

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Jan Vávra

**Hrozba státního bankrotu jako hlavní
součást předvolební mediální agendy v České
republice**

Bakalářská práce

Praha 2012

Autor práce: **Jan Vávra**

Vedoucí práce: **PhDr. Otakar Šoltys, CSc.**

Rok obhajoby: **2012**

Bibliografický záznam

VÁVRA, Jan. *Hrozba státního bankrotu jako hlavní součást předvolební mediální agendy v České republice*. Praha, 2012. 33 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Otakar Šoltys, CSc.

Abstrakt

Václav Bělohradský konstatoval (Právo, 3. července 2010), že „Řecko“ byla jedna z největších volebních lží v politických dějinách této země.“ Cílem této bakalářské práce je prozkoumat, jakou roli hrála v údajné „volební lži“ média: jakým způsobem nastolovala předvolební agendu (případně odkud čerpala témata) a jak vypadal předvolební diskurz týkající se tématu hrozby státního bankrotu ve státu, jehož dluhopisy byly podle agentury Bloomberg dva měsíce před parlamentními volbami v roce 2010 osmé nejbezpečnější na světě.

Obsahově zkoumám nejčtenější týdeníky Reflex, Respekt a Týden, respektive jejich vydání z května 2010 (měsíc voleb). Vycházím z předpokladu, že právě týdeníky mají největší potenciál vkládat události do příslušných souvislostí, a tím tak zásadně diskurz formovat. Využívám tak diskurzivní (se zaměřením na ideologické znaky podle van Dijkových poznatků) a sémiotické (s využitím teorie Rolanda Barthesa) analýzy pro odhalení případných mytologických prvků týkajících se politických stran a idejí v souvislosti s hrozbou státního bankrotu.

V teoretické části práce se zaměřím na možné politické důsledky mediální manipulace především v souvislosti s volebním procesem. Za podnětné poznatky pro toto téma považuji teze německých sociologů Jürgena Habermase (o univerzální pragmatice) a Ulricha Becka (o rizikové společnosti), stejně jako Friedrichem Engelsem nastíněný problém falešného vědomí.

Abstract

Václav Bělohradský stated (Právo, July 3, 2010) that "'Greece' was one of the biggest pre-election lies in political history of this country." The aim of this thesis is to examine the role media played in the alleged "pre-election lie": how set the agenda (or drew on the topics) and how pre-election discourse involved the theme of state bankruptcy in the country, whose bonds were according to Bloomberg two months before parliamentary

election in 2010 the eighth safest in the world. I examine the content of the most widely read weeklies Reflex, Respekt and Týden, respectively their May 2010 issues (election-month). I will proceed from the assumption that weeklies have the greatest potential to put events into the relevant context, and thereby significantly shape the discourse. This thesis uses the discourse (focusing on its ideological character according van Dijk's evidences) and semiotic (using the theory of Roland Barthes) analysis to detect any mythological elements concerning political parties and ideas in connection with the threat of state bankruptcy.

The theoretical part focuses on the possible political consequences of media manipulation especially in the electoral process. I consider inspiring for the needs of this thesis evidence of the German sociologists Jürgen Habermas (of universal pragmatics) and Ulrich Beck (of the risk society), as well as by Friedrich Engels outlined problem of false consciousness.

Klíčová slova

diskurzivní analýza; ideologický diskurz; nastolování agendy; simulakrum; volební proces; volby 2010;

Keywords

discourse analysis; ideological discourse; agenda setting; simulacrum; electoral process; election 2010

Rozsah práce: 57 097 znaků

Prohlášení

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

V Praze dne ...

Jan Vávra

Poděkování

Děkuji rodičům za vytvoření ideálních podmínek ke studiu a PhDr. Otakaru Šoltysovi, CSc za to, že svým přístupem a schopnostmi výrazně napomáhá smysluplnosti studia na této škole.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Vávra Jan	Razítko podatelny:
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2009	
E-mail diplomantky/diplomanta: bejcok@seznam.cz	
Studijní obor/typ studia: Žurnalistika/prezenční bakalářské	
Předpokládaný název práce v češtině: Hrozba státního bankrotu jako hlavní součást předvolební mediální agendy v České republice	
Předpokládaný název práce v angličtině: A threat of state bankruptcy as a basic element of the Czech electoral media agenda	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: <i>ZS 2012</i>): (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve po dvou semestrech</u> od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012) LS 2012	
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): Václav Bělohradský konstatoval (Právo, 3. července 2010), že „'Řecko' byla jedna z největších volebních lží v politických dějinách této země.“ Cílem práce je prozkoumat, jakou roli hrála v údajné „volební lži“ média: jakým způsobem nastolovala předvolební agendu, jak vypadal předvolební diskurz ve státu, jehož dluhopisy byly podle agentury Bloomberg dva měsíce před parlamentními volbami v roce 2010 osmé nejbezpečnější na světě. Budu obsahově zkoumat týdeníky, přičemž vycházím z předpokladu, že právě týdeníky mají největší potenciál vkládat události do příslušných souvislostí, a tím tak zásadně formovat diskurz. Využiji také diskurzivní a sémiotické analýzy pro odhalení případných mytologických prvků v předvolebním diskurzu týkajících se politických stran a idejí v souvislosti s hrozbou státního bankrotu.	
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): 1. Charakteristika tématu práce a její struktury 2. Role médií v demokratickém procesu. Formulace problémů rizikové společnosti: Kdo určuje, kde hrozí riziko? Medializace rizika (státní bankrot). 3. "Řecko" a jeho role v diskurzu. Proč šlo vnímat státní bankrot jako reálnou hrozbu ve státě s osmým nejbezpečnějším dluhem na světě? 4. Předvolební mytologie Interpretace rizika státního bankrotu: Kdo za to může? 5. Výsledky diskurzivní a sémiotické analýzy - 6. Závěr	
Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období, za které bude analyzován): Reflex, Týden a Respekt v období 29.4. 2010 – 29.5. 2010.	
Postup (technika) při zpracování materiálu:	

**Diskurzivní a případně sémiotická analýza se zaměřením na vsazení problémů
Řecka do souvislosti s předvolebními tématy v České republice**

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

DIJK, T. A. van. Ideology: A Multidisciplinary Approach. London : Sage Publications, 1998.

- Bylo by naivní předpokládat, že vliv ideologie na vnímání nejen politického dění zmizel spolu s železnou oponou. Multidisciplinární přístup sledující poznání, společnost a diskurz se bude hodit pro zpracování mého obsáhlého tématu.

BARTHES, Roland. Mytologie. Praha : Dokořán, 2004. 170 s.

- Barthes v Mytologiích nepíše jen o jevech každodenního života, ale nachází stopy mýtu také u abstraktních společenských pojmů jako "pravice" a "levice". S jeho poznatky tak lze hledat mýty i v mediální agendě.

BECK, Ulrich. Riziková společnost: na cestě k jiné moderně. Praha : Sociologické nakladatelství, 2004. 431 s.

- Beck v této knize píše: "Jestliže lidé prožívají rizika jako reálná, jsou reálná." Média prezentují rizika, riziková společnost je pomocí svých politických elit zvládá. Je třeba pochopit, jak velký vliv má nastolování agendy médií na chod rizikové společnosti a práci jejích politických představitelů.

BAUDRILLARD, Jean. Simulacra and Simulation. University of Michigan Press, 1995. 164 s.

- K čemu odkazuje otázka "Chceme dopadnout jako Řecko?" Na státní bankrot, přebujelý sociální stát nebo neplacení daní? Co je znakem "Řecko" označované?

HABERMAS, Jürgen. Strukturální přeměna veřejnosti: zkoumání jedné kategorie občanské společnosti Praha : Filosofia, 2000. - 418 s.

- Demokratický proces potřebuje svůj lid, svou veřejnost, která by se jej účastnila, a tím ten proces legitimizovala. Jsou hybatelem demokratické diskuse občané, nebo novináři?

FOUCAULT, Michel. Diskurs, autor, genealogie :tři studie. Vyd. 1. Praha : Svoboda, 1994. 115 s.

- Chci-li analyzovat diskurz, musím přesně znát vymezení tohoto pojmu, jeho vývoj a rovněž vliv stavu diskurzu na společnost.

GEE, J. P. An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method. London: Routledge, 2005.

- Budu-li dobře znát pojem diskurz, potřebuji vědět jak s ním pracovat, jak ho analyzovat. Lepší je čerpat z poznatků relativně nových (2005).

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

Korupce v předvolebním diskurzu voleb do poslanecké sněmovny (na příkladu Gripenů) / Hana Kubovcová

Radikální politická opozice a média: pražské zasedání MMF - kritická analýza diskurzu / Jan Křeček

Obraz podnikatele v tisku: kritická analýza diskurzu / Táňa Švrčková

Discourse, practice and construction of national interest: study of the U.S. security policy continuity / Jan Ludvík

Radár na stránkách tisku / Petra Dlouhá

Datum / Podpis studenta/ky

.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

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

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

.....

**Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga
pedagožky/pedagoga**

Datum / Podpis

Institut komunikačních studií a žurnalistiky
Projekt bakalářské práce

Obsah

ÚVOD	2
1. MÉDIA A POLITIKA	5
<u><i>1.1 Síla nastolené agendy</i></u>	<u><i>8</i></u>
<u><i>1.2 Falešné vědomí</i></u>	<u><i>10</i></u>
<u><i>1.3 Vzrůstající moc médií ve společnosti rizika</i></u>	<u><i>12</i></u>
2. METODOLOGIE	14
<u><i>2.1 Diskurzivní analýza podle van Dijka a Jamese Paula Geeho</i></u>	<u><i>14</i></u>
<u><i>2.1.1. Ideologický diskurz</i></u>	<u><i>15</i></u>
<u><i>2.2 Sémiotická analýza dle Barthese</i></u>	<u><i>17</i></u>
3. DISKURZIVNÍ ANALÝZA	20
<u><i>3.1 Diskurzivní analýza článků v týdeníku Reflex</i></u>	<u><i>20</i></u>
<u><i>3.2 Diskurzivní analýza článku v týdeníku Týden</i></u>	<u><i>23</i></u>
<u><i>3.3 Diskurzivní analýza článků v Respektu</i></u>	<u><i>24</i></u>
ZÁVĚR	27
SUMMARY	28
POUŽITÁ LITERATURA	29

Úvod

Jedním z nejvýraznějších mediálních (a samozřejmě také politických) témat před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2010 byl problém státních dluhů, který začal být aktuální již na konci roku 2009 kvůli zjištění, že deficit řeckého rozpočtu je oproti předchozím odhadům vyšší. Řecko poté dostalo horší hodnocení ratingových agentur (které hodnotí ekonomické subjekty podle jejich důvěryhodnosti ve věci splácení dluhů), což znamenalo pro zemi nutnost platit vyšší úroky z půjček, a tím ještě další prohloubení jejích problémů. Pro zkomplikování případného vysvětlení dodám příklad Irska, které mělo až do roku 2008 jeden z nejnižších veřejných dluhů v Evropě i přesto, že také irské daně pro firmy patří k nejnižším na kontinentě. Kvůli krizi a záchraně kolabujícího irského finančního sektoru nicméně veřejný dluh Irska vzrostl z 37,4 % HDP na 57,7 % HDP během roku 2008.¹ Následovalo rovněž zhoršení irského ratingu, přestože se mohlo zdát, že irská vláda dělala doposud vše, co měla: držela na nízké úrovni jak daňovou sazbu pro firmy, tak míru veřejného dluhu.

V tomto zdánlivě mimoběžném úvodu jsem chtěl naznačit problém logiky chování finančních trhů. Jsou to právě soukromé banky, kterým státy nejčastěji prodávají své dluhopisy. Pro banky jsou ziskem inkasované úroky. Zajímavou otázkou je, do jaké míry lze zobecnit vztahy mezi věřitelem (bankou) a dlužníkem (v tomto případě jednotlivým státem): jak lze odhadnout, že zrovna ten který dlužník řádně splatí svou půjčku? Jak věřitel, tak dlužník nesou riziko, že se tak nestane (z jednoduchého důvodu, že nikdo nemůže stoprocentně předpovědět budoucnost). Domnívám se, že v době úzkého provázání jednotlivých ekonomik (odepsáním části řeckého dluhu utrpí ztrátu například také banky americké či francouzské) nelze podat všeobecně platné vysvětlení toho, proč ten který stát nezvládá splácet své dluhy.² Vztah mezi věřitelem a dlužníkem je především založen na abstraktní důvěře. S tou lze jen těžko kalkulovat nebo ji odhadovat, nejsme-li sami součástí tohoto vztahu. O tom, který stát již nebude schopen

1

STRMISKA, Zdeněk. Irsko trápí hluboký hospodářský propad a zahraniční dluhy. [online]. [cit. 2011-12-27]. Dostupné z: <http://www.finance.cz/zpravy/finance/288194-irsko-trapi-hluboky-hospodarsky-propad-a-zahranicni-dluhy/>

2 V případě jednostranného pohledu na problémy Řecka by šlo vinit přebujelý státní výdaje a nízkou produktivitu práce, nebo naopak ohromné daňové úniky firem, jejichž zabránění by došlo k eliminaci schodku řeckého rozpočtu (podle údajů článku na Aktuálně.cz z 14.10. 2011 <http://aktualne.centrum.cz/zahranici/evropa/clanek.phtml?id=717761>)

splácet své závazky kvůli vysokým úrokům, tak především rozhodují soukromé banky jakožto věřitelé. Z řečeného plynou pro téma této práce dva důležité závěry:

Analýza potíží jednotlivých států je omezená kontextem, lze jen těžko podat všeobecné vysvětlení ve stylu „bude-li se stát chovat takto, zbankrotuje.“ Příklad Irska dokazuje, že do problémů se splácením dluhů se lze dostat i na první pohled správnou cestou. Nevyzpytatelné je rovněž hodnocení ratingových agentur: například agentura Standard & Poor's snížila v roce 2011 rating Španělsku s odůvodněním slabého růstu HDP, vysoké nezaměstnanosti a velkého zadlužení.³ Z takových argumentů tedy vyplývá, že vláda má prakticky minimální manévrovací prostor.

Stane-li se hlavní předvolební agendou téma důvěry věřitelů v platební (ne)schopnost země, je třeba si uvědomit nesmyslnost takové agendy z hlediska pravomocí voliče, protože jak píše sociolog Ulrich Beck „jen jedna část rozhodovacích kompetencí utvářejících společnost je integrována v politickém systému a podřízena principu parlamentní demokracie. Druhá část se vymyká pravidlům veřejné kontroly a zdůvodnění a je delegována na investiční svobodu podniků a na svobodu vědeckého bádání.“ (Beck 2004: 303) Co voliči mohou ovlivnit je tedy jen to, k jakým krokům v rámci malého prostoru národního státu získá vláda zdání legitimacy.⁴ Jak však na tyto kroky zareagují soukromí investoři v zahraničí, na jejichž důvěře tolik záleží vládě, chce-li se vyhnout „řecké cestě“ (faktickému bankrotu kvůli zdražení úvěrů), ovlivnit nemohou.⁵

Přesto došlo k medializaci tohoto tématu do takové míry, že se po volbách v květnu 2010 nově vzniklá vláda sama, respektive ústy jejího předsedy Petra Nečase, titulovala slovy jako „vláda rozpočtové odpovědnosti.“ Právě mediálnímu obrazu hrozby státního bankrotu se budu v této práci věnovat. Toto téma považuji za hodné pozornosti už jen z faktu, jakým způsobem české významné týdeníky (Reflex, Respekt, Týden)

³BBC News [online]. [cit. 2011-12-28]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/news/business-15301826>

⁴ Která je samozřejmě velice vrtkavá a lze ji velice rychle ztratit. To však nebrání vládě v parlamentní demokracii vládnout nadále.

⁵ Nejlepší prevencí by samozřejmě bylo zadlužování státu předejít.

konstruovaly vysvětlení této hrozby v souvislosti se sněmovními volbami: protože jsou to právě týdeníky, které mají na rozdíl od televizního vysílání nebo denního tisku formálně vzato nejvíce času a prostoru pro vysvětlení určitého jevu, považují za zajímavé sledovat, jak se pracovníci těchto časopisů pokusili v předvolebním kontextu vysvětlit problém jen těžko vysvětlitelný.⁶ Zajímavé rovněž je, jak málo (respektive vůbec) reflektovali pro téma státního bankrotu zásadní informaci, a to sice vývoj ceny pojištění proti bankrotu na světových finančních trzích: podle tohoto měřítka byly české státní dluhopisy osmé nejbezpečnější ze 44 sledovaných zemí.⁷ Musím ale zmínit, že agendu krachujícího (respektive skutečnou výši dluhů maskujícího) Řecka nenastavila česká, ale zahraniční média, která kvůli jejich významu a důležitosti tématu nemohou čeští novináři zcela ignorovat. Jejich úlohou je potom přenést téma do specifického kontextu, zaměřím se tedy na konotace nabalené na téma „Řecka“ českými novináři.

Pro účely sledování medializace tématu hrozby státního bankrotu považuji za vhodný nástroj kvalitativní metody zkoumání obsahu, a to sice sémiotickou analýzu vybraných obálek (týkajících se řeckých problémů) zvolených časopisů a především analýzu diskurzu článků z období těsně před samotnými volbami (29. dubna až 29. května 2010). V teoretické části práce se chci zabývat rolí médií v demokratickém procesu, především z hlediska možné předvolební manipulace čtenářů (respektive voličů), případně také problematikou takzvaného „falešného vědomí“ - samozřejmě je jasné, že mimo okruh této bakalářské práce leží záležitosti nutné sociologické analýzy související se změnou postojů například nerozhodnutých voličů po konzumaci médií nebo vztah mezi hodnotami vyjadřovanými konkrétním médiem a hodnotami jeho cílové skupiny.

⁶ Lze říci, že je to nárok trochu škodolibý, protože ani samotná Evropská unie zatím nedokázala vymyslet jednoznačně účinné opatření, které by odvrátilo hrozbu bankrotu jednotlivých států.

⁷ Český dluh je osmý nejbezpečnější na světě. ČT 24 [online]. [cit. 2011-12-28]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/84850-cesky-dluh-je-osmy-nejbezpecnejsi-na-svete/>

1. Média a politika

Podle Václava Bělohradského bylo „Řecko“ jedna z největších volebních lží v politických dějinách této země.“ (Právo, 3. července 2010). V této kapitole chci zkoumat jednak to, do jaké míry mohou mediální sdělení ovlivnit kognitivní mapu svých konzumentů (ať už takovému ovlivnění říkáme lež nebo manipulace), jednak možné účinky takového ovlivnění pro tvoření politických dějin země. V druhé části první kapitoly se tedy budu teoreticky zabývat úlohou médií v demokratickém procesu, tedy jejich úlohou v procesu voleb.⁸ Potvrzení těchto tezí by bylo možné s využitím sociologického výzkumu, který už patří mimo rozsah této bakalářské práce.

Denis McQuail rozlišuje (McQuail 2009: 27) čtyři možné přístupy ke studiu masové komunikace, z nichž pro účely této práce hodlám nejvíce využívat hned ten první:

1. **mediokulturální** (věnuje hlavní pozornost obsahu a přijímání mediálních sdělení, jež jsou ovlivňována bezprostředním osobním prostředím)⁹ - pokud chci analyzovat konstrukci určitého vysvětlení pro potřeby určitého kontextu (voleb do Parlamentu České republiky), musím vycházet především z významných mediálních obsahů spjatých s danou událostí a místem.
2. **mediomaterialistický** (věnuje hlavní pozornost organizačním, finančním a technologickým aspektům samotných médií)
3. **sociokulturální** (soustřeďuje se hlavně na vliv, který mají různé společenské faktory na mediální produkci a její přijímání, a na funkci médií ve společnosti)
4. **sociomaterialistický** (vidí média jako odraz či důsledek ekonomických a materiálních podmínek společnosti, nikoliv jako jejich příčinu)

⁸ Protože právě volby jsou v naší zastupitelské demokracii jediným nástrojem, kterým mohou občané přímo vykonávat svou moc.

⁹ Pojem 'Řecko' nabyl v předvolebním diskurzu výrazně negativních konotací, jejichž konstrukci chci zkoumat a naznačit možné účinky takto vytvořeného sdělení: pro tyto účely považuji za nejvhodnější právě přístup mediokulturální.

Dále je třeba ujasnit si na začátku, máme-li se zabývat možnou mediální manipulací, pojmy jako „manipulace“ a „moc“. Zabýváme-li se masovou komunikací, potom předmětem manipulace bude sdělení, které se skládá z informací. Mediální manipulaci vnímám v procesu tvorby takového sdělení, které je podřízeno určité ideologii. Pro větší srozumitelnost použiji definici Umberta Eca v jeho Teorii sémiotiky:

„Jako 'ideologické' *dispositio* budu definovat takový argument, jenž, zatímco otevřeně vybírá za svou hlavní premisu jednu možnou okolnostní selekci, neozřejmuje, že zde existuje kontradiktorická premisa nebo zdánlivě komplementární premisa, která vede k protikladným závěrům - a tak zatajuje kontradiktorickou povahu svého sémantického prostoru.

Jako 'ideologické' *dispositio* budu definovat také takový argument, jenž, přestože se pouští do srovnání dvou rozdílných premis, vybírá takové premisy, které nemají vzájemně kontradiktorické ukazatele, a tak vědomě nebo nevědomě zatajuje ty, jež by mohly zvrátit 'přímočarost argumentu.'“ (Eco 2009: 355-356) ¹⁰

Co se týče pojmu „moc“, kvůli jejímu možnému psychologickému působení v případě mediálních účinků použiji definici psychoterapeuta Jana Poněšického: „Niklas Luhman (2003), v současné době nejnámější německý sociolog, definuje moc coby použití určitých komunikačních kódů (specifické významovosti verbálního či neverbálního chování), jež vyvolávají u příjemce motivaci k odpovídající selekci vlastního chování.

10 Záležitosti ideologie se budu později hojně věnovat v části analyzující diskurz ve zvolených médiích

To lze snadno přeložit do psychologické mluvy: jde o to, že očekávání jedné strany se stane motivačním faktorem druhé strany.“¹¹ (Poněšický 2005: 113)

„Moc tudíž znamená disponování materiálními či ideálními prostředky, jež u druhého podmiňují splnění či frustraci materiálních, existenčních či emočních potřeb, tužeb a přání, jež posilují či ohrožují jeho tělesnou či duševní integritu.“ (Poněšický 2005: 127)

Za syntézu obou předchozích definic lze považovat van Dijkovo vnímání manipulace propojením diskurzivního a kognitivního pohledu na věc: „Za předpokladu zásadní role mentálních modelů při mluvení a porozumění, manipulaci lze vnímat především v ohledu formování, aktivování a používání mentálních modelů v epizodické paměti¹². Pokud chtějí manipulátoři dosáhnout toho, aby příjemci sdělení chápali diskurz v požadovaném směru, klíčovou podmínkou úspěchu je zformování požadovaných mentálních modelů – což příjemcům odebere svobodu interpretace, nebo alespoň sníží

¹¹ Absolvent mediálních studií Jan Stern ve svých psychoanalytických esejích často řeší také téma médií a jejich moci. Freudovskou analýzou mediální moci došel Stern k závěru, že povaha této moci je mateřská, nikoliv otcovská jako v případě ideologií: „Ideologie se svými falickými obušky a puškami byla mocí otcovskou, proti ní se bouřili malí Oidipové všech barev (aby se s ní nakonec identifikovali a vysloužili si své obušky, jak to tak bývá). Existuje mnoho různých pokusů ztotožnit imagologii, Moc médií, s tímto tradičním otcovským nepřítelem, kapitalistou, bolševickým propagandistou, nadnárodním monopolistou... Jenže taková kritika pomíjí to podstatné: mediální moc, vláda obrazů, tento velký kojící prs, je mocí mateřskou. S matkou se ale zápasí zcela jinak než s otcem.

Souboj s matkou je samozřejmě vždy soubojem se závislostí na ní. Matka si umí připoutat svého Narcise. Bez prohlédnutí prapůvodního hladu po obrazu a ideji, bez prohlédnutí intelektuální touhy po kupení znaků, jež je jen sublimací dětské touhy zpracovat hmotu v tavící peci trávicího ústrojí a vytlačít ji ven v podobě hovna, této nejpůvodnější *univerzálie*, bez prohlédnutí záludnosti mateřské moci, která obchoduje s emocí a vládne submisivitou, přizpůsobením se dítěti, nikoli hrozbou kastrace, bez toho všeho nelze s dnešní médiokracií zúčtovat. (Stern 2007: 210-211)

¹²Epizodická paměť nám umožňuje vybavit si osobní zážitky z naší minulosti. Definice podle Purdue University Calumet. [online]. [cit. 2011-12-28]. Dostupné z: http://education.calumet.purdue.edu/vockell/edPsybook/Edpsy6/edpsy6_long.htm

pravděpodobnost, že porozumí diskurzu proti zájmu manipulátorů.¹³“ (Van Dijk 2006: 367, přeložil autor)

Mám-li hovořit o manipulaci spojené s tvorbou veřejného mínění (které svůj politický smysl završuje volebním procesem), nelze necitovat Jürgena Habermase: „V manipulované veřejnosti se místo veřejného mínění vytváří určitá nálada připravenosti veřejně projevit svůj souhlas, vytváří se názorové klima. Manipulativní je především sociálněpsychologická kalkulace nabídek, které jsou adresovány nevědomým sklonům a vyvolávají předvídatelné reakce, aniž by na druhé straně mohly jakkoliv zavazovat ty, kteří si takto zajišťují plebiscitní souhlas: čím více mají veřejné výzvy, které se musejí řídit pečlivě zjištěnými 'psychologickými parametry' a být experimentálně ověřeny, působit jako symboly identifikace, tím více ztrácejí souvislost s politickými programovými tezemi či dokonce s věcnými argumenty.“ (Habermas 2000: 327-8)

1.1 Síla nastolené agendy

Přestože se stále ještě můžeme setkávat s vnímáním mediálních účinků jakožto působení podkožní injekce¹⁴ (takže konzumenti médií bez výhrad přijímají všechna jím nabízená sdělení¹⁵), základem pro uvažování o moci médií by měla být ověřená teorie nastolování agendy Maxwella McCombse.¹⁶

13 Původní znění: „Given the fundamental role of mental models in speaking and understanding,

manipulation may be expected to especially target the formation, activation and uses of mental models in episodic memory. If manipulators are aiming for recipients to understand a discourse as they see it, it is crucial that the recipients form the mental models the manipulators want them to form, thus restricting their freedom of interpretation or at least the probability that they will understand the discourse against the best interests of the manipulators.“

14 Příkladem budiž relativně čtivá a populární kniha vicekancléře Petra Hájka s názvem Smrt ve středu, vydaná v roce 2009. Nakladatel připravil již čtvrtý dotisk, což svědčí o nezanedbatelném zájmu čtenářů.

15 Tuto tezi ale zproblematizoval ještě před Stuartem Hallem lingvista Roman Jakobson, který ve svém komunikačním modelu nechává příjemci sdělení prostor pro různou míru přijetí účinku daného sdělení.

16 Vždyť i Robert De Niro ve slavném filmu o moci médií Vrtěti psem chtěl především odvést pozornost od prezidentova skandálu, nepotřeboval nutně vyhrát fiktivní válku.

Přes střízlivější pohled na mediální účinky, i McCombs zaznamenal případy, kdy vliv nastolené agendy přesáhl běžný účinek. Argumentuje příkladem ropné „krize“ v Západním Německu v roce 1973, která „byla výsledkem prudkého nárůstu poptávky vyvolané intenzivním zájmem zpravodajství, nikoli kritickým poklesem dodávek. V tomto případě účinky nastolování agendy novinami způsobily víc než jen vznik významnosti pro veřejnost a její zájem - obvyklý kognitivní účinek, který se ukazuje ve stovkách studií - a obsáhly také behaviorální účinek, reakci jednotlivých spotřebitelů na dostupný obraz situace. Účinky nastolování agendy ve zpravodajských médiích mohou mít významné důsledky.“ (McCombs 2009: 55)

Nastolení agendy se ale především projevuje ve vnímání relevance tématu, které McCombs definuje jako „pocit, že téma je relevantní pro mě osobně nebo pro širší společnost.“ (McCombs 2009: 93) Důvody, které vedou k takovému vnímání, se u lidí nijak výrazně neliší, protože „mezi důvody, které lidé uváděli zároveň s odpovědí na otázku po 'nejdůležitějším problému, kterému země čelí' v průzkumech veřejného mínění v Texasu v letech 1992 a 1996, panovala obecná shoda. Respondenti uvedli, v pořadí od nejčastěji po nejméně často zmíněné, následující důvody, proč konkrétní problém označili za 'nejdůležitější': občanskou povinnost, silné emoce, vliv okolí a vlastní zájem.“ Přitom pojmy jako „občanská povinnost“ nebo „silné emoce“ jsou abstraktní, a tak tedy vnímané u každého jednotlivce s různou naléhavostí. Existují dokonce takzvaná nevtíravá témata (ke kterým váže lidi jen zprostředkovaná zkušenost, například téma národní jednoty), u kterých významnost tématu pro lidi jasně souvisí s průběhem zpravodajství. (McCombs 2009: 100)

Případné množství odchylek při interpretaci daného tématu lze snížit nastolováním agendy druhého stupně, takzvané agendy atributů. „Na prvním stupni jde pochopitelně o přenos významnosti objektu, druhým stupněm je přenos významnosti atributů.“ (McCombs 2009: 112)

Z toho pro McCombs vyplývá poměrně znepokojivý závěr, že „při bližším pohledu na druhý stupeň procesu nastolování agendy se ukáže, že média nám nejen říkají, na co máme myslet, ale také *jak přemýšlet* o některých objektech. (McCombs 2009: 113)

Významnost atributů lze podle McCombse upravovat rámcováním, což „znamená vybírat určité aspekty vnímané reality a zvýšit jejich významnost ve sdělovaném textu tak, že se prosazuje určitá definice problému, kauzální vysvětlení, morální hodnocení či také doporučené řešení popisované záležitosti.“ (McCombs 2009: 133)^{17 18} Významnost agendy atributů McCombs připodobňuje k podobně dramatickým důsledkům „jako v případě náhlé změny ve filmu, kdy se ztlumené odstíny změny v dynamické barvy.“ (McCombs 2009: 179) Tento účinek se na názory příjemců sdělení může projevit tak, že lidé více vystaveni působení televizního zpravodajství, které válku zasazovalo do rámců zdůrazňujících vojenské možnosti, dávali přednost vojenskému řešení situace v Perském zálivu před diplomatickým. (McCombs 2009: 180)¹⁹

1.2 Falešné vědomí

Poslední větu předchozího odstavce nyní pro větší přesnost zkomplikuji doplňující hypotetickou otázkou: Co když tvoří cílovou skupinu daného zpravodajství militarističtí nadšenci? Nebylo by pak pro televizní stanici a její diváky jediné výhodné zasazovat informace do rámce, který je pro diváky nejzajímavější? Ostatně podle McQuaila (McQuail 2009: 91) média „mohou být docela dobře chápána jako fenomén odrážející i formující společnost a společenské změny.“ Stejný člověk o několik stran dříve (McQuail 2009: 82-83) popisuje rituálový (výrazový) model komunikace Jamese Careye. McQuail tím upozorňuje na fakt, že nekomunikujeme pouze z praktických důvodů, ale že stejně důležitým důvodem je také samotné potěšení z recepce. Sdělení takové rituálové komunikace bývá obvykle skryté a nejednoznačné, závisí na asociacích a symbolech, které jsou k dispozici v kultuře, účastníci komunikace si je nevybírají. Naproti tomu Jean Baudrillard soudí, že „masová média nemají s procesem komunikace nic společného a naopak jsou ztělesněním ne-komunikace ("non-communication"). Skutečná komunikace musí být směnou a vzájemným vztahem jedinců v této směně, procesem, kdy dávající zároveň přijímá.“

17 Přestože existují badatelé, kteří mají výhrady k považování nastolování agendy druhého stupně a rámcování za ekvivalentní (například Gamson, 1992), budu se držet McCombsových definic.

18 Jak se budu snažit dokázat později, „řecká“ agenda toho budiž ukázkovým příkladem.

19 Což nemusí vyznít nikterak překvapivě, usoudíme-li, že ne každý divák touží u televize vymýšlet řešení složitých problémů namísto toho, aby se nechal (pasivně) o řešení informovat od profesionálů.

(Volek, Binková 2003: 76) V dalším postupu ale budu vycházet z tvrzení, že mezi médiem a jednotlivcem dochází ke vzájemnému vztahu už jenom z podstaty věci zprostředkování sdělení.

Pro téma této bakalářské práce je dále důležitá teze, že „některé z plánovaných komunikačních kampaní - například v politice či v reklamě - někdy přejímají principy rituálové komunikace a využívají je (užívání platných symbolů, skryté odkazy na kulturní hodnoty, pospolitost, tradici apod.). Rituály hrají roli při sjednocování a mobilizaci pocitů a jednání.“ (McQuail 2009: 82-83) Právě na sjednocování a mobilizaci pocitů a jednání se zaměřím v diskurzivní a sémiotické analýze, zároveň je důležité vzít v úvahu divákovu moc interpretace mediálního sdělení (respektive selekce média) při zvažování argumentu „falešného vědomí“ jakožto možném působení mediálních komodit. Protože ani novináři povětšinou nemají moc nad produkty své práce (pracují za mzdu od podnikatele), produkty jejich odcizené práce potom na trhu fungují jako fetiš:

„Jako zákazníci si je můžeme pořizovat kvůli duševnímu uspokojení, zábavě a iluzorním představám o vlastním postavení ve světě, často s tím výsledkem, že skutečná struktura společnosti a naše podřízené postavení v ní jsou zamlčovány²⁰ (což je vlastně podstata 'falešného vědomí'²¹)“. (McQuail 2009: 128) Pro upřesnění významu pozdější diskurzivní a sémiotické analýzy je třeba dále poznamenat, že jak rituálový model komunikace, tak problém „falešného vědomí“ mohou zásadním způsobem souviset také se záležitostí platnosti tvrzení v komunikační události podle Jürgena Habermase. Ten rozpoznává tři základní typy platnosti (validity), které mluvčí nastoluje při svém řečovém aktu: nárok na pravdivost řečeného či předpokládaného, nárok na normativní správnost řečového aktu v daném kontextu a nárok na hodnověrnost (truthfulness)

²⁰ Je samozřejmě otázkou, jaká je skutečná struktura společnosti (jejíž zodpovězení nepatří do této práce), nicméně je třeba zkoumat mediální konstrukce určité představy o společenském postavení, například možné směřování svobody jednotlivce a svobody obchodu.

²¹ Je třeba dodat, že přímo s pojmem „falešné vědomí“ Marx nepracoval, pro větší srozumitelnost jsem si tak k popisu „falešného vědomí“ vzal na pomoc i další marxistické teze. Pojem „falešné vědomí“ pouze použil Engels v korespondenci. Zdroj: Marxists Internet Archive. [online]. [cit. 2012-02-15]. Dostupné z: <http://www.marxists.org/glossary/terms/f/a.htm#false-consciousness>

mluvčího. Při komunikaci je mluvčí vznáší najednou, přestože v typické komunikační situaci je jen jeden z těchto nároků (typů platnosti) nastolen explicitně, zbylé dva zůstávají implicitními předpoklady pro porozumění výpovědi. Habermas tyto typy platnosti popisuje jako „univerzální“, protože se objevují spolu s každým komunikativně užitým řečovým aktem. (Habermas, Cooke 1998: 12, přeložil autor)

Nelze tedy než se smířit s tím, že masová komunikace nemusí vždy být podřízena imperativu čisté racionality (potom by jen stačilo testovat komunikační událost, zda splňuje nárok na pravdivost), stejně jako občané-voliči nemusejí vždy jen volit podle stavu svého ekonomického postavení. Jak ukazuje sociolog Pierre Bourdieu ve svém schématu s názvem Prostor sociálních pozic a prostor životních stylů (Bourdieu 1998: 15), pro rozhodování, zda volit pravici či levici, není jen důležitým hlediskem kapitál ekonomický, ale také kulturní (může se tak stát, že stejnou stranu mohou volit například vysokoškolští profesori i kvalifikovaní dělníci). Pro orientaci ve vztahové skutečnosti je tak důležitou jednotkou takzvaný habitus, „generativní a jednotící princip, který z charakteristických vztahových rysů, vlastních určitému postavení, vytváří jednotný životní styl, to jest celek, v němž se sjednocuje volba osob, statků i praktických činností.“ (Bourdieu 1998: 15) Pro média tedy vyplývá, že se musejí stát součástí toho kterého habitu, aby mohla počítat se svou cílovou skupinou. Zároveň mají možnost rozšiřovat barthesovské *mýty* (Barthes 2004), a tím tak výrazně habitusy ovlivňovat. Není proto nepatřičné citovat kousek z úvodní části knihy *Simulacra and simulation* Jeana Baudrillarda, ve které popisuje „přechod od znaků, které něco maskují, ke znakům, které maskují, že neexistuje nic, co by bylo možné maskovat. Ty první reflektují teologii pravdy a tajemství (do které pojem ideologie stále patří), ty druhé uvozují dobu simulaker a simulace, ve které není již Bůh, který by se našel, ve které není již žádný Poslední soud, který by odlišil faleš od pravdy, to právě od jeho umělého vzkříšení, protože vše už je tak jako tak mrtvé a oživené předem.“ (Baudrillard 1994: 4, přeložil autor). Tyto vlastnosti lze také vztáhnout na mediální agendu kolem hrozby státního bankrotu: kvůli mediální pozornosti ji vnímáme jako důležitou, přestože jako občané nemáme šanci ovlivnit myšlení soukromých věřitelů. Je to problém, který mohou vyřešit jen experti, a tak v řešení, na první pohled, není místo pro ideologii. Jen je třeba,

aby se vhodní experti chopili vedení země: pouze dostatečně odpovědní a poučení voliči mohou vybrat zodpovědné politiky. Simulakrum začíná působit.

1.3 Vzrůstající moc médií ve společnosti rizika

V této části se zaměřím na to, jak dalekosáhlé účinky mohou mít média při formování politických názorů veřejnosti, respektive vliv na samotný výsledek volebního procesu. Sociolog Ulrich Beck si totiž všiml již před patnácti lety, že „ve všech západních masových demokraciích vyvolává ve stranických centrálách nejistotu rostoucí podíl nestabilních voličů, který vede k tomu, že politické dění se stává nevypočitatelným.“ (Beck 2004: 311) Jsou-li voliči nestabilní, přece jen se musejí při svém rozhodování nějak zařídit. Je to snad jejich momentální nálada nebo postoj k mediálně nastolené agendě? Jürgen Habermas popisuje hlubší, dokonce strukturální proměnu veřejnosti, která s volebním procesem a Beckovou tezí přímo souvisí:

„Kdysi musela být publicita prosazena proti tajné politice monarchů: osoby a věci se pokoušela podřídit veřejnému rozumovému posuzování a umožnila, aby politická rozhodnutí probíhala pod dohledem instancí veřejného mínění. Dnes je publicita naopak prosazována pomocí tajné politiky zainteresovaných: dodává určité osobě nebo věci veřejnou prestiž, a tím jim umožňuje získat veřejný projev souhlasu v klimatu neveřejného mínění. Již pojem 'práce s veřejností' prozrazuje, že veřejnost, která byla kdysi dána postavením reprezentantů a ve své kontinuitě byla také zajištěna symbolikou spjatou s tradicí, musí být teprve vytvářena podle okolností a případ od případu.“ (Habermas 2000: 306)

Lze tedy bez přehnané míry nadsázky tvrdit, že veřejnost vzniká spolu s novou mediální agendou – tedy případ od případu. Její postoje jsou do značné míry ovlivňovány zmíněnou agendou atributů: nerozhodnutí voliči, jdou-li k volbám, jen málo spojují svou volební účast s orientací na programové cíle, více se řídí symbolickým obrazem vůdčích kandidátů (který byl v kampani záměrně předložen). (Habermas 2000) Tohoto stavu nedokázaly využít jen české projekty „nových“ politických stran TOP09 a Věci veřejné, o praktických možnostech, který poskytuje, trefně psal právě Habermas: „Poslední volební výzkum ukazuje, 'jak výhodné je pro určitou stranu nemít žádné

členy, nýbrž procitnout pouze v době voleb spolu s centralizovanou manévrovací schopností reklamní firmy, která existuje z jediného důvodu: provést reklamní polní tažení.' (Kitzinger, U. Wahlkampf in Westdeutschland, c.d., s. 67.) Proces veřejné komunikace, který se rozvíjí v prostředí samotných stran a organizací, je zjevně v opačném vztahu k demonstrativní a manipulativní účinnosti publicity, která usiluje o virulentní ochotu širokého obyvatelstva, a především jeho politicky nejindiferentnější části, projevit veřejný souhlas. (Habermas 2000: 319)

Co se onoho důležitého procesu rozšiřování publicity týče, ten rozhodně nemůže být nezaujatý: Není pochyb o tom, že v komerčních médiích mají rozhodující moc nad obsahem vlastníci. Mohou požadovat, aby do něj bylo cokoli zařazeno, či naopak z něj vyňato. (McQuail 2009: 301) Chceme-li argumentovat tak, že ve výsledku jsou stejně masová média kvůli vystavení působení tržních sil demokratická (pokud by pro ně lidé „nehlasovali peněženkami“, nepřežila by), stačí vzít úvahu fakt, že hlavní zdroj příjmů pro média plyne z reklamy: jejich cílem je tak v první řadě stát se atraktivními pro cílovou skupinu s dostatečnou kupní silou (aby byli čtenáři pro inzerty zajímaví). Jak upozorňují Herman s Chomskym (Herman, Chomsky 2002: 16), masová média fungují spíše podle principu volebního cenzu, nikoliv všeobecného hlasovacího práva. Tím také může být ovlivněna ona zmiňovaná účinnost publicity, „která usiluje o virulentní ochotu širokého obyvatelstva, a především jeho politicky nejindiferentnější části, projevit veřejný souhlas.“ Nejlépe se tato publicita bude šířit, když zacílí na co nejširší a zároveň koupěschopnou část obyvatelstva.

2. Metodologie

Pro účely této práce považuji vhodnější kvalitativní než kvantitativní metody zkoumání obsahu. Především kvůli tomu, že měřit, respektive počítat to, jak to které médium interpretuje daný problém, jednak není dost dobře možné, jednak by takové výsledky neměly příliš velkou vypovídající hodnotu. Není důležité kolikrát co zaznělo, důležité je, jak se pracuje s významem. Skutečnost, že pozorný čtenář s vynaložením úsilí najde nějaký fakt, ještě neznamená, že se informaci dostalo zasloužené pozornosti a kontextu.

Samotná přítomnost nějakého faktu ještě automaticky nezaručuje, že je s ním náležitě pracováno. (Herman, Chomsky 2002: 15) Proto budu využívat diskurzivní analýzu, která sleduje užívání jazyka (Gee 2004: 5).

2.1 Diskurzivní analýza podle van Dijka a Jamese Paula Geeho

Přístupy k analýze se liší autor od autora, já budu vycházet především z poznatků van Dijka, které považuji za nejvhodnější kvůli tomu, že van Dijk věnuje při analyzování diskurzu velkou pozornost ideologickému působení. Ještě před popisem jeho metod musím zmínit úvod do analýzy diskurzu od Jamese Paula Geeho, který uvádí pětici základních otázek, které bychom si měli klást při tomto způsobu zkoumání obsahu:

- 1) V čem spočívají významy některých slov a frází, které se zdají důležité pro danou situaci?
- 2) V čem spočívají významy a hodnoty, které souvisejí s místem, časem, těly, lidmi, objekty, artefakty a institucemi významnými v dané situaci?
- 3) V čem spočívají relevantní významy a hodnoty, které jsou zmíněny nebo citovány v dané situaci?
- 4) Jaké Diskurzivní modely hrají roli při propojování a integrování těchto významů?
- 5) Jaké instituce a/nebo Diskurzy jsou (re-)produkovány v dané situaci a jak jsou stabilizovány, případně přeměněny v čin? (Gee 2004: 100-112, přeložil autor)

Pro kompletní vysvětlení je třeba dodat, že Gee rozlišuje jako diskurz s malým „d“ čistě jazykové prostředky, zatímco Diskurzem s „D“ míní nejazykové prostředky, například význam oblečení v subkultuře pouličních gangů. (Gee 2004: 7)

Pro upřesnění toho, s jakou definicí diskurzu budu pracovat, použiji van Dijkovu definici: Diskurz je komunikační událost, která je sama o sobě dost komplexní a zahrnuje množství společenských aktérů - ti se nejčastěji nacházejí v roli mluvčí/spisovatel a posluchač/čtenář (ale také jako pozorovatel). Jsou součástí komunikačního aktu, který probíhá za určitých podmínek (čas, místo, okolnosti) na základě určitých prvků kontextu. (Van Dijk, 1998: 193-194)

2.1.1. Ideologický diskurz

Van Dijk bere ideologie jako základ sociálních reprezentací sdílených mezi členy skupiny (Van Dijk 1998: 8), přičemž vychází z Hallovy teze, který ideologii má za mentální rámce (jazyk, kategorie, koncepty, systém reprezentace), jež rozdílné třídy a společenské skupiny využívají k nastínění srozumitelného vysvětlení toho, jak společnost funguje. (Hall 1996: 26 in van Dijk 1998)

Na první pohled nejvýraznějším rysem ideologií je pozitivní sebe prezentace a zároveň negativní prezentace ostatních / ostatního. (Van Dijk 1998: 69) Neméně důležitým prvkem analýzy ideologického diskurzu je podle van Dijka zviditelnit význam, který věta nebo text implikuje: diskurzy lze totiž připodobnit k ledovcům, ze kterých je nad hladinou vidět jen malá část. Stejně tak v diskurzu tvoří samotné propozice jen část významu sdělení. Většina informací je jinak tiše předpokládána (a tedy zůstává implicitní). To je možné kvůli tomu, že příjemci jim známého kulturního kódu jsou schopni si zbylé informace domyslet při formování jejich vlastního modelu události. Navíc mluvčí a příjemci často mají společnou půdu (Common Ground). Sémantické reprezentace určující „význam“ (meaning) diskurzu jsou tak jen malým množstvím z informací, které jsou potřebné k porozumění danému diskurzu. (Van Dijk 2006: 25) Kromě pochopení implicitního argumentu lze ke studiu diskurzů přistupovat také z hlediska kategorií problém / řešení, kategorií přidružených příběhů nebo také skupinového schematu, i když van Dijk podotýká (Van Dijk 1998: 67), že takové dělení je hodně nesmělé a předběžné. Užitečnost tohoto výčtu vnímám v tom, že naznačuje, čeho všeho si lze všimnout při diskurzivní analýze.

Ideologická komunikace potom nejčastěji nese tyto hlavní znaky, které lze uspořádat do takzvaného „ideologického čtverce“:

- 1) Vyjadřuje / zdůrazňuje informace, které jsou pozitivní o Nás

- 2) Vyjadřuje / zdůrazňuje informace, které jsou negativní o Ních
- 3) Zamlčuje / bagatelizuje informace, které jsou pozitivní o Ních
- 4) Zamlčuje / bagatelizuje informace, které jsou negativní o Nás

(Van Dijk 1998: 267)

K tomu van Dijk dodává, že přestože se může zdát, že některé skupiny si mohou vytvořit náklonnost k ideologiím, jež „cynicky“ berou na vědomí, že nejsou „spravedlivé“ či „vhodné“ pro ostatní skupiny, fundamentální sociální role pozitivního sebevnímání většiny skupin má za následek to, že si skupiny svůj získaný vztah k ideologii vnímají jako eticky správný nebo omluvitelný.²² To se dá vztáhnout na příklad s obhájci neoliberální ideologie,²³ kterým je jasné, že „liberalizace“ a další pro-tržní opatření mohou udělat bohaté ještě bohatší a chudé chudší, přesto je složkou jejich ideologie teze, že ze svobodného trhu nakonec budou profitovat všichni. Z toho tedy van Dijk usuzuje, že skupinové ideologie nemohou být „cynické“, ale naopak vždy implikují pozitivní sebe prezentaci. (Van Dijk 1998: 73) Proto je v „ideologickém čtverci“ tak důležité členění my versus oni. Lze také předpokládat, že pro rozšiřování ideologií jsou média zásadní. Sociální reprezentace jsou snadno a široce sdílána formou přístupného veřejného diskurzu, což platí také pro ideologie, které tvoří podloží těchto reprezentací. (Van Dijk 1998: 187)

Rovněž považuji za užitečné rozlišení funkční a podmíněčné koheze sémantiky diskurzu.²⁴ (Van Dijk 1985: 110) Pro předvolební diskurz (respektive šíření případného ideologií podmíněného vysvětlení) je to právě sled podmínek a kauzálních vysvětlení, kde se ideologie (dle definice Umberta Eca) může projevit nejnápadněji.

²² Lidé jsou vždycky dobří, ať dělají cokoli, vždycky jednají z jejich pohledu správně – tuto tezi formuloval již spisovatel Robert Musil ve svém románu Muž bez vlastností.

²³ Protože je toto označení diskutabilní, chci upřesnit, že neoliberální ideologie podle van Dijka (a pro účely této práce) vychází z tržního fundamentalismu.

²⁴ Příklad funkční koheze: Mají velký dům na kopci. Dům má 10 ložnic. Příklad podmíněčné koheze: Ráno mě bolel zub. Šel jsem k zubaři.

2.2 Sémiotická analýza dle Barthese

Metodu sémiotické analýzy využiji při obsahovém zkoumání vybraných obálek zvolených týdeníků, které určitým způsobem odkazují k tématu státního bankrotu. Podle McQuaila (2009: 85) sémiotika zdůrazňuje sílu zakódovaného textu a vnímá význam jako něco, co je do textu pevně zabudováno. Hall (1974/1980) podle něj některé principy tohoto přístupu přijímá, „ale ve dvou bodech jejich základní východiska zpochybňuje. Za prvé upozorňuje, že zprostředkovatelé si s přihlédnutím k ideologickým a institucionálním zájmům vybírají způsob zakódování a pod tímto zorným úhlem manipulují jazykem a médii (mediovaná sdělení jsou podávána s 'preferovanou možností výkladu' čili mají to, čemu se dnes říká 'faleš' - spin). Za druhé dokládá, že příjemci (ti, kteří 'dekódují') nemusí přijmout sdělení tak, jak bylo vysláno, ale mohou ideologický vliv odmítnout a často to dělají tím, že přistoupí na variantní či protichůdný výklad podle své vlastní zkušenosti či názoru na věc.“ Moje situace při psaní této práce je však usnadněna tím, že pokud v předvolebním diskurzu docházelo k mediální manipulaci, ve druhé kapitole zmíněný van Dijkův princip manipulace²⁵ by mě měl prakticky samovolně dovést k oné preferované možnosti výkladu. V předchozích řádcích (část 3.1) jsem nastínil možné postupy, kterak preferovaný výklad analyticky uchopit.

Pro analýzu vizuálních prvků (v tomto případě obálek časopisů) využiji Barthesovo pojetí mýtu, který má dle něj spíše formu nediskutovatelného obrazu, nikoliv symbolu. (Barthes 2004: 117) Již v úvodu této práce jsem totiž naznačil, že vzhledem k prakticky neuchopitelnému tématu rizika státního bankrotu by publicistika na dané téma byla jen stěží prosta vysvětlení podepřeným ideologií, případně mýtem. Proto by mohlo být

²⁵Given the fundamental role of mental models in speaking and understanding, manipulation may be expected to especially target the formation, activation and uses of mental models in episodic memory. If manipulators are aiming for recipients to understand a discourse as they see it, it is crucial that the recipients form the mental models the manipulators want them to form, thus restricting their freedom of interpretation or at least the probability that they will understand the discourse against the best interests of the manipulators. (Van Dijk 2006: 367)

mytologické zkoumání užitečné, vždyť mytologie „studuje ideje, jež mají určitou formu.“ (Barthes 2004: 110)

Právě formu mýtu dokázal Barthes teoreticky popsat: V jeho pojetí je mýtus sekundárním sémiotickým systémem, to znamená, že je budován na základě sémio-řetězce existujícího před ním. Co je v primárním systému znakem, stává se v sekundárním systému označujícím. (Barthes 2004: 112) Podle Barthesova pojetí slouží jako systém komunikace, je sdělením. Jako promluva je daleko spíše definována intencí než doslovností. Proto mezi základní charakteristiky mýtu patří to, že je nějak přizpůsoben, například konkrétním čtenářům. (Barthes 2004)

Obálka Reflexu 19/2010



Lze rozpoznat jednoznačný motiv Botticelliho obrazu s názvem Zrození Venuše. Ale co se vlastně rodí, jaký mýtus bere znak božského zrození za své označující? Především mýtus oné „levicové víry“, jak píše jeden z podtitulků. Je to skoro až zázrak, vždyť, sama Venuše se údajně zrodila z mořské pěny, jen tak, z ničeho nic. Náhle, ba až zázračně se přece rodí věci nadpozemské, věci po božském zásahu. Věci neposkvrněné a také nekonečně krásné, ostatně o zobrazené postavě v popředí nelze říci, že by to byla ošklivá žena, ba naopak: s cudným úsměvem na nás hledí tvář mladé Petry Paroubkové, zdánlivě křehké blondýnky. Snaží se sice zakrýt své perfektní tělo (byť ne zrovna tělo skutečné Petry Paroubkové), jako by se styděla za svá ňadra a klín, přesto vidíme relativně hodně. Jak by to byl krásný

mytický výjev, kdyby nebyl originální Botticellův motiv aktualizován hned několika způsoby:

Zrodila se Venuše, ale ne jen tak ledajaká – kvůli tomu, že je Petra Paroubková partnerkou předsedy v roce 2010 nejsilnější levicové strany (sociálnědemokratické) a projevila účast s obyvateli Řecka, kteří se musejí vypořádat s přísnými úspornými opatřeními jejich vlády, váže se k popisku „Venuše“ přídavné jméno „socialistická“. Toto slovo má v českém kontextu oslavování sametové revoluce negativní konotace: vždyť jsme si zažili takzvaný „reálný socialismus“, to má snad být ta doba normalizace, a tedy nesvobody, zpět? Tím spíše je věc podivnější, když se reálný socialismus zhroutil. Zrození socialistické Venuše, to je obrat Petry Paroubkové na levicovou víru v Řecko: jak socialismus, tak „Řecko“ odkazuje k něčemu zkrachovalému. Tak co je to za zvláštní víru, na kterou se Paroubková obrátila? Jejím znakem je mytická a zároveň nevinná až naivní ženská postava na obálce, jejíž krása doslova stojí na podivných základech, jak popíšu dále.

Za druhé, cožpak paní Petra při svojí bláznivé naivitě, její fanatické víře, nevidí jasně, že její víra stojí na rozhozovaných penězích (jejím manželem jakožto větrem), a že je tedy slepá, nebezpečná a jednoznačně vedoucí do „Řecka“, čili k bankrotu? Levicovost znamená v tomto případě slepou víru, ba přímo naivitu, za kterou zaplatíme „my“ všichni ostatní bankrotem. Rozfoukávání růží a balíků bankovek postavou v levém horním rohu nápadně připomínající Jiřího Paroubka rovněž symbolizuje nezodpovědné rozhazování pozlátka. K božské Venuši se tak ve výsledku vážou konotace sobecké děvky, která zaprodá „nás“ pro svůj vlastní iracionální cit. „Levicovost“ Petry Paroubkové je nakonec trochu paradoxně vykreslena jako zarytý individualismus v podobě trvání na svém přesvědčení za každou cenu. Proti tomu stojíme abstraktní „my“, kteří si můžeme prstem ukázat na (doslova) odhalenou kacířku. A také na ukázkový van Dijkův ideologický čtverec.

3. Diskurzivní analýza

3.1 Diskurzivní analýza článků v týdeníku Reflex

Jak ukázala sémiotická analýza obálky Reflexu, není příliš složité vnímat diskurz v týdeníku Reflex jako ideologický v souvislosti s možným státním bankrotem. Kromě van Dijkova ideologického čtverce jej lze poměrně snadno analyzovat také podle „návodu“ v podobě pětice otázek, které jsem citoval v kapitole 3.1.

Začnu článkem Miroslava Cvrčka s názvem Eurozáchrana (Reflex 18 z 6. května 2010), respektive citací jeho perexu:

„Premiér Jorgos Papandreu stojí před složitým politickým i osobním úkolem. Aby zabránil krachu své země, musí zlikvidovat většinu neudržitelných socialistických výdobytků, jež ve stejné funkci zaváděl jeho otec.“²⁶ Z následného čtení se dozvíme, co přesně znamenají „socialistické výdobytky“: jsou to výhody typu 13. a 14. platů nebo štedré možnosti předčasného odchodu do důchodu. Vidíme tak přímočarou konstrukci významu (výdobytky sociálního státu jsou neudržitelné a vedou ke krachu), ba dokonce jeho posun v užití přídavného jména „socialistický“: 13. a 14. platy nemají se socialismem, tedy společným vlastnictvím výrobních prostředků, nic společného. Naopak může ve čtenářích týdeníku Reflex asociovat souvislost s politicko-hospodářským systémem v Československu před rokem 1989. Hodnoty sociálního státu tak dostávají význam neudržitelnosti, což je v kontextu státního bankrotu zásadní; zužuje se tak možnost řešení, protože z uvedených slov je jasné, že levicová cesta nemá šanci na úspěch. Ba co víc, dostává-li instituce sociálního státu význam jakožto synonymum ke slovu „socialismus“, může dojít k reprodukci zvláštní instituce jménem antikomunismus – pokud je tedy postoj jedince k režimu před rokem 1989 záporný.²⁷

26CVRČEK, Miroslav. Eurozáchrana. *Reflex: společenský týdeník*. Praha: Ringier ČR, roč. 2010(č. 18). ISSN Reflex.

27 Takový boj s padlým nepřítelem nakonec není než karikatura vlastní zbabělosti, jak dokázal úžasně popsat Josef Škvorecký v románu Zbabělci.

Dojde-li k jasné polarizaci hodnot pomocí antikomunismu,²⁸ snadno lze interpretaci reality zjednodušit na souboj „My versus Oni“, což je podle van Dijka jeden z příznaků ideologického diskurzu.

Samotný článek začíná citací řecké důchodkyně, která se bojí toho, že mladí lidé vyjdou do ulic a poteče krev v reakci na oznámené razantní úspory. „A skutečně, o víkendu v ulicích Atén znovu zaplály ohně, tisíce lidí vyšly protestovat proti zahraničnímu 'diktátu'“. ²⁹ Uvozovky ve slově diktát bagatelizují odpor vůči provedeným opatřením – přestože se řecká vláda snažila naplnit očekávání jiných států, respektive mezinárodních organizací (a dle Poněšického definice moci se tak dostala pod nadvládu někoho jiného), diktát je to pouze v uvozovkách. Prosazování této teze tak dobře ilustruje čtvrtou část van Dijkova ideologického čtverce, protože zamlčuje / bagatelizuje informace, které jsou negativní o Nás (těch, kteří souhlasí s řeckými úsporami nařízenými EU a MMF). Navíc taková interpretace událostí posiluje instituci věřitele tím, že legitimizuje jeho snahu zabránit odpisu půjčených peněz prakticky jakýmkoliv prostředky.

Zajímavé zúžení interpretačních možností lze najít také o týden později v úvodníku tehdejšího šéfredaktora Reflexu Pavla Šafra z 13. května. Obálku tohoto čísla časopisu jsem sémioticky analyzoval výše, samotný úvodník pracuje se stejnými mýty (například „Sny manželů Paroubkových se totiž právě v Řecku podařilo beze zbytku naplnit.“³⁰) V jeho závěru se ale můžeme dočíst, že by „nebylo nic špatného na levicovém sociálním cítění, kdyby se v Řecku nezvrhlo v masovou korupci voličů. A ta podobnost s českými populisty není čistě náhodná.“³¹ Jako by existoval rozdíl mezi populisty a korumpujícími populisty, kteří se snaží získat voliče rovnou penězi, nikoliv jen lacinými řečmi působící na ty správné city. Českými populisty má autor úvodníku na mysli ČSSD, kterou se snaží odlišit od ostatních populistických stran³². „Populisté“ jsou tak

28 Vnímám slova „komunismus“ nebo „socialismus“ v českém kontextu jako totožné odkazy k hospodářsko-sociálnímu uspořádání před rokem 1989.

29 Tamtéž.

30 ŠAFR, Pavel. Hostina řeckých bohů. *Reflex: společenský týdeník*. Praha: Ringier ČR, roč. 2010 (č. 19). ISSN Reflex.

31 Tamtéž.

32 Protože samotný argument populismu by mohl obtížně uspět v situaci, kdy poměrně náhle ožily politické projekty typu VV (s bojem proti dinosaurům) či TOP09 (s bojem proti dluhům vedený lidmi, kteří je sami schválili).

označující, politici, kteří masově korumpují voliče (a tím přivedou stát k bankrotu) označované, což dohromady dává znak řeckého bankrotu. Aktualizace pojmu „populisté“ je tak příkladem přizpůsobení řeckého mýtu konkrétním podmínkám (jedna z charakteristik mýtu): české předvolební situaci a čtenářskému složení časopisu z hlediska jeho politických názorů.

Při čtení hlavního článku čísla s názvem Rudé řecké dusno (reportáž z řeckých ulic Adély Knapové) narážíme na stále stejné znaky ideologického diskurzu: bagatelizaci protestů na módní prvek (podtitulek „Na vlastní kůži v řeckých ulicích, kde být komunistou je zase sexy.“³³) nebo naopak přecitlivělost na levicové názory, které následně lze smést do nepohodlné kategorie „komunistické“: „Profesor Papparidis z athénské univerzity kontruje proti tvrzením o 15. platech a předčasných důchodech tím, že ty excesy platily pro několik málo jedinců, jinak mají stejný důchodový věk jako ostatní.

Dále vysvětluje: „To ti nahoře, ti nejbohatší mají takové důchody. A ještě nám tu všechno rozkradli a my si teď musíme půjčovat. Jen ať je hezky pozavírají a vezmou jim majetek, co nakradli,“ notuje si profesor Papparidis s postarší dámou hlasitě srkající ledovou kávou.³⁴ Autorka článku se následně ptá, zda jsou členy komunistické strany. Odpověď, že sympatizují s pravicí, jí nestačí a stejně jejich slova zařadí do vlastní kategorie: „(...) jako by vypadla z úst generální tajemnice KKG Aleky Papparigové.“³⁵ Závěr článku vyplňuje epizodka s mladými komunisty, kteří obhajují rozbíjení výloh. Jednomu z nich „oči chrání před sluncem značkové brýle Ray Ban a v zadní kapse džínů Rip Curl má zasunuté komunistické noviny.“³⁶

Autorka reportáže se tak pohybuje v hodně úzkém interpretačním rámci („Právě proto, že my jsme ho zažili (komunismus), nechápu, proč má v Řecku tolik mladých

33 KNAPOVÁ, Adéla. Rudé řecké dusno. *Reflex: společenský týdeník*. Praha: Ringier ČR, roč. 2010(č. 19). ISSN Reflex.

34 Tamtéž.

35 Tamtéž.

36 Tamtéž.

sympatizantů.“³⁷ Podle van Dijkova popisu (viz kapitola 2) se tak dopouští manipulace.

3.2 Diskurzivní analýza článku v týdeníku Týden

Časopis Týden ve svém článku Oheň v Augiášově chlívě znaky ideologického diskurzu šetří. Místo toho je vidět, jak následuje agendu nastavenou jinými médii: cituje ty stejné informace o platech a předčasných důchodech a jako příklad rozhazovačnosti uvádí „mediálně vděčný případ ostrova Agios Eístratios, kde byla škola se čtyřiceti učiteli a deseti žáky.“³⁸ Vysvětlení toho, proč se řecký stát dostal do finančních potíží, autor článku na první pohled nezjednodušuje jen na problém výdajů, protože na výše uvedený příklad navazují slova: „Tyto a další výdaje doslova vysávaly řeckou státní pokladnu, a když se k rozhazovačnosti eráru přidala všudypřítomná korupce, obrovské daňové úniky a vysoký podíl šedé (tedy nezdaněné) ekonomiky, vznikla kombinace, která by porazila i mnohem silnější ekonomiku, než je ta řecká.“³⁹

V úvodu práce citovaná teze Noama Chomského upozorňuje na to, že důležitá není skutečnost, že se nějaká informace v médiích objevila, ale jak s ní bylo zacházeno. Na předchozí straně totiž časopis publikoval speciální inforámeček týkající se právě jen rozhazovačnosti eráru. Faktory jako zmíněná korupce, daňové úniky nebo podíl šedé ekonomiky tak pouze doplnily hlavní „rozhazovačnou“ tezi.

Přesto lze využít diskurzivní analýzu, respektive jednu z návodných otázek: „Jaké instituce a/nebo Diskurzy jsou (re-)produkovány v dané situaci a jak jsou stabilizovány, případně přeměněny v čin?“ (Gee 2004: 100-112, přeložil autor)

Odkazování autora článku k mediálně vděčným případům reprodukuje instituci médií a jejich moci nastolovat agendu: příklady rozhazovačného eráru nejsou samostatným zjištěním autora článku, ale mediálně vděčným tématem. Právě svou mediální vděčností

³⁷ Tamtéž.

³⁸ LANDERGOTT, Josef; ŠTEFEK, Jiří. Oheň v Augiášově chlívě. *Týden*. Praha: EMPRESA MEDIA, roč. 2010(č. 19).

³⁹ Tamtéž.

jsou tyto příklady důležité. Fungují jako simulakrum. Tuto agendu však nastolila zahraniční média.

3.3 Diskurzivní analýza článků v Respektu

Jan Macháček v komentáři s názvem Krach elit odmítá, jak se dle něj stalo zvykem, „svádět všechno na líné, rozmazlené a vypasené Řeky, kteří podváděli a žili si nad poměry. To jsme ovšem slyšeli už mnohokrát, nehledě na to, že valná část této kritiky zavání už odpudivým rasismem.“⁴⁰

Tím však neříká, zda je takové svalování viny na Řeky oprávněné či ne. Podstatná je korektnost a vyhýbání se stereotypnímu myšlení (ostatně Respekt sám sebe tituluje jako liberální médium): právě odpudivý význam rasismu činí tezi o líných Řecích nadále jen obtížně přijatelnou. Respekt tak plní funkci liberálního média tak svědomitě, až tím na sebe nabaluje znaky ideologického diskurzu: nejde o to, že by mnohokrát slyšené tvrzení o žití si nad poměry bylo lživé (to autor komentáře vůbec nebral v úvahu), podstatné je, že „zavání“ rasismem. Tím se stává tvrzení natolik odpudivé, že není třeba je dále brát v potaz (zdůrazňování negativních informací o Nich podle zmiňovaného ideologického čtverce), naopak vlastní liberální postoj je stavěn do natolik pozitivního světla, že činí zbytečným zkoumání daného tvrzení z pohledu pravdivosti. Pro autora komentáře je však důležitější se zabývat reakcí Evropské unie na řeckou krizi (proto název „Krach elit“ - ale těch evropských).

V následujícím vydání Respektu lze v souvislosti s blížícími se volbami vidět příklad toho, jak se určitý diskurz stává implicitním pro teze článku. V článku Oranžový kvíz Ondřej Kundra píše: „Rozhodující samozřejmě je, jaké 'názory' budou ČSSD a její představitelé zastávat v povolebním vládnutí. Konkurenční ODS má jasno: podle toho, co sociální demokraté slibují, čeká Česko pod jejich vládou bankrot řeckého stylu. Tak jednoduché to však není. V současné době to nelze posoudit, řadu věcí říká ČSSD

40MACHÁČEK, Jan. Krach elit. *Respekt*. Praha: Economia, roč. 2010(č. 19).

obecně, a není tedy jasné, jakým směrem se nakonec vydá,' říká hlavní ekonom Patria Finance David Marek.

Plasticky je to vidět například na případě důležité důchodové nebo zdravotní reformy. Sociální demokraté sice slibují vyplácení třináctých důchodů a zrušení zdravotních poplatků, zároveň ale tvrdí, že budou prosazovat penzijní i zdravotní reformu, a to tak, aby to vedlo ke snížení 'nebezpečného zadlužování'.

Problém ovšem je, že ČSSD zatím podrobněji neříká, v jaké konkrétní podobě by chtěla reformy dělat a kde na ně chce vzít, když současně plánuje pro už tak prázdnou veřejnou kasu další velké rozpočtové výdaje. Jen realizace všech předvolebních dárků a la 13. důchod totiž podle odhadů ekonomů může zvýšit deficit až o několik desítek miliard korun, což by mohlo vést k tomu, že zahraniční investoři přestanou Česku půjčovat peníze na splátku vysokého dluhu a úroků z něj, a země se tak dostane do podobné šlamastiky jako Řecko.⁴¹

Právě hodnota „postoj k reformám“ má být tím zásadním, co může ovlivnit výsledek případné vlády ČSSD. V nejhorším případě může způsobit dokonce i bankrot. Pro podmíněčnou kohezi sémantiky tohoto diskurzu je však implicitním předpoklad „reformy zabrání bankrotu“, jenž je základní tezí ODS (dokonce ji autor v článku zmiňuje).⁴² Tuto agendu určili politici.

41KUNDRA, Ondřej. Oranžový kvíz. *Respekt*. Praha: Economia, roč. 2010(č. 20).

42Přitom neméně důležitý pro státní rozpočet je také hospodářský růst, respektive příjmy z něj.

Závěr

Vláda ČR vzešlá z voleb 2010 sama sebe tituluje jako „rozpočtově odpovědná“. Ona „rozpočtová odpovědnost“ reflektuje agendu možného státního bankrotu. Téma možného krachu Řecka nastavili zahraniční novináři, ti čeští na něj potom navázali konkrétním diskurzem typickým pro to které médium. V úvodu práce jsem se snažil s využitím tezí sociologa Ulricha Becka ukázat, že rozhodování soukromých firem (bank, ratingových agentur) občané nemohou demokraticky ovlivnit; téma hrozby „řecké cesty“ tak mediální prostředí proměnilo v simulakrum. Kulturologická či psychoanalytická analýza jevu by mohla objasnit, jaké latentní významy se tak v tématu „Řecka“ manifestovaly, případně jaké latentní jevy manifestovala česká společnost.

V teoretické části práce jsem se pokusil nastínit možný dopad mediálních manipulací na výsledek voleb, jehož relevanci naznačil překvapivý výsledek (v porovnání s výsledky

předvolebních průzkumů) parlamentních voleb 2010 v České republice. Následně jsem kvalitativně analyzoval obsahy týdeníků Reflex, Respekt a Týden. Cílem práce bylo zaměřit se na jejich informování o hrozbě státního bankrotu měsíc před volbami.

Diskurzivní analýzou jsem ukázal, že pracovníci Reflexu tak například definovali výhody sociálního státu jako socialistické. Ideologický diskurz v tomto časopise čerpal svou podmíněnou sémantickou kohezi z antikomunismu. Tuto tezi potvrzuje také sémiotická analýza obálky Reflexu č. 19/2010.

Časopis Týden se znakům ideologického diskurzu vyhnul, sémantickou kohezi diskurzu vystavěl na „mediálně vděčné“ agendě ostatních médií. U Respektu jakožto (dle vlastních slov) liberálního týdeníku šlo rozpoznat ideologii antirasismu a zarámování problému státního bankrotu (ne)zavedením reforem (tedy agendou pravicových stran).

Všechny zmiňované časopisy zarámovaly předvolební agendu tématem možného státního bankrotu na příkladu Řecka.

Summary

Government elected in the election 2010 titles itself as "fiscally responsible". So called "fiscal responsibility" reflects the pre-election agenda of possible state bankruptcy.

Agenda of possible bankruptcy of Greece was set by foreign journalists, the Czech ones then established a specific discourse which is typical for each medium. In the introduction I tried with the use of theses of sociologist Ulrich Beck to show that the decisions of private companies (banks, rating agencies), citizens can not democratically control; the media landscape thus transformed the topic of the threat of "Greek way" into a simulacrum. Culturological or psychoanalytic analysis of the phenomenon could explain latent meanings manifested in "Greece" or latent phenomena manifested by Czech society.

In the theoretical part I tried to outline the potential impact of media manipulation on the outcome of elections, whose relevance indicated a surprising result (compared with the results of polls) election 2010 in the Czech Republic. Then I qualitatively analyzed the content of weeklies Reflex, Respekt and Týden. The aim was to focus on informing about the threat of state bankruptcy a month before the election. By discursive analysis I showed that the staff of Reflex for example defined the benefits of the welfare state as socialist. The ideological discourse in this journal built conditional semantic cohesion from anticommunism. This argument is also confirmed by the semiotic analysis of cover of Reflex No. 19/2010.

Týden magazine avoided features of the ideological discourse, semantic cohesion discourse built on the "attractive for media" agenda of other media. Respekt, liberal weekly (in his own words), was recognizable for anti-racism ideology and framing the problem of state bankruptcy by adoption of reforms (ie right-wing parties agenda). All mentioned magazines framed the pre-election agenda by the topic of possible state bankruptcy using Greece as an example.

Použitá literatura

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacra and simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press, c1994, 164 s. ISBN 04-720-6521-1.

BECK, Ulrich. *Riziková společnost: na cestě k jiné moderně*. Praha : Sociologické nakladatelství, 2004. s. 311.

BOURDIEU, Pierre. *Teorie jednání*. Překlad Věra Dvořáková. Praha: Karolinum, 1998, 179 s. ISBN 80-718-4518-3.

DIJK, Teun Adrianus van. *Discourse and manipulation* [online]. 2006 [cit. 2011-12-26]. Dostupné z: [http://www.discourses.org/OldArticles/Discourse and manipulation.pdf](http://www.discourses.org/OldArticles/Discourse%20and%20manipulation.pdf)

DIJK, Teun Adrianus van. *Handbook of discourse analysis*. London: Academic Press, c1985, 279 s. ISBN 01-271-2002-5.

DIJK, Teun Adrianus van. *Ideology and*

DIJK, Teun Adrianus van. *Ideology: a multidisciplinary approach*. 3rd ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 1998, 374 s. ISBN 07-619-5655-7.

discourse - A Multidisciplinary Introduction [online]. 2006 [cit. 2011-12-26]. Dostupné z:

<http://www.discourses.org/OldBooks/Teun%20A%20van%20Dijk%20-%20Ideology%20and%20Discourse.pdf>

ECO, Umberto. *Teorie sémiotiky*. Vyd. 2., V Argu 1. Praha: Argo, 2009, 440 s. ISBN 978-802-5701-577.

GEE, James Paul. *An introduction to discourse analysis: theory and method*. 3rd ed. New York: Routledge, 2011, 218 s. ISBN 978-020-3847-886.

HABERMAS, Jürgen; COOKE, Maeve. *On the pragmatics of communication: the political economy of the mass media*. 3rd ed. Cambridge (Mass.): Mit Press, 1998, 412 s. ISBN 978-026-2581-875.

HABERMAS, Jürgen. *Strukturální přeměna veřejnosti: zkoumání jedné kategorie občanské společnosti*. Vyd. 1. Překlad Alena Bakešová, Josef Velek. Praha: Filosofia, 2000, 418 s. Morální a politická filosofie, sv. 8. ISBN 80-700-7134-6.

HERMAN, Edward, CHOMSKY, Noam. *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*. 3rd ed. New York: Pantheon Books, 2002, 412 s. ISBN 03-757-1449-9.

MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy - masová média a veřejné mínění*. Vyd. 1. Překlad Hana Antonínová. Praha: Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-807-3675-912.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. rozš. a přeprac. Překlad Hana Antonínová. Praha: Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-807-3675-745.

Média a realita: sborník prací Katedry mediálních studií a žurnalistiky FSS MU Brno. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2002, 270 s. ISBN 80-210-3083-6.

STERN, Jan. *Totem, incest a odkouzlení buržoazie: (psychoanalytické eseje)*. Vyd. 1. Praha: Malvern, 2007, 279 s. ISBN 978-808-6702-285

STERN, Jan. *Média, psychoanalýza a jiné perverze: (psychoanalytické eseje)*. Vyd. 1. Praha: Malvern, 2006, 221 s. ISBN 80-867-0213-8.

Prameny:

CVRČEK, Miroslav. Eurozáchrana. *Reflex: společenský týdeník*. Praha: Ringier ČR, roč. 2010(č. 18). ISSN Reflex.

KNAPOVÁ, Adéla. Rudé řecké dusno. *Reflex: společenský týdeník*. Praha: Ringier ČR, roč. 2010(č. 19). ISSN Reflex.

KUNDRA, Ondřej. Oranžový kvíz. *Respekt*. Praha: Economia, roč. 2010(č. 20).

LANDERGOTT, Josef; ŠTEFEK, Jiří. Oheň v Augiášově chlívě. *Týden*. Praha: EMPRESA MEDIA , roč. 2010(č. 19).

MACHÁČEK, Jan. Krach elit. *Respekt*. Praha: Economia, roč. 2010(č. 19).

ŠAFR, Pavel. Hostina řeckých bohů. *Reflex: společenský týdeník*. Praha: Ringier ČR, roč. 2010(č. 19). ISSN Reflex.

Internetové zdroje:

BBC News [online]. [cit. 2011-12-28]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/news/business-15301826>

Český dluh je osmý nejbezpečnější na světě. ČT 24 [online]. [cit. 2011-12-28]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/84850-cesky-dluh-je-osmy-nejbezpecnejsi-na-svete/>

KLEKNER, Radim. *Řecko zveřejní jména všech neplatičů daní*. [online]. [cit. 2012-02-19].
Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/zahranici/evropa/clanek.phtml?id=717761>

STRMISKA, Zdeněk. *Irsko trápí hluboký hospodářský propad a zahraniční dluhy*. [online]. [cit. 2011-12-27]. Dostupné z: <http://www.finance.cz/zpravy/finance/288194-irsko-trapi-hluboky-hospodarsky-propad-a-zahranicni-dluhy/>

Marxists Internet Archive. [online]. [cit. 2012-02-15]. Dostupné z:
<http://www.marxists.org/glossary/terms/f/a.htm#false-consciousness>