v úvahu opravovat. První rozhovory se Sudetskými Němci tedy byly poznamenány tímto prvotním nedorozuměním. Tento počín Václava Havla byl později Čechy považován za jednu z jeho největších politických chyb. Také samotný termín „vyhnání“, jež nebyl předtím nikdy použit, vyvolal ve veřejném mínění nesouhlas. Výslovně se k němu hlásili jen prezident Havel a ministr zahraničí Dienstbier (Bazin, 2003: 49).

⁴ Velvyslanectví České republiky v Berlíně. *Smlouvy o dobrém sousedství* (http://www.mzv.cz/berlin/cz/aktuality/informace_a_sdeleni/x20_let_od_podepsani_smluv_o_dobrem.html, 13. 4. 2014).

Po rozpadu Československa byla zahájena přístupová jednání ohledně vstupu České republiky do Evropské Unie. Bývalí Sudetští Němci začali znovu vyvíjet větší tlak na nápravu historických křivd a navrácení jejich půdy a majetku. Nelíbilo se jim totiž později ani to, že vláda v Bonnu vyjádřila podporu Československu (později Česku) ke vstupu do EU. Česká vláda sice ve Smlouvě z roku 1992 přislíbila, že spolu s integrací Československa do EU bude česká strana usilovat o zlepšení vztahů se Sudetskými Němci, tuto vizi se ale nedařilo uskutečňovat (Pauer, 1998: 174). Bavorsko se pak dokonce stalo jedinou ze spolkových zemí, která odmítla Smlouvu ratifikovat (Nagengast, 2003: 338).

Následně se objevovaly snahy českých a německých intelektuálů o usmíření, a to v podobě petic, které navrhovaly znovuzahájení rozhovorů se sudetskými Němci. Významným dokumentem se stala *Česko-německá deklaráce o vzájemných vztazích a jejich budoucím rozvoji* z roku 1997, kterou podepsal tehdejší premiér České republiky Václav Klaus a německý spolkový kancléř Helmut Kohl. Deklarace vyjadřovala lítost postiženým lidem, ale také přijímala poválečný právní řád ČR a zajišťovala neměnnost majetku českých občanů. V rámci ní byl také zřízen *Česko-německý fond budoucnosti*⁵ (Rosůlek, 2013: 192-193). Ten podle svých slov:

*„[...] pomáhá stavět mosty mezi Čechy a Němci. Cíleně podporuje projekty, které svádějí dohromady lidi obou zemí, které umožňují a prohlubují pohledy do jejich světů, do společné kultury a dějin“.*⁶

⁵ Ministerstvo zahraničních věcí. *Česko-německá deklaráce o vzájemných vztazích a jejich budoucím rozvoji* (https://www.mzv.cz/berlin/cz/vzajemne_vztahy/cesko_nemecka_deklarace_o_vzajemnych.html, 24. 3. 2014).

⁶ Fond budoucnosti. *O nás* (<http://www.fondbudoucnosti.cz/o-nas/o-nas/>, 13. 4. 2014).

Vstup ČR do EU

V rámci evropské integrace se začalo více mluvit o historické kontinuitě, národních státech a začal růst také počet xenofobních postojů. Historie tak musela znovu čelit náporu široké vlny revizionismu, jež zpochybňuje staré historické pravdy, které se vztahují především k druhé světové válce, a následné uspořádání světa (Mink, 2003: 10).

V době kandidatury České republiky do Evropské unie, Německo, Rakousko, ale i Maďarsko podmiňovali vstup ČR za zrušení Benešových dekretů (Blaive, 2003: 20; Senková, 2003). Citlivé téma dále rozdmýchal i kontroverzní rakouský politik Jörg Haider, který se netajil svůj přízní k Hitlerově Třetí říši a nacionalismu. Haider přirovnal odsun sudetských Němců z českého pohraničí k nacistickému transportu Židů do koncentračních táborů. Tehdejší premiér Miloš Zeman pak Sudetské Němce označil za pátou kolonu Hitlerova Německa a doporučil Izraelcům tento model pro vyhnání Palestinců (Blaive, 2003: 21; iDNES, 2002; Carey, 2002). Spolková republika na to dokonce reagovala zrušením návštěvy německého kancléře Gerharda Schrödera v Praze. Ten později vystoupil na půdě Evropského parlamentu s opakováním požadavku zrušení Benešových dekretů jako podmínky pro vstup České republiky do EU. Tehdejší prezident ČR Václav Klaus chtěl proto uzavřít s Evropskou unií separátní dohodu, aby svou republiku ochránil před případnými žalobami ze strany vyhnanců z roku 1945. Spíše než smířlivý postoj disidentských politiků, byl veřejností lépe přijat tvrdší postoj, který propagovala právě česká Občanská demokratická strana společně s Václavem Klausem (Mink, 2003: 11-12).

Evropský parlament v dubnu 2002 rozhodl, že nechá vypracovat v otázce dekretů právní posudek. Ten měl prověřit současnou platnost a právní působnost dekretů, stejně tak jako jejich slučitelnost s právními předpisy Evropské unie, kodaňskými kritérii a mezinárodním právem určujícím

vstup ČR do EU. Po diskuzích na evropské scéně přijel do Prahy evropský komisař pro rozšíření EU Günter Verheugen. Společně s premiérem Milošem Zemanem podepsali společné prohlášení⁷, kde zdůraznili, že nesmíme zapomínat na hrůzy 2. světové války a postupovat dopředu, což je podstata evropské integrace. K prezidentským dekretům se říká, že některé z nich by dnes neobstály, pokud by byly posuzovány dnešními standardy (Domnitz, 2007: 35-39).

Diskuze kolem Benešovým dekretů se odrazila i v Poslanecké sněmovně, a to vydáním usnesení z roku 2002. To potvrzuje, že právní a majetkové vztahy, které vyplynuly z dekretů prezidenta republiky, jsou nezpochybnitelné, nedotknutelné a neměnné. Co se týče podmínek restitučního zákonodárství, ty jsou v pravomoci českých ústavních orgánů. Dokument také odkazuje na *Česko-německou deklaraci*, která vyjadřuje vůli „nezatěžovat budoucnost politickými a právními otázkami pocházejícími z minulosti“ (Domnitz, 2007: 79-80).

Následně na to přijal rezoluci i Evropský parlament, a to na základě podrobné analýzy. Benešovy dekrety nebyly podle studie překážkou pro vstup České republiky do EU (Domnitz, 2007: 44-45; Rosůlek, 2013: 194). V roce 2005 ještě vydala česká vláda následující oficiální vyjádření:

Vláda České republiky vyjadřuje své hluboké uznání všem osobám z řad někdejších československých občanů, zejména německé národnosti, žijícím před druhou světovou válkou na území dnešní České republiky, které v období druhé světové války zůstaly věrně Československé republice a aktivně se účastnily boje za její osvobození nebo trpěly pod nacistickým terorem. Zároveň vyjadřuje politování nad tím, že se některé z těchto osob nedočkaly po skončení druhé světové války zaslouženého uznání. Namísto toho byly v rozporu s tehdy platnou právní úpravou postiženy v souvislosti s opatřeními uplatňovanými v poválečném Československu proti takzvanému nepřátelskému obyvatelstvu.

⁷ Ministerstvo zahraničních věcí ČR. *Stanovisko Evropské komise k Benešovým dekretům* (http://www.mzv.cz/public/a1/d3/2b/14078_14945_evropska_komise_findingsfinal_eng.pdf, 15. 4. 2014).

Vláda České republiky vyjadřuje všem takto postiženým aktivním odpůrcům nacismu, bez ohledu na jejich pozdější státní příslušnost a místo pobytu, svoji omluvu. Vedena zájmem symbolicky ocenit aktivní odpůrce nacismu, kteří byli po skončení druhé světové války postiženi v souvislosti s opatřeními uplatňovanými v Československu proti takzvanému nepřátelskému obyvatelstvu, a ve snaze přispět k prohloubení historické paměti, vláda České republiky iniciuje a podporí projekt dokumentace osudů jednotlivých takto postižených osob. Vláda proto vyzývá všechny takto postižené osoby nebo jejich příbuzné a známé, aby podle svého zájmu a možností kontaktovali přímo nebo prostřednictvím některého ze zastupitelských úřadů České republiky v zahraničí ministerstvo zahraničí České republiky

(Euroskop, 2005; Zimmermann, 2012: 219-220).

Téma Benešových dekretů se na půdě Evropské unie objevilo znovu ještě v roce 2009 v rámci ratifikace Lisabonské smlouvy Českou republikou. Tehdejší prezident Václav Klaus vůči ní totiž zastával velmi tvrdý postoj. Podle Klause by nová smlouva ohrozila vnější svrchovanost České republiky a také poválečné majetkové poměry. Vyžadoval proto dodatek k Listině základních práv EU, který by zamezil prolomení Benešových dekretů. Listina totiž podle Klause mohla obcházet české soudy a uplatňovat dokonce i majetkové požadavky osob vysídlených po 2. světové válce, a to přímo u Soudního dvora Evropské unie (Novotný, 2012: 30)⁸⁹¹⁰. Nakonec byla Lisabonská smlouva českou stranou přijata, avšak za podmínky vynuceného dodatku.

Na místě je tedy otázka, proč je téma Benešových dekretů stále tak palčivé v českém prostředí? Indicie můžeme hledat například v Polsku, které mělo mezi odsunutou menšinou také své obyvatele. Evropská unie k němu byla v roce 2003 shovívavější a nezastávala k němu tak tvrdý postoj.

⁸ Klaus.cz. Projevy a vystoupení. *Prohlášení prezidenta republiky ze dne 9. října 2009 k ratifikaci Lisabonské smlouvy* (<http://www.klaus.cz/clanky/1307>, 15. 4. 2014).

⁹ Klaus.cz. Projevy a vystoupení. *Prohlášení prezidenta republiky k jednání vlády o Irském protokolu k Lisabonské smlouvě* (<http://www.klaus.cz/clanky/3097>, 15. 4. 2014).

¹⁰ Vláda.cz. *Proces ratifikace Lisabonské smlouvy* (<http://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/proces-ratifikace-lisabonske-smlouvy-63100/>, 15. 4. 2014).

Odpovědí může být ale i to, že Polsko se již dříve zajímalo o svou minulost. V roce 1965 tu při snaze o sblížení, sehrála důležitou roli tamější silná křesťanská tradice. A to v podobě biskupské iniciativy „*odpouštíme a žádáme o odpuštění*“, návštěvy varšavského ghetta Willy Brandtem, výměny mezi intelektuály a migrace obyvatelstva v 80. letech 20. století. Dalším důležitým momentem pro urovnávání polsko-německých vztahů byly debaty o umístění tzv. „*Domu vyhnanců*“, památníku odsunutých Němců z Polska a Československa. Německý Spolek vyhnanců chtěl památník umístit do Berlína, ovšem Polsko se nabídlo k jeho stavbě ve Varšavě. Chtěli tak symbolicky odkázat k budoucnosti na jejíž principu bylo založeno evropské společenství (Michnik, Krzemiński, 2002: 1).

Tento trend pokračoval a dále se upevňoval, zatímco Češi zahájili tento proces až po roce 1989 (Mink, 2003: 12). Sudečtí Němci se také samozřejmě chopili příležitosti, kterou přinesla nová tendence v západních zemích přehodnocovat morální hodnoty a zpětně na dávné zločiny aplikovat současná pojetí demokracie a lidských práv. Odsun sudetských Němců tak začal být považován za jeden z největších zločinů poválečné Evropy (Mink, 2003: 20).

1.2 Prezidentská volba 2013

Od doby vstupu České republiky do EU se podařilo téma Benešových dekretů v evropském prostředí na nějakou dobu uzavřít. Ale ne v Čechách. V lednu 2013 se uskutečnila historicky první volba prezidenta České republiky. Očekávání z přímé volby byla velká a málokdo uměl odhadnout, v jakém duchu se ponesou předvolební kampaně jednotlivých kandidátů. Překvapením také bylo to, že druhým kolem volby opět zahýbá téma Benešových dekretů.

Do prezidentských voleb se na počátku kampaně v roce 2012 probojovalo celkem devět kandidátů – Jana Bobošíková, Jan Fisher, Taťána Fischerová, Vladimír Franz, Jiří Dienstbier, Zuzana Roithová, Karel Schwarzenberg, Přemysl Sobotka a Miloš Zeman.

1. kolo

Je zajímavé, že předvolební průzkumy veřejného mínění a odhady sociologických agentur připisovaly jasné prvenství bývalým premiérům České republiky¹¹¹²¹³, a to Janu Fisherovi, který vedl úřednickou vládu v letech 2009-2010 a Miloši Zemanovi (předsedovi vlády v letech 1998-2002). Na tuto okolnost zareagovaly především komerční televize, které s těmito účastníky rovnou uspořádaly předvolební duely. Podle názorů politologů a analytiků, Fisherovi právě jeho role favorita spíše uškodila. Ať už to byl tlak, jenž na něj byl kvůli této pozici vyvíjen, anebo závěrečné televizní souboje, kde Fisher vystupoval nejistě a bojovně. U mnoho potenciálních voličů ztratil právě díky své útočnosti a neschopnosti pohotově reagovat na námítky jiných kandidátů (Landovský, 2013: 157).

Překvapením byl ale jednoznačně postup Karla Schwarzenberga, který byl podle předvolebních průzkumů řazen až na 4. místo. Tehdejšímu ministrovi zahraničí zajistila mnoho hlasů jeho velmi zdařilá marketingová kampaň, která se zaměřila primárně na nová média, jako jsou sociální sítě Facebook nebo Twitter. Fakt, že byla zvolena právě tato cesta propagace, má své odůvodnění. Schwarzenbergovi, který vedl svou kampaň pod křestním jménem, se podařilo oslovit hlavně mladší voliče. I podle průzkumů volila Karla většina mladých a vzdělanějších lidí. Vyhrál také v naprosté většině krajských měst, což značilo, že na svou stranu přitáhl tradiční pravicové voliče. Velká města tedy jednoznačně hlasovala pro Schwarzenberga a on si tím po 1. kole zajistil druhé místo. Zeman zvítězil mimo Jihlavy a Ostravy, v menších městech a obcích, kde ho volila starší a méně vzdělaná voličská základna.

¹¹ CVVM. *Podpora prezidentských kandidátů v prosinci 2012*

(http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a6934/f3/pv121220.pdf, 14. 4. 2014).

¹² Median. *Prezidentský volební model* (http://www.median.cz/docs/preference_Prez_2012_11.pdf, 14. 4. 2014).

¹³ PPM FACTUM. *Druhé kolo Fisher-Zeman?* (http://www.factum.cz/498_druhe-kolo-fischer-zeman, 14. 4. 2014).

Nebylo také překvapením, že právě „zemanovské“ Vysočině byla naměřena nejvyšší volební účast, a to 66,79 %¹⁴.

V České republice se tedy vyskytla výrazná polarizace společnosti, jež se štěpila na základě věku a socioekonomického postavení – tedy levice vs. pravice. Po vyhlášení výsledků prvního kola přímé prezidentské volby tak bylo jasné, že se příštím prezidentem České republiky stane buď Karel Schwarzenberg, nebo Miloš Zeman.

2. kolo

Druhé kolo prezidentské volby se neslo v ostřejším a méně přátelském duchu. Zcela totiž převládla negativní kampaň a znovuotevřené téma Benešových dekretů. Strategie Schwarzenbergových odpůrců byla vedena leckdy až nevkusným způsobem. Podíleli se na ní jak politici, včetně tehdejšího prezidenta Václava Klause, tak i veřejně známé osobnosti.

Téma Benešových dekretů poprvé v rámci předvolebního klání, zaznělo při televizní debatě 17. 1. 2013 v České televizi¹⁵. Do kampaně je vnesl bývalý premiér Miloš Zeman. Podle politologa Josefa Mlejníka, to byl jasně promyšlený chladnokrevný kalkul, protože Zeman dobře věděl, že toto téma může vyhrát volby¹⁶. Dekrety tak naprosto ovládly druhé kolo prezidentské volby. Znovu o nich psaly snad všechny tuzemské deníky a vyjadřovali se k nim jak politici, tak i veřejně známé osobnosti či sportovci. Společnost se tak začala postupně rozdělovat na dva tábory. A zaznívaly také nebezpečné hlasy nacionalismu a xenofobie.

¹⁴ ČSÚ. Na Vysočině nejvyšší volební účast
(http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/na_vysocine_nejvyssi_volebni_ucast, 24. 4. 2014).

¹⁵ příloha č. 2

¹⁶ *IHNED.cz* (2013). Benešovy dekrety ovládly volby. Klaus se kvůli nim pře se Schwarzenbergerem. 19. 1. 2013
(<http://zpravy.ihned.cz/c1-59154460-benesovy-dekrety-ovladly-volby-klaus-se-kvuli-nim-pre-se-schwarzenbergem>, 17. 3. 2014).

Karel Schwarzenberg byl později označován za „*Rakušáka*“ a bylo mu vyčítáno, že přes čtyřicet let nežil v České republice¹⁷¹⁸. Další pozornost se také snesla na jeho rakouskou ženu Therese. Ta totiž nemluví česky, což mnozí voliči považovali za hrozbu pro výkon prezidentského postu v České republice.

V prezidentské volbě nakonec zvítězil Miloš Zeman se ziskem 54,8 %. Karel Schwarzenberg získal 45,2 %¹⁹. 8. března při slavnostní inauguraci se tak stal Miloš Zeman třetím prezidentem České republiky.

1.3 Základní teorie masové komunikace

Nastolování agendy: *agenda-setting theory*

Koncept nastolování agendy vnímáme jako teoretické východisko naší práce. Náš výzkum totiž spočívá v odhalení postupů, které média používala při popisu kauzy Benešových dekretů. Kolik prostoru média tématu věnovala, jak často o něm referovala. To vše totiž přispívá k udržování či potlačování veřejné diskuze

„Agenda setting je proces neustálého soupeření mezi tématy a jejich zástupci o zisk pozornosti médií, veřejnosti a politických elit“ (Leichtová cit. dle Dearing, Rogers, 1996: 1-2). Tato definice v sobě zahrnuje všechna tři prostředí, ve kterých výběr témat probíhá, a to média, veřejnost a politika (Leichtová, 2009: 115). Média a zpravodajství slouží společnosti primárně jako zprostředkovatelé informací. Ovšem tím, jak média vybírají a zařazují do svých obsahů jen některé události, určují to, co bude veřejnost považovat za

¹⁷ Schwarzenberg musel opustit Československo v roce 1948 po komunistickém převratu. V té době byl zdejší šlechtě znárodněn majetek. Velká část aristokracie tak byla přinucena emigrovat ze země.

¹⁸ Karel Schwarzenberg. *Životopis* (<http://www.karelschwarzenberg.cz/zivotopis.html>), 21. 3. 2014.

¹⁹ Electionguide. Czech Republic. *Election for President* (<http://www.electionguide.org/elections/id/2261/>), 24. 4. 2014).

důležité. Podle Bernarda Cohena (Cohen, 1963: 13) je pro nastolování agendy důležitý fakt, že média „[...] nemusejí být schopna určovat, co si lidé mají myslet, ale jsou velmi úspěšná v určování toho, o čem mají přemýšlet²⁰“ (Cohen, 1963: 13). Zpravodajská média tak umí nastolit agendu veřejného mínění a společenské debaty (McCombs, 2009: 27). Tuto tezi Cohen publikoval ve své práci *The Press and Foreign Policy* z roku 1963 (Cohen, 1963).

Samotnou teorii nastolování agendy (*agenda-setting theory*) ale poprvé formulovali Maxwell E. McCombs a Donald L. Shaw, již popisovali proces, ve kterém se některá témata stávají součástí společenské debaty a jiná ne. Zabývali se také samotným vlivem médií na jejich publikum. Základem teorie nastolování témat veřejnosti je totiž fakt, že tím, jak média vybírají určitá témata, vlastně určují veřejnosti, o čem se bude mluvit a co bude vnímat jako důležité a naopak. Média tak neurčují jen to, o čem se bude mluvit, ale i jakým způsobem bude veřejnost vnímat určité téma (McCombs, Shaw, 1993: 62). To můžeme v praxi ilustrovat na případu Benešových dekretů, jež byly médii stále omílány, přitom samotné dekrety jsou již právně vyhaslé. Česká veřejnost ale stále považuje toto téma za velmi citlivé, a to právě díky jeho mediálnímu obrazu, který budí emoce.

Základní myšlenka, že se média určitým způsobem podílejí na nastolování témat, jež veřejnost nevědomky bere automaticky za své, je ovšem mnohem starší. Objevila se již například v úvodní kapitole knihy Waltera Lippmanna *Public Opinion (Veřejné mínění)* z roku 1922 nazvané *The World Outside and the Pictures in Our Heads (Okolní svět a obrazy v našich hlavách)*.

Zde se Lippmann věnuje Platónovu podobenství o jeskyni, kdy nevzdělaní obyvatelé jeskyně zírají pouze na odrazy skutečných věcí, které přinášejí dovnitř lidé, kteří již vykoukli ven. A touto metaforou se Lippmann snaží dívat

²⁰ „It may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about“.

na problematiku médií. Ta podle něj přenáší informace zkresleně a my tudíž známe svět jen zprostředkovaně a nejsme schopni na něj adekvátně reagovat. Média vytváří jen tzv. *pseudoprostředí*, které obsahuje odrazy skutečnosti (Lippmann, 1922: 3-32). Podle Lippmanna jsou právě zpravodajská média našimi okny do širého světa, která ale leží mimo naši bezprostřední zkušenost. A tak veřejné mínění reaguje na neúplná fakta (Lippmann, 1922: 15; McCombs, 2005: 552).

V roce 1973 formulovala Elisabeth Noelle-Neumannová svou teorii o tzv. *spirále mlčení*, jež také potvrzuje silný mediální vliv na veřejnost. Svou hypotézu demonstruje na příkladu, kdy lidé nejsou příliš ochotní vyjadřovat své postoje a názory, pokud cítí, že jsou v rozporu s těmi, jež převažují ve společnosti (Noelle-Neumann, 1974: 43). A tak se leckdy prolamují tabu a vyvolávají se diskuze ohledně nových dosud neatraktivních témat v rámci veřejné debaty.

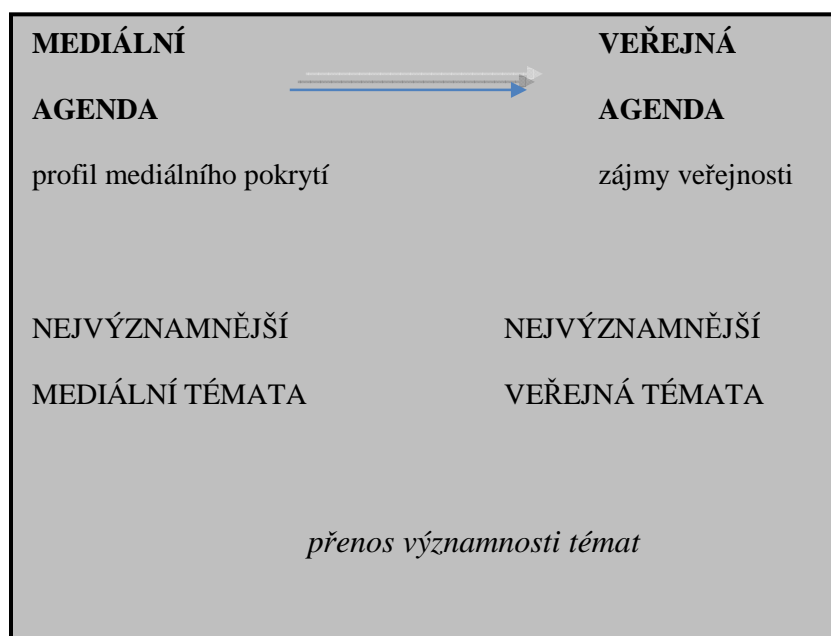
Chapel Hill Study

Prvními studiemi, jež empiricky testovaly teorii nastolování agendy, byly tzv. *Chapel Hill Study* (1968) a následně *Charlotte Study* (1972), na nichž se podíleli právě Maxwell E. McCombs a Donald L. Shaw (McCombs, Shaw, 1993: 64).

V rámci výzkumu *Chapel Hill* z roku 1968 provedli v rámci prezidentské předvolební kampaně výzkum nerozhodnutých voličů. A to v pěti volebních okrscích univerzitního městečka Chapel Hill v Severní Karolíně. Výzkum se prováděl v období těsně před volbami, tedy na přelomu září a října (McCombs, Shaw, 1972: 177-178; Kalvas, 2009: 13). Ústřední hypotéza zněla, že masová média nastolují agendu témat politické kampaně, protože ovlivňují to, jakou důležitost voliči přiřazují určitým tématům (McCombs, 2009: 29). Dotázáno

bylo celkem 100 registrovaných nerozhodnutých voličů. Badatelé se pokoušeli porovnat tematický obsah médií s představami voličů o důležitosti témat (Rogers, Dearing, 2007: 85). Pro ověření vytyčené hypotézy o nastolování agendy bylo nutné srovnat dvě množiny důkazů, a to popis veřejné agendy (množinu témat, jež měla pro obyvatele Chapel Hill největší důležitost) a popis tematické agendy ve zpravodajství, jež voliči přijímali (McCombs, 2009: 30). Výzkum tak srovnával výsledky kvantitativní obsahové analýzy médií s tím, co během dotazníkového šetření označili vybraní voliči za důležité. Autoři se tak zaměřili na politické zpravodajství a na témata, jež se s kandidáty objevovala nejčastěji (McCombs, Shaw, 1972: 177-178; Kalvas, 2009: 13).

Během prezidentské kampaně ve Spojených státech v roce 1968 dominovalo jak veřejné, tak i mediální agendě pět témat. Jejich pořadí mezi voliči v Chapel Hill a pořadí založené na jejich umístění ve zpravodajských médiích spolu za posledních třicet pět dní téměř dokonale korespondovala. Míra důležitosti, jakou voliči kladli určitým tématům, se téměř shodovala s tím, jak významné místo jim bylo poskytnuto ve zpravodajství (McCombs, 2009: 31).



Role masových médií při nastolování agendy (McCombs, 2009: 30).

McCombs a Shaw tedy došli k závěru, že vztah mezi tematickou agendou médií a tím, co vnímají respondenti za důležité, opravdu existuje (McCombs, Shaw, 1993: 61; McCombs, 2005: 543). Je ovšem zapotřebí zmínit metodologický nedostatek a to, že výzkum se zaměřoval výhradně jen na nerozhodnuté voliče, kteří mohou být mediálnímu sdělení náchylnější. Na další výzkum tedy autoři čekali do dalších prezidentských voleb v roce 1972 (Trampota, 2006: 115-116).

Charlotte Study

Druhou studii, jež McCombs a Shaw uskutečnili, byla z roku 1972. Autoři ji nazvali *Charlotte Study* podle městečka Charlotte ležícím na východním pobřeží Spojených států. *Charlotte Study* již byla metodologicky propracovanější. Dotazování voličů totiž probíhalo v různých časových periodách (McCombs, 2005: 552; Trampota, 2006: 117; Davie, Maher, 2006: 360). V rámci tohoto výzkumu bylo zjištěno, že nejvíce veřejné mínění ovlivňovaly místní deníky. Byla také vyvrácena konkurenční hypotéza, že veřejná agenda ovlivňuje agendu novin. Nejdůležitějším zjištěním tohoto výzkumu bylo ale potvrzení existujícího vztahu hierarchie mediální agendy a témat veřejné debaty (McCombs, 2009: 34). To v praxi znamenalo, že důležitost tématu se v médiích utváří podle již zmiňovaného prostoru, jež je dané problematice věnován. Tuto skutečnost dále potvrdily i pozdější výzkumy (Davie, Maher, 2006: 360; Trampota, 2006: 117).

Dalším příkladem toho, že veřejnost se řídí tím, o čem mluví média, může být příklad z 80. let 20. století. V té době vypukl v Etiopii hladomor, jež trval řadu měsíců a vyžádal si stovky obětí. I přes to se ale většina Američanů tímto tématem nezabývala. Ovšem až do doby, kdy se událost poprvé objevila na televizní stanici NBC. V říjnu roku 1984 se proto strhla záplava emocí a snahy veřejnosti o pomoc v zemi. Jak později konstatoval produkční pořadu *Today show* na NBC:

„Hladomor trvá už dlouhou dobu, přesto se o něj nikdo zatím nestaral. Až nyní, když se objevil na obrazovkách, se všichni zajímají. Obraz totiž dokáže vyjádřit více, než tisíc slov²¹“ (Iyengar, McGrady, 2007: 210).

V současné době existuje mnoho empirických studií nastolování agendy, z nichž mnohé navázaly právě na *Chapel Hill* a byly provedeny během předvolebních kampaní, jiné sledovaly mínění mimo volební období (McCombs, 2009: 69).

Podle McCombse (McCombs, 2009: 26) nám už i samotná novinová sdělení dokážou prozradit, jaká je významnost daného tématu v denní agendě. Hlavní zpráva na titulní straně, samotný rozdíl mezi titulní stranou a dalšími stranami, velikosti titulků, a dokonce i délka zprávy – to vše vyjadřuje pocit významnosti tématu. I televize, byť má omezenější možnosti, může vyjadřovat důležitost tématu, a to tak, že se o něm zmíní například ve večerních zprávách. Důležitou roli hraje také délka televizního příspěvku a četnost výskytu stejného tématu v rámci určitého časového horizontu (McCombs, 2009:26). Samotná veřejnost pak musí sama dále selektovat témata podle významnosti, aby se v množství zpráv orientovala. Často právě témata vysílaná ve večerních televizních novinách jsou veřejností vnímána jako ta nejvíce důležitá (McCombs, 2009: 26). A na to by měli být diváci upozorňováni, aby si byli schopni vytvořit vlastní úsudek a nepropadali tak mediálnímu tlaku. Mnoho lidí si ale stále ještě nebezpečí mediálních sdělení neuvědomuje a stále je přijímají jako fakt. Často tak veřejnost řeší nedůležité osobní atributy kandidátů jako vzhled, vystupování, jejich životní styl či rodinný život spíše, než jejich myšlenky.

A právě z toho pramení myšlenka Waltera Lippmanna, která popisuje proces, kdy veřejnost automaticky přijímá témata produkovaná médii a bere je za své. Agenda zpravodajských médií se tak stává vlastně veřejnou agendou,

²¹ „This famine has been going on for a long time and nobody cared. Now it's on TV and everybody cares. I guess a picture is worth many words“.

zdrojem témat pro celou společnost. Je to tedy jakýsi list témat a událostí, jež jsou seřazeny podle důležitosti. Témata, jež převládala například ve dvacátém století, byla válka ve Vietnamu, aféra Watergate, nezaměstnanost, potraty, ale také události jako sucha v oblasti Sahelu, zemětřesení nebo jiné přírodní katastrofy (Rogers, Dearing, 2007: 85). Témata byla vnímána jako důležitá proto, že jim byl poskytnut největší prostor v médiích.

Proniknutí do médií

Postupem času ale závislost tématu na poskytnutém mediálním prostoru byla zpochybněna (Jirák, Köpplová, 2009: 354). Existuje totiž samozřejmě i mnoho dalších významných vlivů, jež utvářejí názory lidí a modelují veřejné mínění. Těmi jsou například osobní prožitky jednotlivců, kultura či samotný zájem jedinců o mediální sdělení. Lze ale říci, že na základě nashromážděných důkazů o účincích nastolování agendy autorů McCombse a Shawa, novináři významným způsobem ovlivňují názory jejich publika (McCombs, 2009: 48).

Důkazem silného vlivu médií na jedince může být také fakt, že samotná veřejnost se snaží pochopit fungování médií, zákonodárci se snaží regulovat mediální komunikaci, politici a lobbisti usilují o proniknutí do médií, stejně tak jako inzerenti, jež si kupují reklamní plochu a vysílací čas (Jirák, Köpplová, 2003: 151).

Gatekeepers

Hlavními tvůrci mediálních obsahů jsou samotní redaktoři. Pokud se tedy ztotožníme s faktem, že média ovlivňují vážnost určitých témat, pak je vhodné zjistit jakým způsobem. Klíčovou roli při tvorbě zpravodajství a nastolování témat hrají editoři a vedoucí zpravodajských redakcí. Můžeme je tak označit jako tzv. *gatekeepers*. Tento termín poprvé použil v padesátých letech 20. století sociolog Kurt Lewin a původně tento termín nespojoval

s mediálními studii. Tam ho až později zařadil mediální teoretik David Manning White, který se zajímal o to, jak se vybírají zprávy do zpravodajství (Shoemaker, Eichholz, Kim, Wrigley, 2001: 233). Gatekeeper je tedy někdo, kdo skrze nabídku mediálních agentur vybírá zprávy, které zařadí do svého zpravodajství (Manning White, 1950: 384).

Ovšem i oni musí zohledňovat obecnější zásady novinářské práce. Prvním omezením jsou technické parametry média – každý typ média je totiž omezen, ať už se jedná o počet stránek v tisku, omezený vysílací čas v rozhlasu či v televizi nebo omezený prostor v internetovém prohlížeči. Druhým omezením co se týče technického kritéria je periodicitu pořadu či média. Internetové deníky mohou samozřejmě poskytovat aktuálnější informace, než tištěné. Noviny ale na druhou stranu přinášejí hlubší analýzy daných témat (Leichtová, 2009: 120-122). Novinářské etice jakožto třetím omezením je věnována jedna celá podkapitola této práce.

Ze studií zaměřujících se na mediální organizaci ale jednoznačně vyplývá závěr, že finální podoba zpravodajství je předvídatelná. Již v roce 1695 se německý autor Kaspar Stieler zmiňoval ve své knize *Zeitungs-Lust und Nutz* o faktorech důležitosti, blízkosti, dramatičnosti a negativity jako o kritériích, podle kterých se vybírají zprávy. Výběr, zařazení a zpracování zpráv se totiž řídí podle zažitých a opakujících se kritérií, a to *obecně přijímaných pravidel rozhodování* při tvorbě zpravodajství (Jiráček, Köpplová, 2003: 77), (Leichtová, 2009: 123).

Zpravodajské hodnoty

Mediálně zpracovatelný a atraktivní informační obsah musí mít pro novináře tzv. *zpravodajskou hodnotu* (Ftorek, 2007: 131). Samotný pojem *zpravodajská hodnota* (*news value*) pak použil Walter Lippmann v roce 1922 v již zmíněné knize *Public Opinion (Veřejné mínění)*, když se pokoušel vysvětlit, co novináři považují za tzv. *zpravodajskou hodnotu*. „Úspěšná“

zpráva musí mít jasný a tedy snadno vysvětlitelný obsah, superlativy, konflikty, překvapení a to s čím se může recipient identifikovat – tzn. prostorovou či psychologickou blízkost a osobní zaujatost. Pro Lippmanna tedy byly nejdůležitějšími zpravodajskými jednotkami jednoznačnost události, překvapivost, prostorová blízkost, osobní zaujetí a konflikt (Lippmann, 1922: 242-245; Jiráček, Köpplová, 2003: 77). První empirický výzkum k definování zpravodajských hodnot provedli v šedesátých letech 20. století Mari Rugeová a Johann Galtung (Ruge, Galtung, 1965: 64-90). Na základě analýzy zahraničního zpravodajství norských tištěných médií, došli k závěru, že existuje dvanáct zpravodajských hodnot, které musí zpráva obsahovat, aby byla pro novináře atraktivní (Ruge, Galtung, 1965: 84-85). Pozdější výzkumy navazující na norské vědce, například od autorů Westerstahla a Johanssona tyto hodnoty shrnuli do pěti základních. Jsou jimi – *důležitost, blízkost, dramatická, přístup (přístup novinářů, spíše technický), ideologie (ideologie národního zájmu)*. Zpravodajské hodnoty představují vlastnosti, které událost musí mít, aby se stala zprávou (Westerstahl, Johansson, 1994: 71-89; Trampota, 2006: 26).

Výraznými trendy současnosti se staly skandály a senzacechtivost. Důsledkem toho pak je, že média neinformují pravdivě. Podle polského novináře Ryszarda Kapuścińskiego (Ramonet, 2003: 35) byla kdysi největší hodnotou zprávy její pravdivost. Dnes už editoři nepožadují plnou pravdivost informace, ale to, aby byla zajímavá. Pokud není, nepublikují ji. A to je z etického hlediska výrazným problémem. Mezi nejčtenější deníky se tak dostávají ty bulvární a lidé se více zajímají o soukromý život známých lidí, než o jejich činnost. Dalším faktorem, již ovlivňuje mediální obsah je ale také komercializace médií. Zprávy jsou tak považovány za zboží, které se musí dobře prodat (Ramonet, 2003: 36). Bez ohledu na jejich hodnotovou náplň.

Pokud zůstaneme u seriózních deníků, neznamena to, že by zprávy byly výmysly. Žurnalistika je empirická disciplína založená na ověřitelných

pozorováních. Případy, v nichž došlo k porušení těchto kodexů, vyústily v obrovské skandály americké i evropské žurnalistiky. Novináři ovšem při svém výběru témat nemají možnosti pojmout všechny informace o všech událostech. Z toho tedy nutně plyne, že o novinářskou pozornost soupeří mnoho událostí a témat (McCombs, 2009: 52). Novináři jsou přece jen lidé, kteří nejsou neomylní a z mnoha témat musí zkrátka vybírat jen zlomek.

Zpravodajské hodnoty jsou tedy faktory, jež v daném období a společenském kontextu rozhodují o zařazení zprávy do zpravodajství. Tyto filtry pak určují, jaká témata uspějí v konkurenci a získají cenný prostor v médiích. Pro příjemce zpráv tedy bude zajímavější událost, která má jasný konec, nikoliv témata, jež se vlečou delší dobu. Dále pak takové události, jež se staly blízko nich, například pro českého diváka bude zajímavější povolební vyjednávání v Německu, než protesty ve Venezuele. To souvisí i s kulturní blízkostí. Mediální recipient lépe rozumí situaci v Evropě, než v jiném geograficko-kulturním celku. Dále pak pro získání pozornosti diváka hraje důležitou roli společenský či politický status země či aktérů vystupujících ve zprávě. Například zapojení se amerického prezidenta či jiné celebrity do jakékoliv činnosti, přináší dané události automaticky publicitu (Leichtová, 2009: 123-124). Co se týče tzv. dynamiky události, to znamená, že veřejnost zajímají překvapivé zprávy či informace o rekordech, ale bohužel i například rekordní počty mrtvých po haváriích – viz nehoda vlaku u Santiaga de Compostela v létě roku 2013.

Samotná existence zpravodajských hodnot tedy ovlivňuje i společnost. Primárně vede k tomu, že média přenášejí jen takové události, u kterých mohou technicky být. Dále také způsobuje to, že některé události jsou někdy až zbytečně nadhodnocené v nějakém svém aspektu, který je mediálně zajímavý (McCombs, 1993: 63; Jiráková, Köpplová, 2003: 78). I jinak běžná událost tak dostává zvláštní význam právě ve chvíli, kdy se stane předmětem

zájmu novinářů. Důležitou úlohu při identifikování problémů nebo propagace určitého tématu tak mají celebrity či politici.

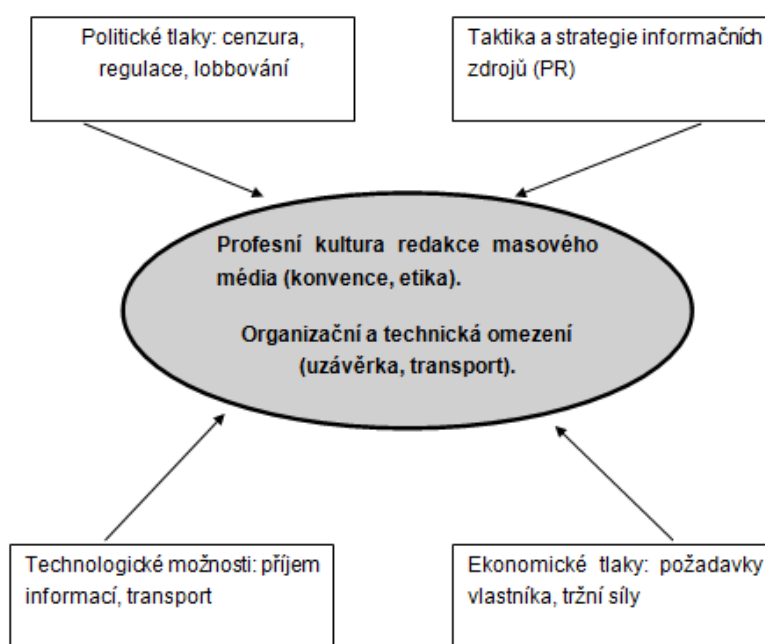
Novinářská etika

S tím souvisí otázka novinářské etiky. Média v demokratických společnostech reprezentují veřejný, ale i politický život a to proto, že jsou leckdy jediným zdrojem poznatků o politice a jejích činitelích, kteří se ucházejí o přízeň veřejnosti. Média se proto politických témat ujímají a zpracovávají je podle sebe. Pokud nejsou veřejnoprávní, musí brát ohled i na zisk z prodeje. A to vše vede k tomu, že taková média někdy trochu přehánějí (Jirák, Köpplová, 2003: 186). Jako například bulvární deník Blesk, který v době prezidentské kampaně před přímou volbou prezidenta řešil soukromí kandidátů a přinášel informace o jejich vztazích a skandálech z poslední doby. Mnohdy zveličených. Jako když Blesk informoval o výročí prezidentského kandidáta Miloše Zemana, který označil tchána druhého kandidáta - Karla Schwarzenberga za xenofoba, jenž si liboval v nacistických znacích. Tato skutečnost se pak ukázala jako mylná a Zeman se Schwarzenbergovi musel omluvit. Ovšem noviny jsou věčné a lidé nezapomínají tak snadno a často si nezjistí nebo si dále nepřečtou, že tvrzení nebylo pravdivé. A tak se téma dostává do veřejné diskuze a daný aktér je s tématem mnohdy nesmyslně spojován. Například ve volbách je mnohem efektivnější negativní kampaň. Voliči si pak spojují kandidáty i s různými skandály, aniž by si dále ověřovali, zda jsou pravdivé.

A to je vlastně stručný popis moci médií. Je tedy třeba si položit otázku, kdo jsou média, jakou mají moc a jakou roli v médiích hrají novináři. V České republice disponují etickým kodexem primárně veřejnoprávní mediální instituce, jako jsou ČTK, ČT nebo ČRo. Každá seriózní redakce by tak měla dodržovat zásady objektivitu, jak je formulovala liberální žurnalistika v 19. století. Ovšem musíme podotknout, že objektivita je ideál, ke kterému se

média snaží přiblížit. Hovoříme tedy o jakési formální objektivitě. Ta předpokládá zachování nestrannosti a vyváženosti (poskytnutí prostoru všem zúčastněným stranám), ověření a citaci zdrojů a jasné oddělení zprávy a komentáře²² (Ftorek, 2007 :100).

Mediální činnost v České republice reguluje Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV), jejíž členové jsou jmenováni a odvoláváni parlamentem (Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání č. 231/2001, 7). Dohled nad dodržováním etického kodexu novinářů vykonává Syndikát novinářů ČR. Tato organizace je ale jen dobrovolným profesním sdružením a porušení etického kodexu novináře se tak řeší jen vyloučením ze sdružení²³.



Společenské determinanty fungování masových médií (McNair, 1998: 14).

²² Syndikát novinářů ČR. *Etický kodex* (<http://www.syndikat-novinaru.cz/etika/eticky-kodex/>, 13. 4. 2014).

²³ Syndikát novinářů ČR. *Členství* (<http://www.syndikat-novinaru.cz/>, 29. 3. 2014).

Novináři jsou tak vystavení velké morální zodpovědnosti při pečlivém vybírání témat pro svou agendu. Vliv médií a novinářů na jejich publikum může být ale považován i jako nezamýšlený produkt potřeby soustředit se každý den ve zprávách jen na několik témat. Hlasatelé televizních zpráv, píšící žurnalisté v novinách, a dokonce i webové stránky mají jen omezený prostor a možnosti. Všechny typy médií ale přes úzký výběr několika témat, představují významnou zprávu pro publikum, o tom, která témata jsou momentálně nejdůležitější (McCombs, 2009: 48).

Na rozdíl od politiků nejsou novináři do svých funkcí voleni, a tak nemají vůči veřejnosti žádnou odpovědnost. Měli by být tedy objektivní a nepotlačovat svým projevem svobodu slova toho druhého. Jenomže pravd je na světě mnoho, a pokud si novinář vybere jen pár, může to znamenat, že je lhář? (Pejchal, 2000: 84). „Leč nechť tato moc a tento vliv je dán pouze podáváním informací a sdělováním názorů. Jiný zájem pak činí média nemocnými a nás, kteří nejsme jejich součástí, v mnoha případech proti této nemoci bezmocnými“ (Pejchal, 2000: 85).

Ani v případě dodržení všech formálních znaků objektivity nám nemusí mediální sdělení připadat plně objektivní. Často totiž obsahuje tzv. ideologické kódy, kterými ho vybavuje jeho autor. V praxi to můžeme ilustrovat například na použití takové fotografie, jež aktéra článku vystihuje v zesměšňující situaci. Například neustálé zobrazování Karla Schwarzenbergera jako ospalého starce či Miloše Zemana jako alkoholika. V takovémto způsobu prezentace si libují bulvární média. Novináři si tedy vlastní výstup upravují podle sebe, a to bez ohledu na požadavky objektivity. Tento jev se nazývá jako tzv. podavatelem preferované čtení, chápání (Hall, 2006: 165; Ftorek, 2007: 102).

Priming a framing

Důležité je také zmínit myšlenky tzv. *primingu* – upřednostnění tématu či načasování²⁴ a *framingu* – rámcování, zasazení do kontextu, jež se prosadily v mediálních studiích. Zjistilo se totiž, že způsob vnímání události divákem ovlivňuje způsob zpracování tématu, jeho interpretace a také aktuální společenský diskurs (Sheafer, Weimann, 2005: 348; Entman, 1993, 51).

Načasování (priming) je dle definice Susan T. Fiskové a Shelley E. Taylorové z roku 1984, role masmédií přiřazovat určitým tématům důležitost a tím ovlivňovat veřejný postoj (Fiske, Taylor, 2013: 75; Rogers, Dearing, 2007: 87-88). Termín *načasování* tedy odráží schopnost médií vybírat jen určitá témata, události či kauzy, podle kterých pak veřejnost hodnotí například i samotné politické činitele (Iyengar, McGrady, 2007: 215). Do veřejného povědomí se daří dostávat témata, jež jsou výrazná a pro společnost zajímavá. Všechny tyto mediální kauzy pak ovlivňují názor veřejnosti a vytváří mediální status události či osobnosti (Iyengar, McGrady, 2007: 210). Zvláště důležitou roli hraje načasování právě v době předvolebních klání.

Termínem *rámcování* (framing) vyjadřujeme způsob, jak informovat o tématu, a to vyzdvižením nebo naopak zamlčením určitých dílčích informací. Tuto teorii vyvinuli psychologové Amos Tversky a Daniel Kahneman, již ukázali, že volba interpretace může ve výsledku ovlivnit názor veřejnosti, a to v jak v pozitivním, tak i negativním smyslu (Iyengar, McGrady, 2007: 219).

²⁴ Pro účely této práce používáme překlad slova *priming* jako *načasování*

1.4 Média a politika

Lze tedy konstatovat, že média představují významné průmyslové odvětví, jehož činnost je ovlivněna řadou faktorů. Na procesu nastolování agendy a tvorbě zpravodajství se podílí jednotlivci, mediální organizace a agentury, ale i zaměstnavatelé a vlastníci. Média ale také musí zohledňovat společenský kontext a aktuální diskurs, v němž se pohybují. Podílejí se tak na tvorbě kultury dané společnosti, protože umí nabízet jedno sdělení obrovskému počtu příjemců se stejným zájmem (Jirák, Köpplová, 2003: 83). A z toho se pak tvoří kulturní identita a národ, který sdílí konkrétní hodnoty dané společnosti.

Situace, kdy právě *načasování* sehrálo důležitou roli, se odehrála v USA v roce 1980. A to v rámci vrcholících prezidentských kampaní Jimmyho Cartera a Ronalda Reagana. Ještě týden před volbami předvolební průzkumy veřejného mínění ukazovaly, že souboj bude vyrovnaný. Ovšem až do doby, kdy prezident Carter musel řešit situaci amerických rukojmích v Íránu. Přerušil tak kvůli tomu svou kampaň a věnoval se vyjednávání. A právě tato událost ovládla média. Hlavními tématy předvolební kampaně se tudíž staly otázky zahraniční politiky a boje proti terorismu (Iyengar, McGrady, 2007: 216).

Dalším příkladem vlivu *načasování* může sloužit další americká prezidentská předvolební kampaň. A to konkrétně z roku 1992, kdy se o prezidentský post znovu ucházel George W. Bush. Za své funkční období získal politické body za osvobození Kuvajtu od irácké okupace a jeho popularita tak vzrostla na 90 %. S koncem Války v Zálivu tedy spíše než ekonomická témata, média ovládly otázky bezpečnosti. Stejně tak jako po 11. září ve funkčním období George Bushe ml. Právě jeho reakce na teroristické útoky získala Bushovi převahu nad protikandidátem Johnem Kerrym. Voliči se vyjádřili, že pokud by záleželo na ekonomických otázkách, až 80 % z nich by volilo Kerryho, avšak v otázkách bezpečnosti 86% Bushe (Iyengar, McGrady, 2007: 115-116). Zde vidíme již zmínění vliv aktuálního společenského

diskursu a médií jako klíčového hráče v určování toho, co bude společnost vnímat jako důležité.

Od sedmdesátých let vyvstávala myšlenka, že masmédia mají možná větší moc, než se zdálo a že kromě nastavování veřejné agendy ovlivňují i politické postoje voličů. Weaver, Graber, McCombs a Eyal ve svých studiích z období prezidentských voleb v roce 1976 tento předpoklad potvrzují. Uvádějí, že masmédia vytváří jakýsi mediální obraz politického kandidáta, a tím pádem ovlivňují i následný voličský úsudek (Rogers, Dearing, 2007: 87).

V rámci těchto myšlenek se tedy zkoumá celkový vztah masových médií, politiky a veřejnosti. V politice nás zajímá, které problémy a témata se stávají prioritami politických činitelů a proč. Jak už bylo zmíněno, o novinářskou pozornost svádí boj mnoho témat a samozřejmě i aktérů, jež se chtějí díky mediální prezentaci zviditelnit a vybudovat si svůj mediální obraz. Je zde tedy úzká vazba mezi voliči, politiky a médii. Politici totiž musí při svém rozhodování zohledňovat reakce veřejnosti, protože jejich činnost je monitorována a hlídána každý den. S rostoucí politickou funkcí již musí politik čelit náporu novinářů a veřejnosti mnohem častěji. Takoví politici si tedy nemohou dovolit ignorovat aktuální společenská témata. Pokud veřejní činitelé chtějí komunikovat s veřejností, musí reagovat na podněty a otázky z médií (Leichtová, 2009: 119-120).

Vztah PR a politiky k médiím

Během předvolebních kampaní jsou objekty zájmu primárně kandidáti soupeřící o veřejné posty. Pokud zvážíme i jinou úroveň nastolování agendy, než jen úroveň objektů, je třeba zmínit fakt, že každý z objektů má určitý počet *atributů* – vlastností. Také atributy se liší svou významností a ovlivňují veřejnou debatu (McCombs, 2009: 109-114). Úkolem manažerů předvolebních

kampaní je tedy zajistit co nejvyšší zpravodajské pokrytí a navrhnout takovou volební kampaň, jež povede ke zvýšení významnosti a publicity kandidáta pro veřejnost (McCombs, 2009: 109-114).

Mediální PR – media relations

Media relations znamená verbální i neverbální komunikaci prostřednictvím sdělovacích a jiných osvědčených prostředků. Specialisté na media relations využívají tiskové zprávy a další prostředky k dosažení publicity, aby zúročili celkovou pozornost, kterou tisk věnuje formování názorů veřejnosti na aktuální otázky (Gonring, 2003: 67). Taktika PR specialistů se soustředí na vytváření zpráv o atraktivních událostech, jež média přebírají. Funguje zde tedy oboustranný vztah, kdy PR agentury využívají potřebu médií naplnit stránky novin či vysílacího času.

Publicita daného aktéra je tak výsledkem práce s médii. Samotné využívání médií k ovlivňování veřejnosti umožňuje jejich široký dosah (Svoboda, 2006: 174). PR agentury vybírají z bohatého mediálního arzenálu, tj. tisk, televize, rozhlas či internet. Všechny tyto typy médií jim umožňují prostor pro reklamu. Klasická mediální reklama je ale již často ignorována, protože veřejnost je jí přehlčena. A tak se PR odborníci soustřeďují stále více na zpravodajství. Neformální reklama totiž nepůsobí tak podbízivě. PR manažeři tak pro svou reklamu vybírají taková média, která jsou nejčtenější a zároveň zohledňují i strukturu jejich cílových skupin (Svoboda, 2006: 178).

Pro marketingové odborníky je důležitá zpětná vazba, která hodnotí úspěšnost celého projektu. K tomu se využívá monitoring tisku. V České republice samozřejmě existují agentury, zabývající se monitoringem médií, a to například IT Newton či Anopress (Svoboda, 2006: 179). Vliv masových médií na obraz politických kandidátů u veřejnosti je tedy značný a velmi důležitý. Většina toho, co víme o politických kandidátech, se k nám dostává právě prostřednictvím médií.

Tvorba mediálního obrazu politika

Odborníci na politický marketing radí svým klientům, jak zezábavňovat politiku, aby voliče nenudila a zároveň si zapamatovali ty správné slogany a tváře politických činitelů (Urban, Dubský, Murdza, 2011: 59). Jak píše František Koukolík ve své knize *Homo sapiens stupidus* (Koukolík, 2003: 230) „Můžete voliče naučit, že jste pro ně nepostradatelní? Voliči jsou lidé, většina lidí nerada riskuje. Voličové se proto spíše vyhýbají málo známým kandidátům, berou ty, o nichž si myslí, že je znají. Zejména z obrazovky. Býti znám obvykle neznamená býti oblíben. Od čeho jsou (vašimi penězi) skvěle placené štáby s odborníky na účes, směr pohledu, druh úsměvu, barvu hlasu, něžnou barvu kostýmku, sáčko i na tu kravatu, motýla? Zejména šeptáte-li, případně přejete svému národu do ouška vše, co chce slyšet. Žádná tragična, bavte je, bavte!“ (Koukolík, 2003: 230). A zde je právě riziko toho, že se lidé budou rozhodovat podle nedůležitých věcí.

Již od dob prezidenta J. F. Kennedyho tak musí politik umět komunikovat s médii a chovat se podle příruček. Proto existují mediální poradci, odborníci na body language či vizážisté. To vše je totiž známka toho, že média zkrátka rozhodují, komu se dostane publicity.

Personalizace politiky, infotainment

Viditelným důsledkem tohoto stavu je personalizace politiky, stejně tak jako její dramatizace či konfliktnost (zobrazování politiky jako arény střetů, zvrátů a nečekaných odhalení). Důležitý vliv má i depolitizace politiky, kdy se v médiích vytěsňují politické diskuze, které jsou nahrazovány zjednodušenou formou zprávy a politická témata se tak trivializují. Právě s tímto je spojen tzv. *infotainment* – situace, kdy požadavek zábavnosti převažuje nad informační kvalitou (Jirák, Köpplová, 2003: 186). Tento trend je patrný například i v tištěných médiích, kde jsou hlavní zprávy prokládány nekontextuálně

ukotvenými aktualitami, vtipy, komiksy, křížovkami či informacemi o celebritách a jejich skandálech (Urban, Dubský, Murdza, 2011: 63).

Cílem médií ale není bavit a informovat, ale především vydělat. Zdrojem pro fungování médií je tedy inzerce. Inzerenti vyhledávají masová média, protože se dostávají mezi široké spektrum lidí, ze kterých se mohou vygenerovat potencionální konzumenti jejich zboží. Pokud určité médium nedokáže upoutat pozornost veřejnosti, inzerenti o něj ztrácí zájem a přichází tak o značnou část svého příjmu (Ftorek, 2007: 103). Platí zde totiž jednoduchá rovnice:

Vysoká čtenost, poslechovou, sledovanost = větší příjem z inzerce = zisk
(Ftorek, 2007: 103).

Noam Chomsky a Edward S. Herman zastávají myšlenku, že média nepodporují demokratické procesy ve společnosti. Právě povaha udržení své vlastní existence tyto procesy brzdí. Podobný názor zastává i Robert McChesney (1999: 2). Podle něj totiž velké mediální korporace rostou a bohatnou na úkor demokracie (McChesney, 1999: 2).

2 EMPIRICKÁ ČÁST

V rámci výše zmíněných teoretických konceptů vlivu médií na veřejné mínění a politiku v první části práce, budeme pracovat s novými daty, které jsme získali analýzou sdělení vybraných tištěných médií. V rámci analýzy mediálních obsahů jsme se zajímali o veřejnou debatu kolem Benešových dekretů. A to ve vybraných českých denících. Avšak pro názornější příklad rozdílného vnímání důležitosti tématu jsme do analýzy zahrnuli i šest zahraničních deníků, konkrétněji jejich internetové verze – *Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Die Welt*, *Kleine Zeitung*, *Der Standart* a *BBC*. Při výběru médií jsme postupovali tak, aby byla zastoupená

jak německá, tak i rakouská strana vůči českému mediálnímu sdělení. *BBC* v našem případě figuruje jako neutrální deník.

2.1 Metodologie

Metoda, kterou využíváme je založena na kvantitativní obsahové analýze. Zkoumali jsme jak kvantitu a periodicitu článků týkajících se poválečných dekretů prezidenta Beneše z ledna roku 2013, ale také jejich obsah. To abychom zjistili, jaká konkrétní témata v rámci Benešových dekretů podněcují českou veřejnost k ostrým debatám. A jaké to mělo důsledky na volební úspěchy dvou vítězných kandidátů z 1. kola – Karla Schwarzenberga a Miloše Zemana.

Obsahová analýza neboli *Content Analysis* – CA se využívá právě při zkoumání nastolování témat (agenda-setting) vybraných médií. Můžeme tak identifikovat, jak média volila pořadí zpráv a jejich důležitost. Výzkumníci také hledají souvislost mediální agendy s agendou veřejného mínění (Wimmer, Dominick, 2006: 153).

Kvantitativní obsahová analýza je někdy také zkráceně nazývána jako obsahová analýza. Díky kvantitativní metodě můžeme zkoumat frekvenci výskytu daného tématu v médiích. Její výhodou je přenositelnost a objektivita výsledků, které jsou prezentovány v tabulkách a grafech. Charakteristickým rysem této metody je její vysoká strukturovanost a tím spojený vysoký stupeň ověřitelnosti. Jelikož je tato metoda používána převážně ke kvantifikaci, pracuje i se statistickými daty a tabulkami (Wimmer, Dominick, 2006: 151; Trampota, Vojtěchovská, 2010: 10).

Obsahová analýza zkoumá hlavně náplň určených jednotek zkoumání a je vhodná pro využití k výzkumu mediálního obsahu v kratším časovém horizontu. Proto jsme tuto metodu vybrali i pro tuto práci. Ovšem ve vlastním výzkumu budeme pracovat s oběma, jak s kvantitativní, tak i s obsahovou

analýzou a to z toho důvodu, že se pokusíme zjistit, kolik mediálních sdělení se věnovalo tématu Benešových dekretů, ale také, o co přesně se média zajímala. Proto kombinace obou metod. Obsahová analýza nám tedy pomůže objasnit *agenda-setting* jednotlivých médií. Přesněji, nakolik média téma Benešových dekretů považovala za důležité (Wimmer, Dominick, 2006: 153).

2.2 Vytyčení výzkumných otázek a hypotéz

Cílem bakalářské práce je odhalit způsob, jak české deníky postupovaly při zprostředkovávání debaty kolem Benešových dekretů a vyrovnáním se s minulostí v období poslední fáze prezidentské volby, tedy v prosinci 2012 až lednu 2013. Jak už jsme zmínili v teoretické části práce, média mají moc ovlivňovat jak veřejné mínění, tak i volební výsledky. Proto tedy považujeme za vhodné zkoumat, jak tištěná média ovlivňovala názory svých čtenářů v době před druhým kolem první historicky přímé volby prezidenta České republiky.

Je také důležité zjistit, proč se média v době přímé volby prezidenta v roce 2013 k již uzavřenému tématu Benešových dekretů opět vrátila a proč toto téma rozdělilo českou společnost a zapříčinilo, že se závěr prezidentské kampaně nesl v téměř xenofobním a nacionalistickém duchu. Moderátor České televize Václav Moravec téma Benešových dekretů zmínil v rámci předvolebních debat, stejně tak ale jako například otázka ohledně vyznamenání bratrů Mašínů. Média ale žádnému z nich nevěnovala tolik prostoru jako právě dekretům. Zahraniční média o téma Benešových dekretů také nejevila zájem. Dokonce ani v SRN není tak často omíláno jako právě v ČR.

Hlavní výzkumné otázky

HV 1: Jaký byl mediální obraz Benešových dekretů v rámci české prezidentské volby v roce 2013?

HV 2: Kolik prostoru vyčlenila média ve své agendě tématu Benešových dekretů?

HV 3: Kdo nebo co rozpoutalo novou debatu ohledně poválečného uspořádání?

Hypotézy

H1: Otázka poválečného odsunu Němců se stala rozhodující pro výsledek prezidentské volby.

H2: Česká média tématu Benešových dekretů věnovala v daném časovém úseku nejvíce prostoru.

H3: Zahraniční média o tématu Benešových dekretů v rámci prezidentské volby v České republice neinformovala takovou měrou, jako ta česká.

2.3 Časový úsek

Dále byl vybrán časový úsek, ve kterém se prováděl výzkum. A to prosinec 2012 až leden 2013. Tedy poslední fáze historicky první přímé prezidentské volby v České republice.

2.4 Hledaná slovní spojení

Pro výzkum byla vybrána taková slova, která se nejčastěji vázala k tématu Benešových dekretů a následně se využila k vygenerování článků

v databázi Anopress. Nejfrekventovanějším slovním spojením pro problematiku poválečného odsunů Němců z Československa bylo sousloví „*Benešovy dekrety*“. V tomto pojmu bylo zaneseno vše ostatní.

2.5 Určení zkoumaných médií

Dále jsme si zvolili čtyři české deníky – a to *Lidové noviny*, *Právo*, *MF Dnes* a *Blesk*. Výběr deníků byl prováděn na základě jejich periodicity, čtenosti a názorové orientace.

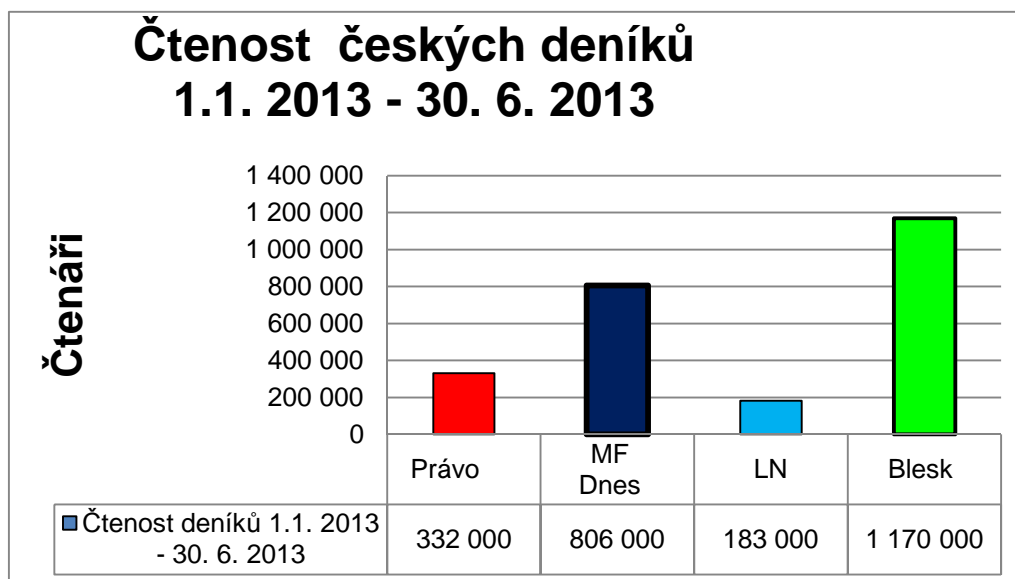
Vybrali jsme jak seriózní tisk (*Lidové noviny*, *Mladou Frontu Dnes* a *Právo*), tak i jeden bulvární (*Blesk*). *Blesk* jsme vybrali z toho důvodu, že je to nejčtenější deník v České republice. Denně ho čte přes jeden milion lidí²⁵.

Deníky byly také vybírány tak, aby byly reprezentovány jak proudy levice, tak i pravice. A tím pádem byl náš výzkum vyvážený a objektivní. Tištěné deníky se sice snaží být nestranné, v prezidentských volbách ale i oni podle anglosaské tradice, spolu se třemi týdeníky, vyjádřili podporu určitým kandidátům. Některé redakce promluvily jako celek, některé ústy šéfredaktora (Soudný, 2013). Pravicově orientované deníky se jednoznačně přiklonili na stranu Karla Schwarzenbergera (*Lidové noviny*, *Hospodářské noviny*, týdeník *Respekt*), stranické *Haló noviny* podporovaly Miloše Zemana²⁶. Ostatní deníky, jako například *Právo* či *MF Dnes* o svých preferencích mlčely²⁷.

²⁵ Median. cz. *Media Projekt 2013*. (http://www.median.cz/docs/MP_2013_1+2Q_zprava.pdf, 31. 3. 2014).

²⁶ *Haló noviny*. *KSČM bude i ve druhém kole volby podporovat Zemana* (<http://www.halonoviny.cz/articles/view/2182459>, 14. 4. 2014).

²⁷ Mediaguru. Pravicové deníky podpořily Schwarzenbergera (http://www.mediaguru.cz/2013/01/pravicove-deniky-podporily-schwarzenberga/#.Uzmmeah_sUw, 31. 3. 2014).



Čtenost celostátních deníků dle serveru Median.cz²⁸.

Co se týče bulvárního deníku Blesk, ten jasnou podporu také nevyjádřil, rozpačitý byl ale inzerát s heslem „*Nevolte Karla Schwarzenberga*“²⁹.

K analýze jsme se také rozhodli zahrnout zahraniční deníky, a to německé *Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* a *Die Welt*, dále také rakouský *Kleine Zeitung* či *Der Standart* a britskou *BBC* jako nezaujatého aktéra. Monitoring zahraničních médií jsme provedli z důvodu porovnání účinku tzv. *primingu* v českém a zahraničním prostředí. Vzhledem ke krátkému časovému úseku, který budeme zkoumat, jsme si mohli dovolit zahrnout do výzkumu více deníků, a to právě i těch zahraničních.

Na tomto místě je třeba upozornit, že pro výzkum jsme nevyužívali žádnou agenturu monitorující média, ale používali jsme webové stránky deníků. Výzkum tedy může být omezený, k názorné ilustraci ale postačí.

²⁸ Median. cz. *Media Projekt 2013*. (http://www.median.cz/docs/MP_2013_1+2Q_zprava.pdf, 31. 3. 2014).

²⁹ viz Příloha č. 4

Mladá Fronta Dnes

Mladá Fronta Dnes, zkráceně MF Dnes je jeden z nejprodávanějších a nejčtenějších deníků v České republice. Denně má 786 000 čtenářů, mezi něž podle deníku patří lidé s maturitou či vysokoškolským vzděláním³⁰. Vydávání MF Dnes začalo v roce 1990 a navázalo se tak na deník Mladá Fronta, který na mediálním trhu působil již v minulosti³¹. Podle Mafry³² je cílem listu podávat pravdivý a plnohodnotný obraz o světě, ve kterém žijí. Deník se tak zaměřuje především na investigativní žurnalistiku, informace z politiky a hospodářství³³.

MF Dnes také přináší podrobné informace z regionů, proto má kromě Prahy ještě dalších 14 krajských redakcí³⁴. Šéfredaktorkou deníku MF Dnes je od roku 2014 Sabina Slonková³⁵.

Lidové noviny

Druhým deníkem ve skupině Mafra jsou Lidové noviny, vycházející již od roku 1893. Během druhé světové války byl tisk tohoto deníku zastaven a ve své plné podobě nebyl obnoven ani během let 1948-1989. Hlavní zaměření Lidových novin je politika a kultura³⁶. Jsou listem, který své čtenáře nejenom pravdivě informuje, ale také stimuluje jejich kritické myšlení o světě a společnosti. Proto pro svých 199.000 čtenářů představují něco víc, než jen spolehlivý a kvalitní zpravodajský zdroj. Novým šéfredaktorem deníku Lidové noviny je od prosince 2013 István Léko³⁷.

³⁰ Deníky.net. *Mladá Fronta Dnes* (<http://deniky.net/mlada-fronta-dnes.html>, 25. 3. 2014).

³¹ PNS. *Celostátní deníky* (<http://www.pns.cz/vyhledavani/?kategorie=1>, 25. 3. 2014).

³² Mafra. *O společnosti* (http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_o-spolecnosti_portret-spolecnosti.htm, 25. 3. 2014).

³³ MF Dnes. *O nás* (<https://www.mfdnes.cz/mfdnes>, 25. 3. 2014).

³⁴ MF Dnes. *O nás* (<https://www.mfdnes.cz/mfdnes>, 25. 3. 2014).

³⁵ Mafra. *O společnosti* (http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_o-spolecnosti_portret-spolecnosti.htm, 25. 3. 2014).

³⁶ Deníky.net. *Lidové noviny* (<http://deniky.net/lidove-noviny.html>, 25. 3. 2014).

³⁷ Mafra. *O společnosti* (http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_o-spolecnosti_portret-spolecnosti.htm, 25. 3. 2014).

Právo

Právo je levicově orientovaný deník, jež vydává společnost Borgis a.s.³⁸. Deník je považován za sympatizanta s politickou stranou ČSSD³⁹. Za minulého režimu vycházel jako Rudé právo, čímž sympatizoval s KSČ, která jeho prostřednictvím vydávala oficiální tiskové zprávy. Deník byl založen roku 1920, když došlo k rozkolu mezi českými sociálními demokraty a komunisty. Během druhé světové války noviny vycházely v ilegilitě⁴⁰. Po roce 1989 se deník odpoutal od komunistické strany a byl přejmenován na Právo (Naše Rudé Právo, 82-83).

Šéfredaktorem je v současné době Zdeněk Porybný⁴¹, který je považován za nejdéle působícího šéfredaktora českých tištěných médií⁴². Deník čte denně průměrně přes 300 000 lidí⁴³.

Blesk

Blesk je typický bulvární deník, který obsahuje mnoho typických prvků, jako jsou velké palčivé titulky a fotky⁴⁴. Tento deník jsme do výzkumu zařadili proto, že patří mezi nejčtenější a nejoblíbenější deníky v České republice. Vychází od roku 1992, kdy u nás začal vycházet jako napodobenina švýcarského deníku Blick. Deník Blesk vydává agentura Ringier a.s., která patří mezi největší české mediální distributory⁴⁵.

³⁸ PNS. *Celostátní deníky* (<http://www.pns.cz/vyhledavani/?kategorie=1>, 25. 3. 2014).

³⁹ Právo. *Tiráž* (<http://www.pravo.cz/tiraz.php>, 25. 3. 2014).

⁴¹ Právo. *Tiráž* (<http://www.pravo.cz/tiraz.php>, 25. 3. 2014).

⁴² Deníky.net. *Právo* (<http://deniky.net/pravo.html>, 25. 3. 2014).

⁴³ Unie vydavatelů. *Čtenost deníků. Právo* (http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denicich/ctenost_deniku/239-deniky_celostatni?did=6, 25. 3. 2014).

⁴⁴ Deníky.net. *Blesk* (<http://deniky.net/blesk.html>, 25. 3. 2014).

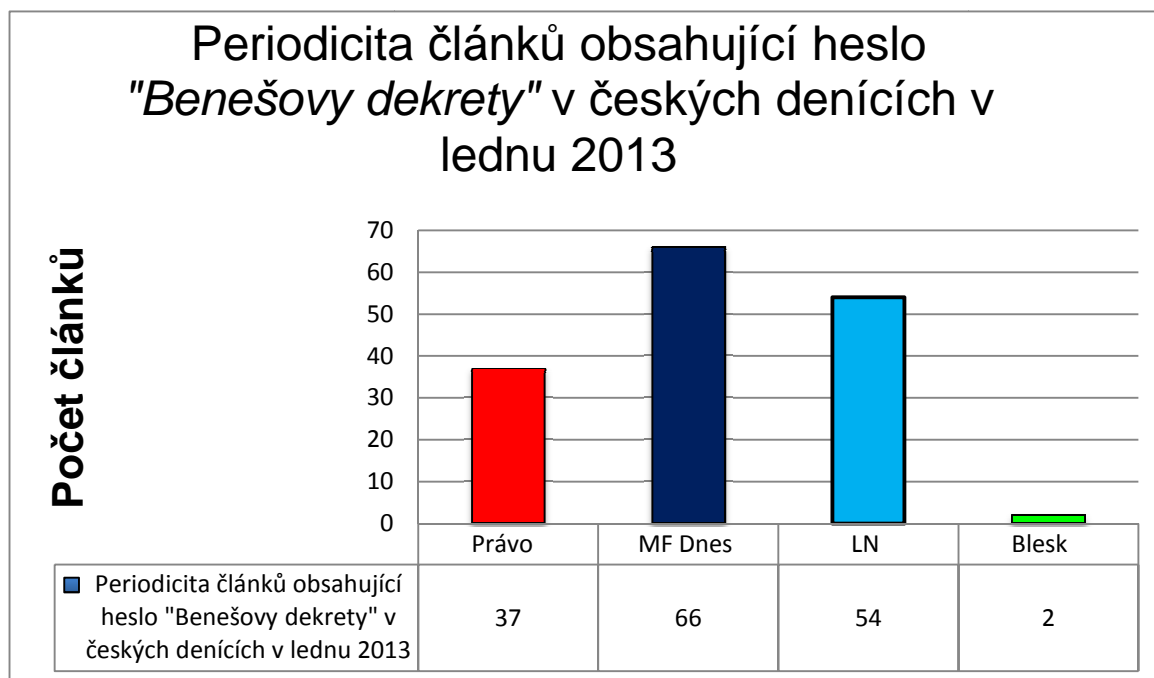
⁴⁵ Deníky.net. *Blesk* (<http://deniky.net/blesk.html>, 25. 3. 2014).

3 ANALYTICKÁ ČÁST

V této části práce budeme analyzovat a interpretovat data, která jsme nashromáždili. Naším záměrem bylo identifikovat mediální obraz Benešových dekretů v českém tisku a zjistit, proč je toto téma stále tak atraktivní, jak pro novináře, tak i pro českou společnost. Dalším smyslem našeho výzkumu bylo posoudit, zda a nakolik toto téma ovlivnilo výsledek historicky první přímé volby prezidenta České republiky.

Výsledný analyzovaný soubor obsahoval 189 článků, z toho 37 v Právu, 66 v Mladé Frontě Dnes, 54 v Lidových novinách, a 2 v Blesku. Takovýto soubor nám vygenerovala databáze Anopress na základě zadání hesla „*Benešovy dekrety*“. Zajímali jsme se především o otištěné články, a to z toho důvodu, že například deník Blesk nemá na svých webových stránkách dohledatelný přehledný archiv. Nalezené články nám poslouží jako analytické jednotky pro daný výzkum. Je důležité ještě upozornit, že jsme v databázi Anopress nehledali všechny příspěvky týkající se přímé volby prezidenta, nýbrž jen ty, které obsahovaly slovní spojení „*Benešovy dekrety*“.

Nejvíce článků s touto tematikou se shodně s naším odhadem objevilo až po první televizní debatě dvou vítězných kandidátů z 1. kola, kterou vysílala Česká televize 17. 1. 2013. Překvapením byl také počet článků k tématu, který se vyšplhal jen na pouhých 189, když vezmeme v úvahu, že jsme výzkum prováděli v celkem čtyřech denících, které vycházejí každý den.



*Blesk – 2 + 1 článek v inzerci (viz příloha č. 4)

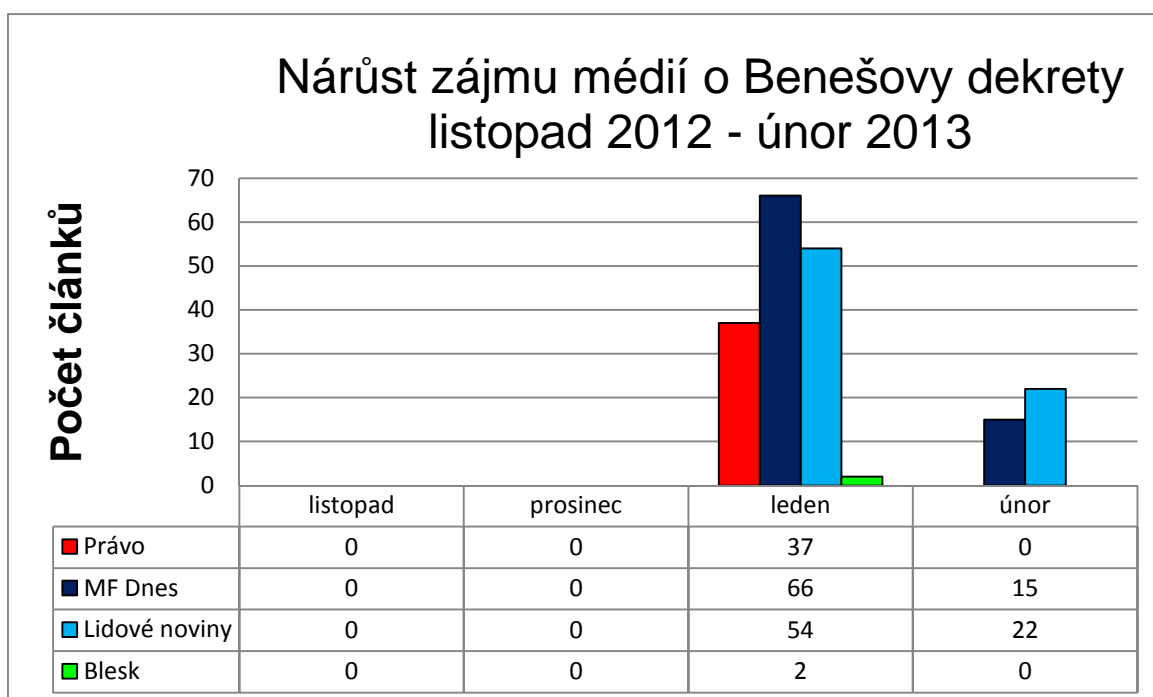
Tématem Benešových dekretů v daném časovém úseku (listopad 2012 - únor 2013) se nejvíce zabývaly Mladá fronta Dnes (66 článků) a Lidové noviny (54 článků). Právo otisklo 37 článků a deník Blesk se sice volbou zabýval, ale ke slovnímu spojení „Benešovy dekrety“ byly z databáze vygenerovány pouze dva články a jeden v oblasti inzerce, který považujeme za zvláštní kategorii. Pro bulvár bylo podle očekávání tedy důležitější soukromí kandidátů.

Při práci s agenturou Anopress v rámci vyhledávání článků byla využívána jak kvantitativní, tak i obsahová analýza. První přístup jsme využili při sčítání vydaných článků a v rámci obsahové části jsme zkoumali, o čem média nejvíce informovala.

Prvními deníky, jež se lehce dotkly tématu Benešových dekretů, byly Lidové noviny a Právo. Začátkem měsíce zde padla zmínka o neúspěšné snaze Jany Bobošíkové získat podporu KSČM pro svou kandidaturu v

prezidentských volbách. Ta vyjádřila společné postoje se stranou právě v otázkách právní platnosti Benešových dekretů⁴⁶⁴⁷.

10. ledna otiskly Lidové noviny článek, ve kterém popisují mediální ohlas na českou prezidentskou volbu ve světě. Zmínily se o rakouském deníku Die Presse, který před dvěma roky kritizoval Karla Schwarzenberga za to, že se z odpůrce dekretů postupně stal jejich přívržencem. O pár dní později pak Lidové noviny zmínily vazbu Karla Schwarzenberga na Benešovy dekrety ještě jednou, a to v rámci rakouské diskuze o české hlavě státu. Rakousku se nelíbil odmítavý přístup Schwarzenberga k jejich revizi⁴⁸.



Deník Právo o této problematice informoval až po první televizní debatě dvou vítězných kandidátů z 1. kola přímé volby, a to 18. ledna 2013⁴⁹. Toto téma totiž zaznělo v debatě České televize⁵⁰. Kandidáti se zde střetli ohledně

⁴⁶ Právo (2013). Bobošíková podporu KSČM nezískala. 5.1 2013, 2.

⁴⁷ Lidové noviny (2013). Bobošíková žádala KSČM o podporu. A neuspěla. 5. 1 2013, 3.

⁴⁸ Lidové noviny (2013). Tetovaný a Japonec. To je česká volba. 10. 1. 2013, 3.

⁴⁹ Právo (2013). Zeman a Schwarzenberg se do sebe v debatě poprvé pustili. 18. 1. 2013, 1.

⁵⁰ Česká televize (2013). Prezidentský duel 2013 (<http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10483849868-mimoradneporady-ct24/213411033170117-prezidentsky-duel/>, 21. 3. 2014).

odsunu Němců. Tato debata, ale hlavně ještě druhá, na FTV Prima, byly rozbuškou pro další dění ohledně 2. kola prezidentské kampaně.

Zeman nešetřil jízlivými nacionalistickými narážkami na svého protikandidáta, když zdůraznil, že Schwarzenbergova žena nemá české občanství nebo že sám Zeman žil v České republice celý život, na rozdíl od Schwarzenberga. Tato témata ale nejsou zakořeněna v Ústavě ČR a tudíž tyto vlastnosti nemohou být v rozporu s vykonáváním prezidentského mandátu.

Zemanovi podporovatelé se těchto nacionalistických témat ujali a nepřestali je veřejnosti opakovat. Národ se díky tomu rozdělil na dvě poloviny, které se štěpily na základě národnostního citění. Příznivci Zemana považovali svého kandidáta za pravého vlastence, kterému osud České republiky není lhostejný a který je bude bránit před případnými nároky bývalých sudetských Němců o navrácení jejich majetku. Schwarzenbergovi podporovatelé, mezi něž patřila vzdělanější část voličstva ČR, argument nacionalismu považovali za nesmyslný až xenofobní.

Média dokonce psala i o nacistické minulosti Schwarzenbergova tchána, který měl mít údajně na svém rodovém sídle v rakouském Hardeggu obrazy s výjevy hákových křížů a hajlujícími lidmi. Podle zemanových příznivců v sídle nadále pobývala i paní Therese Schwarzenberg, kterou na měl na tomto hradě sám kníže poznat a následně si vzít za manželku. A to za přítomnosti nacistických důstojníků (Kálal, 2013: 2). Toto tvrzení ale Karel Schwarzenberg ihned vyvrátil.

„Rod mojí ženy prodal tento hrad před více než 200 lety, někdy začátkem 18. století. Se svojí ženou jsem se tam neseznámil, střídaly se tam jiné rodiny. Je to zavádějící a je sranda, že i tohle se používá jako argument“ [...] „jeho [Zemanova] kavární brigáda vytáhla tolik lží a nepravostí, že už mne tohle jen pobavilo, poněvadž to bylo už úplně absurdní,“ řekl Lidovým novinám (Kálal, 2013: 2).

Zemanův tým se pak od zprávy začal pomalu distancovat. Rodina Schwarzenbergovy ženy totiž hrad nevlastní skoro 300 let⁵¹. Na prezidentské televizní duely České televize a FTV Prima v následujících dnech reagovalo velké množství médií (Pehe, 2013: 7; Jeschke, 2013: 11). Lidové noviny i Právo si například všimli stupňující se agresivity a netaktnosti Miloše Zemana vůči svému protivníkovi⁵²⁵³⁵⁴ (Zvěřina, 2013: 9).

Martin Zvěřina (Zvěřina, 2013: 9), komentátor Lidových novin, označil Miloše Zemana za vítěze dosavadních televizních debat, protože ten několikrát převzal režii debaty a moderátory odsunul na druhou kolej. Na nastolené téma reagovala i tehdejší první dáma Livie Klausová, a to slovy: „Nechci, aby po mně na Hrad přišla první dáma, která bude mluvit jen německy⁵⁵“. Tím nepřímo vyjádřila podporu Zemanovi.

Média se tedy zabývala národními zájmy a o slovo se začali hlásit další aktéři, jež vyjadřovali podporu či antipatie kandidátům⁵⁶ (Brož, 2013: 3; Martinek, 2013: 1; Kálal, 2013: 3). Mezi nimi byla i rodina tehdejšího prezidenta, v čele s Václavem Klausem. 25. ledna 2013 místopředseda SPOZ (*Strana práv občanů – Zemanovci*) Zdeněk Štengl napsal na svůj facebookový profil, že Schwarzenberg otevřel cestu Sudeťákům k navrácení majetku a chce, abychom byli opět protektorátem Německa⁵⁷ (Křivka, Kálal, 2013: 3).

⁵¹ Národní Park Thayatal. Informace pro návštěvníky. Pamětihodnosti. *Hrad Hardegg* (http://www.np-thayatal.at/cz/pages/hardegg-sehenswuerdigkeiten_detail.aspx?id=4, 3. 4. 2014).

⁵² *Právo* (2013). Zeman a Schwarzenberg se do sebe v debatě poprvé pustili. 18. 1. 2013, 1.

⁵³ *Lidové noviny* (2013). Ve volebním duelu padaly i ostré špílce. 19. 1. 2013, 9.

⁵⁴ *iDNES.cz* (2013). Benešovy dekrety jsou právně vyhaslé, ujišťoval Schwarzenberg. 18. 1. 2013 (http://zpravy.idnes.cz/on-line-rozhovor-s-karlem-schwarzenbergem-fjd-/domaci.aspx?c=A130117_165024_domaci_klm, 2. 4. 2014).

⁵⁵ *Lidové noviny* (2013). Ať první dáma mluví česky. 19. 1. 2013, 3.

⁵⁶ *Mladá fronta Dnes* (2013). Starostové z ODS váhají. Hlas knížeti se jim dávat nechce. 22. 1. 2013, 1.

⁵⁷ *Mladá fronta Dnes* (2013). Zemanovci se nechtějí pustit tématu odsunu. 25. 1. 2013, 2.

Ozývaly se i hlasy ze zahraniční, které se podivovaly nad tím, proč Češi opět vytahují dekrety. Například rakouský poslanec a člen zahraničního výboru Hannes Weninger Mladé frontě řekl: „*Je to opravdu téma, které české občany v roce 2013 zajímá?*“ (Brož, 2013: 5). Rakousko totiž toto téma považuje za uzavřené, a to od roku, kdy Česká republika vstoupila do EU (Brož, 2013: 5).

Svůj názor připojil i slovenský premiér Robert Fico. Vyjádřil znepokojení ohledně dekretů, protože podle slovenského i českého právního pořádku dodnes. Podle vlády Slovenské republiky jsou dekrety nezrušitelné, protože jsou reakcí na výsledky druhé světové války. Proto jakékoliv pokusy o jejich změny vyvolávají podle Fica vážné zpochybnění důsledků druhé světové války. Tvrzení Schwarzenberga proto slovenský předseda vlády označil za neadekvátní i pro Slovenskou republiku (Ovčáček, 2013: 1).

S vrcholící volební kampaní se již deníky spíše věnovaly analýzám a spekulacím, jak to celé dopadne. V posledních dnech se dokonce i zdálo, že negativní kampaně odezněly, ale poslední zákeřnou tečku udělal Karlu Schwarzenbergerovi deník Blesk, který až do té doby pojímal prezidentskou volbu po svém. Deník se věnoval spíše soukromí kandidátů, jejich dětství, zajímal se o jejich manželky či o to, který z kandidátů víc pije.

25. ledna ale na svých stránkách otiskl pomlouvačnou inzerci bývalého důstojníka StB Vladimíra Zavadila. Plakát s výzvou „*Nevolte Karla Schwarzenberga*“ opakoval nepravdivá hesla, která v kampani prezentoval Zeman⁵⁸. Například věta, že Bernd Posselt vyjadřuje podporu Schwarzenbergovi se v žádných novinách, ani kdekoli jinde, nikdy neobjevila. Posselt se proti Zemanovi dokonce ihned ohradil (Rodriguez, Kedroň, 2013: 1).

Co se týče reakce Karla Schwarzenberga, jeho tým podal trestní oznámení za šíření poplašné zprávy, protože inzerát byl anonymní a

⁵⁸ Mladá fronta Dnes (2013). Lživý inzerát proti Schwarzenbergovi zaplatil bývalý důstojník StB. 25. 1. 2013

porušoval tak volební zákon. Sám Schwarzenberg původně nechtěl komentovat lživé výroky Miloše Zemana, ale nakonec k inzerátu řekl: „Je to svinstvo, když se lže“⁵⁹. Nejvážnější na celé situaci je fakt, že Blesk je již řadu let nejčtenějším bulvárním deníkem, který za den přečte kolem milionu lidí. Jeho vliv na veřejné mínění je tudíž obrovský.

Podle právníka Jaroslava Ortmana byl zveřejněním inzerátu spáchán přečin pomluvy, za který hrozí pachateli až dva roky vězení. Za nařčení v průběhu voleb, dokonce tři. Schwanzenbergovi a jeho voličům se omluvila i agentura Mindshare, podle níž bylo zneužito jejich služeb v oblasti nákupu mediálního prostoru. To, že si u nich klient objednává politickou inzerci, údajně nevěděli⁶⁰.

Česko tedy zasáhly otázky minulosti naplno a voliči se tak rozhodovali podle národnostního cítění. Toto zjištění je poměrně smutné, když si uvědomíme, že prezidentská volba probíhala téměř sedmdesát let po skončení druhé světové války.

Zahraniční západní média zastávala právě opačný postoj. Zajímavé bylo, že ani německá média nejevila o téma odsunu sudetských Němců takový zájem jako ta česká. Dokonce i *Süddeutsche Zeitung* se o Benešových dekrettech zmínil jen ve dvou článcích, které se týkali výsledků voleb v České republice⁶¹ (Brill, 2013).

To frankfurtský *Frankfurter Allgemeine Zeitung* se dekretům a vůbec prezidentské volbě v ČR věnoval v deseti článcích na svém webu⁶²

⁵⁹ *Lidové noviny* (2013). Zákeřné finále. 26. 1. 2013, 1-3.

⁶⁰ *Lidové noviny* (2013). Zákeřné finále. 26. 1. 2013, 1-3.

⁶¹ *Süddeutsche Zeitung* (2013). Zeman liegt bei Auszählung vor Schwarzenberg. 26. 1. 2013 (<http://www.sueddeutsche.de/politik/praesidentschaftswahl-in-tschechien-zeman-liegt-bei-auszaehlung-vor-schwarzenberg-1.1583951>, 3. 4. 2014).

⁶² *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (2013). Schwarzenberg: Beneš käme heutzutage nach Den Haag. 18. 1. 2013 (<http://www.faz.net/suche/s2.html?cid=&index=&query=schwarzenberg&allboosted=&boostedresultsized=%24boostedresultsized&from=TT.MM.JJJJ&to=03.04.2014&BTyp=redaktionelleInhalte&author=Vorname+Nachname&userame=Benutzername&sort=date&resultsPerPage=20>, 3. 4. 2014).

(Schwarz, 2013; Kohler, 2013). U webové verze deníku *Frankfurter Allgemeine Zeitung* musíme upozornit na výzkumný nedostatek, který zapříčinil zpoplatněný vstup do archivu. Články jsme proto generovali jen podle titulků a jejich perexů. Ani *Die Welt* se na webu nezmínil, ani o prezidentské volbě jako takové.

Rakouský deník *Kleine Zeitung* se Benešovým dekretům věnoval sice jen ve dvou příspěvcích, za to ale velmi obsáhle. Deník upozorňoval na nebezpečí nacionalistického štěpení v České republice a neschopnosti řešit sociální problémy, spíše, než historické⁶⁴. Oba články se ale týkaly volby prezidenta obecně. Za to *Der Standard* se tématu věnoval poměrně hodně, a to v sedmi článcích. Co bylo zajímavé, deník uvedl, že téma dekretů by mohlo rozhodnout volby v České republice. Podivoval se ale nad tím, proč se toto téma znovu řeší skoro sedmdesát let po skončení 2. světové války⁶⁵.

Co se týče britské BBC, na slovní spojení „*Benes-decrees*“ archiv nevyhledal žádnou aktuální zprávu. Benešovy dekrety se zde zmiňovaly jen v rámci profilu zemí SR a ČR. BBC se věnovala prezidentské volbě v šesti článcích. Zmínila ale jen základní fakta, nikoliv témata předvolebních diskuzí, kromě plánu na přijetí eura^{66,67,68}.

⁶³ *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (2013). Schwarzenberg geht in die Offensive. 20. 1. 2013 (<http://www.faz.net/suche/s2.html?cid=&index=&query=schwarzenberg&allboosted=&boostedresultsizedresultsized&from=TT.MM.JJJJ&to=03.04.2014&BTyp=redaktionelleInhalte&author=Vorname+Nachname&userame=Benutzername&sort=date&resultsPerPage=20>, 3. 4. 2014).

⁶⁴ *Kleine Zeitung* (2013). Tschechen wählen Milos Zeman zum Präsidenten. 26. 1. 2013 (<http://www.kleinezeitung.at/nachrichten/politik/3230000/tschechien-schwarzenberg-liegt-zurueck.story>, 4. 4. 2014).

⁶⁵ *Der Standard* (2013). Tschechien: Beneš-Dekrete könnten Wahl entscheiden. 23. 1. 2013 (<http://derstandard.at/1358304361817/Die-Schatten-von-1945-ueber-Tschechien>, 4. 4. 2014).

⁶⁶ BBC. Q&A: Czech presidential election. 7. 1. 2013 (<http://www.bbc.co.uk/news/world-europe-20934913>, 4. 4. 2014).

⁶⁷ BBC. Czech election: two candidates in second round run-off. 12. 1. 2013 (<http://www.bbc.co.uk/news/world-europe-20999202>, 4. 4. 2014).

⁶⁸ BBC. Czech election: Milos Zeman wins presidential poll. 26. 1. 2013 (<http://www.bbc.co.uk/news/world-europe-21210495>, 4. 4. 2014).

Můžeme tedy potvrdit naši třetí hypotézu, že zahraniční média téma Benešových dekretů v roce 2013 do své agendy téměř nezahrnula.

3.1 Shrnutí

Obsahová analýza prověřovala tři stanovené hypotézy:

H1: Otázka poválečného odsunu Němců se stala rozhodujícím tématem v rámci předvolebních debat prezidentské volby 2013.

Ve zkoumaném období listopad 2012 – únor 2013 se téma Benešových dekretů stalo číslem jedna ve volebním klání. Tuzemská média se události samozřejmě věnovala, nicméně ne tak intenzivně, jak jsme předpokládali. Dekrety sice ovládly veřejnou i mediální agendu, co se ale ukázalo mnohem závažnějšího, bylo nacionalistické až xenofobní smýšlení českých občanů. Společenská debata se točila kolem národnostních otázek, kdy se polovině veřejnosti nelíbilo, že Karel Schwarzenberg nežil čtyřicet let v České republice a ani původ jeho ženy. Schwarzenberg byl tudíž označován za nacistu a kolaboranta, zatímco Zeman za opravdového vlastence. A toto štěpení voličů v demokratickém státě je velmi alarmující. Protože občané volí v tajném hlasování, není možné určit, zda Benešovy dekrety ovládly jejich mínění a tak ovlivnily výsledek voleb. Co ale určit lze, je zvýšená mediální pozornosti kolem vybraného tématu právě v době předvolebního klání.

H2: Česká média tématu Benešových dekretů věnovala v daném časovém úseku nejvíce prostoru v porovnání s ostatními tématy.

V porovnání s ostatními tématy, Benešovy dekrety v tisku nepřevládaly. Tištěná média se intenzivně věnovala například i amnestii prezidenta Klause⁶⁹. Mediální obraz Benešových dekretů v českém prostředí, byl pošramocen,

⁶⁹ viz příloha č. 5

avšak nijak výrazně se nezměnil. Česká společnost téma stále ještě neuzavřela. Při diskuzích ohledně směřování naší země v rámci významných státnických rozhodování či při výjimečných událostech, se společnost stále rozděluje. Tvrzení Karla Schwarzenberga, že Beneš by podle současné formulace lidských práv byl souzen u trestního tribunálu v Haagu, bylo sice možná pravdivé, avšak nemůžeme na minulost nahlížet optikou dnešní doby. A to je chyba, kterou často činí mnoho lidí.

H3: Zahraniční média o tématu Benešových dekretů v rámci prezidentské volby v České republice neinformovala takovou měrou, jako ta česká.

Česká média sama veřejnost tolik neovlivnila. Spíše fungovala jako zprostředkovatel názorů a ovzduší ve společnosti. Do určité míry ale přilévala olej do ohně, když o téma stále jevila zájem. Bylo totiž atraktivní. Zahraniční deníky svou agendu věnovaly jiným aspektům prezidentské volby. Když už zmiňovaly Benešovy dekrety, bylo to spíše kvůli podivení z názorů české společnosti.

4 ZÁVĚR

Cílem této práce bylo zmapovat mediální obraz Benešových dekretů v rámci historicky první přímé volby prezidenta České republiky v roce 2013. Pro naše účely termín „*Benešovy dekrety*“ vyjadřuje pouze ty dekrety, týkající se odsunu Němců a vyvlastnění jejich majetku. Ty byly a jsou totiž nejvíce diskutované. Proto jsme se dále snažili zjistit, proč toto téma ovládlo předvolební diskuze a zda ovlivnilo i samotný výsledek voleb. Zajímali jsme se také o míru mediální pozornosti čtyř českých deníků v porovnání se zahraničními. V roce 2002, kdy Česká republika vstupovala do Evropské unie, se totiž poválečný odsun Němců a aplikace kolektivní viny staly nejvíce diskutovanými tématy. Po vstupu České republiky do Unie v roce 2003 ale diskuze na mezinárodní scéně utichly.

K výzkumu jsme využívali poznatků z kvantitativní obsahové analýzy a používali mediální elektronickou databázi Anopress. Díky ní jsme mohli vygenerovat články týkající se tématu Benešových dekretů, a to v časovém rozmezí prosince 2012 až ledna 2013. Tedy poslední fáze prezidentské volby. Analytický soubor zahrnoval 189 článků (z toho 1 inzerát v deníku Blesk). Podle očekávání se média Benešových dekretů ujala po prvním televizním duelu nejúspěšnějších kandidátů z 1. kola. Tento soubor jsme dále podrobili zkoumání použitím obsahové analýzy.

V teoretické části jsme představili problematiku Benešových dekretů v kontextu veřejné debaty. Nejdříve jsme upozornili na historické pozadí a příčiny vedoucí prezidenta Beneše k vydávání dekretů. Dále jsme se stručně věnovali i období socialismu v České republice a vysvětlili, proč se o tématu nemluvilo. Až po roce 1989 bylo v Československu prolomeno tabu mlčenlivosti a dekrety se začaly diskutovat ve veřejném prostoru. Od té doby se pak vedly diskuze o morálním a lidsko-právním charakteru odsunu Sudetských Němců a uplatnění kolektivní viny v Československu.

Druhá část teoretické části se věnovala dalšímu historickému mezníku, a to historicky první přímé volbě prezidenta v České republice. Záměrně jsme nezmiňovali legislativní proces schvalování návrhu o přímé volbě prezidenta. Pro účely této bakalářské práce byl důležitější až samotný průběh kampaně a její témata. Vyjmenovali jsme proto jen kandidáty a stručně popsali průběh prvního a druhého kola.

K tomu, aby se politická diskuze dostala do veřejné debaty, je potřeba médií. A proto jsme ve druhé části teoretické práce popisovali proces nastolování agendy a věnovali se základním mediálním teoriím a pojmům. Krátce jsme se zmínili i o novinářské etice, která je základním stavebním kamenem pro každého novináře. Žurnalisté totiž mají moc ovlivňovat veřejné mínění, a tudíž je dodržování základních morálních a etických hodnot žádoucí.

Provázanost médií a politiky byla popsána v následující podkapitole, kde jsme se snažili upozornit na to, jak je důležité, aby byl politik seznámen s mediálním prostředím a výborně ovládal veřejné vystupování. Politika se totiž mezi občany dostává primárně prostřednictvím médií. Pro politické činitele je tak důležité umět vystupovat v médiích, aby si získali voliče.

V empirické části jsme se věnovali samotnému výzkumu. Zkoumali jsme, nakolik české tištěné deníky informovaly o Benešových dekretech a kdy a proč narostl zájem o toto téma. K identifikaci mediální agendy jsme využívali obsahovou kvantitativní analýzu, která nám pomohla rozebrat jak obsah, tak i periodicitu článků. Dále jsme si vybrali časový úsek, a to konkrétně poslední fázi prezidentské volby – prosinec 2012 – leden 2013. A určili jsme si také média, jejichž agendu jsme se rozhodli prozkoumat. Při výběru jsme zohledňovali typ média a jeho periodicitu. Samozřejmě jsme zohledňovali i názorovou orientaci. Snažili se o to, aby byl náš výzkum vyvážený. Vybrali jsme proto tištěné deníky zastupující oba proudy na pomyslné škále pravice-levice. Výzkumu mediálních obsahů jsme proto podrobili Mladou Frontu Dnes, Lidové noviny, Právo. Stranický tisk Haló noviny jsme úmyslně vynechali, a to z toho důvodu, že tento deník funguje jako propaganda Komunistické strany

Čech a Moravy (KSČM). Do analýzy jsme se rozhodli zahrnout i bulvární deník Blesk a to proto, že je to nejčtenější deník v České republice a denně tak ovlivňuje tisíce lidí.

V rámci výzkumu se potvrdila naše hypotéza, že nárůst zájmu médií o téma Benešových dekretů ovládl předvolební debaty ve druhém kole. První kolo se spíše věnovalo obecným tématům, jako ekonomika, zahraniční politika, ale i aktuálním jako byla tehdejší amnestie prezidenta Václava Klause či přijetí eura.

Při sledování mediálních obsahů v období od prosince 2012 do ledna 2013, ale Benešovy dekrety média neovládly. Deníky se věnovaly i jiným tématům, jako byla například již zmíněná novoroční amnestie tehdejšího prezidenta republiky Václava Klause. Druhá hypotéza se tedy nepotvrdila.

I přesto ale ve veřejné diskuzi téma poválečného uspořádání a aplikace kolektivní viny na německé obyvatele pohraničí, zůstalo stále palčivé. Voliči se rozdělili na dva odlišné názorové tábory. Debata o dekretech ale vyústila až ke xenofobním narážkám ohledně prezidentského kandidáta Karla Schwarzenberga. Ten byl pro svůj postoj k poválečnému odsunu pohraničních obyvatel později označován za „Rakušáka“. Veřejnost mu vytýkala jeho minulost, kdy nežil v České republice, a dokonce i jeho manželku, která neumí česky. Zeman byl sice spojován s několika korupčními kauzami, avšak v rámci debaty o dekretech nebyl za své výroky odsuzován.

Všechna tato fakta mohla ovlivnit prezidentskou volbu. Avšak volby jsou tajné, tudíž nelze tvrdit, že Benešovy dekrety rozhodly kampaň. Minimálně ji ale ovlivnily.

Co se týče naší třetí hypotézy, ve které jsme odhadovali, že zahraniční média nebudou o tématu Benešových dekretů informovat tolik, jako ta česká, ta se potvrdila. Prezidentská volba se sice týkala jen občanů České republiky, protože prezident nemá výrazné pravomoci, aby ovlivnil dění ve světě. Ovšem téma odsunu Němců z československého pohraničí v roce 1945 patří na

mezinárodní scénu. Předpokládali jsme proto, že zahraniční média budou o probíhající diskuzi v České republice informovat, ale přesto ne tolik, jako ta česká. Po vstupu České republiky do Evropské unie totiž debaty o poválečném uspořádání světa utichly. Mezinárodní společenství již tento historický mezník považuje za uzavřený. To se ostatně potvrdilo i v rámci naší analýzy, kdy o Benešových dekretch v rámci české prezidentské volby vyšlo jen několik článků.

Zůstává tedy otázkou, nakolik Benešovy dekrety ovlivnily voliče v jejich rozhodování. A zda opravdu toto téma ovlivnilo volbu prezidenta České republiky. Kdyby se téma znovu nediskutovalo, vyhrál by někdo jiný? To jsou náměty pro hlubší sociologické výzkumy.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ

1. Anopress.cz
2. Bazin, A. (2003). Dědictví studené války v přístupu k sudetské otázce v Německu a v České republice In Blaive, M., Mink, G., *Benešovy dekrety. Budoucnost Evropy a vyrovnávání se s minulostí* (Praha: CeFRes), 42-54.
3. Globální a lokální media relations. In Caywood, C., L., *Public relations. Řízená komunikace podniku s veřejností* (Brno: Computer Press), 65-81.
4. *BBC*. Czech election: Milos Zeman wins presidential poll. 26. 1. 2013 (<http://www.bbc.co.uk/news/world-europe-21210495>, 4. 4. 2014).
5. *BBC*. Czech election: two candidates in second round run-off. 12. 1. 2013 (<http://www.bbc.co.uk/news/world-europe-20999202>, 4. 4. 2014).
6. *BBC*. Q&A: Czech presidential election. 7. 1. 2013 (<http://www.bbc.co.uk/news/world-europe-20934913>, 4. 4. 2014).
7. Blaive, M. (2003). K „Benešovým dekretům“: o co vlastně jde? In Blaive, M., Mink, G. *Benešovy dekrety. Budoucnost Evropy a vyrovnávání se s minulostí* (Praha: CeFRes), 19-29.
8. *Blesk* (2013). Nevolte Karla Schwarzenberga. 25. 1. 2013, 9.
9. *Blesk* (2013). 9 Milošových lží. 28. 1. 2013, 4.
10. Brill, K. (2013). Milos Zeman zum Präsidenten Tschechiens gewählt. *Süddeutsche Zeitung*. 26. 1. 2013 (<http://www.sueddeutsche.de/politik/stichwahl-in-tschechien-milos-zeman-zum-praesidenten-tschechiens-gewaehlt-1.1583963>, 3. 4. 2014).
11. Brož, J. (2013). Benešovy dekrety vyhrotily kampaň. *Mladá fronta Dnes*. 21. 1. 2013, 3.
12. Brož, J. (2013). Vídeň se diví: Benešovy dekrety? To voliče zajímá? *Mladá fronta Dnes*. 24. 1. 2013, 5.

13. Carey, N. (2002). Defense companies brace against PM Miloš Zeman's offensive remarks. *Prague Business Journal* 7 (8), 1, 3.
14. Cohen, B. C. (1963). *The Press and Foreign Policy* (Princeton: Princeton University Press).
15. CVVM. *Podpora prezidentských kandidátů v prosinci 2012* (http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a6934/f3/pv121220.pdf, 14. 4. 2014).
16. Česká televize (2013). *Prezidentský duel 2013* (<http://www.ceskatelevize.cz:8008/ivysilani/10483849868-prezidentsky-duel-2013/213411033170117/?kvalita=vysoka>, 21. 3. 2014).
17. ČSÚ. Na Vysočině nejvyšší volební účast (http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/na_vysocine_nejvyssi_volebni_ucast, 24. 4. 2014).
18. Davie, W. R., Maher, T. M. (2006). Maxwell McCombs: Agenda-Setting Explorer. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 50 (2), 358-364.
19. Deníky.net. *Blesk* (<http://deniky.net/blesk.html>, 25. 3. 2014).
20. Deníky.net. *Mladá Fronta Dnes* (<http://deniky.net/mlada-fronta-dnes.html>, 25. 3. 2014).
21. Deníky.net. *Právo* (<http://deniky.net/pravo.html>, 25. 3. 2014).
22. *Der Standard* (2013). Tschechien: Beneš-Dekrete könnten Wahl entscheiden. 23. 1. 2013 (<http://derstandard.at/1358304361817/Die-Schatten-von-1945-ueber-Tschechien>, 4. 4. 2014).
23. Edmund Stoiber. *Životopis* (<http://www.stoiber.de/person/>, 22. 3. 2014).
24. Electionguide. Czech Republic. *Election for President* (<http://www.electionguide.org/elections/id/2261/>, 24. 4. 2014).
25. Entman, R., M. (1993). Framing: Towards Clarification and Fractured Paradigm. *Journal of Communication* 43 (4), 51-58.
26. *Euroskop* (2005). Vláda se omluvila německým antifasistům. 25. 8. 2005 (<https://www.euroskop.cz/8952/3223/clanek/vlada-se-omluvila-nemeckym-antifasistum/>, 22. 3. 2014).

- karlem-schwarzenbergem-fjd-
/domaci.aspx?c=A130117_165024_domaci_klm, 2. 4. 2014
37. *iDNES.cz* (2002). Zeman vysvětloval, EU je spokojená. 20. 2. 2002 (http://zpravy.idnes.cz/zeman-vysvetloval-eu-je-spokojena-d5g-/domaci.aspx?c=A020218_175416_domaci_nad, 22. 3. 2014)-
 38. *IHNED.cz* (2013). Benešovy dekrety ovládly volby. Klaus se kvůli nim pře se Schwarzenbergerem. 19. 1. 2013 (<http://zpravy.ihned.cz/c1-59154460-benesovy-dekrety-ovladly-volby-klaus-se-kvuli-nim-pre-se-schwarzenbergem>, 17. 3. 2014).
 39. Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues* (Chicago: The University of Chicago Press).
 40. Iyengar, S., McGrady, J. A. (2007). *Media Politics. A Citizen's Guide* (New York: W. W. Norton & Company Inc.).
 41. Jeschke, F. (2013). Dekrety pohledem Sudetáka. *Lidové noviny*. 22. 1. 2013, 11.
 42. Jiráček, J., Köpplová, B. (2009). *Masová média* (Praha: Portál).
 43. Jiráček, J., Köpplová, B. (2003). *Média a společnost* (Praha: Portál).
 44. Kálal, J. (2013). Hákové kříže? Absurdní, říká kníže. *Lidové noviny*. 22. 1. 2013, 2.
 45. Kálal, J. (2013). Volím Zemana, naznačil Fisher. *Lidové noviny*. 22. 1. 2013, 3.
 46. Kálal, J., Křivka, V. (2013). Zemanova kampaň. Lež střídá další lež. *Lidové noviny*. 24. 1. 2013.
 47. Kalvas, F. (2009). *Nastolování agendy* (Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni).
 48. Kalvas, F., Váně, J., Štípková, M., Kreidl, M. (2012). Rámcování a nastolování agendy: Dva paralelní procesy v interakci. *Sociologický časopis* 48 (1), 3-37.
 49. Karel Schwarzenberg. *Životopis* (<http://www.karelschwarzenberg.cz/zivotopis.html>, 21. 3. 2014).

50. Kedroň, R., Rodriguez, V. (2013). Zákeřné finále. *Lidové noviny*. 26. 1. 2013, 1.
51. Klaus.cz. Projevy a vystoupení. *Prohlášení prezidenta republiky ze dne 9. října 2009 k ratifikaci Lisabonské smlouvy* (<http://www.klaus.cz/clanky/1307>, 15. 4. 2014).
52. Klaus.cz. Projevy a vystoupení. *Prohlášení prezidenta republiky k jednání vlády o Irském protokolu k Lisabonské smlouvě* (<http://www.klaus.cz/clanky/3097>, 15. 4. 2014).
53. *Kleine Zeitung* (2013). Tschechen wählen Milos Zeman zum Präsidenten. 26. 1. 2013 (<http://www.kleinezeitung.at/nachrichten/politik/3230000/tschechien-schwarzenberg-liegt-zurueck.story>, 4. 4. 2014).
54. *Kleuters, J.* (2012). Between Continuity and Change: Ostpolitik and the Constructivist Approach Revisited. *German Politics* 18 (4), 519-535.
55. Kohler, H. (2013). Beneš nach Den Haag. *Süddeutsche Zeitung*. 18. 1. 2013 (<http://www.faz.net/suche/s2.html?cid=&index=&query=schwarzenberg&allboosted=&boostedresultsSize=%24boostedresultsSize&from=TT.MM.JJJ&to=03.04.2014&BTyp=redaktionelleInhalte&author=Vorname+Nachname&username=Benutzername&sort=date&resultsPerPage=20>, 3. 4. 2014).
56. Kubík, J. (2013). Byl to Posselt? Nebyl to Posselt? "Mě to nezajímá". *Mladá fronta Dnes*. 28. 1. 2013, 6.
57. Leichtová, M. (2009). Agenda-setting v masových médiích v globalizovaném světě. In Rosůlek, P., *Média a politika* (Plzeň: Západočeská univerzita), 113-132.
58. *Lidové noviny* (2013). Ať první dáma mluví česky. 19. 1. 2013, 3.
59. *Lidové noviny* (2013). Bobošíková žádala KSČM o podporu. A neuspěla. 5. 1 2013, 4.
60. *Lidové noviny* (2013). Tetovaný a Japonec. To je česká volba. 10. 1. 2013, 3.

61. *Lidové noviny* (2013). Ve volebním duelu padaly i ostré špílce. 19. 1. 2013, 9.
62. *Lidové noviny* (2013). Zákeřné finále. 26. 1. 2013, 1-3.
63. Lippmann, W. (1922). *Public Opinion* (New York: Harcourt, Brace and Company).
64. Mafra. *O společnosti*
(http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_o-spolecnosti_portret-spolecnosti.htm, 25. 3. 2014).
65. Mandler, E. (2002). *Benešovy dekrety. Proč vznikaly a co jsou* (Praha: Libri).
66. Manning White, D. (1950). The „Gate Keeper“: A Case Study In the Selection of News. *Journalism Quarterly*, 383-390.
67. Martinek, J. (2013). Fisher po týdnu rozmýšlení nepřímo podpořil Zemana. *Právo*. 22. 1. 2013, 1.
68. McCombs, M. (2005). A Look at the Agenda-setting; past, present and future. *Journalism Studies* 6 (4), 543-557.
69. McCombs, M. (2009). *Agenda setting: nastolování agendy – masová média a veřejné mínění* (Praha: Portál).
70. McCombs, M., Shaw, D. L. The Agenda-setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* 36 (2), 176-187.
71. McCombs, M., Shaw, D. L. The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas. *Journal of Communication* 43(2), 58-67.
72. McChesney, R. (1999). *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times* (Chicago: University of Illinois Press).
73. McNair B. (1998). *The sociology of Journalism* (London: Arnold).
74. Mediaguru. *Pravicové deníky podpořily Schwarzenberga*
(http://www.mediaguru.cz/2013/01/pravicove-deniky-podporily-schwarzenberga/#.Uzmmeah_sUw, 31. 3. 2014).

75. Median. cz. *Media Projekt 2013*.
(http://www.median.cz/docs/MP_2013_1+2Q_zprava.pdf, 31. 3. 2014).
76. Median. *Prezidentský volební model*
(http://www.median.cz/docs/preference_Prez_2012_11.pdf, 14. 4. 2014).
77. MF Dnes. *O nás* (<https://www.mfdnes.cz/mfdnes>, 25. 3. 2014).
78. Michnik, A., Krzemiński, A. (2002). Wrocław, Nie Berlin. *Gazeta Wyborcza* 14. 5. 2012, 1.
79. Ministerstvo zahraničních věcí. *Česko-německá deklarace o vzájemných vztazích a jejich budoucím rozvoji*
(https://www.mzv.cz/berlin/cz/vzajemne_vztahy/cesko_nemecka_deklarace_o_vzajemnych.html, 24. 3. 2014).
80. Ministerstvo zahraničních věcí ČR. *Stanovisko Evropské komise k Benešovým dekretům*
(http://www.mzv.cz/public/a1/d3/2b/14078_14945_evropska_komise_findingsfinal_eng.pdf, 15. 4. 2014).
81. Mink, G. (2003). Oživování symbolické minulosti v souvislosti s rozšiřováním Evropské unie In Blaive, M., Mink, G. *Benešovy dekrety. Budoucnost Evropy a vyrovnávání se s minulostí* (Praha: CeFRoS), 7-18.
82. *Mladá fronta Dnes* (2013). Starostové z ODS váhají. Hlas knížeti se jim dávat nechce. 22. 1. 2013, 1.
83. *Mladá fronta Dnes* (2013). Zemanovci se nechtějí pustit tématu odsunu. 25. 1. 2013, 2.
84. Nagengast, E. (2003). The Beneš decrees and EU enlargement. *European Integration* 25 (4), 335-350.
85. Národní Park Thayatal. Informace pro návštěvníky. Pamětihodnosti. *Hrad Hardegg* (http://www.np-thayatal.at/cz/pages/hardegg-sehenswuerdigkeiten_detail.aspx?id=4, 3. 4. 2014).

86. Noelle-Neuman, E. (1974). The Spiral of Silence. A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication* 24 (2), 43-51.
87. Novotný, L. (2012). Dekrety, odsun sudetských Němců v historické paměti Čechů. *Naše společnost – Časopis Centra pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR* 10 (2), 30-34.
88. Ovčáček, J. (2013). Fico: Vyjádření Schwarzenberga k dekretům nás mimořádně zaskočila. *Právo*. 24. 1. 2013, 1.
89. Pauer, J. (1998). Moral Political Dissent in German-Czech Relations. *Czech Sociological Review* 6 (2), 173-186.
90. Pehe, J. (2013). Zemanův skluz. *Právo*. 21. 1. 2013, 7.
91. Pejchal, A. (2000). Média a odpovědnost aneb já nic, já novinář In Bezdíček, V., Žantovský, P., *Média a moc* (Praha: Votobia), 83-85.
92. PNS. *Celostátní deníky* (<http://www.pns.cz/vyhledavani/?kategorie=1>, 25. 3. 2014).
93. PPM FACTUM. *Druhé kolo Fisher-Zeman?* (http://www.factum.cz/498_druhe-kolo-fischer-zeman, 14. 4. 2014).
94. *Právo*. *Tiráž* (<http://www.pravo.cz/tiraz.php>, 25. 3. 2014).
95. *Právo* (2013). Bobošíková podporu KSČM nezískala. 5. 1. 2013, 2.
96. *Právo* (2013). Zeman a Schwarzenberg se do sebe v debatě poprvé pustili. 18. 1. 2013, 1.
97. Rogers, E. M., J. W. Dearing (2007). Agenda-Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going? In Graber, D. A., *Media Power in Politics* (Washington D.C.: CQ Press), 87-88.
98. Rosůlek, P. (2013) In Neuss, B., Niedobitek, M., Novotný, L., Rosůlek, P. *Kooperační vztahy v nové Evropské unii – při zvláštním zohlednění česko-saského pohraničí* (Praha: Libri).
99. Ruge, M., Galtung, J. (1965). The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research* 2 (1), 64-90.

100. Senková, Z. (2003). Sudetští vyhnanci znovu napadli Benešovy dekrety. *iDnes.cz*. 8. 6. 2003 (http://zpravy.idnes.cz/sudetsti-vyhnan-ci-znovu-napadli-benesovy-dekrety-fss-/zahranicni.aspx?c=A030606_224418_zahranicni_pol, 22. 3. 2014).
101. Sheaffer, T., Weimann, G. (2005). Agenda Building, Agenda Setting, Priming, Individual Voting Intentions, and the Aggregate Results: An Analysis of Four Israeli Elections. *Journal of Communication* 55 (2), 347-365.
102. Shoemaker, P., J., Eichholz, M., Kim, E., Wrigley, B. (2001). Individual and Routine Forces in Gatekeeping. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 78 (2), 233-246.
103. Schwarz, K., P. (2013). Der Fürst. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. 13. 1. 2013
(<http://www.faz.net/suche/s2.html?cid=&index=&query=schwarzenberg&llboosted=&boostedresultsiz e=%24boostedresultsiz e&from=TT.MM.JJJJ&to=03.04.2014&BTyp=redaktionelleInhalte&author=Vorname+Nachname&username=Benutzername&sort=date&resultsPerPage=20>, 3. 4. 2014).
104. Soudný, V. (2013). České redakce podpořily po anglicku prezidentské kandidáty. *European Journalism Observatory* (<http://cz.ejo-online.eu/1807/etika-a-kvalita-zurnalistiky/ceske-redakce-podporily-po-anglicku-prezidentske-kandidaty-novinari-by-nejradeji-videli-na-hrade-karla-schwarzenberga>, 14. 4. 2014).
105. *Süddeutsche Zeitung* (2013). Zeman liegt bei Auszählung vor Schwarzenberg. 26. 1. 2013
(<http://www.sueddeutsche.de/politik/praesidentschaftswahl-in-tschechien-zeman-liegt-bei-auszaehlung-vor-schwarzenberg-1.1583951>, 3. 4. 2014).
106. Sudeten. de. *Die Sudetendeutsche Landsmannschaft*
(http://www.sudeten.de/cms/?Die_Sudetendeutsche_Landsmannschaft, 2. 4. 2014).

107. Sudetoněmecké krajanské sdružení. *Charta německých vyhnanců* (<http://www.bund-der-vertriebenen.de/derbdv/charta-cs.php3>, 21. 3. 2014).
108. Svoboda, V. (2006). *Public relations moderně a účinně* (Praha: Grada Publishing, a.s.).
109. Syndikát novinářů ČR. *Členství* (<http://www.syndikat-novinaru.cz/>, 29. 3. 2014).
110. Syndikát novinářů ČR. *Etický kodex* (<http://www.syndikat-novinaru.cz/etika/eticky-kodex/>, 13. 4. 2014).
111. Trampota, T. (2006). *Zpravodajství* (Plzeň: Portál).
112. Trampota, T., Vojtěchovská, M. (2010). *Metody výzkumu médií* (Praha: Portál).
113. Unie vydavatelů. *Čtenost deníků* (http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denicich/ctenost_deniku/239-deniky_celostatni, 25. 3. 2014).
114. Unie vydavatelů. *Čtenost deníků. Právo* (http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denicich/ctenost_deniku/239-deniky_celostatni?did=6, 25. 3. 2014).
115. Urban, L., Dubský, J., Murdza, K. (2011). *Masová komunikace a veřejné mínění* (Praha: Grada Publishing, a.s.).
116. Velvyslanectví České republiky v Berlíně. *Smlouvy o dobrém sousedství* (http://www.mzv.cz/berlin/cz/aktuality/informace_a_sdeleni/x20_let_od_podepsani_smluv_o_dobrem.html, 13. 4. 2014).
117. Velvyslanectví Spolkové republiky Německo v Praze. *Smlouva o dobrém sousedství* (http://www.prag.diplo.de/Vertretung/prag/cs/03/Deutsch__tscheschische__Beziehungen/seite__vetrag__gute__nachbarschaft__cz.html, 13. 4. 2014).

118. Vláda.cz. *Proces ratifikace Lisabonské smlouvy*
(<http://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/proces-ratifikace-lisabonske-smlouvy-63100/>, 15. 4. 2014).
119. Westerstahl, J., Johansson, F. Foreign News, News Values and Ideologies. *European Journal of Communication* 9 (1), 71-89.
120. Wimmer, R., D., Dominick, J., R. (2006). *Mass Media Research* (Belmont: Thomson Wadsworth).
121. Zákon č.231/2001 Sb., *Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů*.
122. Zimmermann, H., D. (2012). *Dějinné sousedství Čechů a Němců* (Praha: Ústav T. G. Masaryka, o. p. s.).
123. Zvěřina, M. (2013). Miloš Zeman jede. *Lidové noviny* 19. 1. 2013, 9.

5 RESUMÉ

This work deals with an agenda setting theory and relationship between media and politics. The work specifically focuses on the issue of the Beneš decrees in the Czech environment. These two phenomena were linked together in the very first presidential election in the Czech Republic in 2013. Main used theoretical concepts come from Walter Lippmann, Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw who describe process of agenda setting. Theory of priming and framing introduce Susan T. Fiske and Shelley E. Taylor.

The aim of this thesis is to describe the media image of the Benes Decrees and its influence on the election contest. The theme of the Benes decrees is still controversial and raises sharp debate among citizens in the Czech Republic. In our work, we will also, inter alia, to compare the degree of media attention in the four Czech dailies – *Mladá Fronta Dnes*, *Lidové noviny*, *Právo* and *Blesk*, a tabloid. Research also includes foreign journals such as German *Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Die Welt*, Austrian *Kleine Zeitung*, *Der Standart* and British *BBC*. Using the media database ANOPRESS we generated data. For the data collection, we have chosen the content analysis as the main methodology for our research.

In this work, we try to find out why the theme of the Benes decrees is still controversial in Czech environment as well as we find out what role the theme has played in the presidential election in 2013.

6 PŘÍLOHY

Příloha č. 1

Hlavní cíle sdružení podle webu sudeten.de:

Charta německých vyhnanců

Ve vědomí své zodpovědnosti před Bohem a lidmi, ve vědomí své příslušnosti ke křesťansko-západní kultuře, ve vědomí své německé národnosti a v poznání společných úloh všech evropských národu usnesli se zvolení zástupci milionu vyhnanců po zralém uvážení a přezkoumání svého svědomí podati vůči německému národu a vůči celému světu slavnostní prohlášení, které stanovuje povinnosti a práva, jež němečtí vyhnanci považují za svůj základní zákon a za nezbytný předpoklad pro vybudování svobodné a sjednocené Evropy.

1. My vyhnanci zříkáme se pomsty a odplaty. Toto odhodlání je nám vážné a svaté v pomýšlení na nesmírné utrpení, jež lidstvu přineslo zvláště poslední desetiletí.

2. Budeme podporovat všemi silami každé počínání, zaměřené na utvoření sjednocené Evropy, v níž by národy mohly žít beze strachu a bez útisku.

3. Tvrdou a neúnavnou prací zúčastníme se na výstavbě Německa a Evropy.

Ztratili jsme svůj domov. Bezdomovci jsou cizinci na této zemi. Bůh vsadil lidi do jejich domovu. Odloučit člověka násilím od jeho domova znamená usmrtit jej duševně.

My jsme tento osud utrpěli a zažili. Cítíme se proto povoláni žádati, aby právo na domov bylo uznáno a uskutečněno jako jedno ze základních lidských práv, daných člověku Bohem.

Dokud toto právo pro nás není uskutečněno, nechceme však státi stranou, odsouzení k nečinnosti, nýbrž chceme tvořit a působit v nových, vytříbených formách bratrského a ohleduplného spoluzití se všemi členy našeho národa.

Příloha č. 2

Úryvek rozhovoru z Prezidentského duelu České televize⁷⁰:

Schwarzenberg: *„Já jsem vždy říkal, a na tom trvám, že to, co jsme v roce 1945 spáchali, by dneska bylo odsouzeno jako hrubé porušení lidských práv a asi by tehdejší vláda včetně prezidenta Beneše ocitli v Haagu“.*

Zeman: *„Beneš by podle vás byl tedy souzen jako válečný zločinec, protože nic jiného jste teď neřekl. V Haagu je totiž mezinárodní trestní tribunál proti válečným zločincům“.*

Schwarzenberg: *„Já bych zde citoval Václava Havla, který říkal, že bohužel jsme byli také nakaženi bacilem nacismu, kdy jsme spoluobčany i ty, kteří byli nevinní, odtud vyhnali. Něco jiného to bylo s těmi, kteří se provinili proti republice, ale připomínám, že jich spousta nezdadlo republiku“.*

„[...] že jsme uplatnili tento princip kolektivní viny, neohlíželi se, jestli někdo byl loajální k republice nebo jestli se proti ní provinil, to je to, co našim předkům vyčítám. Tehdy jsme opravdu závažně pochybili a na tom trvám“⁷¹.

Zeman ještě uvedl, že tehdejšímu ministři zahraničí Karlu Schwarzenbergovi k postupu do druhého kola vyjádřil podporu mluvčí sudetoněmeckého landsmanšaftu Bernd Posselt. Toto tvrzení se ale později ukázalo jako nepravdivé (Kubík, 2013: 6).

⁷⁰ Česká televize (2013). Prezidentský duel 2013 (<http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10483849868-mimoradne-porady-ct24/213411033170117-prezidentsky-duel/>, 21. 3. 2014).

⁷¹ Česká televize (2013). Prezidentský duel 2013 (<http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10483849868-mimoradne-porady-ct24/213411033170117-prezidentsky-duel/>, 21. 3. 2014).

Příloha č. 3

Úryvek rozhovoru z Prezidentského duelu FTV Prima⁷²

Jan Punčochář (moderátor): *„Vy jste teď přišel s celkem překvapivou myšlenkou, že Benešovy dekrety už neplatí, přestože Ústavní soud konstatoval, po přijetí Listiny základních práv a svobod, že platí“.*

Schwarzenberg: *„Já přiznávám, že jsem se nepřesně vyjádřil – pozbyly účinnosti. Platné jsou součástí českého právního řádu“.*

Zeman: *„Nebýt této vaší vsuvky, tak bych v zájmu přátelské a kolegiální diskuze nereagoval na pana ministra, ale tuhle vlajku jsem si vzal z jednoho prostého důvodu [...] pan ministr včera označil Eduarda Beneše za válečného zločince, který patří před Haagský tribunál. No a tak jsem si jako mírný protest proti tomuto výroku dal na klopou českou vlajku“.*

Schwarzenberg: *„Já jsem nikdy neřekl toto o prezidentovi Benešovi. Já jsem jenom řekl, a to je pravda, že za obdobné činy se dneska bývalí politici či generálové bývalé Jugoslávie nebo z Afriky dostávají právě před mezinárodní trestní soud [...] to je historický fakt“.*

Zeman: *„Pane ministře, jak se říká, spolu chyceni, spolu pověšeni, nabízím vám důkaz pravdy, protože já jsem se na ten záznam včera díval. Tam jste naprosto jasně Eduarda Beneše jmenoval, takže nemluvíte pravdu a nabízím vám i sázku o cokoliv, pokud se prokáže, že pravdu nemluví já“.*

⁷² FTV Prima (2013). Prezidentský duel (<http://play.iprima.cz/prezidentsky-duel-finale-1>, 2. 4. 2014).

Zeman poté převzal roli moderátora a důrazně trval na tom, aby mu Schwarzenberg jasně odpověděl, zda jmenoval Beneše za válečného zločince či nikoliv.

Schwarzenberg: *„Já jsem jmenoval Beneše, ale neoznačil jsem ho za válečného zločince. To jste řekl vy“.*

Zeman: *„Pane ministře, do této chvíle, respektive do včerejška, bych naprosto respektoval, že budete prezidentem České republiky. Ale ten, kdo označí [...] jednoho z prezidentů Československa za válečného zločince mluví jako Sudeťák a ne jako prezident⁷³“.*

⁷³ FTV Prima (2013). Prezidentský duel (<http://play.iprima.cz/prezidentsky-duel-finale-1>, 2. 4. 2014).

Příloha č. 4

BLESK Pátek 25. ledna 2013

www.blesk.cz

inzerce 9

NEVOLTE

Karla Schwarzenberga



- řekl, že by měl být prezident Eduard Beneš podle dnešních zákonů postaven před Haagský tribunál pro válečné zločince
- děkuje za podporu představiteli Sudetendeutsche Landsmannschaftu Berndu Posseltovi
- považuje poválečný odsun Němců za nespravedlivý, aniž bere na zřetel Mnichovský diktát, okupaci Československa a statisíce českých obětí II. světové války
- považuje „Benešovy dekrety“ za neplatné a tím připravuje půdu pro vrácení majetku potomkům válečných zločinců

Blesk (2013). Nevolte Karla Schwarzenberga. 25. 1. 2013, 9.

Příloha č. 5

Ke srovnání: Periodicita článků obsahující heslo „*amnestie*“ a „*Benešovy dekrety*“ v českých denících v lednu 2013 dle Anopress.cz.

Periodicita článků obsahující heslo „*amnestie*“ a „*Benešovy dekrety*“ v českých denících v lednu 2013

