

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Ing. Katarína Midulová

**Mediální reprezentace kauzy Gorila
v slovenských a českých médiích**

Diplomová práce

Praha 2013

Autor práce: **Ing. Katarína Midulová**

Vedoucí práce: **Mgr. Vlastimil Nečas**

Rok obhajoby: **2013**

Bibliografický záznam

MIDLUVÁ, Katarína, *Mediální reprezentace kauzy Gorila v slovenských a českých médiích*, Praha, 2013. 87 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Vlastimil Nečas.

Abstrakt

Diplomová práca sa zaoberá mediálnym obrazom politickej kauzy Gorila v slovenských a českých spravodajských denníkoch. Teoretickým základom práce je charakteristika a rôzne aspekty vzťahu politiky a médií v danom spoločenskom systéme, mediálne rámcovanie politického diania a normatívne aspekty vyváženosti v spravodajstve. Na uvedené nadväzuje definícia škandálu a špecifické znaky medializácie politických škandálov. Cieľom práce je aplikovať tieto teoretické koncepty na danú kauzu a empiricky overiť, nakoľko platia v prípade kauzy Gorila. Súčasťou šetrenia je aj analýza zdrojov a následné zhodnotenie ich vyváženosti. K empirickému šetreniu je v práci využitá metóda kvantitatívnej obsahovej analýzy. Dané zistenia preukazujú silnú frekvenciu pokrytia kauzy Gorila, väčšinovú orientáciu na elitné (politické) zdroje a časté vyobrazenie určitých typov aktérov na úkor iných (v spojení s danou kauzou). Z daných zistení je navyše zrejmé, že médiá nevenovali pozornosť faktu, že autenticita zdrojového materiálu kauzy nebola oficiálne potvrdená.

Abstract

The diploma thesis deals with media representation of Slovak political case „Gorilla“ in Slovak and Czech print dailies. The thesis builds upon the theoretical principles of the relationship between politics and media in a given societal system, media framing of political news, and normative aspects of balance in the news. A definition of scandal follows as well as description of fundamental characteristics of promotion in the media of political scandals in particular. The thesis aims at application of this theoretical basis on the aforementioned case and its empirical verification. The empirical research includes source analysis and an evaluation of the source balance. A quantitative content analysis is used for these purposes. The results show an intense media coverage of the case and a major media focus on elite (political) resources as well as a frequent representation of particular political actors at the expense of others (related to the case).

The results also demonstrate that media did not reflect the fact, that the authenticity of the Gorila document which was the origin of the case was not officially proven at the time.

Klíčová slova

politická komunikace, skandál, rámcování, Gorila, vyváženost, Slovensko

Keywords

political communication, scandal, Gorila, balance, Slovakia

Rozsah práce: 168 519 znaků

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a 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.....

Ing. Katarína Midulová

.....

Poděkování

Na tomto mieste by som chcela vyjadriť veľké poďakovanie vedúcemu svojej diplomovej práce Mgr. Vlastimilovi Nečasovi za venovaný čas, trpezlivosť, snahu, pochopenie, ústretovosť a veľkú odbornú pomoc pri písaní tejto diplomovej práce. Ďalej by som chcela poďakovať svojim rodičom a priateľom za psychickú podporu pri spracovaní náročnej témy. V neposlednom rade by som chcela vyjadriť veľké ďakujem vydavateľstvám denníkov Pravda a Hospodárske noviny za ochotu a predaný materiál, ktorý je zdrojom analýzy v mojej práci.

Institut komunikačných štúdií a žurnalistiky UK FSV
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Razítko podatelny:

Bc. Katarína Midulová

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2010/2011

E-mail diplomantky/diplomanta:

katie.lara@gmail.com

Studijní obor/typ studia:

Mediální studia – navazující magisterské

Předpokládaný název práce v češtině:

Mediální reprezentace kauzy „Gorila“ ve slovenských a českých médiích.

Předpokládaný název práce v angličtině:

Media representation of the „Gorilla“ case in Slovak and Czech media.

Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: ZS 2012)

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012):

LS 2012/2013

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):

Práca bude vychádzať z teoretického modelu mediálneho rámcovania politických škandálov a káz, spracovaným v odbornej literatúre, a to najmä od autorov Johna Thompsona (Political Scandal, James Lull, Stephen Hinermana (Media Scandals) a z obecného východiska charakteristiky vzťahu politiky a médií. Táto téma je vzhľadom na súčasné politické dianie a jeho obraz v mediálnej produkcii tlačených periodík veľmi aktuálna v slovenskom i českom mediálnom prostredí. Teoretický základ témy bude aplikovaný na vybrané české a slovenské tlačové periodiká, na ktorých bude sledovať frekvenciu a spôsob rámcovania konkrétneho incidentu – politickej kauzy „Gorila“ zo slovenského prostredia. V rámci skúmania českých médií bude na túto udalosť nahliadané ako na zahraničné spravodajstvo o politicky aj kultúrne blízkej krajine. Metodologicky bude na tento účel použitá kvantitatívna a komparatívna analýza sledovaných periodík a relevantných obsahov. Zároveň bude práca porovnávať české a slovenské mediálne prostredie na základe odborných charakteristík.

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):

Práca bude aplikovať teoretické charakteristiky reprezentácie politických škandálov na konkrétnu udalosť, ktorá sa vyznačovala veľmi intenzívnym mediálnym pokrytím. V rámci toho sa práca zameria jednak na postup, akým médiá o kauze v jej priebehu informovali, ako aj kontext a formu, v akých bola prezentovaná. Analýzu slovenských médií doplní výskum reprezentácie tejto kauzy v českých médiách, a to s prihliadnutím na fakt, že sa jedná o zahraničné spravodajstvo o geograficky, politicky aj kultúrne blízkej krajine. V oboch prípadoch predpokladám, že v porovnaní s minulými politickými kauzami sa jedná o značne intenzívnejšie mediálne pokrytie udalosti. Pokiaľ sa tento predpoklad potvrdí, vychádzajúc z teoretického základu bude práca odpovedať na otázku, prečo tomu tak je a aké trendy v reprezentácii politických škandálov vo všeobecnosti sa budú dať očakávať v najbližších rokoch.

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

1. Média a politika
 - a. Moc a koniec authority
 - b. Škandalizácia ako naratívny princíp médií
 - c. Technologická premena, decentralizácia komunikácie a vplyv týchto trendov na mediálnu reprezentáciu politického diania
 - d. Politické škandály a ich reprezentácia v médiách
 - i. Vymedzenie politického škandálu
 - ii. Rámcovanie politických afér, škandálov a káz v printových médiách
2. Slovenské a české mediálne prostredie a kauza „Gorila“
 - a. Charakteristika mediálneho a politického prostredia v ČR a SR a ich začlenenie do teoretických modelov
 - b. Charakteristika skúmaných tlačených periodík
 - c. Priebeh a popis škandálu „Gorila“
3. Výskumná časť
 - a. Vymedzenie metodológie, výskumných otázok a hypotéz
 - b. Kvantitatívna obsahová analýza sledovaných periodík v SR a ČR
 - c. Špecifiká mediálnej reprezentácie prípadu „Gorila“ v porovnaní s vybranými uplynulými politickými kauzami na SR
 - i. SR: ako domáce spravodajstvo
 - ii. ČR: ako zahraničné spravodajstvo
 - d. Komparácia, závery

Prvá kapitola predstavuje teoretický úvod do problematiky a kontext, do ktorého téma práce spadá. Prvá kapitola čitateľa oboznámi so základnými charakteristikami a pravidelnosťami, s akými médiá informujú o politických aférach a škandáloch s ťažiskom na tlačené periodiká.

Druhá kapitola práce sa bude venovať hlavne začleneniu a charakteristike slovenskej a českej printovej mediálnej krajiny, ich špecifikám a rozdielom; zároveň zoznámi čitateľa s priebehom skúmaného príkladu, politickej kauzy „Gorila“.

Posledná kapitola bude samotným výskumom – oboznámi čitateľa s formulovaným výskumnými otázkami a hypotézami, ktoré bude overovať. Kvantitatívna obsahová analýza bude aplikovaná na prípad „Gorila“, nasledovať bude porovnanie reprezentácie tejto kauzy s teoretickým základom a vyzdvihnutie jej špecifik. Kapitola bude sledovať jednak spôsob reprezentácie tejto kauzy slovenskými médiami, jednak aj českými – tu bude mapovať kauzu ako súčasť zahraničného spravodajstva.

Vymezení podkladového materiálu (např. tituly a období, za které budou analyzovány):

Obdobie: december 2011 – marec 2012

Tituly:

ČR: denník MF Dnes; denník Právo; denník Hospodářské noviny

SR: denník SME; denník Pravda; denník Hospodárske noviny

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Kvantitatívna analýza obsahu: frekvencia, rozsah, umiestnenie, odkazy na zdroje, vyváženosť

Komparácia medializácie danej kauzy s uplynulými politickými škandálmi

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

BERGER, Arthur Asa. *Media and communication research methods: an introduction to qualitative and quantitative approaches*. 2nd ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, c2011, xvii, 341 p. ISBN 14-129-8777-6.

Kniha predstavuje kvantitatívne a kvalitatívne metódy výskumu v oblasti médií a komunikácie.

BOORSTIN, Daniel J. *The image*. 1st Vintage Books ed. New York: Vintage Books, 1992, x, 319 p. ISBN 06-797-4180-1.

Autor predstavuje termín „pseudoudalosť“ ako udalosť, ktorej primárnym účelom existencie je fakt, že bude medializovaná. Definuje v knihe celebritu ako „osobu, ktorá je známa tým, že je známa“ a tiež sa venuje spravodajskej tvorbe.

CASTELLS, Manuel. *Communication power*. New York: Oxford University Press, 2009, xvii, 571 p. ISBN 01-995-6704-2.

Kniha pojednáva o rozvoji komunikačných technológií a do tohto kontextu umiestňuje proces politickej komunikácie. Prezentuje teóriu moci založenú na ovládaní komunikačných sietí. V knihe sa venuje aj politike škandálov.

COOK, Timothy E. *Governing with the news: the news media as a political institution*. 2nd ed. Chicago: University of Chicago Press, 2005, xi, 313 p. ISBN 02-261-1501-1.

Autor v knihe nahliada na spravodajské médiá ako na fakticky politickú inštitúciu, ktorá je súčasťou dennej činnosti vládnych kruhov.

HALLIN, Daniel C a Paolo MANCINI. *Systémy médií v postmodernom svete: tri modely médií a politiky*. Vyd. 1. Preklad Tomáš Trampota. Praha: Portál, 2008, 367 s. ISBN 978-807-3673-772.

Kniha predstavuje prehľad mediálnych systémov euro-amerického priestoru. Umožňuje nahliadnuť do príčin rozdielností prístupu médií k politickému daniu.

HINERMAN, Edited by James Lull and Stephen. *Media scandals: morality and desire in the popular culture marketplace*. Reprinted. Cambridge: Polity Press, 1997. ISBN 07-456-1886-3.

Kniha predstavuje analýzu produkcie a prezentácie mediálnych škandálov v modernej kultúre. Odpovedá na otázku, či sú škandály formou legitímnej žurnalistiky alebo prejavom morálneho úpadku spoločnosti.

THOMPSON, John B. *Political scandal: power and visibility in the media age*. Malden, MA: Blackwell, 2000, xiii, 324 p. ISBN 07-456-2550-9.

Autor v knihe prezentuje systematickú a širokú analýzu fenoménu politických škandálov. Taktiež vysvetľuje, prečo sa medializované politické škandály v poslednej dobe značne rozšírili.

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

GERŽOVÁ, Martina, Mediální obraz politického lídra komparačná obsahová analýza denníků Sme a Pravda v letech 1992 a 2006, Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, 2009 (bakalárska práca), vedúci práce PhDr. Jaromír Volek, Ph.D.

JÍLKOVÁ, Helena, Proměny chování českých médií na příkladu "politických skandálů" 1997-2007, Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2008 (diplomová práca). Vedúci

práce PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D.
LEBEDOVÁ, Eva, Role negativních kampaní v systému politické komunikace České republiky, Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta, 2010(dizertačná práce), vedúci práce Doc. Mgr. Pavel Šaradín, Ph.D.

Datum / Podpis studenta/ky

5.6.2012

.....

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

Obsah

ÚVOD.....	4
1 POLITIKA A MÉDIÁ.....	8
1.1 Štyri teórie tlače a ich kritika.....	8
1.2 Mediálne systémy ako úroveň stretu politiky a médií	11
1.3 Médiá ako extenzia verejného priestoru	14
1.4 Médiá a rámcovanie politického diania.....	15
1.4.1 Kritika politickej žurnalistiky a vyváženosť v spravodajstve.....	18
1.4.2 Spravodajské zdroje ako ukazovateľ vyváženosti a rozmanitosti	19
1.5 Dopad politiky reprezentovanej v médiách.....	22
1.6 Dynamika politickej komunikácie	24
1.6.1 Posúvanie hraníc medzi verejným a súkromným.....	26
1.6.2 Postavenie autorít.....	26
2 ŠKANDÁL AKO NARATÍVNY RÁMEC MÉDIÍ.....	28
2.1 Definičia škandálu	28
2.1.1 Pôvod termínu a význam označenia „škandál“ dnes	28
2.1.2 Politický škandál.....	31
2.1.3 Škandál a symbolická moc.....	34
2.1.4 Typológia škandálov.....	35
2.2 Škandál v médiách.....	36
2.2.1 Novinárska konštrukcia škandálov.	40
2.2.2 Fázy a dôsledky medializovaného škandálu	42
2.3 Kauza Gorila.....	44
3 MÉDIÁ A POLITIKA NA SLOVENSKU A V ČESKEJ REPUBLIKE	46
3.1 Mediálna krajina v Slovenskej republike	46
3.1.1 Stručná charakteristika periodickej tlače na Slovensku.....	48
3.2 Médiá v Českej republike	49
4 VÝSKUMNÁ ČASŤ	51
4.1 Vymedzenie výskumného problému a definícia výskumných otázok.....	51
4.1.1 Výskumná otázka 1.....	51
4.1.2 Výskumná otázka 2.....	52
4.1.3 Výskumná otázka 3.....	52
4.1.4 Výskumná otázka 4.....	53
4.1.5 Výskumná otázka 5.....	54
4.2 Vymedzenie výskumnej metódy	54
4.2.1 Kvantitatívny a kvalitatívny výskum médií.....	54

4.3	<i>Popis analyzovaného vzorku</i>	58
4.4	<i>Výsledky</i>	59
4.4.1	<i>Výskumná otázka 1</i>	59
4.4.2	<i>Výskumná otázka 2</i>	63
4.4.3	<i>Výskumná otázka 3</i>	64
4.4.4	<i>Výskumná otázka 4</i>	65
4.4.5	<i>Výskumná otázka 5</i>	68
	ZÁVER	72
	ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV	76
	ZOZNAM PRÍLOH	81
	PRÍLOHY	82
	ZOZNAM SKRATIEK	87

Zmeny oproti schváleným tézám

Po dohode s vedúcim práce došlo v priebehu spracovania práce k nasledujúcim zmenám oproti schváleným tézám:

- a.) práca sa neporovnáva mediálnu reprezentáciu kauzy Gorila s predchádzajúcimi kauzami, a to po konzultácii s vedúcim práce a na základe zhodnotenia, že by práca podrobne analyzujúca minulé politické kauzy výrazne prekračovala daný rozsah.
- b.) Obsahová analýza nezahŕňa veľkosť článkov a umiestnenie. Na základe doporučenia vedúceho práce a vzhľadom na rozličný dostupný formát zdrojového materiálu by totiž v opačnom prípade mohli byť výsledky skreslené. Formát dostupného materiálu, konkrétne elektronické archívy denníkov Pravda a Hospodárske noviny, sa behom doby písania práce zmenil. Túto skutočnosť potvrdili samotné vydavateľstvá a poskytli mi alternatívny formát, ktorý však nebol pre denníky rovnaký. Túto skutočnosť uvádzam vo výskumnej časti ako jeden z nedostatkov.

Úvod

Protesty, násilie, verejné pohoršenie – aj takto by sa dali popísať predvolebné mesiace na Slovensku v roku 2012. Na titulných stránkach slovenských denníkov sa od decembra 2011 začal objavovať názov „Gorila“, ktorý ale nesúvisel s bežnou konotáciou, akú toto pomenovanie má. Gorila zaplnila titulné stránky denníkov aj úvodníky spravodajských relácií ako názov slovenskej politickej kauzy, ktorá sa, podľa spisu s rovnakým názvom, týka elitných politických špičiek spájaných s ilegálnymi korupčnými transakciami. Nielen médiá ale aj odborníci túto udalosť hodnotili ako najväčší politický škandál od čias vzniku samostatnej Slovenskej republiky. Podľa obsahu spisu, ktorý bol zdrojovým materiálom obvinení v kauze, je totiž korupcia a napojenie na finančné skupiny inherentnou súčasťou slovenskej politiky.

O Gorile a iných politických prečinoch by sme sa my – nezúčastnení - detailne nedozvedeli bez toho, aby zaplnila naše obývačky, sociálne siete a novinové stánky. Pritom informácie o pôvode spisu boli od začiatku nejasné, zverejnené anonymne „niekde“ na internete. Síce zahŕňali osoby, ktorých rozhodnutia a jednanie sú veľmi dôležité pre chod štátu, ale nebolo to po prvýkrát, čo by takýto internetový „upload“ dopadol len ako ďalšia konšpiračná teória, ktorá chvíľu prežíva na sociálnych sieťach, pokiaľ neupadne do zabudnutia ako ďalší s výmyslov. Gorila však bola v tomto špecifická – tému prebrali hlavné spravodajské denné periodiká (o elektronických médiách ani nehovoriac) a aj napriek tomu, že sa spočiatku jednalo o neoverený spis, bola Gorila na programe dňa. Navyše samotné médiá (denník SME) potvrdili, že materiál, ktorý bol predmetom škandálu, obdržali už v roku 2009, ale rozhodli sa ho nezverejniť. Prečo bol materiál, ktorý predtým médií považovali médiá za irelevantný, v roku 2011 zdrojom veľmi vážnych politických obvinení, ktoré médiá prezentovali? Komentátori tvrdia, že Gorila bola účelovo zverejnená spravodajská hra, ktorá mala za cieľ politicky zdiskreditovať koalíčné strany pravého stredu. Je pravda, že médiá tento fakt reflektovali, alebo skôr preberali vyhlásenia politikov, ktoré určovali tému daného článku?

Rozpor medzi vážnymi pochybnosťami o autenticosti a intenzívna medializácia kauzy Gorila v predvolebnom období ma priviedol k téme tejto práce. Gorila ako škandál by nemohla existovať bez prezentácie daných skutočností v určitom kontexte, či rámci, do ktorého ju médiá vsadili. Politici ani verejnosť by spisu a okolnostiam nevenovali toľko

pozornosti, keby mu relevanciu neprisúdili médiá. Tie ho zároveň prezentovali ako najväznejší problém v slovenskej politickej kultúre od roku 1989. Táto reprezentácia vyústila v masovú aktivizáciu verejnosti, ktorá nabrala formu početných protestov „proti Gorilám“ na Slovensku aj v zahraničí.

Je pravda, že politické škandály týkajúce sa elitných osôb (sexuálne, finančné, kriminálne) venujú vždy médiá priestor. Je to z viacerých dôvodov – médiá majú za úlohu informovať čitateľa o relevantných záležitostiach, poskytnúť mu priestor a dostatok znalostí na to, aby sa v určitých situáciách vedel rozhodnúť na základe svojho vlastného uváženia. Zároveň v demokratických režimoch platí, že médiá môžu slobodne informovať občana o politických záležitostiach a zároveň ich kriticky reflektovať. Politické škandály reprezentované médiami sú špecifickým prípadom „preukázania“ kontrolnej role médií v danom spoločenskom systéme. Škandál je vlastne jedným z ukazovateľom vzťahu politiky a médií. Keďže politický škandál predstavuje veľmi kritickú reflexiu, až pranierovanie daných mocenských elit, dalo by sa povedať, že dané médium funguje v systéme, ktorého legislatívne nastavenie umožňuje kriticky reflektovať samého seba. Médiá dnes navyše majú rozmanitejšie komunikačné nástroje, ktorými škandál prezentujú. V dôsledku decentralizácie komunikácie a deprofesionalizácie žurnalistiky sme dnes svedkami možností šírenia obsahu, ktoré nutne nezahŕňajú redakčné overovanie informácií, investigatívne novinárske aktivity a veľmi rýchle šírenie dátového obsahu. Toto všetko sú podmienky, ktoré majú vplyv na potenciál vzniku (nielen) politického škandálu.

Mojou úlohou je v práci prezentovať, ako sa ku kauze Gorila stavali slovenské a české médiá. Spájali ju viac s určitými politickými aktérmi než s inými? Z akých zdrojov do článkov čerpali? Do akého rámca danú kauzu začleňovali a v neposlednom rade – ako sa stavali k autenticite daného spisu? Na tieto a ďalšie súvisiace otázky sa pokúsím v práci odpovedať.

Daná kauza časovo súvisí aj s konaním predčasných volieb v marci 2012, preto sa budem zameriavať na politických aktérov, ktorých médiá s danou kauzou spájali, a ktorým prisudzovali za daný korupčný škandál zodpovednosť. Tri slovenské tlačené periodiká, ktorých obsah bude predmetom analýzy, sú spájané (v bežnej reči ale aj v odbornej literatúre) s určitým politickým profilovaním.

Prvá kapitola práce sa venuje samotnému vzťahu politiky a médií v danom spoločenskom systéme. Na tomto základe som schopná logicky vyvodit' podmienky, za akých môže medializácia politických prehreškov a ich označenie ako škandál vzniknúť. Rámcovanie politického diania v médiách je pokračovaním teoretického základu danej problematiky. V súvislosti s rámcovaním sa venujem aj definícii a skúmaniu vyváženosti v spravodajstve. Na doplnenie uchopenia danej problematiky prezentujem dopad politiky prezentovanej v médiách a stručnú charakteristiku premien v politickej komunikácii, ktoré majú spolu s ostatnými vývojovými trendmi vplyv na pravdepodobnosť vzniku politického škandálu.

Druhá kapitola skúma fenomén medializovaného škandálu. K lepšiemu uchopeniu samotnému označeniu „škandál“ prezentujem viacero definícií, ktoré zároveň obsahujú typológiu a diskusiu nad priamou účasťou médií na škandalizácii. Pozornosť tiež venujem odbornej kritickej reflexii medializácie politických priestupkov. Osobitá podkapitola sa zmeriava na novinárske uchopenie škandálov, ich rámcovanie a diskusiu o mediálnej konštrukcii škandálov.

Tretia kapitola pomerne stručne čitateľovi predstavuje slovenskú a českú mediálnu krajinu, jej súčasné špecifiká a hlavné spravodajské denníky. Pokladala som za relevantné do tejto kapitoly zahrnúť aj samotnú podrobnejšiu charakteristiku kauzy Gorila. Popisujem jej priebeh a uvádzam tvrdenia, ktoré ju kriticky reflektovali. Zdrojmi týchto tvrdení sú pre mňa odborníci na politické prostredie na Slovensku a nezávislé inštitúcie.

Poslednou kapitolou je samotné empirické šetrenie. Ako metódu som zvolila kvantitatívnu obsahovú analýzu. Tento postup som vybrala z dôvodu rozsahu skúmaného materiálu a vhodnosti ukazovateľa skúmaných aspektov. Zvolené teoretické koncepty a tvrdenia, ktoré som sa rozhodla testovať, som aplikovala na definíciu premenných a na dané kategórie.

Odborná literatúra venujúca sa vzťahu politiky a médií zahŕňa najmä monografie autorov Hallin, Mancini (2008), Siebert et al. (1963), Cook (2005) a Wolfsfeld (2011) a z rad českých autorov je to napríklad Růžička (2011). Teoretický základ pre mediálne rámcovanie politickej reality obsahujú diela Reeseho (2003), Entmana (1993) a napríklad Lillekera (2006). McNair (2003) pojednáva o politickej komunikácii a jej mediálnej reprezentácii a dynamiku verejných komunikačných procesov a ich dnešné

špecifické charakteristiky prezentuje vo svojich prácach McQuail (1992, 1999). Téma (nielen) politického škandálu vo vzťahu k médiám sa rozsiahle venuje Thompson (2000), Lull, Hinerman (1997), ale aj pomerne nedávna publikácia od Allerna a Pollacka (2012) a množstvo odborných článkov. Spomedzi odborných publikácií na charakteristiku slovenských médií som zvolila monografie Dinku (2010), Brečka et al. (2010), či odborné publikácie od Školkaya (napr. 2001).

Pri uvedení skúmaného materiálu musím uviesť možné malé skreslenie v súvislosti s formátom materiálu daných denníkov. Denník SME a Pravda mi poskytol interaktívny náhľad do svojej tlačenej formy prostredníctvom webových stránok vydavateľstiev, ale od denníka Hospodárske noviny som mala len januárové vydania vo formáte PDF, napriek tomu, že časový rozsah skúmaného materiálu bol širší. Ostatné články som mala k dispozícii len ako text na webových stránkach. Zdrojovým materiálom k analýze českých médií pre mňa bol archív Newton Media, ktorý obsahoval všetky potrebné identifikačné údaje.

Za menší nedostatok výskumu môže čitateľ považovať aj fakt, že som vzhľadom na rozličný formát zdrojového materiálu nebola schopná kvantifikovať priestor (v počte znakov), aký kauze denníky venovali. Som si tohto nedostatku vedomá a pokúsila som sa ho aspoň sčasti vykompenzovať štatistickými výpočtami frekvencie (počtu) článkov o kauze Gorila.

1 Politika a médiá

Mediálna reprezentácia politického škandálu je kritickým obrazom mocenských elít v krajine. Médiá, ktoré v danej krajine pôsobia, musia byť teda do väčšej či menšej miery od politiky autonómne, aby ju mohli kriticky reflektovať. Predpokladám, že miera, do akej sa voči politickej moci vymedzujú, má vplyv spôsob rámcovania a intenzitu výskytu škandálov a prezentovaných politických káuz. Preto som sa rozhodla teoretickú časť mojej práce otvoriť východiskami, ktoré približujú postavenie médií vo vzťahu k politickému usporiadaniu danej krajiny.

Fungovanie médií sa z veľkej miery a často odvíja od ich vzťahu k politickej moci a regulačných nastavení. Médiá teda fungujú v určitom politickom rámci, ktorý ovplyvňuje ich funkciu, účel a spoločenský dopad. Zároveň s tým reflektujú stav spoločnosti, vzťahy medzi jednotlivcami a inštitúciami. Vo viac či menej rozmanitých mediálnych systémoch môžeme nájsť charakteristiky, ktoré sa pre určité krajiny zhodujú. Na základe toho sa dajú odvodiť modely, ktoré poskytujú teoretický základ pre pochopenie fungovania médií v danom politickom systéme. Modely predstavujú pomocný nástroj pri charakteristike funkcie, zásahu a spoločenského dopadu médií v danom spoločenskom usporiadaní. Je pomocou nich taktiež poznateľné, akým spôsobom médiá reprezentujú politickú realitu.

1.1 Štyri teórie tlače a ich kritika

Jedným z dnes už klasických teoretických východísk, pomocou ktorých sa dajú priblížiť rôzne druhy vzťahu médií a politiky sú 4 teórie tlače (*Four theories of the press*) (Siebert et al., 1963). Tieto teórie odkazujú k rozdielnej politickej funkcii médií v závislosti na politickom usporiadaní spoločenského systému. V každej z teórií tak majú médiá nielen odlišnú funkciu, ale sú zároveň spojené s inými normatívnymi požiadavkami, ktoré na nich systém uplatňuje.

V historicky najstaršom, *autoritatívnom* systéme fungovali médiá ako nástroj centrálnej moci, ktorá ich využívala ku komunikácii svojej selekcie informácií. Tento typ mocenského usporiadania teda eliminoval funkciu médií ako dozorcú nad vládnymi aktivitami. Táto teória je v praxi najviac viditeľná v 16. a 17. storočí a dnes je už záležitosťou minulosti, avšak niektoré jej črty sa prejavujú dodnes. Daný teoretický model je však relevantný stále, bol totiž základom ustanovovania mediálnych systémov

vo viacerých dnešných európskych demokraciách, ktoré zažili v minulosti autoritatívne formy vládnutia.

Rozvoj ľudských práv, osvietenstvo a nárast vzdelanosti dali postupne priestor novému konceptu usporiadania médií a politiky – *Libertariánskemu*. V ňom médiá nefungujú ako nástroj centrálnej moci určený k šíreniu určitého obrazu reality, ale ako sprostredkovateľ informácií širokej verejnosti, ktorý je zároveň autonómne fungujúca jednotka nezávislá na štátnej moci a vplyve. Prístup k týmto informáciám majú všetci gramotní občania a tieto informácie by mali byť čo najrozmanitejšieho a najvyváženejšieho charakteru. Občan by mal byť schopný si na ich základe vytvoriť slobodný názor, úsudok, či uskutočniť rozhodnutie. Médiá sú takto súčasťou vládnuceho procesu (ibid.:4). Niektorí odborníci tvrdia, že v tejto forme usporiadania sú médiá štvrtým pilierom moci (*fourth estate*) (napríklad McNair, 2003: 65), ktorý má funkciu sprostredkovateľa, a to jednak medzi subjektmi politického prostredia, a taktiež nimi a verejnosťou. Cook (2005) navyše argumentuje, že médiá, snažiace sa o autonómiu, ale zároveň sledujú určité rutiny v svojej práci, sa stávajú politickými inštitúciami. „*Reportér je kľúčovým účastníkom rozhodovacieho procesu*“ a vznikajúca verejná politika môže byť výsledkom interakcie medzi politickými subjektmi a médiami (Cook, 2003: 3) Avšak aj napriek tomu, že novinári sa snažia pracovať autonómne, obsah, ktorý prezentujú je v podstate mimo ich absolútnu kontrolu (ibid.: 7)

Ďalší model súvisí s premenami mediálneho trhu v čase. Vývoj spoločnosti aj médií charakterizuje viacero aspektov. Tými časovo „najmladšími“ sú napríklad centralizácia vlastníctva a komodifikácia mediálnych obsahov. Mediálne obsahy dnes majú charakter zábavnej produkcie a toho, čo má potenciálny úspech u väčšiny, pretože sa orientujú na masové, nie menšinové publikum. S tým samozrejme súvisí ich dnešný podnikateľský charakter. Práve s týmto vývojom súvisí vznik teórie *sociálnej zodpovednosti*. Vzhľadom na to, že médiá prestávajú fungovať ako poskytovateľ vyvážených informácií a nezastupujú všetky sociálne skupiny (ponúkajú jednoliate obsahy), vzniká opäť potreba štátneho zásahu, aby sa táto funkcia médií byť vyváženým šíriteľom informácií nestratila úplne.

Posledná teória tlače je *sovietska*. Tá podľa autorov vychádza svojou podstatou z autoritatívnej teórie, a to hlavne tým, že médiá v danom prostredí fungujú ako „predĺžená ruka“ politickej moci. Ako vyplýva z názvu, táto teória vznikla v bývalom

Sovietskom zväze a bola následne prakticky rozšírená do ostatných krajín sovietskeho vplyvu. Médiá sú vlastnené a ovládané štátom. Distribuovaná „pravdou“ je to, čo centrálna moc definuje ako pravdu. Komunikované informácie preto nie sú výsledkom snahy o vyvážený obraz reality.

Štyri teórie tlače sa stali veľmi vplyvným konceptom v mediálnych štúdiách. Od doby, kedy boli teórie po prvýkrát prezentované, uplynulo už vyše 60 rokov a stretli sa s rozsiahlou kritickou reflexiou. Niektorí autori (napríklad Hallin, Mancini: 2008: 39) ich dnes považujú za prekonané. Kritici vidia slabinu teórií jednak v období ich vzniku (obdobie studenej vojny) a taktiež v dôraz na filozofiu tlače na úkor empirickej (porovnávej) analýzy. Nerone (2005: 18-21) označuje teórie za príliš zjednodušené, ktorým chýba relevancia v praxi. Zároveň sú podľa neho všetky odvodené z pohľadu jednej z nich – klasického liberalizmu. Popis modelov tak v sebe obsahuje vlastný normatívny „*bias*“, keďže sú založené na „*filozofii slobody s etnocentrickým základom*“ (Trappel et al., 2011: 26).

McQuail (1992:65) taktiež poukazuje na dobový kontext vzniku štyroch teórií a zjednodušujúcu dichotómiu odrážajúce vtedajšie bipolárne medzinárodné usporiadanie. Sám teóriu rozširuje o dve ďalšie – *rozvojovú* a *demokraticko-participačnú* (McQuail, 1999: 159), ktoré majú odrážať situáciu v ostatných krajinách. Rozvojová teória pokrýva krajiny, ktoré prešli výrazne odlišným politickým a hospodárskym vývojom. Dnes sa nachádzajú v tranzitnom období medzi minulou kolonizáciou, či zaostalosťou a lepším hospodárskym postavením. Vzhľadom na špecifické podmienky, v akých tieto krajiny existujú (napríklad nedostatok finančných prostriedkov, zaostalá infraštruktúra, nízke vzdelanie, závislosť médií), McQuail normatívne poukazuje na inú funkciu médií, a to vzdelanostnú, kultúrne a národne rozvojovú. Zároveň by sa mali médiá snažiť o čo najautonómnejšie postavenie a rozvoj demokracie. Demokraticko-participačná teória kritizuje masovosť komunikácie, unifikáciu obsahov a dominantné postavenie médií. Odkazuje k potrebe alternatívnych médií, ktoré by poskytovali priestor pre participáciu a interakciu menším sociálnym skupinám či komunitám. (ibid.: 158-159).

Snahou o vytvorenie systémového konceptu vo vzťahu médií a politiky na empirickom základe je napríklad kontingenčný model komunikácie (Wiio, 1983 in Trappel et al., 2011: 28). Wiio zároveň vymedzil dva typy modelov: Marxistické (dôraz na

odosielateľa) a pluralistické (dôraz na prijímateľa), ktoré sa odvíjajú od formy vlastníctva a kontroly médií, práva prijať a odoslať informácie a miery otvorenosti prijímateľa a komunikačného systému¹.

Médiá tak môžu vo vzťahu k politike fungovať ako jej kritik a arbiter politickej moci, ale aj ako zúčastnená strana v prípade konfliktu. Príkladom takejto situácie môžu byť rôzne obvinenia smerujúce od strany politikov k médiám. Týkajú sa väčšinou neželane zverejnených informácií, sťažností založených na ochrane súkromia, či kritiku stranenia médií. V danom spore médiá často obhajujú svoje práva, slobodu tlače a mediálnu legislatívu (Dinka, 2010:14).

1.2 Mediálne systémy ako úroveň stretu politiky a médií

Iný a veľmi vplyvný koncept teoretického rámcovania fungovania médií v politickom systéme prezentujú Daniel C. Hallin a Paolo Mancini (2008). Prostredníctvom porovnávacej analýzy na základe vzorku 18 krajín Západnej Európy a Severnej Ameriky vytvárajú modely mediálnych systémov, ktoré približujú pomocou rovín, kde sa médiá a politika stretávajú.

Typy mediálnych systémov sú tu rozlíšené na základe štyroch kritérií. Prvým je vývoj mediálnych trhov s dôrazom na rozvoj masovej tlače. Miera prepojenia médií a politiky je obsiahnutá v druhom kritériu – politický paralelizmus – ktorému sa budem venovať vzhľadom na účel tejto kapitoly detailnejšie. Zvyšné dve kritériá sú vývoj novinárskeho profesionalizmu a stupeň a spôsob intervencie štátu do mediálneho systému. (Hallin, Mancini, 2008: 49).

Súčasná pozícia a funkcia médií v danej krajine je výsledkom formovania niektorých historických míľnikov a charakteristík spoločnosti. Jedným z nich je vývoj periodickej tlače. Hallin a Mancini sa v tejto súvislosti upriamujú na objem vydávaných periodík. Na tomto základe rozlišujú horizontálny a *vertikálny* typ komunikácie, a tieto koncepty dávajú do spojitosti s mediálnou reflexiou politiky. Noviny vydávané s malým nákladom boli charakteristické pre *horizontálny* typ komunikácie, ktorá prebiehala prevažne medzi politicky angažovanými mestskými elitami. Noviny s masovým nákladom mieria na iné cieľové publikum – bližšie nedefinované, kvantitatívne veľmi rozsiahle. Dalo by sa povedať, že takáto komunikácia je vertikálna a smeruje od

¹ Iné príklady typológie mediálnych systémoch sa dajú nájsť u autorov Gurevitch, Blumler (1990), Kleinstauber (1994)

politických elít k širokej verejnosti. Na základe vydavateľského nákladu novín je taktiež možné rozlíšiť, do akej miery boli médiá v danej krajine napojené na politické subjekty. Noviny horizontálnej komunikácie boli často financované politickými stranami či aktérmi. Oproti tomu masový náklad novín bola samostatne zarábajúca činnosť – podnikanie. Prepojenie so svetom politiky bolo teda menej výrazné (ibid.: 51-53)

V prepojení mediálnych a politických subjektov tak existujú medzi jednotlivými krajinami rozdiely. Líši sa aj stupeň politickej orientácie médií– niekde je badateľná, niekde takmer nepostrehnuteľná. Politické tendencie tlače boli zreteľné najmä v minulosti a súviseli s agitačným charakterom novín, či s funkciou informovať prevažne o politických aktivitách daného subjektu. Nie je pravdou, že dnes sú už minulosťou. S pomerom, akým sa politické spektrum danej krajiny podobá tomu mediálnemu, súvisí práve spomínaný termín politický paralelizmus. Politický paralelizmus zároveň môže ukázať, do akej miery sú médiá v danej krajine k politike vo vzťahu konformity, či kontradikcie, konfliktu.

Tento termín je definovaný ako „*miera podobnosti štruktúry mediálneho systému so štruktúrou stranického systému*“ (ibid.: 55). V dnešnej dobe, keď je minulý fenomén vydávania periodík priamo straníckymi orgánmi vo väčšine spoločností skôr vzácny, sa politický paralelizmus chápe viac ako tendenčná zhoda daného periodika s ideologickým umiestnením (napravo, naľavo, stred).

Jedným z foriem politického paralelizmu je organizačné prepojenie médií a iných organizácií, politického či nepochitického charakteru, ktoré ich finančne podporujú. Takéto priame napojenie na politické subjekty dnes však takmer zaniklo. Kritériom pre určenie miery politického paralelizmu je aj možné personálne prepojenie politickej a mediálnej sféry².

Politický paralelizmus sa môže prejaviť aj v spôsobe organizácie novinárskej práce a v jej definícii. V určitých krajinách existuje väčšia tendencia a priestor pre články a publikácie publicistického charakteru, avšak v iných prevažuje spravodajstvo. Odvíja

² Príkladom je osobnosť Silvia Berlusconiho – bývalý taliansky premiér a zároveň vlastník najväčšej mediálnej siete v krajine. Príkladmi z domáceho prostredia je – Radek John, ktorý pracoval ako redaktor pre TV Nova a neskôr začal svoje politické aktivity ako predseda strany Věci veřejné. Zo slovenského prostredia je príkladom Rado Baťo, ktorý sa po svojej novinárskej kariére v denníku SME stal hovorcom Ivety Radičovej (SDKÚ).

sa to tiež od toho, k čomu sa hlásia samotní novinári – buď k poskytovaniu neutrálnych faktov, alebo k vôli tieto fakty analyzovať a dávať do súvislostí.

Vo všeobecnosti sa politický paralelizmus prejavuje najmä v obsahu mediálnych zdelení. Pokiaľ sú mediálne organizácie politicky orientované, je otázkou obsahu, do akej miery sa v ňom táto tendenčnosť prejaví. Prelínanie mediálnych obsahov s politickými témami a preferencia určitých informácií, či zdrojov pred inými taktiež ovplyvňuje v danej krajine mieru politického paralelizmu.

Jednou z metód určenia politického paralelizmu je analýza mediálnych obsahov. Prostredníctvom skúmania selekcie zdrojov informácií, výrazových prostriedkov sa dá identifikovať politicky tendenčné smerovanie daného mediálneho subjektu. Dôležitú rolu v tejto súvislosti majú aj samotní novinári a funkcia žurnalistiky ako takej. Publicistika väčšinou poskytuje určitú politickú správu ktorej účelom je politicky formovať verejnú mienku, napriek tomu prevažne zábavná žurnalistika v publiku politickú angažovanosť nevzbudzuje. V rôznych systémoch funguje rozdielna organizácia novinárskej práce. Politický paralelizmus je identifikovateľný aj na porovnaní novinárskej kultúry a diskurzu a kultúry politickej. Politické presvedčenie danej mediálnej organizácie formuje aj kariéru novinára.

V súvislosti s mierou politického paralelizmu rozlišujú autori ešte termín vonkajšia a vnútorná pluralita. Vonkajšou pluralitou sa rozumie rozvrstvenie, množstvo a variabilita mediálnych organizácií či médiatypov v danej mediálnej krajine. Je logické, že v systéme s väčšou vonkajšou pluralitou je pravdepodobný intenzívnejší politický paralelizmus. Pri pluralitnom parlamente systéme takto rozvrstvené médiá odrážajú viac špecifických názorových prúdov a sú teda užšie zamerané na určitú menšiu cieľovú skupinu. Vnútorná pluralita je rozmanitosť zvnútra mediálnej organizácie. Existujú vydavateľské domy, ktoré vo svojich mediálnych produktoch prezentujú pluralitné politické tendencie a tak sa snažia vyvažovať jednotlivé politické póly vo svojej celkovej produkcii. V krajine s častým výskytom organizácií s vnútornou pluralitou je celkový politický paralelizmus slabší (ibid.: 57).

S termínom politický paralelizmus súvisí aj stupeň profesionalizácie žurnalistiky. Tento profesionalizmus je často chápaný (najmä v Západnej kultúre) ako úroveň politickej neutrality a objektivity. Z tohto uchopenia tiež vyplýva, že v systémoch s výrazným napojením médií na politický systém je profesionalizácia žurnalistiky nízka a naopak.

Z predchádzajúceho je zároveň zrejmé, že s narastajúcou profesionalizáciou žurnalistiky by mal v danej krajine klesať politický paralelizmus³.

Na základe uvedených kritérií rozlišujú daní autori tri mediálne systémy, a to polarizovane-pluralitný/stredomorský model, demokraticko-korporativistický/severo-stredoeurópsky model a severoatlantický/liberálny model.

1.3 Médiá ako extenzia verejného priestoru

Médiá v danom spoločenskom systéme nefungujú len ako reflexia politického diania pre pasívne publikum. Verejnosť je taktiež aktívnym prvkom v komunikácii verejných a politických tém. Priestor medzi politickou a súkromnou sférou, kde sa diskutujú témy týkajúce sa občianskeho verejného života, nazýva Habermas (2000) verejnou sférou. Je to priestor, ktorý vznikol s nástupom kapitalistickej spoločnosti a je oddelený od mocenských elít. Jeho ideálnym zosobnením je situácia, v ktorej majú k tejto diskusii rovnaký prístup všetky vrstvy spoločnosti a sú si navzájom rovné. Veľkú informačnú rolu pre diskusiu daných tém zohrávajú médiá.

Na médiá tak môžeme nahliadať nielen ako na komunikačného sprostredkovateľa, ale ako na poskytovateľa priestoru pre sociálnu komunikáciu verejnosti – priestoru *deliberácie* (Gastil, 2008). Deliberácia predstavuje proces skúmania či analýzy určitého problému a dosiahnutie riešenia, ktoré je dostatočne odôvodnené a je výsledkom „*všeobsažného a riadneho zváženia rozličných uhlov pohľadu.*“ (Gastil, 2008: 8). Deliberatívny priestor by mal teda byť priestorom, kde sú prezentované rôzne pohľady na daný problém a kde prebieha verejná diskusia, v ktorej majú jednotliví účastníci rovnakú možnosť sa zapojiť a prezentovať svoj pohľad na danú záležitosť. Médiovaná deliberácia (*mediated deliberation*) je tak obsah (napríklad televízna debatná relácia), ktorý prezentuje navzájom konfliktné pohľady na určitý spoločensky relevantný problém. Tieto informácie slúžia publiku – divákovi, čitateľovi, či poslucháčovi, aby si na ich základe vytvoril svoju interpretáciu danej udalosti a túto mohol ďalej komunikovať, či sa na jej základe rozhodnúť. V tejto, ako tvrdí Gastil, ideálnej schéme by mali masové médiá prispievať k verejnému povedomiu a obohacovať verejnú mienku pomocou jej zapojenia do verejného procesu (ibid.: 49-50).

³ S nižšou mierou politického paralelizmu v systéme by mal vznikáť väčší priestor pre kritické vyobrazenie politiky, s ktorou súvisí fenomén medializovaného škandálu.

Verejná politika je komunikovaná verejnosti pomocou médií, ktorá takto v procese výmeny informácií zohrávajú kľúčovú rolu. Následkom rozvoja komunikačných technológií sa mení charakter aj rozsah tejto komunikácie. Médiá postupne prenikajú do čoraz viac sfér verejného a súkromného života. Schulz (2004) označuje jav prenikania médií do všetkých sfér verejného života ako mediatizáciu. V jej dôsledkoch vznikajú v sociálnom prostredí rôzne závislosti, obmedzenia a zveličenia. Mediatizácia podľa Schulza predstavuje 4 procesy:

- a.) *extenzia*: masové médiá významnou mierou prispievajú k tomu, ako rýchlo a v akom objeme môžeme dnes komunikovať informácie v čase
- b.) *substitúcia*: médiá (a najmä nové médiá) dnes nahrádzajú formy sociálnej interakcie a inštitucionálnej komunikácie
- c.) *amalgamácia*: z médií sa stala neodlúčiteľná súčasť spoločenských, politických aj privátnych zložiek života. Dnes médiá dominujú zábavnému priemyslu aj verejnej sfére
- d.) *adaptácia*: spoločnosť sa tejto mediálnej realite musí prispôbiť. Politici napríklad sledujú rutiny novinárskej práce a správanie médií v danej spoločnosti ako takej, aby mohli čo najlepšie komunikovať svoje obsahy. Aj verejnosť sa adaptovala na určité formy mediálnych výstupov (ibid.).

Tieto štyri procesy dnes sprevádzajú dynamiku mediálnej komunikácie a sú badateľné v jej sociálnych dopadoch. Na základe hore uvedených tvrdení by sa dalo predpokladať, že mediálna reprezentácia (a kritická reflexia) politického diania má dnes širší dopad na verejný diskurz, verejné vnímanie, či hodnotenie politickej reality a následné rozhodnutia a jednanie v praxi.

1.4 Médiá a rámcovanie politického diania

Spôsob, akým hlavné spravodajské médiá prezentujú spravodajské udalosti, má taktiež výrazný vplyv na ich interpretáciu príjemcami. Médiá zverejnením danej udalosti pridelujú určitý význam a zároveň informačne pracujú s jej jednotlivými aspektmi tak, aby spadala do určitého naratívneho kontextu, ktorý je zároveň interpretovateľný recipientom. Odborná literatúra v tejto súvislosti pojednáva o rámcoch (*frames*), do akých je mediálne reprezentovaná udalosť včlenená. Proces spravodajského rámcovania má v odbornej literatúre viacero definícií. Entman (1993 in Reese, 2003:10) uvádza, že rámcovať znamená „*vybrať určité aspekty vnímanej reality a zvýrazniť ich*“

v komunikačnom texte, a to takým spôsobom, aby podporili určitú definíciu problému, jeho príčinnú interpretáciu, morálne ohodnotenie a odporúčenie jeho ďalšieho spracovania.“

Lilleker definuje rámcovanie ako „*zmyšľanie o spravodajských jednotkách obsahu príbehov v už známych kontextoch.*“ (Lilleker, 2006: 82). Z danej definície je zrejmé, že médiá používajú už známe formáty, pomocou ktorých je daná udalosť jasnejšie interpretovateľná. Aspekty danej udalosti sú prezentované vo vybraných súvislostiach, ktoré ale zároveň môžu udalosť skresliť, pretože podčiarkujú relevanciu určitých kontextov nad inými.

Reese (2003:11) definuje rámce pomocou kľúčových aspektov, ktoré sú základom pre výskumné otázky pri skúmaní procesu rámcovania. Rámce sú „*organizačné princípy sociálne zdieľané a pretrvávajúce v čase, ktoré symbolicky fungujú tak, aby významovo štruktúrovali svet spoločnosti.*“ Kľúčovými slovami tu sú

- organizácia: rozličné rámcovanie sa odvíja od miery organizácie informácií – tým médiá vytvárajú významy
- princípy: základom rámca je abstraktný princíp
- zdieľanie: rámec musí byť sociálne zdieľaný (známy, čiže zrozumiteľný) na to, aby sa dal komunikovať
- trvácnosť: význam rámca spočíva v jeho dlhodobej použiteľnosti
- symbolickosť: rámec je odhalený pomocou symbolických výrazových prostriedkov
- štruktúra: rámce poskytujú definovateľné formy štruktúry

Rámce sú tak špecifický spôsob, akým novinári podávajú súvislý príbeh. Určitý rámec príbehu novinárom určuje mantinely, v ktorých sa môžu pri hľadaní a zbieraní informácií pohybovať – niečo, čo „pasuje“ do príbehu. Udalosti, ktoré v danú dobu nespádajú do určitých definovaných a prebiehajúcich spravodajských rámcov, dostávajú menej mediálnej pozornosti. Politické subjekty taktiež používajú rámce ideologického charakteru (Wolfsfeld, 2011: 50-51) Príkladom mnohokrát spomínaným je „Vojna proti terorizmu“, téma potratov, korupčný škandál, sociálna politika apod. Počas vytvárania spravodajských rámcov sa novinári snažia nájsť spojitosť, ktorá by udalosti, ktoré práve pokrývajú a už existujúce rámce prepojila v jeden príbeh. Rámce organizujú štruktúry a sú teda nadradené témam. Sú napojené na ostatné súčasti systému, ktoré ich podporujú a zosilňujú (D'Angelo, Kuypers, 2010: 18).

Aj politickí predstavitelia komunikujú cez médiá určité fakty, ale zo strany médií sa nejedná len o ich prerozprávanie. Okrem spomínaných mediálnych rámcov však môžu aj samotní politici dať svojmu rozprávaniu určitý rámec, respektíve vlastnú interpretáciu faktov (Wolfsfeld, 2011: 57). Nie je výnimkou, že médiá túto interpretáciu preberú a potom je to samotný politický aktér, ktorého stanovisko určuje smerovanie spravodajskej témy (viď ďalej).

Významnou prácou o rámcovaní reality sa stala štúdia Roberta Entmana (1991). Entman (in Lilleker, 2006: 83-84) rozlišuje 5 spôsobov rámcovania spravodajských príbehov:

- a.) *konflikt*: rámec konfliktu sa orientuje na dichotomické rozdelenie v príbehu, napríklad súťažiaci politické strany, politickí kandidáti apod.
- b.) *ľudský záujem/personalizácia*: takýto spravodajský príbeh zahŕňa ľudský faktor, emočne prezentovaný. Osobnosti sú preferované pred ostatnými faktami udalosti. Príkladom môžu byť obeť páchanej krivdy, či prírodných katastrof, v politike koncentrácia článku na osobnosť a súkromný život politika či iného verejného činiteľa.
- c.) *následky*: predstavujú začlenenie danej udalosti do širšieho, logicky nadväzujúceho príbehu
- d.) *morálka*: tento rámec médiá používajú na odlíšenie toho, čo je morálne akceptovateľné od priestupkov. Patria sem kriminálne či sexuálne škandály politikov, zločiny a verejne odsúdeniahodné činy.
- e.) *zodpovednosť*: rámec sa snaží odpovedať na otázku prečo? prísť na koreň príčiny udalosti.

Rámcovanie býva tiež spojené s vplyvom médií na vytváranie a definíciu koncepcií reality v mysliach jednotlivcov a schopnosťou ovplyvniť ich konanie. Každá spravodajská informácia však nemusí mať rovnako veľký „prístup“ do informačného spektra recipienta. Čím širšie je presvedčenie publika, že určitá informácia prezentovaná médiami je hodnoverná, tým väčšia je pravdepodobnosť, že spôsob rámcovania danej informácie bude mať vplyv na konanie jednotlivca (Jiráková, Říhová, 2000: 29-23). Účinky na verejný diskurz sú badateľné najmä vzhľadom na schopnosť médií nastoliť verejnú agendu (*agenda setting process*), o ktorej pojednávam v kapitole 1.5.

1.4.1 Kritika politickej žurnalistiky a vyváženosť v spravodajstve

Spravodajstvo o politických udalostiach dnes čelí rozsiahlej kritike. V súvislosti s tým, že informácie o politike by mali byť dostatočne obsiahle a analytické na to, aby poskytli občanom adekvátny priestor k ďalšej diskusii alebo k politickému rozhodnutiu, sú kritizované za prílišnú jednoduchosť, povrchnosť až irelevantnosť.

Ako tvrdia niektorí autori, je možné, že verejnoprávna žurnalistika zažíva krízu (Baym, 2005). Objem výsledkov novinárskej práce narastá, ale ich kvalita má za posledné roky opačnú tendenciu. V konkurenčnej hre o podiel na trhu sa princípy kvalitnej žurnalistiky museli podriadiť tomu, čo pritiahne divácke oko. McNair (2003: 68) poukazuje tiež na tento trend a dodáva, že menej kvalitná žurnalistika „*rozhodne postráda základ, zaoberá sa len teatrálnosťou, sekundárnymi aspektmi sociálnych a politických problémov a vyhýba sa diskusii riešení.*“ Recipient informácie prežíva emotívny zážitok, pohoršenie, šok, či zábavu, ale nestáva sa na základe danej správy skutočne informovanejším, pretože neprichádza na pôvod problému. *Zábavná hodnota udalostí má prím pred ich politickou dôležitosťou.*“ (McNair, 2003: 68) Seriózna tlač (*broadsheet press*) sa výberom tém, ktoré vo svojich výstupoch spracováva, začína stále viac podobať bulváru (*tabloid*). Tento jav je stále viac prítomný v žurnalistike a dostal pomenovanie *tabloidizácia (tabloidisation)* (Barnett, 1998). Tabloidizácia je sprevádzaná efektom *dumbing down*, ktorý je definovaný „*nielen ako spôsob, akým v prvom rade médiá referujú o politických správach, a akým prezentujú politiku podobne ako populárnu kultúru, ale aj spôsob, akým na tento fakt reaguje politická komunikácia.*“ (Lilleker, 2006: 69). Médiá týmito jednoduchými informáciami poskytujú publiku len to, po čom samo túži (Růžička, 2011:91).

Ako ďalší príklad takejto kritiky je často uvádzaná orientácia novinára na osobnosť politika viac než na jeho politický program a politickú činnosť. Spôsob, akým sú produkované reportáže o politike v predvolebných obdobiach je taktiež prirovnávaný k „*horse race*“ (Broh, 1980). Tento pojem vychádza zo zaujatia médií stavať konkurenčných kandidátov proti sebe a orientovať sa skôr na výsledky predvolebných prieskumov verejnej mienky než na skutočný obsah verejnej politiky daného kandidáta.

Čo sa výberu obsahov týka, jedným z hlavných kritizovaných bodov je fakt, že politická žurnalistika má tendenciu zaoberať sa skôr spravodajstvom o udalostiach (*event-oriented*), ktoré sa dajú vyobraziť ako príbeh alebo pomocou vizuálneho efektu, než

reálnych politických problémoch, ktoré majú potenciál obohatiť politickú debatu a aktivizovať verejný dialóg (McGregor, Fountaine, Comrie, 2008: 286). Žurnalistika orientovaná na udalosti je obvykle spájaná s osobnosťami, čo sú v predvolebnom období lídri politických strán, ich oponenti, či v prípade prezidentských volieb jednotliví kandidáti. Súťaživej politickej kampani, negatívnej reklame, a samotným politickým „celebritám“ je venovaná väčšia pozornosť než bodom politického programu a jeho možným dopadom na verejný život. Stav, kedy spravodajstvo venuje podstatne viac priestoru charaktere, osobnosti politika na úkor samotných strán a ich politických programov sa nazýva personifikácia⁴. Tento jav sa vyskytuje najčastejšie v televíznom spravodajstve, ale vzhľadom na fakt, že televízia udáva tému (agendu) viac než iné médiatypy, premieta sa táto tendencia aj do printových médií.⁵ Existujú tvrdenia (Bourdieu, 1998, Dinka, 2010), že televízia je médium, ktoré určuje, čo by malo byť programom dňa. Ostatné typy médií tento prúd informácií tematicky aj obsahovo preberajú. Táto tematická previazanosť až závislosť dáva priestor takzvaným mediálnym štvaniciam – honom novinárov za určitými udalosťami v určitej tematickej línii (Dinka, 2010:13).

Cook (2005) poukazuje na to, že problém politického spravodajstva má korene hlbšie než siaha individuálna novinárska tvorba. Novinári sú súčasťou širšej mediálnej inštitúcie, „*priemyslu, ktorý sa sám vnútri rapídne konsoliduje.*“ Zdroje novinárov sú čoraz menej autonómne a oni sami pracujú v prostredí, ktoré je čoraz viac orientované na zisk (Cook, 2005: 173).

1.4.2 Spravodajské zdroje ako ukazovateľ vyváženosti a rozmanitosti

Vyváženosť a rozmanitosť (*balance and diversity*) by mali byť určujúcim cieľom pri výbere zdrojov v spravodajstve. Rozličné zdroje by mali mať rovnaký prístup k spravodajským kanálom za účelom komunikácie. Verejnosti by zároveň mala byť poskytnutá škála rozličných názorov a interpretácií. (McQuail, 1992: 155-9 in Hagen, 1993: 318).

⁴ (personifikácia môže súvisieť aj s prílišným zaujatím médií o vzhľad daného politika, zvlášť keď sa jedná o ženy)(ibid., 287)

⁵ Typom audiovizuálnej reprezentácie sa tlač nedokáže elektronickým médiám vyrovnávať. Dôsledkom toho môže byť aj snaha upraviť mediálne obsahy v tlači tak, aby boli konkurencieschopné tým televíznym. Úspešne sa to darí presadiť najmä v bulvárnych periodikách. Dalo by sa však povedať, že aj v ostatných denníkoch či týždenníkoch ubúda analytických a publicistických článkov a pribúda obsah ktorý má skôr charakter osobných príbehov, ľudských katastrof, politických škandálov apod. (Bourdieu, 1998: 42)

Hagen (1993) však tvrdí, že diverzita zdrojov je v súčasnosti skôr ideálom než skutočnosťou. Empirický výskum dokazuje dominantné uprednostňovanie zdrojov s vysokým statusom a sociálnym vplyvom. Mediálne pokrytie určitých udalostí je teda v prospech vysokopostavených vládnych špičiek, expertov a splnomocnencov. Hagen však zároveň argumentuje, že tento fakt však môže byť ospravedlnený tým, že dané elitné zdroje disponujú informáciami, ktoré sú relevantné pre verejný život (Hagen, 1993: 318).

Tézu rozmanitosti zdrojov v spravodajstve testoval empiricky pomocou kvantitatívnej obsahovej analýzy Brown (1987) a dajú sa nájsť aj v práci Sigala (1973). Brown dochádza k záveru, že primárnymi zdrojmi v spravodajstve sa médiá spoliehajú na „vládne zdroje, ktorými sú muži v pozíciách výkonnej zložky moci.“ (Brown et al, 1987: 53). Časť zdrojov nie je plne definovaná a zároveň spravodajstvo čerpá z rutinných informačných kanálov, ako sú tlačové konferencie a tlačové správy. V týchto prípadoch médiá zabúdajú na iné aspekty danej prezentovanej udalosti či témy a zároveň ju nezačleňujú do širšieho kontextu súvislostí.

Preferencia, až dominancia elitných, oficiálnych zdrojov je spojená aj s pojmom "primárnej definície" (*primary definition*). Tento koncept je známy z práce Halla et al. (1978). Označuje schopnosť oficiálnych zdrojov stanoviť "*počiatočnú definíciu alebo primárnu interpretáciu k diskutovanej téme.*" (Hall et al., 1978 in Miller, 1993: 385). Oficiálne elity (*primary definers*) sú tak tými, čo primárne definujú určitý aspekt spoločenského života a médiá sú im podriadené, pretože ich rola spočíva v reprodukování týchto definícií. Tí, čo primárne definujú, majú totiž privilegovaný prístup k médiám ako k dôveryhodným zdrojom⁶. Neelitné zdroje, ako napríklad občania bez verejnej funkcie, sú tak posúvaní na okraj zdrojov, nemajú prístup do médií, aj preto, že nezapadajú do novinárskeho "*formátu príbehu*" (Kunelius, Rinvall, 2010: 515).

Táto teória sa však neskôr stretla s početnou kritikou. Napríklad Miller (1993) argumentuje, že vládne organizácie môžu byť vnútorne rozdelené, daná definícia (ich želaná interpretácia) môže byť značne ovplyvnená v priebehu interných jednaní, ktoré predchádzajú jej medializácii. Okrem toho nemusí byť vždy pravda, že alternatívna

⁶ Médiá sú dôveryhodným zdrojom informácií a pokiaľ reprodukovujú definície posúvané elitami, dodávajú im kredibilitu.

definícia nemôže nikdy konkurovať tej dominantnej. Samotné -ako tvrdí Hall - podriadené médiá sú zároveň tiež odlišné: jednak vnútorne (diferencovanosť v rámci mediálnej organizácie) aj ako jednotky v danom mediálnom prostredí. Hallovo tvrdenie navyše implikuje zhodu medzi spravodajskými hodnotami a štátnymi záujmami a zanedbáva fakt, že aj samotné médiá môžu sledovať určité záujmy a nie sú tak jednoznačne podriadené vládnym elitám (Miller, 1993: 386). Koncept býva označený ako zjednodušený (medzi elitami samotnými sú rozdiely v rozsahu vplyvu a autorite), dočasný (dynamika elitného prostredia sa mení v čase) a nepresný (aj dané elity poskytujú definície, ktoré sú navzájom konfliktné) (Schlesinger, 1989 in Curran, 1990: 143).

Na aspekt rozmanitosti zdrojov upozorňujú niektorí autori najmä v súvislosti s predvolebným obdobím. Empirické výskumy pochádzajúce najmä z amerického prostredia dokazujú, že v týchto prípadoch je snaha o vyváženosť do veľkej miery dodržiavaná (Hagen, 1993: 319). Hagen však ďalej uvádza, že vyváženosť a diverzita zdrojov sú viac porušované v tlači než v televíznom spravodajstve. Novinári tlačených médií uprednostňujú zdroje, ktoré *"sú v súlade z ich redakčným smerovaním"* (ibid.: 319). Tlač má zvyčajne zreteľnejšie identifikovateľné politické smerovanie ako národné televízne stanice.

Nevyváženosť v spravodajstve sa týka aj iných udalostí než takých, ktoré sa spájajú výlučne s voľbami. Často sa stáva, že pri informovaní o kontroverznej udalosti novinári vyberajú zdroje, ktoré ladia s ich vlastným politickým presvedčením. Mnohé empirické štúdie, ktoré dospeli k tomuto záveru, boli založené na meraní frekvencie odkazov na danú osobu, organizáciu, alebo objem spravodajstva príbuznému danému zdroju (ibid.).

So získavaním zdrojov informácie súvisí aj úroveň nezávislosti médií. V určitých prípadoch sú médiá informačne závislé na politických predstaviteľoch – jedná sa napríklad o vyhlásenie vojenského konfliktu, novej legislatívy či iného významného politického rozhodnutia. Na druhej strane je investigatívna žurnalistika príkladom situácie, kedy sa z médií stávajú na politikoch nezávislé inštitúcie a ťažisko zdrojovej nerovnováhy sa presúva od politikov smerom k médiám. Odhaľovanie škandálov a káuz je práve príkladom takejto situácie. Čiastočná závislosť nakoniec nastáva v prípade, že médiá odhalia informáciu, ktorá je v rozpore s oficiálne prezentovanou líniou vládných garnitúr. Nezávislosť masových médií na politických informáciách je však vzácna.

Dopad takejto nezávislosti by mal byť tiež viditeľný v politickom procese – tvorbe a komunikácii politických rozhodnutí (Wolfsfeld, 2011: 26-28).

1.5 Dopad politiky reprezentovanej v médiách

Čím viac mediálnych organizácií prezentuje vo svojich obsahoch určitú udalosť⁷, tým väčší potenciál má táto ovplyvniť myslenie, jednanie a rozhodnutia publik. Médiá sú takto aj spolutvorcom politiky, hýbu názormi svojich čitateľov, čo môže vyústiť v aktivizáciu verejnosti v prospech určitého politického rozhodnutia. Politici (v liberálnych demokraciách) sú následne povinní pod nátlakom konštituenta svojej moci – verejnosti - podstúpiť určité kroky (McNair, 2003: 77). Toto vzájomné ovplyvňovanie politických udalostí nazýva Wolfsfeld (2011: 30) cyklom Politika-médiá-politika (*Politics-Media-politics Cycle*).

Zaujímavý je v tomto zmysle už klasický, ale stále aplikovateľný koncept mediálnej závislosti (*dependancy theory*), ktorý do mediálnych štúdií priniesli v roku 1976 svojou prácou Ball-Rokeach a DeFleur (1976). Autori vychádzajú z predpokladu, že moderná spoločnosť sa stáva čoraz viac komplexnou, jej členovia strácajú priamy kontakt so sociálnymi štruktúrami a zároveň tak majú horšiu schopnosť orientovať sa a rozhodovať sa. Jedinci preto žijú stále vo väčšej potrebe získať informácie na uspokojenie svojich potrieb a médiá sú zdrojom, ktorý tieto potreby môže uspokojiť. Tak sa členovia spoločnosti stávajú na informáciách zo strany médií závislí. Miera, to akej sú jednotlivci závislí na týchto informáciách je zároveň ukazovateľom toho, nakoľko majú informácie z médií potenciál ovplyvniť ich správanie, myšlienky a pocity (Ball-Rokeach, DeFleur, 1976: 5).

Závislosť je o to vyššia, čím komplexnejšej sociálnej realite jednotlivci čelia. Pokiaľ je v danom spoločenskom celku prítomný konflikt, či práve prebiehajúca zmena, závislosť je výraznejšia. Médiá sú takto zodpovedné za kognitívne, afektívne a behaviorálne zmeny v myšliach a konaní členov spoločnosti.⁸

⁷ Jednotlivci obklopení množstvom informácií nemajú možnosť a ani potrebu vytvoriť si názor na všetko, pretože predsa len majú individuálne rozdielne potreby. Existujú však určité spoločné charakteristiky modernej postindustriálnej spoločnosti, ktoré sú spoločné výraznej väčšine, ako napríklad nutnosť platiť dane, sociálna politika štátu atď. Mediálna reprezentácia tém týkajúcich sa daných oblastí (napríklad hospodárskej politiky štátu), je tak tým, čo spoločnosť z veľkej časti zaujímať bude.

⁸ Z kognitívnych je zaujímavým príkladom eliminácia nejednoznačnosti, kedy médiá fungujú ako informačný zdroj, ktorý pomáha jednotlivcom vytvoriť si ucelený základ pre určité rozhodnutie. Toto je dôležité najmä v časoch spomínaného sociálneho konfliktu, či zmien. (Ball-Rokeach, DeFleur: 9)

V súčasnosti by sa tento koncept dal aplikovať napríklad na predvolebné obdobie, kedy je potreba aktívneho občana mať dostatok informácií o politických kandidátoch, zmenách, ktoré plánujú po zvolení uskutočniť, a môže sa tak jednoznačnejšie rozhodnúť, komu poskytnúť svoj hlas. Iným poznávacím efektom je formulácia postojov – médiá určujú, ktoré udalosti, osobnosti či predmety sú relevantné pre tvorbu určitého stanoviska. Súvisí s tým aj proces nastoľovania agendy (*agenda setting process*), ktorý pozostáva z *mediálnej* agendy, *verejnostnej* agendy a *politckej* agendy a vzájomnými vzťahmi medzi nimi (Dearing, Rogers 1996). Je zároveň „*neustále prebiehajúcim procesom snahy navrhovateľov súboru tém o získanie pozornosti mediálnych profesionálov, verejnosti a politických elít.*“ (ibid.: 5-6). Termín nastoľovanie agendy spojili s médiami McCombs a Shaw vo svojej štúdii „*Agenda setting function of Mass Media*“ (1972), kde autori tvrdia, že „*masové médiá nastoľujú agendu každej politickej kampane, a týmto ovplyvňujú význačné rysy postojov týkajúcich sa politických tém.*“ (McCombs, Shaw, 1972: 177). V dôsledku komercializácie médií sa navyše v súvislosti s nastoľovaním agendy vyskytuje jav hromadnej žurnalistiky (*pack journalism*), ktorý McNair (2003: 68) vysvetľuje ako stav, kedy „*pokiaľ sa má daný príbeh stať správou podľa jednej organizácie, ostatné sú nútené ju nasledovať.*“ Politická udalosť je novinármi videná ako surovina komodity (*raw material of a commodity*) s potenciálom byť predaný čo najväčšiemu množstvu spotrebiteľov.

V súvislosti s dopadom spravodajstva na konanie jednotlivcov pracujú DeFleur a Ball-Rokeach s pojmami *aktivácia* a *deaktivácia* (Ball-Rokeach a DeFleur, 1976: 16). Aktiváciou rozumieme jednanie jednotlivca, ktoré je podmienené mediálnym zdelením, a ktoré by sa neuskutočnilo bez prijímania informácie z médií. Aktivácia je vlastne výsledkom formovania určitých postojov a zapojenia faktoru emócií. Médiá napríklad poskytnú informáciu o nejakom morálnom priestupku, ktorý spáchal verejne zodpovedný činiteľ počas výkonu svojej funkcie a ktorý sa tým pádom týka celej spoločnosti. Na základe negatívneho charakteru tohto priestupku si jednotlivci vytvoria zhodný kritický postoj. Zároveň to v nich vyvolá negatívne emócie, ako napríklad hnev. To vyústí v aktivizáciu určitého jednanie za účelom zmeny, respektíve prevenciu ďalšieho nesprávneho jednanie. Verejnosť formuje široko zdieľaný názor, čo v mnohých prípadoch donúti daného verejného činiteľa vzdať sa danej verejnej funkcie, prípadne príslušné orgány spustiť trestné stíhanie, pokiaľ sa jedná o kriminálny čin.

Inou formou aktivizácie verejnosti sú verejné protesty, ktorých intenzívne mediálne pokrytie ďalej spôsobuje ešte širšiu aktivizáciu ostatných členov spoločnosti.

Deaktivácia je na druhej strane stav, kedy jednotlivci na základe mediálnych informácií neučinia to, čo by bez nich inak robili a zvolia pasívnu rezignáciu. Príkladom sú predvolebné kampane, ktorých súťaživosť, dĺžka a negatívna reklama môže voličov odradiť od toho, aby k urnám vôbec šli (Ball-Rokeach, DeFleur, 1976: 18).

Teória závislosti neodpovedá na otázku, či médiá vplývajú na formuláciu postojov, činov, či presvedčení jednoznačne kladne. Logicky odvodzuje túto závislosť od miery komplexnosti v spoločnosti, ktorá zároveň určuje prístup jednotlivca k poznatkom o sociálnych štruktúrach, ktoré nutne potrebuje k svojmu sociálnemu fungovaniu. Zároveň uvádza, že v určitých momentoch je závislosť vyššia než v iných, konkrétne sa jedná o obdobie socio-politických zmien, či konfliktov (Jirak, Říchová, 2000).

1.6 Dynamika politickej komunikácie

Vlastnosti mediálnej komunikácie dneška zásadným spôsobom zmenili charakter uplatňovania a komunikácie politickej moci. Politici sa nachádzajú vo verejnej aréne, konštantne vystavení oku verejnosti prostredníctvom komunikačných prostriedkov⁹. Tomuto faktoru samozrejme musia prispôbovať svoje jednanie a svoj verejný obraz (Thompson, 2004: 111) Zároveň môžu byť médiá terčom politických snáh prezentovať verejnosti určitý obraz politiky, osobností či udalostí, ktoré sa môžu ale zároveň nemusia zhodovať s realitou.

Publicita však zďaleka neznamená niečo, čo by mohol médiami zviditeľnený subjekt kontrolovať. Vzhľadom na fakt, že informácia je predávaná širokému spektru prijímateľov, môže byť aj rozdielne interpretovateľná. Čiastočne do tejto interpretácie zasahujú samotné médiá, ktoré danej informácii dávajú určitý rámec (viď predchádzajúca podkapitola).

⁹ Dôležitou súčasťou komunikačného vzťahu medzi politikou a médiami je samotný politický systém krajiny. Takzvaný väčšinový systém znamená, že politické subjekty (strany, jednotlivci) súťažia o priazeň celej spoločnosti, nielen jednej frakcie, ako je to u systémov s pomerným parlamentným zastúpením viacerých strán. Média zohrávajú veľmi dôležitú úlohu práve v predvolebnom období, kedy je politické dianie vzhľadom na úroveň aktívnej volebnej účasti v krajine sledované najintenzívnejšie. Zároveň je zo strany politických subjektov zrejme snaha toto mediálne prezentované dianie usmerniť vo svoj prospech. Aktívne sa zúčastňujú politických debát s konkurenciou, prezentujú politický program.

Predstavitelia politickej moci dnes čelia úplne inému spôsobu komunikácie a vlastného zviditeľnenia než v minulosti. Rozvoj médií zásadným spôsobom zmenil povahu publicity.

Moc bola v minulosti buď exponovaná úplne – napríklad v starovekom Grécku, aténska demokracia, kedy existovali verejné zhromaždenia, na ktorých sa prezentovali politické problémy, rozhodnutia a verejnosť mala zároveň priestor sa k nim vyjadriť, alebo absolutisticky a skreslene prezentovaná – príkladom sú stredoveké monarchie, či kontrola tlače v rôznych obdobiach. V druhom prípade verejnosť nahliadala len na to „pozlátko“ a rozhodne nemala dostatok informácií o politickom dianí či rozhodovaní (Thompson, 2004).

Už s nástupom kníhtlače začalo byť zverejnenie podmienené prístupom ku prvým komunikačným prostriedkom – novinám či listom. Súlad času, miesta a fyzická prítomnosť odosielateľa a prijímateľa informácie prestávali byť nutnou podmienkou jej prenosu. Informácie sa predávali sprostredkovane, a to znamenalo, že určité charakteristiky minulej výmeny boli eliminované – napríklad pocity, zrak, sluch, celkové senzuálne vnemy.

V porovnaní s minulými formami politickej komunikácie je dnes rozdielovým znakom aj fakt, že príjemcovia mediálnych zdení v zásade nemajú vplyv na danú udalosť, pretože sa jej fyzicky nezúčastnia. Politická komunikácia má teda úplne iný, jednosmerný (nedialogický) charakter. Napriek tomu, že napríklad televízne vysielanie prináša audiovizuálne informácie, ktoré sa v určitých ohľadoch len málo odlišujú od zmyslovej skúsenosti, si divák zároveň nemôže zvoliť uhol pohľadu, udalosť je mu prezentovaná z pohľadu mediálnej inštitúcie a on nemá inú možnosť, než pasívne túto udalosť sprostredkovane prijať (Thompson, 2004: 106-107).

V priebehu modernizácie spoločnosti sa zmenil spôsob udržiavania mocenskej autority. Z politiky sa postupne vytrácala ideológia a v súvislosti so zmenou povahy publicity začala vystupovať do popredia kredibilita a samotná osobnosť politika ako verejne relevantné aspekty politického života. Pokles politiky založenej na ideológii v prospech politiky založenej na osobnej dôvere v osobnosť politika prispel aj k nárastu počtu politických škandálov. So znižovaním ideologickosti v politike súvisí aj zmena vo voličskej základni – ostáva stále viac nepresvedčených voličov. Preto aj v politickej súťaži prezentácia politika dáva väčší dôraz na jeho osobnosť, jeho charakterové

vlastnosti, než na jeho ideologickú orientáciu. Sú to práve tieto aspekty, ktoré sú vyzdvihované a na konkurencii kritizované (Thompson, 2004: 113)

1.6.1 Posúvanie hraníc medzi verejným a súkromným

Prítomnosť v médiách je dnes pre politikov dvojsečná zbraň. Na jednej strane ju nutne potrebujú k akumulácii symbolického kapitálu a moci, na strane druhej môže byť prílišná medializácia pre politika nevýhodná. Čím viac je osobnosť politika pre médiá atraktívna (čím viac sa snaží vystupovať v médiách), tým viac je zo strany politika ťažké udržať si kontrolu nad obsahom, ktoré médiá v súvislosti s jeho osobnosťou prezentujú. Mediálne systémy sa navyše stávajú čoraz komplexnejšími a tok informácií má vo všeobecnosti nepredvídateľný charakter. Na rozdiel od minulosti, v dnešnej dobe získavajú udalosti publicitu aj bez toho, aby boli príjemcovia informácie na mieste, kde sa informácia predáva. Prostredníctvom médií je dnes publicita sprostredkovaná (ibid.: 104-108).

Práve na základe tejto dynamiky sa vzťahy medzi verejnosťou a politikmi a forma politickej komunikácie za posledné desaťročia podstatne zmenili. V politickej komunikácii dochádza v súvislosti so vzrastajúcou mediálnou expozíciou daného verejného činiteľa k profesionalizácii, zmenám zaužívaného spôsobu komunikácie (Negrine, 2007). Thompson (2004) podotýka, že z politického poľa pôsobenia sa stalo médiované pole pôsobenia, kde je viditeľnosť politika oveľa väčšia než predtým. Sú to opäť médiá, ktoré vytvárajú túto viditeľnosť. Politici tak nielen prezentujú výsledky svojej politiky, ale sú vystavení ako ľudia so súkromným (nielen verejným) životom.

Thompson (2004) nahliada na dichotómiu medzi verejným a súkromným prostredníctvom dvoch pohľadov. Ten prvý chápe verejné ako všetko čo je spojené s verejnými inštitúciami, vládou, políciou a inými útvarmi, ktoré sú štátom vlastnené. Do súkromnej sféry tak spadá všetko čo je vlastnené jednotlivcom, pôsobí v trhovom prostredí a generuje určitý zisk. Ďalej sem patria vzťahy medzi jednotlivcami. Druhý pohľad definuje verejnú sféru ako všetko, čo je viditeľné verejnosťou, čo je odkryté. Súkromné je naopak všetko, čo je verejnému oku skryté, prebieha za zatvorenými dverami a v tajnosti (Thompson, 2004:101).

1.6.2 Postavenie autorít

V súvislosti s danou dynamikou sa zmenilo aj postavenie autorít. Ako tvrdí Meyrowitz (2006: 135) „*autorita spočíva v informačnej kontrole*“. To znamená, že ten, kto má

exkluzívny prístup k informáciám, ktoré súvisia s výkonom danej funkcie, si v spoločenskom systéme udržiava status autority. Takáto hierarchia medzi osobami s vyšším statusom a širokou verejnosťou je narušená aj prostredníctvom elektronických médií, ktoré poskytujú širokej verejnosti prístup k rozsiahlemu množstvu informácií. Zároveň svojím charakterom ovplyvňujú schopnosti osobností s vysokým statusom si ho udržať.¹⁰

Autority sú ďalej podlamované aj prelínaním súkromného a verejného života. Zviditeľnenie zákulisného správania verejných činiteľov ovplyvňuje sociálnu komunikáciu. Predstavy o ich verejnej roli sa menia, začína byť vnímaná ako čoraz bližšia bežnému správaniu. *„Odhalenie zákulisného chovania autorít vedie k šoku a k verejnému dopytu po zvýšenej pozornosti voči etike a spoločenským normám.“*(Meyrowitz, 2006: 142).

Médiá v oslabovaní či posilňovaní autorít zohrávajú zásadnú rolu. Pokiaľ umožňujú spoločnosti pristupovať k širokému a zároveň obsahovo špecifickému množstvu informácií, oslabujú autoritu tých, ktorí by inak k týmto informáciám mali exkluzívny prístup. Na druhej strane, ak médiá v danej krajine produkujú limity toho, čo je verejnosti známe, posilňujú tým autoritu určitých (v mnohých prípadoch politických) aktérov.

Médiá dnes skutočne umožňujú mase verejnosti sledovať jednanie politických predstaviteľov. Záleží však na charaktere vzťahu, aký funguje medzi politikou a médiami v danej krajine, nakoľko je toto vystavenie politických aktivít objektívne, autonómne, či kritické.

¹⁰ V politickej komunikácii dochádza v súvislosti so vzrastajúcou mediálnou expozíciou daného verejného činiteľa k profesionalizácii, zmenám zaužívaného spôsobu komunikácie. (Negrine, 2007)

2 Škandál ako naratívny rámeč médií

2.1 Definícia škandálu

K definícii škandálov existuje viacero prístupov, ktoré kladú dôraz na rôzne kritériá vymedzenia. Túto kapitolu otvorím základným etymologickým náčrtom základu slova škandál, obsahom, ktorý označuje a nakoniec špecifikám politického škandálu. V dostupnej preštudovanej literatúre je pomerne veľký priestor venovaný úvahám o podmienkach existencie (vypuknutia) politického škandálu, ktoré do značnej miery súvisia s politickým usporiadaním v spoločnosti. Pokladala som preto za relevantné sa tejto téme stručne venovať, keďže k nej existuje viacero teoretických východísk. V kapitole taktiež načrtnem dve rôzne typológie medializovaných škandálov a budem sa venovať aj teoretickým prístupom k charakteristikám mediálnej reprezentácie škandálu.

2.1.1 Pôvod termínu a význam označenia „škandál“ dnes

Thompson (2000) sa vo svojej vplyvnej publikácii *Political Scandal: The Power and Visibility in the Media Age* v úvode zaoberá samotným označením „škandál“, jeho pôvodom a obsahom toho, čo reprezentuje. Základ slova by sa dal datovať až do starovekého Grécka, kde v slovnej zásobe slovo „scandalon“ znamenalo označenie pasce, prekážky alebo spôsobovalo „morálnu triašku“ (Thompson, 2000: 12). Význam slova ako pasca či prekážka prebral neskôr Judaizmus a Kresťanstvo. Kresťanská teológia pojem vzťahovala na jednotlivca, ktorý „*sa zapotáca a stratí, pokiaľ spácha hriechne činy, a toto vychádza z jeho vlastnej slabosti a úpadkovosti*“. (ibid.: 12)

Anglické slovo *scandal* bolo odvodené z Latinčiny a jeho prvé použitia v 16. a 17. storočí sa vyskytli jednak v spomínanej náboženskej terminológii (ako označenie diskreditácie viery), ako aj v sekulárnom diskurze (vo význame morálneho prehrešku). Druhá spomínaná charakteristika dobovo referovala najmä k:

- a.) činom alebo zjavom, ktoré boli oplzlé a hanlivé
 - b.) činom alebo zjavom, ktoré boli rozsiahle nečestné
 - c.) konaniu, ktoré urážalo morálne cítenie alebo to, čo bolo chápané ako slušnosť
- (ibid., 2000: 13)

V druhej polovici 19. storočia sa slovo škandál používalo aj v právnickej terminológii a znamenalo „*akúkoľvek urážlivú publikovanú správu, ktorá zahŕňala inú, a ktorá môže*

byť základom pre súdnu žalobu.“ (Oxford English Dictionary in Lull, Hinerman, 1997: 7)

Tieto charakteristiky sú pre Thompsona základom definície, s ktorou pracuje. Škandál definuje ako *„činy a udalosti, ktoré zahŕňajú určitý druh priestupku, o ktorých sa dozvedajú iní a ktoré sú dostatočne vážne na to, aby vyvolali reakcie verejnosti.“* (Thompson, 2000: 13). Z Thompsonovej definície je zrejmé, že nevyhnutnou podmienkou pre existenciu škandálu je jeho zverejnenie a z toho plynúca negatívna spätná väzba. Všetky formy škandálu musia z definície zahŕňať informovanosť osoby, ktorá sa ho nezúčastnila. To znamená, že škandály musia byť zo zásady verejné (ibid.: 62)

Esser, Hartung (2004) sa na škandál dívajú ako na konštruovanú komunikačnú schému (*communication pattern*). *„Škandál je intenzívna verejná komunikácia o reálnej alebo imaginárnej chybe, ktorá je rozsiahlo odsúdený a stretáva sa so všeobecným pohoršením a vzburou.“* Dôležitou súčasťou tejto definície je, že reálnu existenciu chyby či priestupku nepredpokladá za samozrejmu (Esser, Hartung, 2004: 1041).

Podľa Lulla a Hinermana (1997) škandál vzniká vtedy, keď sú súkromné činy, ktoré dehonestujú alebo urazia idealizované morálne pravidlá sociálnej komunity, zverejnené a prerozprávané médiami. Tieto činy majú za následok radu efektov od ideologického a kultúrneho odmietnutia až po rozvrat či zmenu daného systému. *„Všetko toto sa deje prostredníctvom mediálneho naratívu, príbehu, ktorý rámcuje škandál, popularizuje ho postavami, dáva mu štruktúru a životnosť“* (Lull, Hinerman, 1997: 3). Súčasťou definície škandálu je aj podmienka, že za škandalom musí stáť reálne existujúca osobnosť, ktorá za dané konanie nesie zodpovednosť. Subjektom škandálu môže byť politik, verejná inštitúcia, umelecká osobnosť, či bežný občan. Každý z týchto subjektov je rozdielne náchylný k škandalom, a je to hlavne kvôli charakteristikám, či stereotypom o prostredí, v akom sa nachádza, či v akom figuruje.

Koncept škandálu ako demonštrácie sociálnych noriem je relatívne mladý a jeho vznik do tohto chápania je spájaný práve s komunikačných technológií vo včasnej moderne – zrod vydavateľského priemyslu a nástup populárnej tlače. Kľúčovými podkladmi vzniku škandálov bola zvyšujúca sa gramotnosť, tržné sily kapitalizmu, zlepšovanie tlačiarenských technológií, zrýchľovanie prenosu informácií a potreba verejnosti týmito informáciami disponovať (zvyšovanie dopytu po informáciách – rozvoj spravodajstva).

S 19.storočím práve súvisí tiež vznik bulvárnej žurnalistiky, ktorá bola na škandalizácii založená. V Západnom svete bol koncept škandálu včlenený do žurnalistiky v polovici 19. storočia (Thompson, 2000).

V dnešnej postmodernej dobe je škandál určitým referenčným bodom toho, čo spadá pod spoločenské normy a toho, čo sa im vymyká. Funguje taktiež ako výzva dominantnému prúdu sociálnych hodnôt, ktoré sú posilňované sociálnou a ideologickou hegemoniou (Lull, Hinerman., 1997: 2). Verejnosť má určité predstavy o ľudskej morálke, resp. o tom, čo sú hranice spoločensky prijateľného a neakceptovateľného. Keď však dostane informáciu o tom, že tieto hranice boli niekým prekročené, najmä pokiaľ sa jedná o verejne známu, verejne zodpovednú, či inú osobnosť verejného života, vzniká potenciál pre mediálny škandál. Perspektívy pohľadu na dominantnú mravnosť sú však viaceré a nejednakrát sa stane, že to, čo je považované za škandál v určitej spoločnosti, môže byť akceptovateľným v iných. Škandály sú tak silné práve preto, že pri ich definícii nedochádza k nejednoznačnosti (sú kontroverzné).(ibid.: 3)

Iný pohľad na definíciu škandálu ponúka Nyhan (2013). Kritizuje uvedené definície v súvislosti so spomínanými normami, ktorých porušenie definície škandálu zahŕňajú. Označuje ich ako nekonzistentné a nestále v čase. Dôležitý je podľa neho charakter udalosti. Zhoduje sa s tvrdením, že *"niektoré zdokumentované priestupky negenerujú veľkú kontroverziu v médiách, zatiaľ čo iné obvinenia sú zobrazené ako škandály napriek malému množstvu dôkazového materiálu o skutočnom porušení danej normy."* (Adut, 2005; Entman, 2012 in Nyhan, 2013: 3). V týchto prípadoch podľa neho o potenciáli určitej udalosti stať sa škandálom rozhoduje politický a spravodajský kontext.

Autor tvrdí, že politické škandály sú "ko-produkciou" médií a politickej opozície a označuje škandál reprezentovaný v médiách ako sociálne konštruovanú udalosť. Škandál tak nepredstavuje etické priestupky verejných činiteľov, ale obvinenia, ktoré sú vykonštruované tak, aby pôsobili ako porušenie etických noriem. (Nyhan, 2013: 4) Argumentuje, že potenciál, či sa určitá udalosť stane politickým škandálom, nespočíva v samotnom priestupku a jeho percepciou verejnosťou, ale v postoji politickej opozície a médií. Pokiaľ sa opoziční lídri negatívne vymedzujú k politikovi či skupine politikov (v prípade danej štúdie to bol prezident), vzniká väčší potenciál pre škandál a naopak.

Médiá sa teda vyhýbajú kontroverzným udalostiam bez zastrešovania opozíciou. Tá akoby legitimizuje reprezentáciu obvinení spájaných so škandalom (ibid.: 5).

Mediálne škandály taktiež viac nastávajú vtedy, kedy je mediálna agenda menej nasýtená (*congested*), pretože náklady obetovanej príležitosti vo forme priestoru venovanom iným politickým udalostiam sú nižšie (Nyhan, 2013: 1-2)

Tento prístup bol empiricky aplikovaný a overovaný počas prezidentských volieb v Spojených štátoch, kde je medializácia predvolebného boja a politiky predmetom viacerých štúdií politickej komunikácie. Americké politické prostredie má však svoje špecifiká a v predvolebnom období dominuje v mediálnej agende najmä osobnosť daného kandidáta na prezidenta. V médiách by sa postoje opozície dali merať pomocou vyjadrení jej reprezentantov ako zdrojov informácií prezentujúcich daný priestupok. To však závisí aj od vôle samotného média k daným zdrojom pridať potrebnú alternatívu v rámci snahy o vyvážené spravodajstvo.

Z viacerých definícií je teda zrejmé, že škandál zahŕňa určitý priestupok, či porušenie normy, ktoré musí byť komunikované smerom k širšiemu okruhu príjemcov, ktorí daný priestupok vyhodnotia ako jednoznačne negatívny a zmenia tak následne voči určitej verejnej záležitosti svoj postoj. Médiá v tomto procese majú rolu sprostredkovateľa takejto informácie a zároveň jej interpretátora (špecifickejšie vid' podkapitola 2.2 Škandál v médiách).

Škandál ako zjav vo verejnej politike nie je dnes ničím nezvyčajným či novým. Označenie s podobným obsahom ako dnes existovalo už v dávnejšej minulosti. Pozoruhodné dnes však je, že sa stáva skôr periodicky sa opakujúcou, než výnimočnou súčasťou verejného diania. „*Zdá sa, že škandály sú skôr pravidlom než výnimkou*“ (Tumber, Waisbord, 2004: 1031). Zo škandálu sa stáva rozšírený medializovaný fenomén, ktorý má potenciál vyskytnúť sa v rôznych politických usporiadaniach, ekonomických systémoch, či krajinách s rôznou mierou korupcie. Niektoré krajiny, ako napríklad Spojené štáty, India, Mexiko, Japonsko, Južná Kórea, či Taliansko sú v štádiu „*permanentného škandálu*“ (Getlin, 1998, in Tumber, Waisbord, 2004).

2.1.2 Politický škandál

Škandál býva často spájaný s prívlastkom „politický“. Tento indikuje, že daný škandál sa odohráva v politickom prostredí, prípadne zahŕňa politického predstaviteľa.

Markovits a Silverstein (1988, in Thompson, 2000: 91) viažu vznik škandálu na určitý typ štátneho usporiadania – liberálnu demokraciu. Je tomu tak preto, že len v liberálnej demokracii existuje určitá skupina legálnych pravidiel, ktoré ohraničujú výkon politiky, a ktoré spoločne autori nazývajú „*riadny proces*“ (*Due process*), a ktorých porušením dochádza ku vzniku škandálu (ibid.: 92). Tento súbor pravidiel je verejný a všeobsažný a tento fakt dávajú autori do kontrastu s charakterom výkonu moci, ktorý je väčšinou súkromného charakteru a exkluzívny. Politický škandál vzniká práve vtedy, kedy sa tieto dve logické charakteristiky prekrývajú, tj. pri „*aktivite, ktorá má za cieľ zvýšiť politickú moc na úkor pravidiel procesu a procedúr*“. (ibid.: 92)

Esser a Hartung (2004) sa dívajú na politický škandál ako na niečo, čo vzniká v otvorených spoločnostiach (*open society*), v ktorých existuje sloboda tlače (*free press*). V otvorených spoločnostiach sa vyskytujú predpoklady na to, aby v nich mohli vzniknúť nasledujúce situácie:

- existencia názorovej plurality v spoločnosti - nedostatok či pochybenie, ktoré je predmetom škandálu je kľúčovým faktorom konfliktu medzi dvoma hodnotovo súperiacimi sociálnymi skupinami;
- slobodná politická súťaž - škandál môže byť nástrojom slúžiacim politickému subjektu v boji o moc; dáva ľuďom možnosť vystaviť vládnuce elity a odhaliť ich skutočné motívy. (Esser, Hartung, 2004: 1066).

Toepfl (2011) však argumentuje, že teória existencie liberálne-demokratického štátneho usporiadania ako podmienky pre vznik politického škandálu bola koncipovaná pred rozšírením nových informačných technológií na zdieľanie obsahov – internetu a sociálnych sietí, ktoré sú menej a ťažšie regulovateľné. Podľa Toepfla už nie je pravdou, že politický škandál sa nemôže vyskytnúť v poloautoritatívnom režime, a ako príklad uvádza dnešnú Ruskú federáciu. Vznik škandálu spája s existenciou nezávislých „sfér“ médií (úvodzovky Toepfl). „*Relatívna váha týmto mediálnych sfér, ich patričné politické ideológie a interné štruktúry sa zdajú byť kľúčovými premennými k určeniu priebehu a dôsledku politických škandálov v kontexte, ktorý môžeme nazvať "hybridným"¹¹ mediálnym systémom.*“ (Toepfl, 2011: 1315) Sociálne médiá sú jednou z takýchto sfér.

¹¹ Toepfl (2011) nazýva hybridným mediálnym systémom poloautoritatívny režim v súčasnej Ruskej federácii.

Thompson (2000) tiež tvrdí, že predpoklad liberálne demokratického zriadenia nie je pre vznik škandálu nedostačujúci. Tým však nevylučuje, že medzi vznikom politického škandálu a demokratickom usporiadaní prostredia neexistuje spojitosť. V danom politickom systéme totiž existuje súťaživé prostredie v akom politické subjekty pôsobia a ktorých legitimuje verejná priazeň a súhlas. Veľkú rolu teda hrá ich verejná reputácia, ich obraz. Kľúčovým hráčom na tejto scéne sú masové médiá ako exkluzívny informačný sprostredkovateľ. Stupeň ich relatívnej autonómie (o ktorom sa dá predpokladať, že je v demokratických štátoch vyšší než v autoritatívnych režimoch) udáva stupeň kontroly a konfrontácie politiky (Thompson, 2000: 95). Čím je nižší politický paralelizmus v krajine, tým by mali byť médiá aktívnejšie v odhaľovaní priestupkov politikov, na ktorých sú škandály založené (Hallin, Mancini: 2008)

Thompson ďalej danú definíciu rozširuje. Podľa neho sa politické škandály musia vyskytovať v politickom poli (*political field*). Toto pole ich určitým spôsobom tvaruje tak, aby boli politického charakteru. Politické pole je „*pole činností a interakcií, ktoré je formované štátnymi inštitúciami.*“ (Thompson, 2000: 97). Autor ďalej logickou úvahou vysvetľuje, prečo škandál nadobúda významu práve v politickom poli a spája toto pole s výkonom symbolickej moci.

Politický škandál by sa dal odlíšiť od iných typov škandálov tým, že zahŕňa politického predstaviteľa, teda činiteľa, ktorý sa svojím konaním a rozhodnutiami v demokratickom usporiadaní zodpovedá verejnosti. Týmto sa škandál odlišuje napríklad od športových škandálov, korporátnych škandálov, či náboženských škandálov, „*ktoré sú definované pozíciou, ktorú vinník zaujíma, alebo sociálnym subsystémom, ktorého pravidlá boli porušené.*“ (Esser, Hartung, 2004: 1041). Politický škandál môže byť definovaný aj širšom slova zmysle, ktorý odkazuje na funkciu politiky ako toho, čo definuje normy a kódy, s ktorými sa má spoločnosť stotožniť. Škandalom sa teda stáva situácia, ktorá narúša platnosť a uplatniteľnosť týchto spoločenských noriem (ibid.: 1041). Vznik škandálu je teda signálom chybného fungovania štátneho aparátu, ktorý sa neriadi pravidlami, ktoré si sám verejne definoval.

Politický škandál má navyše podľa Thompsona kumulatívny efekt, ktorý spočíva v tvrdení, že čím viac škandálov sa vyskytne, tým viac nových škandálov bude odhalených a medializovaných vďaka čoraz väčšiemu záujmu médií. Thompson zachádza vo svojich úvahách ďalej, a tvrdí, že vďaka takejto dynamike škandálu sa

z neho stala stála súčasťou politickej kultúry v Západnom svete.¹² Politické kultúry však nie sú rovnaké a viac či menej sa líšia v národných kontextoch.

2.1.3 Škandál a symbolická moc

S politickým prostredím je spájaná určitá symbolická autorita, ktorá je pre politika veľmi dôležitá, a to najmä pre účel continuity vo výkone danej verejnej funkcie. Pre politických lídrov je veľmi dôležitá ich mediálna reprezentácia, pretože od toho sa odvíja ich symbolická moc. Symbolickú moc potrebujú k tomu, aby si udržali moc politickú. Symbolická moc im taktiež umožňuje byť vplyvnými hráčmi na poli politikom z oboch strán – jednak v interakcii a presadzovaní svojho vplyvu medzi ostatnými subjektmi politickej sféry, a taktiež smerom k laickej verejnosti (Thompson, 2000: 102). Táto symbolická moc je okrem iného založená na ich verejnej reputácii, „imidži“, dôvere verejnosti.

Medializovaný škandál je tak pre politika značne negatívnou reprezentáciou. Škandál totiž narušuje jeho dôveryhodnosť, kredibilitu, rešpekt, teda jeho symbolický kapitál, a to pred očami širokej verejnosti, na priazni ktorej závisí jeho legitimita. Škandály tak dnes sú v moderných demokratických spoločnostiach súčasťou zápasu o symbolickú moc. Je logické, že odhalenie priestupku, previnenia sa voči určitým pravidlám znižuje symbolický kapitál politika.

Škandál je rizikom politickej činnosti a politickej komunikácie. Pri vzniku škandálu zlyháva management zviditeľnenia prostredníctvom masových médií (Thompson, 2004). Škandály posúvajú spomínanú hranicu medzi verejnou a súkromnou sférou, ktorá je čoraz menej badateľná. Schopnosť udržať tieto oblasti oddelené bola spájaná s držaním určitým výkonom moci (politickej, ekonomickej, kultúrnej). Povahu škandálu dodáva aj samotný fakt, že sa jedná o niečo, čo malo ostať nezverejnené (ibid: 119). Vo svojej podstate má toto jednanie charakter niečoho, čo je verejne neakceptovateľné.

Politici vzhľadom na to, že nemôžu kontrolovať svoju publicitu (a s narastajúcim množstvom komunikačných možností sa táto možnosť kontroly naďalej znižuje) musia brať do úvahy fakt svojej stálej publicity, či už pozitívnej alebo negatívnej. Masové médiá, ktoré túto publicitu sprostredkujú, podliehajú určitým rutinám a trendom, ktoré

¹² Politickou kultúrou Thompson myslí „zhluk pravidiel, konvencií, postojov a očakávaní, ktoré sú základom riadenia politického života a tvarujú formy interakcie a komunikácie, ktorá sa odohráva v politickom poli.“ (z anglického originálu preložila autorka) in Thompson (2000: 116).

majú na druhej strane vplyv na politickú komunikáciu. V súvislosti s nástupom elektronických médií politici čelia väčšej viditeľnosti a hľadajú profesionálne spôsoby, ako ju ovládnuť, čo sa v praxi ukazuje najmä v zvládaní krízových komunikačných situácií, akými sú napríklad škandály.

2.1.4 Typológia škandálov

Lull a Hinerman (1997) rozlišujú zaraďujú škandály do troch typov, ktoré sa vyznačujú odlišnými charakteristikami. Tým prvým je *inštitucionálny škandál*. Inštitúciou môže byť akýkoľvek verejný úrad, ktorý ovplyvňuje svojou činnosťou verejné dianie, či reprezentuje určité morálne štandardy, ako napríklad polícia, vládne úrady, alebo cirkev, veľké korporácie. Pokiaľ sa škandál vzťahuje na osobnosť, ktorá pod takúto inštitúciu spadá, respektíve v nej pracuje, je braný ako reprezentant a to negatívne, čo je spájané s ním, je spájané s celou danou inštitúciou. Pod toto spadá aj politické prostredie, politické strany.

Druhým typom je *hviezdny škandál*, ktorý sa týka mediálne známej a populárnej osobnosti, ako napríklad herec, spevák. Tieto typy škandálu samozrejme závisia na kontexte, v akom je daná osobnosť verejnosťou vnímaná.

Posledným, tretím typom škandálov je podľa Lulla a Hinermana *psychodráma*. Kľúčovým aktérom v tomto type nie je známa osobnosť či verejná inštitúcia, ale relatívne neznámy bežný občan, ktorý vykoná čin, ktorý extrémne presahuje hranice spoločensky akceptovateľného. Tieto škandály sú zároveň príbehom, a ich aktéri sú charaktery, ktorým je v príbehu prisudzovaná určitá rola, ktorá súvisí so stereotypným vnímaním daných vecí spoločnosťou (táto rola môže byť prikrútená médiami). (Lull, Hinerman, 1997: 20)

Podľa Thompsona (2000) existujú určité druhy morálnych pochybení, ktoré sú všeobecne viac citlivé na škandál (*scandal-sensitive*) ako iné. Jedná sa najmä o hodnoty týkajúce sa sexuálnych vzťahov, pravidiel ohraničujúce finančné transakcie a spôsob uplatňovania a nadobúdania politickej moci. Na základe toho Thompson (2000: 119-121) rozlišuje tri typy politických škandálov:

- 1.) *sexuálne škandály* – tento typ škandálov sa dotýka súkromného života daného politika a môže naberať formu manželskej nevery, homosexuálnej orientácie, sexuálneho obťažovania apod. Dostatočnou podmienkou pre vypuknutie

škandálu býva porušenie pravidiel, ktoré má potenciál vzbudiť verejný nesúhlas a pohoršenie.

- 2.) *finančné škandály* – zahŕňajú porušenie pravidiel legálneho nadobudnutia alebo pohybu majetku či finančných prostriedkov (úplatkárstvo, korupcia). Sú vo svojej väčšine dôkazom ilegálneho prepojenia politických a hospodárskych subjektov. Na rozdiel od sexuálnych škandálov, finančné škandály sú porušením zákona, ktoré vyžadujú nápravu.¹³ Škandály finančného charakteru nadobúdajú rôznej intenzity. Táto intenzita závisí od kombinácie historicky formovaných inštitucionálnych, legislatívnych a kultúrnych faktorov danej krajiny (Thompson, 2000: 161).
- 3.) *mocenské škandály* – sú spojené so porušením pravidiel, ktoré vymedzujú nadobudnutie a uplatňovanie politickej moci. Ich súčasťou môže byť nekalé financovanie, ale jadrom tohto typu škandálu je znemožnenie objektívnej politickej súťaže a nedodržiavanie pravidiel výkonu moci.¹⁴

Ekstrom a Johansson (2008) rozlišujú navyše škandály reči (*talk scandals*), ktoré sú spojené s nevhodným, až škandalóznym vyjadrovaním sa osobnosti, najčastejšie verejného činiteľa. Toto vyjadrovanie môže vzniknúť nevhodnou odpoveďou v novinárskom interview, odhalením zákulisných komentárov, zlyhaním televízneho prejavu a porušením vyjadrovacích noriem vo verejnej sfére.

Mediálne škandály sú senzácie chtivé príbehy prezentované médiami, ktoré operujú s pojmami „dobrý“ a „zlý“. Pravdou je, že škandály spôsobujú špecifické reakcie verejnosti, ako je verejné pohoršenie, či odsúdenie určitých činov. Konštrukcia mediálneho škandálu je zároveň príspevkom do médiovanej verejnej sféry, navádza verejnosť k určitej akcii. (Lull, Hinerman, 1997: 28)

2.2 Škandál v médiách

„Škandály sú nemysliteľné bez zásahu masových médií“ (Waisbord, 1994 in Tumber, Waisbord, 2004: 1143).

¹³ V slovenskom politickom prostredí sa dá nájsť množstvo príkladov tohto typu škandálu. 90-te roky boli charakterizované ilegálnym narábaním s verejným majetkom spojeným s viacerými „vlnami“ privatizácie, politickými províziami a ambivalentnou legislatívou. Nedalo by sa povedať, že by sa nejakého obdobia vlády koalíčných zoskupení od vzniku SR netýkal finančný politický škandál. Iným príkladom môžu byť tzv. „nástenkové tendre“.

¹⁴ Príkladom môže byť financovanie politických strán rôznymi finančnými skupinami, ktoré malo za následok ilegálnu personálnu politiku týkajúcu sa obsadenia vysokých postov vo verejných inštitúciách. (Nicholson, 2012)

„*Manažéri v moderných spravodajských médiách sa aktívne snažia premeniť príbehy v škandály*“. (Lull, Hinerman, 1997: 9)

V mnohých definíciách a odborných teóriách, ktorými som otvorila túto podkapitolu zaznelo, že škandál v sebe zahŕňa faktor masových médií. Médiá však nefungujú len ako sprostredkovateľ, ale aktívne sa na vytvorení škandálu podieľajú. Médiá konštruujú morálny diskurz – a to tak, že dávajú škandalom význam – až zámerne produkujú škandály (ibid.: 8). Allern a Pollack (2012) zároveň tvrdia, že: „*médiá pôsobia ako verejné trhovisko pre škandály*.“ (Allern, Pollack, 2012: 181) Na jednej strane je to tým, že „predávajú“ (úvodzovky autorka). V prostredí bulvárnej žurnalistiky vytvárajú príbehy ktoré priťahujú publikum. Navyše pôsobia ako trhovisko, kde sa zverejňujú informácie, ktoré živia škandál.

Ako tvrdí Thompson (2000), transformácia viditeľnosti v dôsledku existencie nových komunikačných foriem je jednou z príčin toho, prečo sa zmenil charakter škandálu, a prečo sa zo škandálu stáva v spoločnosti stále viac prítomný fenomén. V minulosti mal škandál potenciál stať sa lokálnym, čiže sa o ňom mohla dozvedieť len tá časť spoločnosti, ktorá sa fyzicky zúčastnila na jeho šírení, prípadne tieto informácie následne prijala ústnym podaním. Dnes sú však informácie o porušovaní určitých spoločensky definovaných pravidlách šírené v značne iných podmienkach. Elektronické a nové médiá vytvárajú nový druh publicity a zviditeľnenia. Dnes táto viditeľnosť umožňuje fyzicky vzdialeným príjemcom získať informácie, ktoré by im za iných podmienok neboli dostupné.

Esser, Hartung (2004) definujú 3 funkcie masových médií v súvislosti so vznikom politického škandálu: v prípade škandálu rozlišujú dve strany – žalobcu a vinníka a tvrdia, že obe sa dožadujú publika.

- a.) médiá sú prostredím, v ktorom môže "žalobca" škandál prezentovať . Následne musí dané médium zhodnotiť, či je daná téma, udalosť, či odhalenie vhodné ako relevantná informácia pre verejnosť.
- b.) Mediálny systém zohráva veľmi dôležitú rolu v tom, že z "*návrhu škandálu*" (*scandal suggestion*) robí "*rozvinutý*" (*developed one*)
- c.) v súčasnosti neexistuje moc spôsobov, ako presnejšie zmerať rozsah verejného pohoršenia, ktoré škandál vyvoláva. Preto sa pri kritickej komunikácii ohľadne škandálu zohľadňuje zjednodušujúci fakt, že verejnosť je pohoršená natoľko,

nakoľko sú pohoršené médiá. Tým sa myslí mediálny obraz daného škandálu a intenzita samotnej medializácie. (Esser, Hartung, 2004: 1046-1047)

Médiá dávajú škandalom rámeč, štruktúru, životnosť, charakter a popularitu, robia z nich príbeh. Kritici tvrdia, že takto nepriamo podporujú ideologické záujmy elít,¹⁵ pretože potvrdzujú a redefinujú dominantné predstavy spoločnosti. Týmto plnia funkciu nositeľa ideologických štandardov.

Samotný škandál musí mať určité charakteristiky, aby bol medializovaný, či atraktívny pre médiá. Lull a Hinerman (1997) používajú nasledujúce kritéria, ktoré musia byť splnené, aby bola určitá medializovaná udalosť označená ako škandál. Prvým je fakt, že sociálne normy, ktoré odrážajú dominantnú morálku (ako mieru toho, čo je spoločensky vhodné a akceptovateľné, pozn.aut.) musia byť prekročené. Tento *priestupok* (*transgression*) robí určitá osoba konajúca určité činy, ktoré odrážajú ich vlastné (a teda sebecké) túžby a záujmy. Tieto osoby musia byť ďalej *identifikované* a musí byť dokázané, že konali zámerne, alebo neuvážene a za svoje činy nesú zodpovednosť. Tieto činy a udalosti navyše musia mať rozličné *dôsledky* pre tých, ktorých sa týkajú. Ďalej platí, že na to, aby bola udalosť označená ako škandál, musí byť intenzívne a opakovane *medializovaná*. Médiá z nej totiž robia príbeh, a tento príbeh navyše budí veľký záujem a diskusiu. Práve naratívny charakter škandálu je dôležitý, teda to, ako médiá škandál reprezentujú. Z dôvodu, že škandál nie je len reprodukcia faktov, ale vlastne príbehom, dostáva časovo dlhodobejší a naratívny rozmer. A je to práve publikum, ktoré si vyžaduje od médií, aby tieto príbehy rozvíjali, aby mali nejaký ďalší dej. Škandál pokračuje teda dovedy, dokiaľ si dané médium dokáže k danej téme udržať pozornosť verejnosti. Každý škandál ako príbeh navyše vyžaduje ukončenie, či vyriešenie, a to také, ktoré bude akceptovateľné verejnosťou ako náprava nesprávneho konania. (Lull, Hinerman, 1997: 13-14)

Účasť verejnosti hrá v definícii škandálu nemalú rolu. Udalosť dostáva pomenovanie škandál, pokiaľ je šírená masovými komunikačnými prostriedkami a prekračuje hranice dominantne akceptovateľného v hodnotovom konceptoch, ktorými v danú dobu disponuje verejnosť. Inými slovami, pokiaľ udalosť nie je interpretovaná verejnosťou

¹⁵ Napríklad Noam Chomsky (2002) To, čo Chomsky nazýva demokratickou kontrolou povedomia širokej verejnosti je spôsob, akým médiá filtrujú tok informácií, ktorý sa k nej dostane. Médiá môžu slúžiť ako nástroj propagandy zo strany štátneho aparátu, alebo korporátnych elít. (Chomsky, 2002, in Midulová, 2012)

ako morálny priestupok (vďaka dominantnej definícii hraníc morálky, pojmami, ktoré sú verejne zaužívané), nebude všeobecne považovaná za škandál. Škandál je nadobúda svojej formy práve kvôli tomu, akú verejnú debatu spustí. Rámec, aký dávajú škandalom médiá dáva verejnosti vnuknutie určitých preddefinovaných hodnotiacich prvkov. Mediálne udalosti sú vo všeobecnosti predsunuté hodnotiacemu oku verejnosti, ktoré im taktiež dáva váhu a prostredníctvom sociálnej interakcie si ich interpretuje. Verejnosť je tak spolutvorcom škandálu (ibid.:16) Škandál cirkuluje prostredníctvom médií a medziľudských interakcií.

Allern a Pollack (2012: 23-24) vnímajú škandál ako mediálny konštrukt a vytvárajú sedem hypotéz, ktoré by mali priblížiť účasť médií na daných škandaloch.

- 1.) *hypotéza zvýšeného výskytu politických škandalov*: tvrdí, že v čase od druhej svetovej vojny sa počet mediálnych škandalov zvýšil a sú dnes do značnej miery bežnejšie než predtým
- 2.) *hypotéza individualizácie*: kriticky hodnotí orientáciu médií na osobnosti, individua aj napriek tomu, že daný problém má komplexnejší charakter a je zakorenený v kolektívnej zodpovednosti, štruktúre či podmienkach širšieho politického prostredia. Táto hypotéza je založená na personifikácii spravodajských obsahov ako niečoho, čo apeluje na potrebu publika stotožniť sa s inou osobou. Komerčná žurnalistika tak redukuje realitu na osoby a drámu.
- 3.) *hypotéza senzácie chlivej triviálnosti (sensationalizing the trivial)*: škandály sú založené na priestupku či porušení normy, ktorá má skôr menší, než závažný význam. Z triviálneho problému sa časom stáva mediálny škandál
- 4.) *hypotéza stáda (herd hypothesis)*: tu autori pracujú s pojmom „mediálna štvania“ (*media hunt*), ktorý nastáva, keď hlavné spravodajské médiá používajú na zobrazenie danej kauzy rovnaké rámce a navzájom podporujú určitú interpretáciu reality
- 5.) *hypotéza príkazu (command hypothesis)*: na to, aby mal škandál skutočne všadeprítomný charakter, je treba, aby len hŕstka spravodajských médií stála na čele škandalizácie. V severských krajinách, odkiaľ výskum pochádza, boli týmito „vedúcimi“ škandalizácie bulvárne médiá. Oni dávali škandalu charakter kampane. Autori podotýkajú, že na to, aby sa začal mediálny škandál, nestačí

zverejniť informáciu len jedným hlavným médiom. Je potreba, aby ostatné hlavné mediálne domy danú udalosť ďalej medializovali.¹⁶

- 6.) *genderová hypotéza (gender hypothesis)*: tolerancia priestupku u ženy je nižšia než u muža; žena zároveň podliehajú očakávaniam, že prejavia viac empatie, expresie, inštrumentálnosti typickej pre mužov
- 7.) *hypotéza démonizácie (demonization hypothesis)*: naratíva a novinársky rámec, do ktorého je škandál vsadený vedie často k zjednodušenému zaradeniu osoby, ktorých sa škandál týka, do tábora „zlých“, alebo „dobrých“. Toto autori nazývajú démonizáciou danej osoby.

Autori sa v danej publikácii sústreďujú na politické škandály v oblasti štyroch severských krajín a tieto hypotézy preverujú v danom prostredí.

Škandál ako mediálna udalosť však nemusí byť reprezentovaná v rôznych spravodajských médiách rovnakým spôsobom. V niektorých prípadoch môže zavážiť mierna politická tendencia periodika. Relevantnou štúdiou je v tejto súvislosti štúdia Puglisiho a Snydera (2011). Autori dospeli empirickým šetrením zahŕňajúcim americké tlačene médiá k záveru, že existuje silná korelácia medzi politickým profilom tlačeného periodika a počtom a zároveň rámcovaním politických škandálov¹⁷. Noviny, ktoré majú vyššiu tendenciu podporovať demokratických kandidátov vo voľbách "*poskytujú značne viac pokrytia škandalom zahŕňajúcim republikánskych politikov*" a naopak. Autori zároveň nadväzujú na predpoklad, že dopyt verejnosti po informáciách motivuje správanie masových médií a na základe empirického výskumu tvrdia, že existuje aj vzťah medzi cirkuláciou daného periodika a množstvom priestoru, ktorý je v spravodajských sekciách venovaný politickým škandalom. Čím väčší vydavateľský objem dané tlačene periodikum má, tým kvantitatívne viac priestoru venuje spravodajstvu o politických škandaloch (Puglisi, Snyder, 2011: 947).

2.2.1 Novinárska konštrukcia škandálov.

Ako bolo načrtnuté vyššie, médiá samotné sa podieľajú svojim rámcovaním určitej udalosti na jej vnímaní ako škandálu. Zavádzajú do udalosti dramaturgiu, príbehovosť. Najskôr je škandál začlenený do určitého kultúrneho príbehu (napríklad dobro verzus

¹⁶ Bulvárne „prvenstvo“ v mediálizácii politického škandálu má svoju logiku v spomínanej orientácii na personalizáciu obsahov a dramtizáciu. (Allern, Pollack, 2012: 185)

¹⁷ Štúdia analyzovala škandály finančného charakteru vyšetrovanými FBI, autori z výskumu vynechali takzvané sexuálne škandály politikov.

zlo, hrdina verus zbabelec, zločinec verus obeť). Potom médiá dajú priestor reakciám zúčastnených strán, ale stále budú vo svojej selekcii prezentovaných informácií dávať prednosť tomu, čo bude pasovať do predtým definovaného rámca príbehu. Toto všetko eskaluje dramatickosť prezentovanej udalosti. „*V priebehu spracovania spravodajstva (výber, rámcovanie, zameriavanie) konštruuje novinársky diskurz špecifickú realitu*“. (Paimre a Harro-Loit ,2011: 434).

Existuje rozdiel v spoločenskom dopade udalostí reprezentovaných v médiách – niektoré majú široký ohlas bez ohľadu na intenzitu mediálneho pokrytia (napríklad vojenské násilie, prírodná katastrofa), zatiaľ čo iné dostávajú spoločenskej dôležitosti len v dôsledku vysokej medializácie. Paimre a Harro-Loit (2011) argumentujú, že médiá vytvárajú mediálne vlny (*news waves*), ktoré majú rôznu intenzitu, veľkosť, konštrukciu a spoločenský dopad.

V spravodajstve sú informácie o politických škandáloch konkurenčným zdrojom, pretože do hry vstupuje boj o pozornosť publika. Odhalený politický škandál dodáva mediálnej organizácii lepšiu reputáciu u publika, zvyšuje jej zásah a tým upevňuje jej pozíciu na mediálnom trhu. Škandály sú „symbolickým kapitálom“ ktorý zlepšuje reputáciu daného média ako hráča na trhu. Silu vplyvu a dosahu mediálnej organizácie dokazuje aj spôsob, akým je daný škandál ukončený. Pokiaľ sa jedná o dramatickú rezignáciu významného politika, je na dané médium nahliadané ako na strážcu spravodlivosti či kultúrnych noriem v spoločnosti. Škandalózna udalosť je teda svojím spôsobom tovar, respektíve aktívum. Je to aj z týchto dôvodov že médiá sa snažia rámcovať škandály ako príbehy s hutnou dávkou dramatickosti a dynamiky. Škandály sú taktiež nabité negatívnym a dávajú publiku podnet k úsudku, ktorý je v tomto prípade jednoznačný – na negatívne činy porušujúce zažité spoločenské hodnoty a normy reaguje pohoršené publikum kriticky (Allern, Pollack, 2012: 19-20).

Je to práve konkurencia medzi médiami, ktorá je založená na súťaži o poskytnutie čo najšokujúcejších informácií patriacich do čo najdramatickejšieho príbehu. Mediálne organizácie v súťaži o tieto informácie a o pútavosť spravodajského článku neraz siahajú po anonymných zdrojoch. Orientácia na dramatizáciu v médiách transformuje aj svet politiky (Wolfsfeld, 2011: 4).

Objavenie škandálu je vzhľadom na dostupnosť zdrojov pre novinára tak trochu dvojsečná zbraň. Na jednej strane prináša príbeh s dávkou negatívnosti, ktorý zaručene

prítiahne širokú pozornosť. Na strane druhej, pokiaľ je vo svojom snažení príliš aktívny a utláča významných politických predstaviteľov príliš do úzkych, môže zároveň prísť o cenné zdroje informácií (ibid.: 13). Táto téza ale opäť závisí od miery závislosti politiky a médií, od konkrétneho systému médií a politiky v danej krajine – od stupňa politického paralelizmu, profesionalizácie novinárskej práce.

2.2.2 Fázy a dôsledky medializovaného škandálu

Thompson (2000) sa rozsiahlo venuje škandálu ako mediálnej udalosti, ktorá má vývoj v čase. Na základe toho tvrdí, že médiá vyobrazujú škandál v určitej sekvenčnej štruktúre. „*Medializované škandály sa zvyčajne vyvíjajú v čase, ktorý je rozdelený rytmom mediálnych organizácií, ktoré majú odlišné rutiny publikovania a vysielania.*“ (Thompson, 2000: 72)

Odhalenie škandálu nie je dostačujúcou podmienkou jeho vzniku. Musí sa vyznačovať následným verejným a mediálnym diskurzom. Dynamiku škandálu ovplyvňuje aj legislatívny rámec a politické inštitúcie, ktoré informáciami, ktoré poskytnú prispievajú k postupnému odkrývaniu či možnému riešeniu politického škandálu.

Kľúčovou charakteristikou mediálnych škandálov je v tejto súvislosti fakt, že nemajú uzatvorený koniec. Dajú sa analyzovať retrospektívne, ale v ich priebehu je len veľmi ťažké odhadnúť, akým smerom sa budú vyvíjať. Nepredvídateľnosť priebehu škandálu ako príbehu je zároveň atraktívna pre publikum. Napriek tomu by sa dali priblížiť štyri fázy mediálnej reprezentácie škandálu:

- a.) *predškandálna fáza (pre-scandal phase)*: zahŕňa obdobie pred rozsiahlym verejným odhalením priestupku, pre toto obdobie môže byť charakteristická investigatívna žurnalistika, vyšetrovanie zákonných orgánov, či prvé zverejnenie informácií, ktoré neskôr vedú ku vzniku škandálu
- b.) *samotný škandál (scandal proper)*: začína verejným odhalením činov, ktoré spustia danú kontroverziu. Škandál naberá na intenzite tak, že mediálne organizácie si navzájom preberajú agendu, a tak sa škandál svojou prítomnosťou v médiách stáva akoby všadeprítomným.
- c.) *kulminácia (culmination)*: po samotnom odhalení dochádza na priznanie vinníka, prípadne zákonný postup, výkon trestu apod. Táto časť môže nadobúdať dramatických rozmerov, ako napríklad výnos rozsudku nad vinníkom, verejné súdne konanie, tlačové konferencie apod. V iných prípadoch

môže mať kulminačná fáza opačný priebeh – verejnosť sa témou škandálu nasýti a jeho medializácia ustúpi.

- d.) *dozvuky (aftermath)*: dramatizácia škandálu pominula a nasleduje jeho reflexia, ktorá môže prebiehať formou ustanovenia inej vyšetrovacej komisie, diskusie v médiách a porovnávanie s ostatnými udalosťami podobného typu, ich analýzou, určovaním trendov atď.

Thompson sa taktiež zaoberá možnými dôsledkami. Napriek tomu, že k téme neexistuje príliš odbornej literatúry založenej na empirických výskumoch, autor sa snaží na základe všeobecných charakteristík priblížiť štyri teórie dôsledkov, aké môže nadobudnúť medializovaný škandál.

- 1.) Teória bez následkov (*no-consequence theory*) tvrdí, že škandály nemajú dlhodobý dopad na kvalitu spoločenského života. Pôsobia len ako „chvíľková“ zábava, či rozčarovanie
- 2.) Funkcionalistická teória škandálov znamená poučenie y priestupku a snaha o využitie nástrojov o zlepšenie situácie, na základe ktorej škandál vznikol
- 3.) Teória triviálnosti hovorí, že škandál zjednodušuje verejný diskurz na politicky irelevantné témy, zatiaľ čo tie témy verejného života, ktoré by mali byť diskutované v daný čas, prichádzajú o pozornosť verejnosti
- 4.) Teória subverzie tvrdí, že škandál vlastne obohacuje verejnú debatu, a to tak, že kritizuje mainstreamové novinárske praktiky (Thompson, 2000: 234-245).

2.3 Kauza Gorila

Pod kauzou Gorila chápeme slovenskú politickú kauzu, ktorá je medializovaná od 21.decembra 2011¹⁸. Medializácia danej kauzy bola spustená anonymným zverejnením údajného spisu, ktorý pochádzal od Slovenskej informačnej služby, na internete. Daný spis obsahuje prepisy rozhovorov vysokopostavených politických reprezentantov a vedúcich predstaviteľov vplyvnej finančnej skupiny z rokov 2005 až 2006. Tieto rozhovory boli údajne získané tajným odpočúvaním bytu na Vazovovej ulici v Bratislave, kde sa mali schádzať politické a finančné špičky. Tajné odpočúvanie údajne zastrešovala Slovenská informačná služba (SIS). Dôvodom bolo vyšetrovanie a podozrenie z korupcie daných vládnych subjektov.

Kontroverznosť udalosti spočíva v údajnom obsahu daných rozhovorov. Spis, ktorý nesie názov tajnej odpočúvacej akcie Gorila, totiž reprodukuje ilegálne narábanie s verejnými finančnými prostriedkami, neoprávnené transakcie a početné zneužitie postavenia verejných činiteľov spojené okrem iného aj s obchodovaním s verejnými funkciami. V súvislosti s korupčným jednaním je v spise spomínaných viacero vtedajších koalíčných a opozičných politických predstaviteľov. Ako píše denník SME, daný spis jeho redakcia obdržala už v roku 2009¹⁹, ale nezverejnil ho. Zverejnenie na internete v decembri 2011 bolo anonymné. S daným spisom a jeho pravosťou je spájaná aj osobnosť novinára Toma Nicholsona, ktorý o zákulisí zverejnenia publikoval v roku 2012 knihu s názvom „Gorila“. V súvislosti s touto publikáciou medializácia kauzy pokračovala, a to vzhľadom na problémy s jej vydaním v predvolebnom období. Kauza Gorila bola jedným zo zdrojov občianskej nespokojnosti pred predčasnými parlamentnými voľbami do slovenskej Národnej rady v roku 2012 (Krivý, 2012:138). Načasovanie zverejnenia tohto dokumentu niektorí kriticky vnímali ako „*spravodajskú hru*“ (ibid.: 13), ktorá plne využívala charakter a rutiny domácich masových médií.

Publikácia slovenského Inštitútu pre verejné otázky²⁰, ktorá hodnotila kvalitu demokracie v Slovenskej republike za prvý štvrtrok 2012, spomína kauzu Gorila vo

¹⁸ V daný dátum bola slovenskou spravodajskou televíziou TA3 prezentovaná prvá správa, týkajúca sa anonymného internetového zverejnenia záznamu z odpočúvania s názvom Gorila I a II. Zdroj: *Na verejnosť preníkol dokument s krycím názvom Gorila* [online]. Bratislava, TA3, 21.12.2011, citované dňa [15.3.2013]

¹⁹ Vydanie denníka SME, 27.12.2011

²⁰ Inštitút pre verejné otázky (IVO) je nezávislou mimovládnu neziskovou organizáciou združujúcou odborníkov z rôznych oblastí, vytvorenou so zámerom presadzovať hodnoty otvorenej spoločnosti a demokratickej politickej kultúry vo verejnej politike a spoločenskom rozhodovaní. (Zdroj: <http://www.ivo.sk/104/sk/kto-sme/ivo> [on-line], citované dňa [30.4.2013])

viacerých súvislostiach s dopadom na predvolebné nálady občanov a celkové verejné dianie. Nevyhýba sa však ani kritike slovenských mienkotvorných médií, o ktorých tvrdí, že mali materiál, ktorý bol predmetom danej kauzy už dva roky pred jej vypuknutím, a neinformovali o ňom verejnosť. Aj preto existuje podozrenie, že daná kauza je s ohľadom na načasovanie a okolnosti vypuknutia podozrievaná z mediálnej samoučelnosti. Publikácia "IVO Barometer" zároveň konkrétne konštatuje, že médiá sa pri informovaní o kauze zachovali "*selektívne a zdržanlivo , resp. nechali si do istej miery nanútiť interpretáciu obsahu spisu, ktorá z masívnejšej medializácie vynechala politikov (napríklad R. Fica), ktorí sa mali nachádzať v konšpiračnom byte spomínanom v spise a nikdy túto skutočnosť nepopreli.*" Dokument zároveň jasne uvádza, že predvolebné kauzy Gorila a neskôr Sasanka²¹ v médiách "*úplne zatlačili do úzadia tému politických programov kandidujúcich subjektov.*" (IVO Barometer, 2012: 12)

Dej kauzy sa mal odohrať v rokoch 2005-2006. Vláda premiérky Ivety Radičovej však bola pred voľbami touto kauzou značne ochromená. Najmä strana SDKÚ-DS bola často mediálne obviňovaná v súvislosti s danou kauzou (Krivý, 2012: 13). Verejnosť kauzu vnímala ako diskreditáciu celej politickej kultúry na Slovensku. Kauza odhaľovala nekalé narábanie s verejnými peniazmi a projektmi a vo všeobecnosti nečisté vzťahy medzi politikmi, stranami a ich napojenie na súkromné finančné subjekty (ibid., 13).

²¹ Kauza Sasanka sa týkala predsedu parlamentu a predsedu strany SaS Richarda Sulíka a jeho sms korešpondencie s kontroverzným podnikateľom Mariánom Kočnerom. Jednalo sa o prepis krátkych správ opäť anonymne zverejneným na internete v noci dňa 26.1.2012. Správy sa týkali najmä voľby generálneho prokurátora a predávania iných informácií o politických jednaniach podnikateľovi. Zdroj: *Sulík potvrdil kontakty s Kočnerom, Sasanku označil za pamflet* [online]. Bratislava , TA3, 27.1.2012, citované dňa [20.3.2013]

3 Médiá a politika na Slovensku a v Českej republike

Vzhľadom na skúmané periodiká a niektoré tvrdenia, ktoré sa k ich charakteristikám vzťahujú a ktoré sa chystám testovať, pokladám za relevantné stručne popísať mediálny systém v Slovenskej a Českej republike s ťažiskom na denníky, ktoré sú predmetom mojej výskumnej analýzy. Médiá oboch štátov pomerne donedávna zdieľali jeden legislatívny rámec a fungovali v jednom politickom systéme. Po oddelení v roku 1993 charakterizuje mediálne krajiny oboch štátov samostatná, ale vo svojich charakteristikách podobná transformácia a následná emancipácia. V nasledujúcej podkapitole sa budem venovať krátkej charakteristike tohto transformačného obdobia a najmä súčasnému stavu.

3.1 Mediálna krajina v Slovenskej republike

Mediálny systém Slovenskej republiky prešiel po roku 1989 zásadnou transformáciou, ako aj politický a hospodársky systém. Po roku 1993 sa v Slovenskej republike začal rodiť nový vzťah politiky a médií. Toto formovanie vyústilo v napätie v priebehu 90tych rokov, ktorého príčinou bola legislatívna nepripravenosť vládnej elity na nové mediálne prostredie (Brečka, Ondrášik, Keklak, 2010).

90. roky boli na Slovensku poznačené politickými a spoločenskými turbulenciami, medzerami v legislatíve a ich následnými pokusmi o vyplnenie. Obdobie po vzniku samostatnej Slovenskej republiky charakterizuje špecifická a zásadná legislatívna premena, obdobie privatizácie, ktoré zásadne zmenilo vlastnícku štruktúru mediálnych subjektov.

Uplynulých dvadsať rokov bolo okrem toho dynamických aj s ohľadom na hospodársku situáciu v krajine. Všetky tieto zmeny sa odrážali aj v prostredí masových médií. Vzhľadom na neisté podmienky a náročnosť financovania postupne dochádzalo ku koncentrácii²². K tej prispeli aj zahraniční investori, ktorí postupne skupovali miestne vydavateľské domy, či zakladali na Slovensku vlastné pobočky a vydávali na miestom trhu svoje periodiká prispôsobené lokálnemu formátu.²³ Dôsledkom priority získať čitateľa zanikli stránicke médiá a do popredia sa dostávajú tie orientované na masové

²² Koncentrácia vlastníctva je v slovenskej mediálnej krajine stále narastajúcim problémom. Príčinami tohto javu môže byť malý trh, ktorý nedokáže „užiť“ viacerých hráčov a ťažko vymáhateľná legislatíva. (Brečka, Ondrášik, Keklak, 2010: 19)

²³ Situáciu a proces, kedy sa zahraničné spoločnosti musia mediálnymi obsahmi prispôbiť domácemu sociokultúrnemu prostrediu, nazval Ronald Robertson Glokalizáciou. Zdroj: Štětka (2007)

publikum. Množstvo zahraničných investícií, prebehli na slovenskom mediálnom trhu a transformovali lokálne vydavateľské domy, tak prispeli aj k väčšej nezávislosti od politického prostredia.

Rozhlas a televízia však stále spadali pod reguláciu štátu, preto bol vstup na trh v tejto oblasti zložitejší. Je dôležité spomenúť, že celý proces privatizácie bol zároveň obdobím politických tlakov (Brečka, Ondrášik, Keklak, 2010: 9).

Súčasťou hospodársko-politickej transformácie bola aj emancipácia slovenských médií. Spočívala v odstránení štátnej kontroly médií a ich premenu v podnikateľské subjekty. Táto emancipácia však bola len relatívna, pretože nevznikli nezávislé médiá, ale vznikli subjekty závislé na príjmoch od inzerentov a strácali aj svoj národný charakter, a to vplyvom Západnej kultúry, ktorej sa krajina po roku 1989 začala otvárať (Brečka, Ondrášik, Keklak, 2010: 10).

Vzťahy medzi médiami a politikou na Slovensku a v Čechách sa zatiaľ nevenuje veľa odborných publikácií. Jednou z mála, ktorá kriticky analyzuje mediálno-politické prostredie je zborník *Masmediálna komunikácia a realita*, vydaný v roku 2009. Anton Fillo v nej pojednáva o vzťahu politiky a médií a slovenské tlačéné médiá označuje ako politicky tendenčne ladené. Podľa neho majú médiá pravicové tendencie a spomedzi denne vydávaných periodík neexistuje ľavicovo orientovaná alternatíva (Fillo in Magál, Mistrík, Solík, 2009: 186). Je pravdou, že v rámci prieskumu novinárov na Slovensku (Brečka, Ondrášik, Keklak, 2010:172) vyplynulo, že novinárske hodnotenie kvality vzťahu s vládnymi predstaviteľmi bolo najlepšie počas 1. vlády Mikuláša Dzurindu, označovanej ako liberálna. Naopak najhoršie hodnotenie si od novinárov vyslúžil súčasný premiér Róbert Fico, ktorého strana SMER sa orientuje na sociálno-demokratickú politiku. Ficova koalícia (2006-2010) však nemôže byť označená za ľavicovú, keďže zahŕňala nacionalistickú stranu SNS na čele s Jánom Slotom a HZDS bývalého premiéra Vladimíra Mečiara, ktorý je známy svojimi autoritatívnymi vládnymi tendenciami počas svojho prvého obdobia na čele vlády po vzniku samostatnej Slovenskej republiky. Argument Fillu je postavený na jeho vlastnej evaluácii mediálnej reprezentácie predvolebného boja o prezidentský post medzi Ivanom Gašparovičom a Ivetou Radičovou. Autor tvrdí, že médiá jednoznačne favorizovali a pozitívne hodnotili pani Radičovú a súčasného prezidenta zosmiešňovali a ponižovali.

Ako ďalej tvrdí Fillo, príčinou zániku a súčasnej takmer neexistencie ľavicovo orientovanej tlače sú ekonomické dôvody, „boj o čitateľa“ a samotné trhové prostredie, v ktorom dnes médiá operujú. Finančné bariéry vstupu na mediálny trh sú dnes vysoké a ľavicové politické a voličské spektrum dnes údajne danými prostriedkami nedisponuje. Dinka (2010:12) tvrdí, že samotné médiá na Slovensku sa nebránia označeniu „pravicové“ s orientáciou na liberálne a konzervatívne hodnoty.

Stav tlače v Slovenskej republike súvisí taktiež s historickým vývojom a hlavne s premenami v komunikačných technológiách za posledných 20 rokov. Klesajúca cena informácie a potreba ňou rýchlo disponovať súvisia najmä s rozmachom internetových médií, čo ovplyvňuje trh tlačených periodík. Tlačené médiá stále viac nahrádzajú elektronické, najmä internet. Čítanosť slovenských tlačených periodík má pomerne výrazné klesajúce tendencie.

Vzhľadom na viac voľného času sa ľudia venujú zábave a takýto typ informácie preferujú dostávať aj zo strany médií. Jednoduchosť, stručnosť mediálnych obsahov sa prejavuje v používaní jazyka a menšej slovnej zásobe (Růžička, 2011:90).

Slovenské prostredie sa podľa Dinku (2010) v slovenskom prostredí vyznačuje najmä bulvarizáciou médií. Metódy bulvárneho spravodajstva ako jednoduchosť, informačná povrchnosť, emotívnosť na úkor presnosti a dramatizácia mediálneho obsahu sa stále viac stávajú súčasťou spravodajských obsahov slovenského mediálneho trhu. Bulvárne metódy začali udávať „informačný tón“ a majú potenciál manipulovať príjemcami (Dinka, 2010: 217) Jednou z takýchto manipulačných praktík tlače je konštrukcia káuz (ibid.: 19).

3.1.1 Stručná charakteristika periodickej tlače na Slovensku

V súčasnosti je na Slovensku vydávaných 9 celoštátnych denníkov, z toho jeden inzertný (Avízo) a jeden v maďarskom jazyku (Új Szó). Počet denníkov mal za posledné roky zväčša klesajúcu tendenciu.²⁴ Rebríčkom čítanosti a predaného nákladu za rok 2012 kraľuje bulvárny denník Nový Čas, za ním nasleduje bulvárny denník Plus jeden deň a ž po nich sú v rebríčku umiestnené ostatné spravodajské denníky SME, Pravda a Hospodárske noviny, označované ako seriózne či mienkotvorné ²⁵. Denník

²⁴ V rokoch 1990/1995/2000 bolo denníkov 12, v roku 2004 to bolo 9 a v roku 2009 7. Zdroj: Brečka a kol. (2010: 21).

²⁵ Brečka a kol. (2010:26). Podľa prieskumu MML-TGI, ktorý realizuje spoločnosť MEDIAN SK čítalo v 1. a 4. kvartáli roku 2012 denník Nový čas 20 percent populácie vo veku 14-79 rokov, Plus jeden deň

SME býva označovaný ako liberálny, denník Pravda má prívlastok rodinný, populárny, lifestyleový a denník Hospodárske noviny je spájaný s charakteristikami ako serióznosť a ekonomická tematika (Školka, 2011). Vo svojej práci budem analyzovať obsah troch denníkov – SME, Pravda a Hospodárske noviny, preto v nasledujúcich riadkoch stručne priblížim charakteristiku ich čitateľskej obce.

Denník SME sa v týchto rokoch orientuje skôr na mladších a vzdelaných čitateľov, ktorí sú politicky orientovaní liberálnejšie. Čitatelia bývalého komunistického denníka Pravda boli tradične z väčšej časti vzdelaní ľudia s vyšším vekovým priemerom (Brečka, 2002). Dnes tento priemerný vek klesá, Pravda zmenila formát a profiluje sa aj na mladších čitateľov. Denník Hospodárske noviny má pomerne nízku čítanosť a jeho čitatelia sú väčšinou v ekonomicky aktívnom veku (30-45 rokov), študenti a samostatne zarábajúci občania-podnikatelia. To súvisí s jeho obsahovým zameraním na hospodárske témy.

3.2 Médiá v Českej republike

České médiá dnes taktiež vychádzajú z transformácie českej spoločnosti po roku 1989. Majú však špecifický historický vývoj, ktorý tomu predchádzal. Po roku 1989 sa v prostredí českých médií odrazila komercializácia, digitalizácia a koncentrácia vlastníctva. Významnú rolu v tomto procese zohrával ako vznik reklamného trhu. Meradlom úspechu dnešných médií je teda ich schopnosť generovať zisk a dalo by sa povedať, že médiá orientované na kultúru, spoločenské vzdelávanie a tvorbu verejnej mienky zaberajú v krajine len marginálny priestor (Bednařík, Jiráček, Köpplová, 2011: 382).

Nové milénium je aj v českej mediálnej krajine poznamenané poklesom významu tlače a presun ťažiska na elektronickú a internetovú formu informácií. 90te roky znamenali na trhu tlačených periodík podobnú dynamiku ako na Slovensku. Mnoho titulov zaniklo, niektoré naopak vznikli, či sa transformovali. Spoločným znakom premeny vlastníctva zo štátneho na súkromné bolo aj vymedzenie nových majiteľov a editorov

mal 7%, denník SME taktiež 7%, Pravda 6% a Hospodárske noviny 3%. Zdroj: Základné výsledky MML-TGI za 4. kvartál 2011 + 1. kvartál 2012, [online], <http://www.median.sk/pdf/2012/ZS121SR.pdf>, prezerané dňa [4.5.2013]. Náklady predaných výtlačkov boli v roku 2012 nasledujúce (čísla zaokrúhlené na tisíce): Nový čas 110 tisíc, Plus jeden deň 50 tisíc, SME 44 tisíc, Hospodárske noviny 14 tisíc výtlačkov. Zdroj: Audit Bureau of Circulation Slovak Republic [online], <http://abcsr.sk/index.php?menu=vysledky>, prezerané dňa [4.5.2013]

voči predchádzajúcemu ideologickému režimu. Často sa tento proces odohrával v nie úplne legálne vymedzenom rámci (ibid.:371).

Pokiaľ vezmeme do úvahy formát, dnešné seriózne, či polo-seriózne denníky v Českej republike sa veľmi neodlišujú od tých bulvárnych. Ako na Slovensku, aj v Českej republike je najčítanejším denníkom bulvárny Blesk, aj keď čitatelia bulváru čo sa ich počtu týka neprevažujú nad čitateľmi serióznej tlače (Trampota, Končelík, 2011: 291).

Denník Mladá fronta Dnes, ktorý zahŕňam do svojej analýzy vznikol z Mladej fronty, pôvodne vydávanej pred rokom 1989 Zväz socialistickej mládeže. Postupne však vlastníctvo prešlo (spolu s obmenou názvu) pod akciovú spoločnosť MaF a dnes denník vlastní skupina Mafra, ktorá je najväčším mediálnym vlastníkom v Českej republike. Denník MF Dnes, ako sa dnes periodikum nazýva, má spravodajský obsah a je považovaný za mienkotvorný. Zároveň má podľa niektorých odborníkov orientáciu na stredopravé politické spektrum.²⁶

Na vekovo staršiu čitateľskú obec sa orientuje denník Právo, ktorý býva označovaný ako majúci orientáciu na politický ľavý stred. Denník Právo je obmenou ideologického periodika vydávaného pred rokom 1989 ÚV KSČ a nesúcim názov Rudé právo. Slovo „rudé“ sa z názvu denníka vytratilo v roku 1995. Hospodárske noviny boli pôvodne v týždennom formáte, ale opäť – po páde režimu sa z nich stal denník z ekonomickou tematikou, ktorý v súčasnosti vydáva vydavateľstvo Economia, a.s., vlastnené spoločnosťou podnikateľa Zdeňka Bakalu.

²⁶ Politicky tendenčné smerovanie denníkov je uvedené v charakteristike českej mediálnej krajiny na stránkach European Journalism Centre [online] http://www.ejc.net/media_landscape/article/czech/ , citované dňa [18.5.2013].

4 Výskumná časť

4.1 Vymedzenie výskumného problému a definícia výskumných otázok

Témou môjho výskumu je mediálna reprezentácia kauzy Gorila v slovenských a českých tlačených periodikách. V rámci výskumu reprezentácie sa zameriam na jej rámcovanie v čase, medializáciu jednotlivých aktérov a zdrojovú a informačnú vyváženosť. Podklady pre relevanciu tejto výskumnej témy čerpám z odbornej literatúry prezentovanej v tejto práci. Vybrané teoretické koncepty aplikujem na danú kauzu a preverujem, do akej miery dané koncepty platia pre mediálnu reprezentáciu politického škandálu slovenskými a českými médiami na príklade kauzy Gorila.

4.1.1 Výskumná otázka 1

Podľa základných charakteristík fáz mediálneho škandálu, ako ich opisuje Thompson, by mala mediálna reprezentácia kauzy Gorila tematicky spadať do 4 období. Tieto obdobia sú všeobecne aplikovateľné pre politické kauzy a ja sa pokúsim zistiť, nakoľko sa medializácia kauzy Gorila v slovenskom a českom prostredí s týmto modelom tematicky zhoduje. Ukazovateľom premeny hlavnej témy článku pre mňa bude premenná „hlavná téma“, ktorej hodnotami je ťažisková téma, ktorej sa daný článok v súvislosti s kauzou Gorila venuje. Túto tému budem určovať z titulku, perexu alebo počiatku článku. Zároveň budem sledovať, aká silná je medializácia danej kauzy prostredníctvom frekvenčnej analýzy. Frekvenciu medializácie mi ukáže počet článkov týkajúcich sa kauzy Gorila v jednom dni.

VO1: Spadá mediálne vyobrazenie kauzy Gorila tematicky do 4 fáz mediálneho škandálu podľa Thompsona?

V tejto súvislosti sa zameriam aj na frekvenciu pokrytia a na to, či médiá danú tému často prezentovali na titulnej strane. Článok som považovala za zverejnený na titulnej strane za nasledujúcich podmienok. Pokiaľ sa na konci článku nachádzal odkaz „viac na str.“ považovala som článok za oddelený od článku, ktorý sa síce zaoberal podobnou témou, ale priamo na článok na titulnej strane nenadväzoval. Článok, ktorý končil odkazom „pokračovanie na str.“ som pokladala za časť článku, ktoré dané periodikum

dokončilo na inej strane a celý článok som v kódovaní označila prívlastkom titulná strana²⁷.

4.1.2 Výskumná otázka 2

Ďalej sa venujem výskumu mediálneho rámcovania kauzy. Inšpiráciou mi je teoretický základ prezentovaným Entmanom (1991) a v skúmanom materiáli budem sledovať charakteristiky pre nasledujúce rámce: konflikt, ľudský záujem/personalizácia, následky, morálka, zodpovednosť. Daný rámec budem skúmať prostredníctvom premennej „rámec článku“, ktorá môže nadobúdať pre jednotlivé rámce nasledovných kategórií:

- Konflikt – článok prezentuje dichotómiu názorov, protichodných tvrdení, či postojov ku danej kauze, jej zamietanie či akceptáciu, reakcie predstaviteľov koalície oproti predstaviteľom opozície, diskusiu „mocných“ politikov oproti občanom, ktorí sa takého priestupku nemohli dopustiť.
- Personalizácia – článok je založený na ľudskom príbehu jednotlivca, ktorý je danou kauzou zasiahnutý alebo s ňou inak súvisí
- Následky – článok je diskusiou o širšom kontexte kauzy a o možných implikáciách pre spoločenskú realitu, nevynímajúc predčasné voľby
- Morálka: článok prezentuje kauzu ako morálne zlyhanie celej politickej kultúry na Slovensku; v článku sa spomína prívlastok „morálny“, „morálka“, „spoločensky akceptovateľný“
- Zodpovednosť: článok diskutuje o aktéroch kauzy a priradzuje im zodpovednosť, obsahuje vyjadrenia legislatívnych orgánov.

VO2: V akom rámci médiá prezentovali danú kauzu? Menil sa tento rámec v jej priebehu?

4.1.3 Výskumná otázka 3

V rámci reprezentácie overujem aj tvrdenie, ktoré prezentujú Puglisi, Snyder (2011) o súvislosti miery medializácie škandálu s nákladom daného periodika. Printové médiá

²⁷ Pokladám za nutné tu odkázať na malé obmedzenie, ktoré vzniklo v súvislosti s dostupnosťou jednotlivých zdrojov: Na rozdiel od Pravdy a SME, ktorých tlačene vydania boli dostupné cez platenú službu na webových stránkach vydavateľstiev, denník Hospodárske noviny mal na stránkach bohužiaľ dostupné len jednotlivé články, bez špecifikácie strany. Kontaktovala som vydavateľstvo a obdržala obrazový náhľad januárových vydaní, ale len v dátumoch 1.1.2012 až 31.1.2012 ktoré som do analýzy ešte zahrnula. Rozlíšenie článkov na titulnej strane v prípade denníka Hospodárske noviny však môže byť napriek tomu skreslený, a to vzhľadom na širšie skúmané obdobie.

s vyšším nákladom by mali informovať o kontroverznej udalosti vo väčšom rozsahu, intenzívnejším mediálnym pokrytím a väčším priestorom čo sa veľkosti článku týka v spravodajskej sekcii. Toto tvrdenie otestujem v prostredí tuzemských médií a to tak, že kvantitatívne porovnáam množstvo a frekvenciu reprezentácie kauzy Gorila medzi denníkmi SME, Pravda a Hospodárske noviny, ktoré majú rozdielny náklad a čítanosť.

VO3: Platí v prípade slovenských médií tvrdenie, že médiá s vyšším nákladom informovali o danej kauze obsiahlejšie?

4.1.4 Výskumná otázka 4

Po kauze ako celku sa orientujem na mediálnu reprezentáciu jej jednotlivých aktérov. Na aktérov sa zameriavam, pretože sú v odbornej literatúre spájaní s ukazovateľom vyváženosti. Priestor, ktorý je im venovaný a súvislosti, na ktoré médiá pri ich odkazujú mi zároveň pomôžu overiť relevanciu tvrdení o politicky tendenčnom smerovaní slovenských a českých tlačených periodík. Pokiaľ sa kauza Gorila vyznačuje charakteristikami prezentovanými v definícii Lulla a Hinermana pre inštitucionálny škandál, sú jednotlivé prezentované osobnosti spájané s politickým subjektom (napríklad stranou), či politickým smerovaním, ktoré reprezentujú, a ktoré zároveň diskreditujú. K overeniu tohto konceptu používam premenné „typ hlavného (a vedľajšieho) aktéra“ a „prítomné meno hlavného (a vedľajšieho) aktéra“.

Ďalšou časťou výskumnej otázky je vyváženosť spravodajstva o kauze Gorila. V sledovaní vyváženosti vychádzam z teoretického základu prezentovaného Hagenom (1993) a McQuailom (1992). Zameriam sa najmä na charakter zdroja informácií (aktéra), ktoré sú základom článku. K tomu mi poslúži kombinácia premenných o prítomných hlavných a vedľajších aktéroch a o ich citáciách. Podľa Sigala (1993) by tiež väčšina zdrojov mala pochádzať z rád elitných politikov či inštitúcií. Hall (1978) zároveň tvrdí, že daný zdroj by mal primárne definovať tému kauzy. Toto tvrdenie overím tak, že bude sledovať pomocou premennej, nakoľko je citácia aktéra podkladom pre tému celého článku.

Analýze podrobím aj samotný materiál, ktorý sa stal príčinou vypuknutia kauzy Gorila. Je možné, že médiá v prípade spravodajstva o politických škandáloch neraz siahajú po anonymných zdrojoch (Wolfsfeld. 2011). Materiál spisu Gorila bol anonymne zverejnený na internete a mojím cieľom je zistiť, či túto skutočnosť médiá v článkoch

uvádzali. Pokúsim sa toto zistenie dosiahnuť pomocou premennej „ako sa článok staval k spisu Gorila“.

VO4: Do akej miery médiá zachovali zdrojovú vyváženosť a rozmanitosť?

- *odvíjala sa téma článku od stanoviska prezentovaného aktéra?*
- *spoliehali sa médiá na anonymné zdroje?*
- *je pravda, že médiá venovali viac priestoru určitým aktérom na úkor iných?*

4.1.5 Výskumná otázka 5

Ako uvádzajú viacerí autori, kauza by nemohla nabráť podobu mediálneho škandálu, pokiaľ by bola reprezentovaná len jedným médiom. Na teoretickom základe tvrdenia o mediálnych štvaniach (*media hunt*) overím, či po začiatku danej kauzy jednotlivé médiá preberali, alebo zdieľali témy a súvislosti, v akých prezentovali kauzu (Dinka, 2010, Allern, Pollack, 2012). K tomuto cieľu opäť využijem premennej „hlavná téma“ a zároveň zdroj, z ktorého článok pochádzal (autorský článok, tlačová agentúra, iné médium).

U českých periodík skúmam, nakoľko tematicky preberali obsah slovenskej tlače. V rámci toho sa tiež zameriavam na autorov článku a citácie.

VO5: Dalo by sa povedať, že jednotlivé médiá sa v tematickom vyobrazení škandálu zhodovali a do akej miery preberali (ak vôbec) české médiá témy od slovenských?

4.2 Vymedzenie výskumnej metódy

V tejto časti práce čitateľovi predstavím niektoré z často používaných metód výskumu médií a zároveň odôvodím výber tej, ktorú v práci používam. Tradične sa tieto metódy delia na kvalitatívne a kvantitatívne. Každá metóda má svoje obmedzenia a zároveň obe prinášajú zistenia odlišného charakteru. Dané výsledky je preto nutné interpretovať s ohľadom na charakter použitej výskumnej metódy. Na úvod predstavenia metodiky preto pokladám za vhodné upozorniť na to, v čom spočívajú nedostatky jednotlivých výskumných prístupov a zároveň identifikovať špecifiká výsledkov, ktoré dané metódy prinášajú.

4.2.1 Kvantitatívny a kvalitatívny výskum médií

Základnou otázkou pri kvantitatívnej metóde je *koľko?* Vychádza z pozitivistickej filozofie a pracuje s tým, čo považuje za objektívne dané – s faktami. Základom tejto

metódy je vymedzenie a jasná definícia premenných, ktoré v danom obsahu sledujeme. Ich charakteristikou ďalej je, že sú počítateľné a štatisticky spracovateľné. Kvantitatívna metóda je vysoko štandardizovaná. (Trampota, Vojtěchovská, 2010: 18-19). S vysokým stupňom štruktúrovanosti súvisí aj ďalšia charakteristika tejto metódy – overiteľnosť. Overiteľnosť alebo verifikácia znamená, že pri jasnom ohraničení (časovom, tematickom) skúmaného materiálu, pri vymedzení daných parametrov a pri stanovení štandardizovaného výskumného postupu by k danému výsledku mohol dôjsť iný subjekt. Inými slovami, výsledok kvantitatívnej analýzy je intersubjektívne overiteľný a výsledok by mal byť reprodukovateľný. Kvalita výstupu kvantitatívneho výskumu sa tak posudzuje podľa reliability metód – metóda je spoľahlivá, ak môže byť použiteľná niekým iným a prinesie rovnaký výsledok. Výsledky sú týmto spôsobom nezávislé na tom, kto výskum vykonával, ale na daných postupoch a metódach (Schulz, 2004: 34). Iným meradlom kvality je validita, respektíve pravdivosť. Pravdivosť sa určuje podľa toho, nakoľko dané metódy zodpovedajú zamýšľanému objektu výskumu (Schulz, 2004: 34 a Trampota, Vojtěchovská, 2010: 21). Kvantitatívny výskum je vhodnou metódou pri skúmaní objemnejšieho materiálu.

Tento postup má však aj svojich kritikov. Poukazujú najmä na to, že daná metóda odpovedá len štatistickými údajmi, ale neodpovedá na širšiu otázku *prečo*. Obchádza širší sociálny kontext významov a súvislostí, ktoré z číselných dát vyplývajú. Je schopná ponúknuť hrubé dáta, ktoré môžu byť základom pre následnú komparáciu a interpretáciu jej výsledkov, ale samotná k širšiemu záveru nestačí. Napriek tomu, že používa „*sofistikované*“ metódy, býva často nútená k tomu, aby sa zaoberala len jednoduchšími, „*triviálnymi*“ záležitosťami (Berger, 2010: 5). Býva kritizovaná aj s ohľadom na proklamovanú objektivitu²⁸. Výber parametrov skúmania, časové ohraničenie vzorku a samotná definícia metodiky je vykonávaná subjektom (výskumníkom) a tým pádom aj výsledok je závislý na ňom. Zároveň tento vstupuje do procesu výskumu s určitým očakávaním, či prednastavením. (Trampota, Vojtěchovská, 2010: 19) Kategorizácia premenných súvisí s kvalitou analýzy. „*Čím menej kategórií je u jednotlivých premenných použitých, tým silnejšia konštrukcia namiesto analýzy môže prebiehať.*“ (ibid.: 110)

²⁸ Ako tvrdí Dinka (2010:218), objektivita je nemožná, pretože každý z nás žije v určitom kultúrnom kontexte, ktorý rámcuje naše predstavy o určitých veciach.

Miera štruktúrovanosti a otvorenosti postupov je jednou zo základných odlišností medzi kvantitatívnou a kvalitatívnou metódou skúmania. Kvalitatívna analýza môže mať napríklad formu hermeneutickej textovej či obrazovej analýzy (Schulz, 2004: 29). Kvalitatívne metódy nie sú štandardizované a zhromažďovanie dát má otvorenejší charakter. Výskumník si sám môže určiť, do akej hĺbky v rámci dotazovania či analýzy danej témy pôjde. Táto metóda je teda na rozdiel od kvantitatívnej vysoko subjektívna a má výrazný interpretatívny charakter. Interpretácie môžu byť široké a výskumník sám je tak súčasťou výskumu. Metódy použité tak nie sú reprodukovateľné a majú nízku mieru rentability. Táto metóda je zároveň vhodná pre menšiu vzorku skúmaného materiálu. Kvalitatívny výskum býva označovaný ako konštruktivistický (vnímaná realita je výsledkom sociálnej konštrukcie) a induktívny (Trampota, Vojtěchovská, 2010: 18-19). Často sú jeho predmetom dôležité spoločenské, či politické javy a pri aplikácii metód používa rôzne teoretické koncepty, ale býva kritizovaný ako vysoko špekulatívny s neistými výsledkami (Berger, 2010: 5).

Analýza mediálnych obsahov sa často využíva aj na výskum rámcovania v spravodajských obsahoch. Prvé výskumy rámcovania mali častejšie kvalitatívny charakter, ale tým bola identifikácia rámca vysoko subjektívna, pretože na danej analýze sa podieľal väčšinou jeden výskumník (Reese, 2003: 98). Reese uvádza tri spôsoby výskumu rámcovania, ktoré sú, ako tvrdí, založené na systematickosti a empirii. Jeden z nich nazýva „mediálny balík“ (*media package*) – spočíva vo vytvorení paragrafu – celku, ktorý obsahuje kľúčové slová a spoločný jazyk z viacerých zdrojov. Na základe zhody je následne definovaný rámec. Výskum rámcovania ako multidimenzionálneho konceptu zahŕňa viacero dimenzií daného spravodajského príbehu, ako napríklad pohlavie autora, umiestnenie článku/jednotky a tematické špecifiká tvoriace rámec.

Tretím konceptom výskumu je „Zoznam rámcov“ (*list of frames*). Spočíva v identifikácii daného zoznamu rámcov pre špecifickú spravodajskú doménu. Každý z rámcov je ďalej definovaný prostredníctvom kľúčových slov, aby bolo ich kódovanie čo najreprodukovateľnejšie. Metóda zároveň zahŕňa zoznam 11 rámcovacích mechanizmov (chápaných ako oblasti záujmu pri identifikácii rámcovania):

1. titulok
2. podtitulok

3. fotografie
4. zachytenie fotografie
5. perex
6. výber zdrojov a afiliácií
7. výber citátov
8. zvýraznené citáty (citáty mimo text, ale sú súčasťou článku, zvyčajne sú zvýraznené väčším písmom, či inou farbou)
9. logo (grafická identifikácia tematickej série, do akej článok spadá)
10. štatistiky, grafy a tabuľky
11. záverečné výroky alebo odseky článkov

Všetky tri prezentované kvantitatívne metodologické prístupy k rámcovaniu sa zhodujú v tom, že dané rámce či ukazovatele rámcov musia byť definované pri každej novej téme skúmania. Ja som sa vo svojom výskume rámcovania prebrala definíciu rámcov od Entmana (1991).

Vo svojej výskumnej časti som sa rozhodla využiť kvantitatívnu obsahovú analýzu. Danú metódu volím s odkazom na viaceré odborné práce skúmajúce mediálnu reprezentáciu udalosti.²⁹ Výsledky tejto metódy majú uplatnenie v oblasti politickej komunikácie, kritiky médií a verifikácie teoretických konceptov (Schulz, 2004: 29). Kvantitatívnu obsahovú analýzu som zvolila aj z dôvodu obsiahlosti skúmaného vzorku. Pri prehliadaní daných periodík a ich pokrytia kauzy Gorila sa neraz stávalo, že v danom vydaní bolo gorile venovaných až 5 článkov, respektíve celá sekcia domáceho spravodajstva.

Na základe výskumných otázok som si nadefinovala 20 premenných a príslušné kategórie, ktoré môžu nadobúdať. Tieto som následne určovala na základe obsahu článkov. Články som kodovala podľa nadefinovanej kódovacej knihy (viď Príloha 1) a dáta som ďalej spracovala v štatistickom programe SPSS.

Obsah českých denníkov som kodovala pomocou zhodných premenných, ale ťažiskom výskumu pre mňa bude zodpovedať na otázku, nakoľko používali české médiá podobné rámcovanie ako slovenské. Zároveň sa budem zameriavať na zdroje, z akých pri spravodajstve o tejto zahraničnej kauze čerpali. Mojim cieľom je tiež zistiť, či sa tematicky české médiá výrazne odlišovali v reprezentácii danej kauzy od slovenských.

²⁹ Napríklad Hagen (1993), Nylan (2013), Paimre, Harro-Loit (2011),

4.3 Popis analyzovaného vzorku

K obsahovej analýze som si zvolila nasledujúce tlačene periodiká:

Slovenské denníky:

- SME
- Pravda
- Hospodárske noviny

České denníky:

- MF Dnes
- Právo
- Hospodářské noviny

Ako kódovaciu jednotku som si zvolila jeden článok v tlačenom vydaní daného periodika. Článkom rozumiem textovú ucelenú jednotku jasne graficky oddelenú so štandardnými formálnymi prvkami (titulok, zalomenie, atd.), ktorá má uvedený zdroj informácií (redakčná skratka autora, tlačová agentúra, iné). Do svojej analýzy zahrnieme tematicky relevantné články definované nasledovne:

- obsahujú v texte názov kauzy „Gorila“
- na daný názov odkazujú v súvislosti s politickou kauzou.

Obsahom daného článku môže byť text, text a fotografia, fotografia s popisom. Sledujem obdobie od 20. decembra 2011 do 6. februára 2012 (vrátane).

Ako začiatok obdobia výskumu som si zvolila deň pred dátumom prvého zverejnenia spisu Gorila na internete – 20. decembra 2012. Koniec obdobia som volila s ohľadom na rozsah skúmaného materiálu a časový vývoj danej kauzy. 26. januára sa totiž médiá začali venovať kauze Sasanka a vyvrcholením kauzy Gorila boli verejné protesty a demonštrácie začínajúce tiež v tomto období. Som si vedomá, že výsledky výskumu môže ovplyvniť fakt, že Gorila mohla byť neskôr často prezentovaná v súvislosti s predčasnými voľbami do Národnej rady Slovenskej republiky, ktoré sa konali 10. marca 2012. Kauza Gorila zahŕňala kľúčové osobnosti politického diania na Slovensku, ktoré sa uchádzali o politickú priazeň voličov a je preto možné, že usilovali

o mediálny priestor pre vyjadrenie a k vymedzení k protikandidátovi používali spojitost s kauzou Gorila.

Zdrojový materiál z denníkov SME, Pravda a Hospodárske noviny som čerpala cez platenú službu priamo z webových stránok daného denníka. SME aj Pravda obsahujú interaktívny náhľad priamo do tlačenej formy. Na problém som narazila pri denníku Hospodárske noviny, ktorý ponúkal len zoznam článkov (nadpisy), ktoré boli zverejnené v tlačenej forme, ale mnohé bez uvedenia strany a autora. Pomocou mi v tomto bolo samotné vydavateľstvo, ktoré mi poskytlo náhľad do vydání denníka za mesiac január vo formáte PDF. Časové obdobie, ktoré v práci skúmam, je ale mierne dlhšie, čo môže spôsobiť mierne skreslenie (v kategóriách týkajúcich sa umiestnenia článku a autorstva článku) vo výsledkoch týkajúcich sa denníka Hospodárske noviny, na ktoré by som rada čitateľa upozornila.

Zdrojom obsahov českých periodík pre mňa bola databáza Newton Media, kde som na základe heslovitého vyhľadávania názvu „Gorila“ a vymedzenia zdrojovej databázy na zvolené tri denníky získala všetky články vydané v tlačenej forme za dané obdobie. Tieto články zahŕňali všetky informácie o autorovi a o strane umiestnenia.

4.4 Výsledky

Vymedzené časové obdobie zahŕňalo 40 vydaní denníka SME a Pravda (zahŕňajú sobotné, či víkendové vydanie) a 33 vydaní denníka Hospodárske noviny a obdobný počet vydaní českých denníkov MF Dnes, Právo a Hospodárske noviny.

4.4.1 Výskumná otázka 1

VO1: Spadá mediálne vyobrazenie kauzy Gorila tematicky do 4 fáz mediálneho škandálu podľa Thompsona??

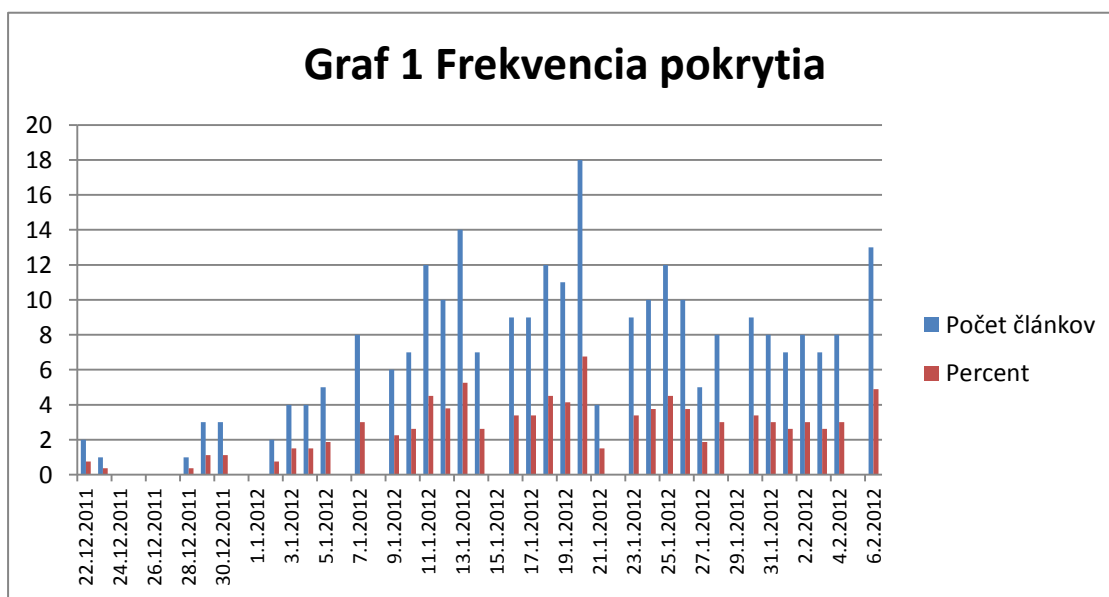
Na základe nadobudnutých kategórií premennej „hlavná téma“ by sa dalo tvrdiť, že kauza Gorila prechádzala len sčasti podobnými fázami ako opisuje Thompson. Pri Gorile nemôžeme pozorovať predškandálnu fázu, keďže zverejneniu spisov na internete nepredchádzal ani jeden článok na danú tému, ani investigatívne novinárske aktivity.

Samotný škandál vypukol o dva týždne po zverejnení spisu a napriek jeho nepotvrdenej hodnovernosti bola medializácia pomerne intenzívna³⁰.

Medializácia nabrala na intenzite najmä v strede mesiaca január, kedy sa do verejnej a mediálnej debaty na danú tému zapojil minister vnútra Daniel Lipšic (viď Graf 1). Podstatné bolo, že Lipšic verejne daný spis vyhlásil za autentický a pravdivý, čo prebrali všetky tri skúmané periodiká. České médiá sa aj v tejto dobe udalosti venovali skôr marginálne a nepreberali tvrdenia slovenských politikov. Po prehlásení spisu za autentický médiá intenzívne pokrývali vyhlásenia jednotlivých aktérov, a aj z tohto dôvodu zostala medializácia silná až do konca mesiaca, kedy sa k nej pridali vzniknuté verejné protesty obyčajných občanov, ktorí boli prezentovaní a citovaní v médiách ako znechutené obeť politických lží.

Graf 1

N=266



Zdroj dát: autorka

Najviac článkov za jeden deň bolo zverejnených v dátume 20.1.2012, kedy Daniel Lipšic v médiách obvinil Mikuláša Dzurindu z mlčania o danej kauze napriek tomu, že

³⁰ Intenzita a množstvo článkov sa zvýšili s vystúpením ministra vnútra Daniela Lipšica (KDH), ktorý prehlásil Gorilu za autentickú, čo prebrala (na titulných stranách aj v nadpisoch) väčšina skúmaných periodík. Nasledovalo odvolanie Anny Bubeníkovej z čela FNM, ktorej bola zároveň priznaná vina. Politici týmto rozhodnutím priznali spisu Gorila váhu aj kredibilitu a to zintenzívnilo mediálne pokrytie. Médiá však na začiatku kauzy vychádzali čisto z informácií, ktoré im dodali politici. Investigatívna aktivita sa prejavila až v pokročilom štádiu škandalov, kedy médiá začali hľadať súvislosti a dôkazy viny jednotlivých aktérov kauzy.

o nej už od roku 2006 vedel. Za ním nasledujú dátumy 13.1.2012, kedy médiá citovali Mikuláša Dzurindu, ktorý vyhlásil, že v Gorile vidí zblíženie pravice. Najviac článkov sa teda odvíjalo tematicky od stanoviska aktéra, ktorým bol v tomto prípade politik.

Rozličné témy boli dôsledkom postupne zverejňovaných skutočností a vyjadrení politikov, ktorí takto určovali smer diskusie. Fáza vlastného škandálu však nastala pomerne rýchlo, ale zároveň sa vyznačovala okamžitým vytvorením vyšetrovacích komisií a vyvedenia zodpovednosti odvolaním šéfky FNM Anny Bubeníkovej, ktorá sa tak dočasne stala „hlavnou postavou“ kauzy. Po tejto krátkej fáze kulminácie prezentoval denník Pravda a české periodiká kauzu v kontexte nadchádzajúcich volieb a dôsledkov pre jednotlivých kandidátov.

Koncom januára sa ku kauze Gorila pridala kauza Sasanka, ktorá zahŕňala ďalšieho koaličného politika – Richarda Sulíka zo strany Sloboda a solidarita (SaS). Ešte pred touto „druhou“ kauzou sa však masovo aktivizovala na základe medializovaných informácií verejnosť. Občianski aktivisti organizovali proti politickým „Gorilám“, ktoré boli početné nielen na Slovensku, ale aj v zahraničí. Tieto protesty medializáciu udržali na vysokej úrovni, a preto v ich prípade nemožno hovoriť o fáze presýtenosti, či dozvukov.

Jednotlivé témy, ktoré podľa Thompsona majú zapadať do určitých fáz, boli v prípade Gorila prezentované buď paralelne, alebo s odlišnou chronológiou, než prezentuje Thompson. Je pravda, že analyzované médiá sa tematicky odvíjali od externých impulzov a míľnikov v priebehu kauzy.

Najviac (34) článkov sa venovalo vyšetrovaniu kauzy, činnosti príslušných orgánov a nápravnému konaniu. Pomerne veľa článkov (33) bolo sa tematicky odvíjalo od diskusie nad pravosťou, či autenticnosťou zdrojového materiálu kauzy – spisom Gorila. Vzhľadom na početné a navzájom protichodné vyjadrenia aktérov, na ktorých ukazoval spis, to nie je prekvapujúce. Aktéri ako Anna Bubeníková, finančná skupina Penta v zastúpení svojho tlačového hovorcu, iní podnikatelia a zo začiatku aj politici koalície, spis verejne označovali za neautentický. Médiá však, dalo by sa povedať vlastnou investigatívnou aktivitou prichádzali s novými dôkazmi o existencii udalostí a miest popísaných v spise.

Mnohokrát (30) bola téma článku postoj koaličného politika, a to hlavne s počtom obvinení, ktoré na úradujúcu koalíciu padali v súvislosti s obsahom daného spisu a faktom, že údajná korupcia sa mala odohrať za druhej vlády stredopravej koalície Mikuláša Dzurindu (SDKÚ), ktorý v čase prepuknutia korupčnej kauzy pôsobil ako minister zahraničných vecí. Pomerne často (29) sa články venovali prisúdeniu, či diskusii o zodpovednosti za dané nesprávne konanie.

Kauza Gorila sa vyznačovala z kvantitatívneho hľadiska v celom skúmanom období pomerne intenzívnou medializáciou v slovenských médiách. Pár dní po anonymnom zverejnení utajovaného dokumentu Slovenskej informačnej služby na internete bol počet článkov venovaný tejto udalosti však nízky (viď Graf 1). Udalosti sa venovala len televízia TA3 v jednom zo svojich príspevkov a v tlačенých periodikách sa o udalosti zmienil len krátkou správou denník SME a Pravda. Ako české, aj slovenské tlačéné periodiká v tých dňoch obširne informovali o úmrtí Václava Havla. Kauza Gorila sa začala objavovať v dňoch 28.12. až 31.12. najmä v denníku SME, o vyšetrení spisu SIS stručne informovala aj MF Dnes.

Články o kauze Gorila sa pomerne málo objavovali aj na jeho titulných stránkach (viď Tabuľka 1). Najviac článkov na titulnej strane zverejnil denník SME, ale s ohľadom na celkový počet článkov daného periodika vedie v tomto rebríčku Pravda, ktorá na titulnej strane prezentovala až približne 35% článkov. Za skúmané obdobie sa na titulnej strane o kauze Gorila nez zmienil explicitne žiadny zo skúmaných českých denníkov.

Tabuľka 1

N=266

Denník	Titulná strana	Iná strana	Percent
SME	27	102	27
Pravda	10	29	35
HN (SR)	14	63	22
MF Dnes	0	3	0
Právo	0	11	0
HN (ČR)	0	7	0
Celkom	37	229	16

Zdroj dát: autorka

4.4.2 Výskumná otázka 2

VO2: V akom rámci médiá prezentovali danú kauzu? Menil sa tento rámec v jej priebehu?

Najfrekvencovanejší rámec, ktoré médiá danej téme dávali, bol konflikt (viď Tabuľka 2). Spočiatku sa týkal kontroverzií ohľadne autentickejši samotného spisu Gorila. Rôzni aktéri (obsiahnutí aj neobsiahnutí v danom spise) sa k nemu stavali rôzne, a práve ich konfliktné postoje boli v médiách často ťažiskom článku. Druhým najčastejším rámcom článku bolo morálne pohoršenie. Tento rámec sa vyznačoval najmä vsadením danej kauzy do kontextu rozsiahlej politickej korupcie na Slovensku, či prezentácie tajných stretnutí politických činiteľov s podnikateľskou sférou. Do tohto rámca spadali aj články prezentujúce nadobudnutý luxusný majetok (automobily, nehnuteľnosti) aktérov spomínaných v spise Gorila. Spôsob takejto reprezentácie podporenej obrazovým materiálom mohol vyvolávať v občanovi, a v tejto dobe zároveň v potenciálnom voličovi, pohoršenie a odpor voči vládnym garnitúram a zneužívaniu politickej moci. Ďalším často prezentovaným rámcom bolo prisúdenie zodpovednosti za prečin. Tento rámec obsahoval najmä diskusiu o vyšetrowaní, poukazovanie na vinníkov – aktérov kauzy a investigatívnu prácu, ktorá súvisela s odhalením detailnejších dôkazov, ktoré by daného aktéra z nekalej činnosti usvedčovali.

Tabuľka 2

N=266

Rámec (Entman)	Počet článkov	Percentá
konflikt	86	32
nositeľom príbehu je jednotlivec	7	3
diskusia o dôsledkoch	27	10
morálne pohoršenie	61	23
prisúdenie zodpovednosti za prečin	60	23
iný	25	9
Celkom	266	100

Zdroj dát: autorka

Rámce boli v danom časovom období pomerne odlišné a odvíjali sa od prezentácie nových informácií médiami, či politikmi cez médiá. Niektoré rámce boli prítomné paralelne s inými a danú udalosť bolo teda nahliadané vo viacerých kontextoch vzhľadom na nové zistené skutočnosti.

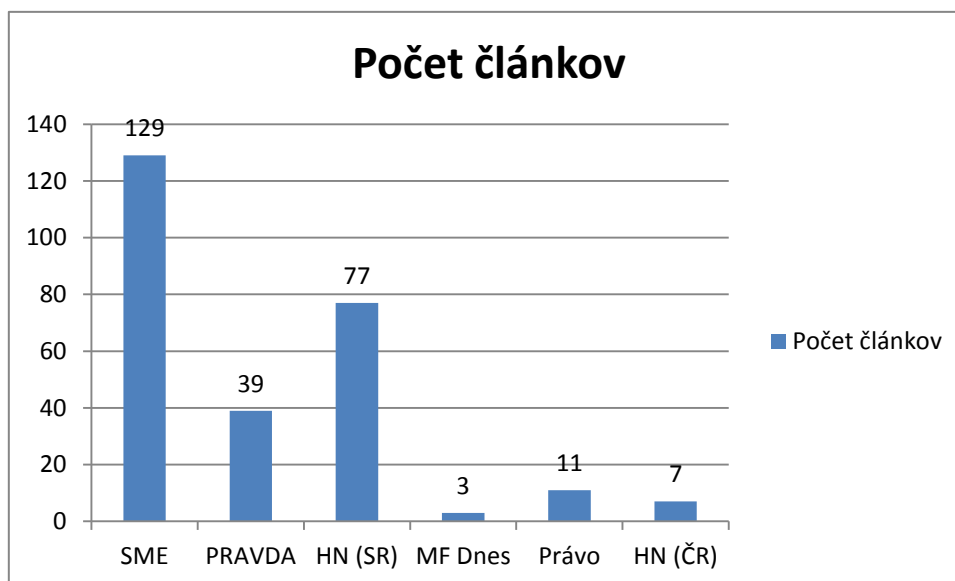
4.4.3 Výskumná otázka 3

VO3: Platí v prípade slovenských médií tvrdenie, že médiá s vyšším nákladom informovali o danej kauze obsiahlejšie?

Dané slovenské denníky informovali o kauze s rozdielnou intenzitou. Jednoznačne najviac článkov venoval kauze Gorila denník SME, čo v danom období predstavovalo 129 článkov. Je nutné však dodať, že články boli rozsahovo kratšie a často doplnené priestorovo rozsiahlejším fotografickým materiálom. Zo slovenských denníkov sa najmenej čo do počtu článkov kauze venoval denník Pravda (39). České periodiká Gorile venovali pomerne málo článkov. Najviac článkov prezentoval denník Právo (11), za ním nasledovali Hospodárske noviny (7) a najmenej sa danej kauze venovala MF Dnes (3) (viď Graf 2).

Graf 2

N=266



Zdroj dát: autorka

Denník SME za spravodajstvom o kauze Gorila zaoberal najviac aj s ohľadom na priemerný počet článkov za jeden deň – v jeho prípade to bolo za skúmané obdobie až 3,2, na rozdiel od Pravdy, ktorá v priemere o Gorile napísala 1 článok za deň a Hospodárskych novín, ktoré Gorile venovali denne v priemere 2,3 článku. Tieto výsledky ukazujú, že náklad periodika nemusí nutne korelovať s intenzitou pokrytia mediálneho škandálu, ako tvrdili Puglici, Snyder (2011). Je pravda, že denník SME s najvyšším nákladom so skúmaných periodík o kauze písal výrazne najviac, ale denník

Hospodárske noviny výrazne prevýšil medializáciou kauzy denník Pravda, ktorý má náklad v porovnaní s HN vyšší.

4.4.4 Výskumná otázka 4

VO4: Do akej miery médiá zachovali zdrojovú vyváženosť a rozmanitosť?

- *odvíjala sa téma článku od stanoviska prezentovaného aktéra?*
- *spoliehali sa médiá na anonymné zdroje?*
- *je pravda, že médiá venovali viac priestoru určitým aktérom na úkor iných?*

Pokiaľ sa daná téma odvíjala od stanoviska aktéra, v drvivej väčšine bol týmto aktérom politik. Bežný občan mal v tomto ohľade marginálnu pozíciu. Tento fakt potvrdzuje teóriu prezentovanú Sigalom (1993) Brownom (1987) a Hagenom (1993) o elitnom prístupe určitých zdrojov informácií do spravodajstva a ich primárnej definícii interpretácie danej udalosti. Z analyzovaných 266 článkov sa téma v 96 prípadoch odvíjala od aktéra politika, v 27 článkoch to boli verejní činitelia (väčšinou predstavitelia Slovenskej informačnej služby, policajní príslušníci a sudcovia) a v 14 prípadoch to boli občianski aktivisti (viď Tabuľka 3). Posledné číslo vyplýva najmä s organizácie početných akcií na protest proti korupcii v slovenskej politike, ktorých impulzom bola kauza Gorila. Je však zároveň nutné poznamenať, že v 95 prípadoch, čo predstavuje približne 36% všetkých analyzovaných článkov, sa téma od stanoviska hlavného aktéra neodvíjala.

Tabuľka 3

N=266

Odvíjala sa hlavná téma od stanoviska aktéra?	Počet článkov	Percentá
áno, politik	96	36
áno, občiansky aktivista	14	5
áno, novinár	8	3
áno, občan	6	2
áno, verejný činiteľ	27	10
áno, odborník (politológ, sociológ)	8	3
áno, podnikateľ, finančník	12	4
nie	95	36
Cekom	266	100

Zdroj dát: autorka

Z obsahovej analýzy v danom časovom období vyplýva, že denníky prevažnou väčšinou získavali zdroje informácií vlastnou redakčnou prácou. Zo analyzovaných článkov drvivá väčšina obsahovala uvedeného autora – redaktora spravodajstva daného periodika. 11 článkov pochádzalo od agentúr a 3 články boli kombináciou agentúrneho a autorského zdroja (viď Tabuľka 4). K takýmto výsledkom mohol prispieť aj fakt, že daný materiál – spis Gorila – bol uvedený na internete a dostupný nielen médiám, ale aj širokej verejnosti. Informácie, ktoré tento spis obsahoval a ktoré sa stali podkladom novinárskych rámcov, tak nemali k dispozícii len authority či tlačové agentúry. Vzhľadom na „atraktivitu“ danej témy je vo výsledkoch badateľná aktívna práca novinárov v procese získavania informácií od rozličných zdrojov.

Tabuľka 4

N=266

Zdroj článku	Počet	Percent
redakčný článok	250	94,0
spravodajská agentúra	11	4,1
kombinácia	3	1,1
iné médium	1	0,4
nedá sa určiť	1	0,4
Total	266	100,0

Zdroj dát: autorka

Autenticitu daného spisu, napriek tomu, že nebola oficiálne potvrdená vyšetrovacím úradom a diskusia o nej sa opierala o vyhlásenia politikov, nebola v médiách často spomínaná. Články venovali priestor aktérom kauzy, ich vyjadreniam, popisu samotného obsahu a konfliktným politickým diskusiám (viď Tabuľka 5).

Tabuľka 5

N=266

Postoj článku k autenticite spisu Gorila	Počet článkov	Percentá
pravda, pretože to potvrdil politik	11	4,1
pravda, pretože to potvrdil niekto iný	15	5,6
lož, nástroj záujmových skupín	1	0,4
lož, za účelom medializácie/spravodajská hra	1	0,4
pravdivosť materiálu sa nedá určiť	47	17,7
článok sa o autenticite nezmieňuje	191	71,8
Celkom	266	100,0

Zdroj dát: autorka

Typom medializovaného hlavného aktéra v článku bol najčastejšie politik stredopravej SDKÚ. So stranou bol spájaný najčastejšie Mikuláš Dzurinda. Tematicky Dzurinda figuroval ako predseda vlády v dobe, kedy sa daná kauza mala udiat'. Zároveň je so stranou spájané meno Anny Bubeníkovej, šéfky Fondu národného majetku (FNM) a nominantku SDKÚ, ktorá bola na základe rozsiahlych podozrení súvisiacich s obsahom spisu Gorila v januári prepustená z funkcie. Ďalej v súvislosti s danou stranou vystupuje často v článkoch vtedajšia premiérka Iveta Radičová. Spočiatku nie je s kauzou spájaná priamo, ale následne denník SME priniesol informáciu o jej stretnutiach s hlavným aktérom kauzy –Jaroslavom Haščákom (partner skupiny Penta). Médiá prezentáciou daných aktérov v súvislosti s politickou stranou SDKÚ a danou kauzou prispievajú k jej negatívnemu vnímaniu a zároveň jej prisudzujú zodpovednosť za nesprávne konanie. Tým pádom je symbolická moc a kredibilita daných aktérov značne oslabená.

Často v médiách vystupuje minister vnútra Daniel Lipšic, ale médiami je prezentovaný skôr ako arbiter, či iniciátor vyšetrovania. S previnením v danej kauze nie je spájaný vôbec, ale výnimočne je spojený s pochybením vo vyšetovaní. V daných súvislostiach je zaujímavé poznamenať, že meno Roberta Fica a jeho strany Smer je v médiách v súvislosti s kauzou Gorila spomínané marginálne. Napriek tomu, že všetky tri denníky uvádzajú, že jeho meno sa viackrát v spise Gorila vyskytuje, nevenujú sa tejto téme v širších súvislostiach a ani investigatívne nezachádzajú do väčších detailov (viď Tabuľka 6).

Tabuľka 6

N=266

Typ hlavného aktéra	Počet článkov	Prítomné meno hl. aktéra	Počet článkov2
politik SDKÚ	70	Mikuláš Dzurinda	28
politik Smer	8	Róbert Fico	5
politik SaS	22	Iveta Radičová	16
politik KDĽ	21	Daniel Lipšic	16
politik inej strany	29	Richard Sulík	11
občianski aktivisti	20	Igor Matovič	3
podnikateľ/finančník	24	Tom Nicholson	9
občan	3	Jirko Malchárek	9
verejný činiteľ	36	Anna Bubeníková	18
reprezentant cirkvi	1	Jaroslav Haščák	7
novinár	12	iný	139
odborník	13	nie je	5
iný	2		
nie je	5		
Celkom	266		

Zdroj dát: autorka

Citácia hlavného aktéra bola taktiež vo väčšine (82 percent) prítomná, citácia vedľajšieho aktéra bola prítomná v 52 percentách prípadov. Pomerne veľa (43 percent) článkov prezentovaných vo všetkých skúmaných médiách obsahovalo 3 a viac citácií, čo sa dá považovať za snahu o vyvažovanie zdrojov prezentáciu konfliktných tvrdení.

4.4.5 Výskumná otázka 5

VO5: Dalo by sa povedať, že jednotlivé médiá sa v tematickom vyobrazení škandálu zhodovali a do akej miery preberali (ak vôbec) české médiá témy od slovenských?

Jednotlivé médiá sa spájali kauzu do nasledujúcich tém :

Tabuľka 7

N=266

Denník	Najviac pokrytá téma (počet článkov)
SME	zodpovednosť: osobnosti, organizácie (18)
Pravda	predčasné voľby (11)
HN (SR)	pravosť materiálu Gorila (10)
MF Dnes	reakcie verejnosti, verejná mienka (2)
Právo	pravosť materiálu Gorila (2), vyšetovanie (2), dôsledky (2), reakcie verejnosti, verejná mienka (2)
HN (ČR)	predčasné voľby (3)

Zdroj dát: autorka

Nedá sa tvrdiť, že by všetky tri médiá kauzu prezentovali v rovnakých súvislostiach. V tomto vykazujú viac podobností denník SME a denník Hospodárske noviny, ale mierne sa vymyká denník Pravda. Pravda Gorilu vsadila do kontextu predčasných volieb a v článkoch vyvodzovala dôsledky pre jednotlivých politikov. Denník SME sa o Gorile v súvislosti s predčasnými voľbami zmienil len výnimočne a často prezentoval Gorilu v kontexte zodpovednosti jednotlivých aktérov či organizácií, témou denníka Hospodárske noviny v súvislosti s Gorilou bolo často vyšetovanie a spočiatku pravosť samotného materiálu Gorila. V pár prípadoch sa stalo, že sa téma článku odvíjala od zistenia iného denníka, ale bolo to skôr výnimočne. Plynie to aj z faktu, že médiá i politici boli v danej kauze veľmi aktívni: politici svojimi prehláseniami a médiá zisťovaním skutočností týkajúcich sa obsahu spisu.

Pri pohľade na jednotlivé médiá je nutné poukázať na rozdiely vo ohľade na tému prezentovanú na základe stanoviska aktéra. Denník SME neprezentoval ani jeden článok, ktorého téma by sa odvíjala od stanoviska odborníka, napriek tomu denník Pravda zverejnil takýchto článkov 7. Napriek tomu, že všetky tri sledované slovenské denníky najviac publikovali články, ktorých téma sa odvíjala od stanoviska politika, denníky SME a Hospodárske noviny publikovali články aj na základe stanoviska verejných činiteľov, napriek tomu denník Pravda ani raz. V prezentácii typu a mena aktéra sa zhoduje SME a Hospodárske noviny, kde najčastejšie ako hlavný aktér figuroval politik SDKÚ. Denník Pravda vyniká v prezentácii názorov odborníkov – z celkového počtu článkov (33) sú odborníci hlavným aktérom až v 12 článkoch, čo

predstavuje viac, než kde vystupuje ako hlavný aktér politik SDKÚ (9). Denník SME naopak odborníka ako hlavného aktéra neuvádza ani raz. Chýbajú aj dané citácie, ktoré sú v denníku Pravda nejdennokrát základom článku a určujúce tému (viď Príloha).

Zodpovednosť za prečin bola vo všetkých troch denníkoch vzťahovaná na jednotlivé politické strany podobne a tým pádom denníky nevykazovali relatívne rozdiely v politickej orientácii (viď Tabuľka 8).

Tabuľka 8

N=266, hodnota: počet článkov

Denník	Zodpovednosť prisudzovaná SDKÚ	Zodpovednosť prisudzovaná SMER	zodpovednosť prisudzovaná Pente	Zodpovednosť prisudzovaná inej inštitúcii/osobe
SME	43	14	40	36
PRAVDA	49	13	33	3
HN (SR)	44	13	56	44

Zdroj dát: autorka

Z pohľadu na postoj, ktorý dané médium prezentuje voči danej kauze, či už je zvýraznený poukázaním na súvislosti s predčasnými voľbami, či komentárom odborníka, ktorý Gorilu označuje za spravodajskú hru účelovo zverejnenú pred predčasnými voľbami, sa medzi jednotlivými médiami vyníma denník Pravda, ktorý až v dvanástich článkoch uvádza, že Gorila a jej samotné zverejnenie môže byť samoúčelové. Činí tak často prostredníctvom odborníkov – autorít z odboru sociológie či politológie, ktorých komentáre často v článkoch prezentuje. Denník SME načasovanie Gorily do kontextu parlamentných volieb nespomenul za dané skúmané obdobie ani raz.

Na základe daných výsledkov o zdrojoch sa nedá tvrdiť, že by jednotlivé médiá priamo preberali informácie od ostatných (viď Tabuľka 9). Tematicky sa však zhodujú a používajú ako zdroj vyhlásenia jednotlivých aktérov.

Tabuľka 9

N=266

Médium	Redakčný článok	spravodajská agentúra	kombinácia	iné médium	nedá sa určiť
SME	123	4	1	1	
Pravda	39				
HN (SR)	70	6	1		
MF Dnes	2	1			
Právo	10		1		
HN (ČR)	6				1
Celkom	250	11	3	1	1

Zdroj dát: autorka

České médiá od slovenských agentúr či iných médií danú tému úplne nepreberali, ale autorsky spracovali. Napriek malému počtu článkov za dané obdobie je viditeľné, že české médiá s danou témou pracovali. Spočiatku však články mali skôr podobu stručnej informácie v rubrike „krátce“ (Hospodářské noviny).

Záver

Diplomová práca analyzovala mediálny obraz politickej kauzy Gorila v slovenských a českých denníkoch. Výskum reprezentácie tejto kauzy zahŕňal preverovanie teoretických konceptov týkajúcich sa mediálneho rámcovania politického diania. Zároveň bola skúmaná zdrojová vyváženosť daných periodík a overené tvrdenia, ktoré danú kauzu charakterizovali a ktoré charakterizujú slovenské médiá.

Práca bola otvorená teoretickým úvodom do vzťahu politiky a médií. Na tomto základe odvodzovala podmienky, ktoré umožňujú vznik medializovaného politického škandálu. Zaoberala sa tiež problematikou mediálneho rámcovania spravodajských (a najmä politických) udalostí. V súvislosti s reprezentáciou v práci uvádzam normatívne koncepty definujúce (a kritizujúce) vyváženosť v spravodajstve a variabilitu zdrojov. Teoretický úvod do problematiky medializácie škandálov tvorí základ druhej kapitoly mojej práce. V tejto časti sa tiež zaoberám novinárskym spracovaním udalostí, ktoré spadajú do definície škandálu. Skúmané prostredie a vzorku periodík je taktiež súčasťou mojej práce. Táto kapitola vytvára obraz prostredia, v akom bola daná kauza reprezentovaná. Výskumná časť je tvorená popisom metód výskumu médií a kvantitatívnej obsahovej analýzy, ktorú som v práci použila.

Vo výskumne reprezentácie som vychádzala s teoretického základu mediálneho rámcovania udalostí a charakteristík škandálu. Pokladala som v rámci reprezentácie za dôležité preskúmať vyváženosť a zdroje, z ktorých médiá čerpali. Kľúčovým pre mňa bol aj spôsob, akým sa médiá správali k zdrojovému materiálu kauzy, ktorý bol anonymne zverejnený na internete. Ďalej som skúmala rozdiely medzi jednotlivými periodikami. Výskum taktiež zahŕňal frekvenčnú analýzu pokrytia danej kauzy, kde som sa snažila okrem iného odpovedať na otázku kvantitatívne rozdielneho pokrytia kauzy Gorila jednotlivými médiami. Preverila som i tvrdenia o politickom smerovaní slovenských médií, a to prostredníctvom citovaných zdrojov a s prisúdenej zodpovednosti v danej kauze. Do analýzy som zahrnula aj české médiá, kde som preverovala, nakoľko sa ich reprezentácia danej kauzy tematicky zhodovala so slovenskými médiami a použité zdroje.

Za skúmané periodiká som si zvolila 3 slovenské (SME, Pravda, Hospodárke noviny) a 3 české (MF Dnes, Právo, Hospodářské noviny) denníky. Skúmané obdobie som nastavila na 20.12.2011 až 6.2.2012. Do daného obdobia spadalo 266 článkov, ktoré

dané periodiká publikovali v súvislosti s kauzou Gorila. Na obsah daných článkov som aplikovala 20 zvolených premenných, ktoré sa odvíjali od výskumných otázok (viď Príloha 1).

Politická kauza Gorila, ktorá (hlavne mediálne) vypukla v období pred voľbami do Národnej rady Slovenskej republiky v roku 2012, sa skutočne vyznačovala veľmi silnou frekvenciou medializácie. Za dané obdobie sa kauzou zaoberalo 266 článkov v 6 periodikách. Slovenské médiá kauzu a jej súvislosti prezentovali v 245 článkoch, vybrané české spravodajské denníky jej v danom období venovali len 21 článkov. Je pochopiteľné, že v prípade českých médií sa jedná o zahraničné spravodajstvo, ktoré nemalo, tak ako pre slovenské publikum, relevanciu súvisiacu s konaním predčasných volieb³¹.

O autenticite spisu Gorila sa analyzované denníky zmieňovali pomerne zriedkavo, tematicky sa orientovali skôr na vyšetrovanie spojené s obsahom spisu a príslušnej zodpovednosti. Najčastejšie sa v súvislosti s kauzou spomína názov koalície strany SDKÚ a najčastejším aktérom je jej bývalý predseda Mikuláš Dzurinda. Materiál Gorila spomína aj iných politikov, napríklad Roberta Fica zo strany Smer, ale ten je v médiách spomínaný v porovnaní s ostatnými aktérmi kauzy skôr marginálne.

Rámcovanie kauzy je v denníkoch rôzne a nevykazuje súvislosť či kontinuitu. Kauza je prezentovaná v rôznych rámcoch, ale najčastejšie články spadajú do rámca konfliktu medzi jednotlivými politickými aktérmi, medzi tvrdeniami o autenticite³² a navzájom odporujúcimi si tvrdeniami. To jej od začiatku dodávalo na kontroverznosti a prispievalo k medializácii. Okrem toho je častý aj rámec morálneho pohoršenia a prisúdenia zodpovednosti za daný priestupok.

Tematicky kauza nespadá do fáz medializovaného škandálu prezentovaného Thompsonom. Vôbec sa v prípade kauzy Gorila nevyskytuje „predškandálna“ fáza a ostatné témy nespádajú do danej chronológie. Kauza Gorila v mnohom súvisela s jej vlastným „načasovaním“. Faktor predčasných volieb zohral jednoznačne úlohu v mediálnej prezentácii jednotlivých politických aktérov a aj v samotných politických rozhodnutiach týkajúcich sa vyvedenia zodpovednosti za danú kauzu.

³¹ Treba podotknúť, že danú kauzu do kontextu volieb výraznejšie vsadzoval len slovenský denník Pravda.

³² Takmer všetci zúčastnení aktéri spis dlho po jeho zverejnení označovali za neautentický výmysel.

Zdroje, ktoré médiá citovali, alebo ktoré boli základom témy daného článku, boli väčšinou politickí predstavitelia, verejní činitelia a v prípade denníka Pravda aj odborníci, čo potvrdzuje teóriu primárnej definície a elitných zdrojov. Články väčšinou obsahovali 3 a viac citácií odlišných aktérov, čo by sa dalo pokladať za vyvážené spravodajstvo, ale väčšina týchto zdrojov boli politici (s výnimkou denníka Pravda). Najčastejšie bol ako hlavný aktér uvádzaný politik SDKÚ a pomerne menej priestoru bolo venovaného politikom Smer. Z toho by sa dalo vyvodiť, že médiá danú kauzu spájali s danou koalíčnou stranou. Kauza Gorila teda skôr vyvracia než potvrdzuje tvrdenia, že médiá na Slovensku majú pravicové politické tendencie. Nedá sa povedať, že by niektorý z denníkov „stranil“ vládnej koalícii.

České médiá o kauze informovali v malom rozsahu a prostredníctvom krátkych článkov. Denník Právo kauzu uviedol v súvislosti s predčasnými voľbami, pokračoval informáciami o vyšetovaní a dôsledkami. Denník MF Dnes venoval väčšinu článkov reakciám verejnosti (protestom) a denník Hospodářské noviny kauzu spájal s predčasnými voľbami. Všeobecne by sa dalo povedať, že české denníky nepreberali vyhlásenia slovenských politikov ako slovenské a dané témy spracovávali s ohľadom na rozmanité zdroje.

K záveru by sa dalo zhodnotiť, že reprezentácia danej kauzy vo väčšej miere spĺňala charakteristiky politického škandálu. V jej reprezentácii sa silne prejavilo preberanie obsahov politických vyhlásení (slovenskými médiami), ale napriek tomu bol zachovaná rozmanitosť zdrojov v článku. Zodpovednosť v kauze Gorila bola v článkoch jednoznačne spájaná s politikmi koalície a finančnou skupinou Penta. Médiá nevenovali v každom článku priestor diskusii nad autenticitou spisu Gorila a postupne ju začali nepriamo prezentovať ako fakt, čo prispelo k škandálnemu vyobrazeniu danej kauzy. Zdrojovo čerpali väčšinou z vyhlásení politikov a verejných činiteľov. Občianski aktivisti sa dostali do obsahu článku až sa v súvislosti s rozsiahlymi protestnými akciami.

Vzhľadom na uvedené zistenia pokladám cieľ práce za splnený. Malé nedostatky a nepresnosti mohli vzniknúť rozličným formátom zdrojového materiálu. Výskum danej kauzy by bolo vhodné rozšíriť o komparatívnu analýzu, do ktorej by boli zahrnuté predchádzajúce kauzy, ako napríklad „nástenkový tender“, „únos Michala Kováča ml.“ apod. Na daných výsledkoch by sa dali definovať charakteristiky škandalizácie

v slovenských denníkov a zároveň prezentovať dynamiku v mediálnej reprezentácii politického škandálu. Na medzinárodnej úrovni existuje priestor pre komparáciu českých a slovenských médií na príklade politického škandálu inej krajiny.

Zoznam použitých zdrojov

Monografie:

ALLERN, Sigurd a POLLACK, Ester. *Scandalous!: the mediated construction of political scandals in four Nordic countries*. Göteborg, Sweden: Nordicom, c2012, 211 p. ISBN 91-865-2327-9.

BEDNAŘÍK, Petr, JIRÁK, Jan a KÖPPOVÁ, Barbara. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, 439 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-802-4730-288.

BERGER, Arthur Asa. *Media and communication research methods: an introduction to qualitative and quantitative approaches*. 2nd ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, c2011, xvii, 341 p. ISBN 14-129-8777-6.

BOURDIEU, Pierre, *On television*. Translated from the French by Priscilla Parkhurst FERGUSON, New York, NY: New Press, 1999. ISBN 15-658-4512-9.

BREČKA, Samuel, ONDRÁŠIK, Branislav a KEKLAK, Richard. *Média a novinári na Slovensku 2010*. 1. vyd. Bratislava: Paneurópska vysoká škola, 2010, 232 s. ISBN 978-80-89447-32-9.

BREČKA, Samuel. *Médiá v Slovenskej Republike*. 1. vyd. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie, 2002. ISBN 80-890-3412-8.

COOK, Timothy E. *Governing with the news: the news media as a political institution*. 2nd ed. Chicago: University of Chicago Press, 2005, xi, 313 p. ISBN 02-261-1501-1.

D'ANGELO, Paul a KUYPERS, Jim A. *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. London: Routledge, 2010, xiv, 376 p. LEA's communication series. ISBN 04-159-9236-2.

DINKA, Pavol. *Žurnalisti - lovci vo svorke: mediálne štvaniče. Mediálne manipulácie. Sankcie a rozsudky nad médiami. Etika a korupcia v žurnalistike. Slovenskí novinári píšuci "po maďarsky"*. Editor Viera Švenková. Martin: Politologický odbor Matice slovenskej, 2010, 343 s. ISBN 978-80-8061-413-3.

GASTIL, John. *Political communication and deliberation*. Los Angeles: SAGE Publications, c2008, xvi, 325 p. ISBN 14-129-1628-3.

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

HALL, Stuart. *Policing the crisis: mugging, the state, and law and order*. London: Macmillan, 1978, xii, 425 p. ISBN 03-332-2061-7.

- HALLIN, Daniel C a MANCINI, Paolo. *Systémy médií v postmoderním světě: tři modely médií a politiky*. Vyd. 1. Překlad Tomáš Trampota. Praha: Portál, 2008, 367 s. ISBN 978-807-3673-772.
- JIRÁK, Jan, ŘÍCHOVÁ, Blanka, *Politická komunikace a média*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2000, 163 s. ISBN 80-246-0182-6.
- KRIVÝ, Vladimír. *Slovenské voľby '12*. Bratislava: Sociologický ústav SAV, 2012. ISBN 978-80-85544-76-3.
- LILLEKER, Darren G. *Key concepts in political communication*. Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2006, vii, 209 p. ISBN 14-129-1830-8.
- LULL, James a Stephen HINERMAN. *Media scandals: morality and desire in the popular culture marketplace*. New York: Columbia University Press, 1997, ix, 259 p. ISBN 02-311-1165-7.
- MAGÁL, Slavomír, MISTRÍK, Miloš, SOLÍK, Martin, *Masmediálna komunikácia a realita*. Vyd. 1. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2009, 377 s. ISBN 978-808-1051-258.
- MCNAIR, Brian. *An introduction to political communication*. 3rd ed. New York: Routledge, 2003, xx, 250 p. Communication and society (Routledge (Firm)). ISBN 04-153-0708-2.
- MCQUAIL, Denis. *Media performance: mass communication and the public interest*. Newbury Park, Calif.: Sage Publications, 1992, xvii, 350 p. ISBN 08-039-8295-X.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 1999, 447 s. ISBN 80-717-8200-9.
- MEYROWITZ, Joshua. *Všude a nikde: vliv elektronických médií na sociální chování*. 1. české vyd. Překlad Jan Jirák, Kateřina Jonášová, Irena Reifová. Praha: Karolinum, 2006, 341 s. ISBN 80-246-0905-3.
- NEGRINE, Ralph M. *The professionalisation of political communication*. Chicago: Intellect Books, c2007, 192 p. Changing media--changing Europe series, v. 3. ISBN 9781841509624.
- REESE, Stephen D. *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world*. [Reprint.]. Mahwah (New Jersey): Lawrence Erlbaum, 2003. ISBN 08-058-4926-2.
- ROGERS, James W. DEARING, Everett M. *Agenda-setting*. Thousand Oaks: Sage, 1996. ISBN 07-619-0563-4.
- RŮŽIČKA, Vlastimil. *Politika a média v konzumní společnosti*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, 181 s. ISBN 978-802-4736-679.

SCHULZ, Winfried. *Analýza obsahu mediálních sdělení. 2.*, přeprac. vyd. Překlad Barbara Köpplová. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2004, 149 s. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze, 2. ISBN 80-246-0827-8.

SIEBERT, Fred S. PETERSON, Theodore. *Four theories of the press: the authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do.* 13. pr. Urbana: University of Illinois Press. ISBN 02-527-2421-6.

SIGAL, Leon V. *Reporters and officials: the organization and politics of newsmaking.* Lexington, Mass: D.C. Heath, 1973. ISBN 06-698-5035-7.

ŠKOLKAY, Andrej. *Media law in Slovakia.* Frederick, MD, c2011, 178 p. ISBN 978-904-1134-394.

ŠTĚTKA, Václav, *Mediální integrace národa v době globalizace, 1.vydanie*, Brno: Masarykova Univerzita, Mezinárodní politologický ústav, 2007, 197 strán, ISBN 978-80-210-4376-3

THOMPSON, John B. *Média a modernita. 1. české vyd.* Praha: Karolinum, 2004, 219 s. ISBN 80-246-0652-6.

THOMPSON, John B. *Political scandal: power and visibility in the media age.* Malden, MA: Blackwell, 2000, xiii, 324 p. ISBN 07-456-2550-9.

TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií.* Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 978-807-3676-834.

TRAPPEL, Josef a MCQUAIL, Denis. *Media in Europe today.* Chicago: Intellect, 2011, 272 p. ISBN 978-184-1504-032.

WOLFSFELD, Gadi. *Making sense of media and politics: five principles in political communication.* New York: Routledge, 2011, x, 150 p. ISBN 02-038-3987-0.

Odborné články:

BALL-ROKEACH, S.J. a DEFLEUR, M.L.. A Dependency Model of Mass-Media Effects. *Communication Research.* 1976-01-01, vol. 3, issue 1, s. 3-21. DOI: 10.1177/009365027600300101.

BARNETT, Steven. Dumbing Down or Reaching Out: Is it Tabloidisation wot done it?. *The Political Quarterly.* 1998, vol. 69, B, s. 75-90. DOI: 10.1111/1467-923X.00193.

BAYM, Geoffrey. The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism. *Political Communication.* 2005, vol. 22, issue 3, s. 259-276. DOI: 10.1080/10584600591006492.

BROH, C. Anthony. Horse-Race Journalism: Reporting the Polls in the 1976 Presidential Election. *Public Opinion Quarterly.* 1980, roč. 44, č. 4, s. 514-529.

- BROWN, Jane Delano, BYBEET, Carl R., WEARDEN, Stanley T. a STRAUGHAN, Dulcie Murdock. Invisible Power: Newspaper News Sources and the Limits of Diversity. *Journalism Quarterly*. 1987, roč. 64, č. 1, s. 45-54.
- CURRAN, James. The New Revisionism in Mass Communication Research: A Reappraisal. *European Journal of Communication*. 1990-06-01, vol. 5, issue 2, s. 135-164. DOI: 10.1177/0267323190005002002.
- ESSER, Frank a HARTUNG, Uwe. Nazis, Pollution, and no Sex: Political Scandals as a Reflection of Political Culture in Germany. *American Behavioral Scientist*. 2004-04-01, vol. 47, issue 8, s. 1040-1071. DOI: 10.1177/0002764203262277.
- HAGEN, Lutz M. Opportune Witnesses. *European Journal of Communication*. 1993-09-01, vol. 8, issue 3, s. 317-343. DOI: 10.1177/0267323193008003004.
- KUNELIUS, Risto. a RENVALL, Mika. Stories of a public: Journalism and the validity of citizens' testimonies. *Journalism*. 2010-10-12, vol. 11, issue 5, s. 515-529. DOI: 10.1177/1464884910373533.
- MCCOMBS, Maxwell E. a SHAW, Donald L. The Agenda-setting function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*. 1972, roč. 36, č. 2, s. 176-187.
- MCGREGOR, Judy, FOUNTAINE, Susan a COMRIE, Margie. From Contest to Content: The Impact of Public Journalism on New Zealand Election Campaign Coverage. *Political Communication*. 2000, roč. 17, č. 2, s. 133-148. DOI: 10.1080/105846000198440.
- MILLER, David. Official sources and 'primary definition': the case of Northern Ireland. *Media, Culture*. 1993-07-01, vol. 15, issue 3. DOI: 10.1177/016344393015003004.
- NYHAN, Brendan. Scandal Potential: How political context and news congestion affect the President's vulnerability to media scandal. *Department of Government Dartmouth College* [online]. 2013 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.dartmouth.edu/~nyhan/scandal-potential.pdf>
- PAIMRE, Marianne. a HARRO-LOIT, Halliki. Media generated news waves - catalysts for discursive change: The case study on drug issues in Estonian print media. *Journalism*. 2011-05-10, vol. 12, issue 4, s. 433-448. DOI: 10.1177/1464884910388226.
- PUGLISI, Riccardo a SNYDER, James M.. Newspaper Coverage of Political Scandals. *The Journal of Politics*. 2011, vol. 73, issue 03, s. 931-950. DOI: 10.1017/S0022381611000569.
- SCHULZ, Winifried. Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*. 2004-03-01, vol. 19, issue 1, s. 87-101. DOI: 10.1177/0267323104040696.

TOEPFL, Florian. Managing public outrage: Power, scandal, and new media in contemporary Russia. *New Media*. 2011-12-08, vol. 13, issue 8, s. 1301-1319. DOI: 10.1177/1461444811405021.

TRAMPOTA, Tomáš a KONČELÍK, Jakub. The tabloidisation of the Czech daily press. In *Making Democracy in 20 Years: Media and Politics in Central and Eastern Europe*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2011, s. 287-298. ISBN 978-83-229-3184-4

TUMBER, Howard a WAISBORD, Silvio R.. Introduction: Political Scandals and Media Across Democracies, Volume I. *American Behavioral Scientist*. 2004-04-01, vol. 47, issue 8, s. 1031-1039. DOI: 10.1177/0002764203262275.

Iné:

archiv.hnonline.sk

IVO Barometer 1/2012. *Inštitút pre verejné otázky* [online]. 2012 [cit. 2013-04-19]. Dostupné z: http://www.ivo.sk/buxus/docs/IVO_barometer/IVO_BAROMETER_1-2012_newsletter.pdf

MIDULOVÁ, Katarína a FORMÁNEK, Václav. *Role médií v budování globální identity jedince*. VŠE Praha, 2012. Seminární práce. Vysoká škola ekonomická v Praze.

Newton Media Search: mediasearch.newtonmedia.cz

www.pravda.sk

www.sme.sk

Zoznam príloh

Príloha 1 – Kódovacia kniha

Príloha 2 – doplňujúce tabuľky:

- Tabuľka 10 – Odvíja sa daná téma od hlavného aktéra? (rozpad na jednotlivé denníky)
- Tabuľka 11 – Hlavná téma článku (rozpad na jednotlivé denníky).

Prílohy

Príloha 1: Kódovacia kniha

Identifikačné premenné

01MEDI Médium

- | | |
|---|--------------------|
| 1 | SME |
| 2 | Pravda |
| 3 | Hospodárske noviny |
| 4 | MF Dnes |
| 5 | Právo |
| 6 | Hospodárske noviny |

02DATU Dátum

DD.MM.YY

03STRA Článok na titulnej strane?

- | | |
|---|-----|
| 1 | áno |
| 2 | nie |

04ZDRO Zdroj článku

- | | |
|---|---|
| 1 | redakčný článok |
| 2 | spravodajská agentúra (SITA, TASR, ČTK) |
| 3 | kombinácia |
| 4 | iné médium |
| 5 | nedá sa určiť |

Analytické premenné

05TEMA – hlavná téma článku

- | | |
|----|---------------------------------------|
| 1 | obsah materiálu Gorila |
| 2 | pravosť materiálu Gorila |
| 3 | zodpovednosť (osobnosti, organizácie) |
| 4 | morálny prečin (porušenie normy) |
| 5 | predčasné voľby |
| 6 | korupcia na Slovensku |
| 7 | politická osobnosť |
| 8 | nápravné konanie/vyšetrovanie |
| 9 | iné kauzy, komparácia |
| 10 | dôsledky |
| 11 | postoj koaličného politika |
| 12 | postoj opozičného politika |
| 13 | reakcie verejnosti, verejná mienka |
| 14 | informačná služba |
| 15 | iné |

06TAKT Odvíja sa hlavná téma článku od stanoviska aktéra? Ak áno, akého? (Hall et al., 1978)

- | | |
|---|--|
| 1 | áno, politik |
| 2 | áno, občiansky aktivista |
| 3 | áno, novinár |
| 4 | áno, občan |
| 5 | áno, verejný činiteľ |
| 6 | áno, odborník (politológ, sociológ...) |
| 7 | nie |

8 áno, finančník/podnikateľ

07AKTE typ hlavného aktéra

- 1 politik SDKÚ
- 2 politik SMER
- 3 politik SaS
- 4 politik KDH
- 5 politik inej strany
- 6 občianski aktivisti
- 7 podnikateľ/finančník
- 8 občan
- 9 verejný činiteľ (policajt, sudca, hasič...)
- 10 reprezentant cirkvi
- 11 novinár
- 12 odborník (sociológ, politológ)
- 13 iný
- 14 nie je

08MENO prítomné meno hlavného aktéra

- 1 Mikuláš Dzurinda
- 2 Róbert Fico
- 3 Iveta Radičová
- 4 Daniel Lipšic
- 5 Richard Sulík
- 6 Igor Matovič
- 7 Tom Nicholson
- 8 Jirko Malchárek
- 9 Anna Bubeníková
- 10 Jaroslav Haščák
- 11 Iný
- 12 Nie je

09AKTV typ vedľajšieho aktéra

- 1 politik SDKÚ
- 2 politik SMER
- 3 politik SaS
- 4 politik KDH
- 5 politik inej strany
- 6 občianski aktivisti
- 7 podnikateľ/finančník
- 8 občan
- 9 verejný činiteľ (policista, hasič...)
- 10 reprezentant cirkvi
- 11 novinár
- 12 odborník (sociológ, politológ)
- 13 iný
- 14 nie je

10MENV meno vedľajšieho aktéra

- 1 Mikuláš Dzurinda
- 2 Róbert Fico
- 3 Iveta Radičová
- 4 Daniel Lipšic
- 5 Richard Sulík
- 6 Igor Matovič
- 7 Tom Nicholson
- 8 Jirko Malchárek
- 9 Anna Bubeníková
- 10 Jaroslav Haščák
- 11 Iný
- 12 Nie je

11CITH prítomná citácia hlavného aktéra

- 1 áno
- 2 nie

12CITV prítomná citácia vedľajšieho aktéra

- 1 áno
- 2 nie

13CITA počet citovaných aktérov v článku

- 1 1
- 2 2
- 3 3 a viac
- 4 citácia neprítomná

14RAME Rámec článku (Entman)

- 1 konflikt (koalícia vs. Opozícia, politik vs. Občan, dobro vs. Zlo)
- 2 nositeľom príbehu je jednotlivec
- 3 diskusia o dôsledkoch
- 4 morálne pohoršenie
- 5 prisúdenie zodpovednosti za prečin
- 6 iný

15ZOSD Zodpovednosť za priestupok je prisudzovaná v článku politikovi SDKÚ

- 1 áno
- 2 nie

16ZOSM Zodpovednosť za priestupok je prisudzovaná v článku politikovi SMER

- 1 áno
- 2 nie

17ZOPE Zodpovednosť za priestupok je prisudzovaná v článku finančnej skupine Penta

- 1 áno
- 2 nie

18ZOIN Zodpovednosť za priestupok je prisudzovaná v článku inému subjektu (občianske združenie, tajná služba, orgán verejnej služby...)

- 1 áno
- 2 nie

19AUTE zmieňuje sa článok o autenticite spisu Gorila? pokiaľ áno, s akým prívlastkom?

- 1 Áno-pravda, pretože pochádza od tajnej služby
- 2 Áno-pravda, pretože to potvrdil politik
- 3 Áno-pravda, pretože to potvrdil iný aktér
- 4 Áno-lož, nástroj záujmových skupín
- 5 Áno-lož, za účelom medializácie/spravodajská hra
- 6 Áno-lož, materiál tajných služieb
- 7 Áno-pravdivosť materiálu sa nedá určiť
- 8 článok sa o autenticite nezmieňuje

20GORI hodnotí článok kauzu Gorila? Pokiaľ áno, ako ju popisuje?

- 1 Áno, mediálna hra
- 2 Áno, účelovo zverejnená pred voľbami
- 3 nezmieňuje

Príloha 2

Doplňujúce tabuľky

Tabuľka 10 – Odvíja sa daná téma od hlavného aktéra? (rozpad na jednotlivé denníky)

N=266

Denník/Téma-aktér	áno, politik	áno, občiansky aktivista	áno, novinár	áno, občan	áno, verejný činiteľ	áno, odborník	áno, podnikateľ	nie
SME	53	8	6	5	18		6	33
Pravda	13		1			7	3	15
HN (SR)	27	5	1	1	9	1	2	31
MF Dnes								3
Právo	2	1					1	7
HN (ČR)	1							6
Celkom	96	14	8	6	27	8	12	95

Zdroj dát: autorka

Tabuľka 11 – Hlavná téma článku (rozpad na jednotlivé denníky).

N=266

Denník/Téma	obsah spisu Gorila	pravosť spisu Gorila	zodpovednosť	morálny prečin	predčasné voľby	korupcia	politická osobnosť	náprava/vyšetrenie	iné kauzy	dôsledky	postoj koalícieho politika	postoj opozičného politika	reakcie verejnosti	informačná služba	iné
SME	4	15	18	7	4	5	9	14	1	8	16	4	14	5	5
Pravda		6	3	3	11	3		4		1	5		1		2
HN (SR)	4	10	8	6	6	1	4	13		6	8	2	6	2	1
MF Dnes								1					2		
Právo		2			1			2	1	2			2		1
HN (ČR)					3	1				1	1				1
Celkom	8	33	29	16	25	10	13	34	2	18	30	6	25	7	10

Zdroj dát: autorka

Zoznam skratiek

ČTK – Česká tisková kancelář

FNM – Fond národního majetku

HN (ČR) – Hospodářské noviny (denník) Česká republika

HN (SR) - Hospodárske noviny (denník), Slovenská republika

HZDS – Hnutie za demokratické Slovensko

IVO – Inštitút pre verejné otázky

KDH – Kresťansko-demokratické hnutie (politická strana)

SaS – Sloboda a solidarita (politická strana)

SDKÚ – Slovenská demokratická a kresťanská únia (politická strana)

SITA – Slovenská tlačová agentúra, a.s.

TASR – Tlačová agentúra Slovenskej republiky

ÚV KSČ – Ústřední výbor Komunistické strany Československa