

Abstrakt

Diplomová práce „Armáda na mediálním bitevním poli“ zkoumá nakolik jsou Ministerstvo obrany a Armáda České republiky mediálními institucemi. Jestli přebírají mediální logiku a podléhají tlaku novinářů. To vše v teoretickém ukotvení čtyř fází mediatizace, které definoval Jesper Strömbäck ve své práci z roku 2008. V teoretické části práce jsou definovány pojmy jako je mediatizace nebo mediální logika. Práce se také zaměřuje na vysvětlení firemní komunikace, která je následně vztažena na Ministerstvo obrany a AČR. V závěru teoretické části jsou vymezeny obě instituce a důraz je kladen na jejich komunikační oddělení. Metodická část popisuje výzkumnou metodu polostrukturovaných rozhovorů, které jsou použity pro sběr relevantních dat. Definuje také výzkumný problém a výzkumné otázky. Třetí část diplomové práce se věnuje výzkumu, kdy jsou sesbíraná data devíti respondentů z Ministerstva obrany a Generálního štábu AČR analyzována a rozřazena k příslušným výzkumným otázkám. Respondenti odpovídali na dotazy, které se věnovaly komunikačním cílům Armády, formátům a obsahům sdělení, novým médiím a jejich práce ve vztahu k redakčním rutinám. Respondenti popisovali, jaké vztahy má Ministerstvo a Generální štáb s médii, jakou důležitost komunikaci přisuzují nebo jakým způsobem vylepšují obraz Armády v očích veřejnosti. V závěru práce jsou pak data vyhodnocena a opět vztažena k Strömbäckově teorii mediatizace. Následně jsou z toho vyvozeny závěry ohledně naplňování komunikačních cílů Armády a nakolik mediální logika ovlivňuje tu armádní.