

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Bc. Tereza Máčelová

Spin doctoring na příkladu kauzy Radar

Diplomová práce

Praha 2014

Autor práce: **Tereza Máčelová**

Vedoucí práce: **PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D.**

Datum obhajoby: 2014

Bibliografický záznam

Máčelová, Tereza. *Spin doctoring na příkladu kauzy Radar*. Praha, 2014. 89 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D.

Abstrakt

Tématem této práce je spin doctoring. Spin doctoring je zde chápán jako jednostranně orientovaná manipulativní forma komunikace s cílem ovlivnit mínění nebo postoje veřejnosti. Práce se zabývá historickým konceptem a současnými definicemi spinu. Na základě odborné literatury text zkoumá fenomén spin doctoringu v souvislosti s politickou komunikací, public relations, propagandou, korporátním spinem a žurnalistickou praxí. Důkladně jsou zpracovány konkrétní techniky a metody spinu, které jsou doplněny o významné kauzy spojované se spin doctoringem. Rozebrané příklady z praxe jsou z anglo-amerických zemí. Oblasti zájmů politické komunikace, vztah politiky a médií a jejich dopad na demokratické uspořádání společnosti je rozebrán perspektivou pluralistických pesimistů a neolibérálních optimistů. Zohledněno je i postavení žurnalistů v kontextu jejich kooperace se spin doctory. Výzkumná část této práce je věnovaná spin doctoringu v kauze Radar. Cílem výzkumu je zjistit, zda byly použity manipulativní techniky k získání souhlasu a podpory veřejnosti ke stavbě radarové základny na území České republiky. Pro výzkum byly zvoleny dvě metody. Kvantitativní obsahová analýza zkoumá rámování tématu, užívání persvazivních verbálních prostředků a celkové vyznění kauzy tří sledovaných deníků (MF Dnes, Lidové noviny, Právo). Kvalitativní metoda polostrukturovaných rozhovorů zkoumá, zda byly v kauze Radar použity techniky spin doctoringu.

Abstract

Abstract The main focus of this thesis is the topic of spin doctoring. We understand the term of spin doctoring as a one-sided manipulative form of communication whose aim is to influence public opinion and attitudes. The thesis deals with both historic concepts and present day definitions of spin. Based on academic work, this text examines the phenomenon of spin doctoring in relation to political communication, public relations, propaganda, corporate spin and journalistic professions. We elaborate particular techniques and methods of spin on the background of important cases related to spin doctoring. These specific cases refer to anglo-american countries. The field of interest of political communication, the relation of politics and media and their impact on

democratic order of society is examined from the perspective of pluralistic pessimists and neo-liberal optimists. The position of journalists in the context of their cooperation with the spin doctors is also taken into account. The research part of this work deals with the spin doctoring in the case of “Radar”. The aim of the research is to find out whether or not manipulative techniques were employed in order to gain consent and support of the public in the case of building an American radar base in the Czech territory. Quantitative research methods were chosen. The quantitative content analysis examines the framing of the topic, the use of persuasive verbal tools and the overall image and meaning in three daily newspapers (MF Dnes, Lidové noviny, Právo). The qualitative method of semi-structured interviews examines whether spin doctoring techniques were used in the case of “Radar”.

Klíčová slova

spin - spin doctoring – manipulace – politická komunikace – public relations – propaganda – žurnalistická praxe – demokracie – kauza Radar -

Keywords

spin – spin doctoring – manipulation – political communication – public relations – propaganda – journalism – democracy – case Radar

Rozsah práce

89 stran

163 tisíc znaků

Prohlášení

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

Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.

Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 28.7.2014

Tereza Máčelová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu práce PhDr. Tomášovi Trampotovi, Ph.D. za odborné vedení a trpělivosti při přípravě této práce, za připomínky a rady při jejím vypracování.

SCHVÁLENO
[Signature]

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
 Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce**

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Tereza Máčelová

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2011

E-mail diplomantky/diplomanta:

tereza.macelova@gmail.com

Studijní obor/forma studia:

Mediální studia/kombinované studium

Razítko podatelny:

Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd	
Došlo dne:	- 4 -02- 2013 -1-
Číslo:	<i>1001</i>
Příloh:	Štampování číslo:
Přiděleno:	

Předpokládaný název práce v češtině:

Spin doctoring na příkladu kauzy Radar

Předpokládaný název práce v angličtině:

Spin Doctoring presented on case Radar

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013)

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)

LS 2013/2014

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

Public relations a profesionální mediální pracovníci mohou ovlivňovat veřejné mínění prostřednictvím různých praktik. Jednou z nich je spin doctoring.

Spin doctoring je výraz, který se v Česku zatím příliš nevyskytuje a také prozatím neexistuje ucelená studie, která by tuto problematiku a jev u nás zkoumala.

Spin se snaží vypořádat s negativním vnímáním události, snaží se podávat informace, které zlepšují mínění veřejnosti na daný problém, kauzu atd.

Spin doctor používá speciální techniky k upravení mediálních zpráv, které záměrně ovlivňují veřejné mínění. Jeho záměrem je zakrýt všechny slabiny a vyzdvihnout kvality a lze jej chápat jako jeden z nástrojů public relations, který má za cíl podat informace v co nejlepším vyznění pro kauzu.

Jednání o zapojení České republiky do protiraketového systému Spojených států se stalo velmi citlivým tématem minulých let v Česku, Radar se stal středem kontroverze. Před volbami v roce 2006 bylo téma zpolitizováno a polarizovalo českou politickou scénu i veřejnost.

Kauza Radar, který měl být v Brdech postaven, plnila média po dlouhou dobu – především od roku 2007 do roku 2009, kdy došlo k rozhodnutí, že Radar se na našem území stavět nebude.

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

Ve své diplomové práci přiblížím problematiku spin doctoringu – definice, rozdíl mezi spin doctoringem a public relations a v nastíněné kauze Radar se pokusím zjistit, zda docházelo k ovlivňování mínění veřejnosti pomocí spin doctoringu.

Metodou diskurzivní analýzy textu vybraných novinových článků a následně pomocí hloubkových rozhovorů zjistím, zda v kauze Radar byly použity praktiky spin doctoringu pro ovlivňování veřejného mínění. Metodu diskurzivní analýzy textu použiji ve vybraných textech českých seriózních deníků Mladá fronta Dnes, Právo a Lidové noviny, a to za období leden 2007 – leden 2008.

Hloubkové rozhovory budu provádět s novináři, kteří o kauze Radar psali a pokusím se o rozhovory s aktéry spin doctoringu, kteří se snažili působit na novináře nebo se jinak zasadili ke snaze ovlivnit veřejné mínění o připravované výstavě amerického radaru v Brdech.

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

Úvod

Teoretická část

Definice

Spin doctoring vs PR

Spin doctoring jako nástroj ovlivňování veřejného mínění v praxi (stručný přehled kauz)

Kauza Radar – vývoj a kontext

Metodologická část

- výzkumné otázky, technika sběru dat, výzkumný vzorek

Diskurzivní analýza vybraných textů

Hlubkové rozhovory

Závěry analýzy a rozhovorů

Závěr, přílohy

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

Mláďa fronta Dnes, Právo, Lidové noviny

Analyzované období: leden 2007 – leden 2008

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Diskurzivní analýza textu

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

Dinan, William - Miller, David: Thinker, Faker, Spinner, Spy: Corporate PR and the Assault on Democracy, 2007.

Autoři v této knize ukazují, že PR aktivity nejsou aplikovány pouze na celebrity, ale že se vyskytují jak v politice, tak ve firemním vedení, atd. Kniha se zabývá Spin doctoringem, lobisty, think tankem, atd.

Ftorek, Josef: Public relations a politika, Praha, Grada, 2010:

Publikace se zabývá základními otázkami a technikami mocenské a politické praxe. Kromě základních informací o public relations se zabývá případovou studií s názvem: PR v souvislosti s kauzou rakové obrany USA ve východní Evropě, tedy kauzou Radar.

Dinan, William - Miller, David: A Century of Spin: How Public Relations Became the Cutting Edge of Corporate Power, 2007:

Kniha mapuje neúprosný vzestup public relations a poukazuje na jeho důsledky – tedy změny ve společnosti. Kniha představuje jasnou chronologii vývoje PR a věnuje se i spinu, který podle autorů existuje již dlouho a jeho antidemokratický potenciál je velice dobře známý všem, kteří ho kdy aplikovali.

Richards, Paul: Be Your Own Spin Doctor: A Practical Guide to Using the Media, 2005 London:

Autor ukazuje, jak veškeré organizace od politických stran přes středním a malé podniky až k charitě mohou používat techniky spin doctoringu k ochraně jejich reputace a získat tak podporu veřejnosti. Kniha ukazuje také praktické způsoby, jak získat pokrytí v médiích, atd.

Ftorek, J. Public Relations jako ovlivňování médií, Praha, Grada, 2009

Publikace se zabývá komunikací, manipulací, ovlivňováním mínění, PR a spin doctoringem. Ukazuje jaké hlavní nástroje a techniky sdělování informací se v PR používají, přibližuje zásady krizové komunikace, funkci a roli médií ve společnosti, atd.

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

Dvořák, Marek: Informační kampaň vlády ČR "Proti raketám", UK FSV, 2011

Hapal, Martin: Role spin doctoringu v české politice, Masarykova Univerzita v Brně, FSS, 2011

Hurtíková, Hana: Vliv spin doctoringu na formování veřejného mínění: Kauza Irák ve Velké Británii v roce 2003, Univerzita Palackého, FF. 2008

Datum / Podpis studenta/ky

.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

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

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

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

.....

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM

Obsah

1. Úvod.....	4
1.1 Změny oproti předloženým tezím.....	5
2. Definice.....	6
2.1. Definování a vymezení pojmu.....	6
2.1.1 Spin doktor.....	7
2.2 Spin v historickém kontextu.....	7
2.3 Korporátní spin.....	9
2.4 Politický spin.....	9
2.5 Spin vs Public relations.....	11
2.6 Spin a propaganda.....	15
3. Spin doctoring jako nástroj ovlivňování veřejného mínění.....	17
3.1 Techniky a metody spinu.....	17
3.2 Agenda spin doktora.....	20
3.3 Spin v praxi.....	22
3.3.1 Kauza Lewinská.....	23
3.3.2 Kauza Irák.....	24
4. Spin a politická komunikace.....	26
4.1 PR-izace politické komunikace.....	27
4.2 Spin v pojetí demokracie.....	28
5. Novinářská praxe a spin doctoring.....	30
5.1 Persvazivní komunikace.....	31
6. Kauza Radar.....	33
6.1 Vývoj kauzy v ČR.....	34
7. Analýza mediální prezentace kauzy Radar.....	38
7.1 Formování veřejného mínění v kauze radar.....	38
7.2 Cíl a téma výzkumu.....	39
7.3 Metody výzkumu.....	39
7.3.1 Kvantitativní obsahová analýza.....	40
7.3.2 Kvantitativní polostrukturovaný rozhovor.....	40
7.4 Výběr vzorku.....	41
7.5 Výzkumné otázky.....	43

8 Výsledky analýzy.....	44
8.1 Základní charakteristika.....	45
8.2 Interpretace výzkumné části.....	47
8.2.1 Výzkumná otázka O1.....	47
8.2.1.1 Vedlejší výzkumná otázka O1.....	53
8.2.2 Výzkumná otázka O2.....	55
8.2.3 Výzkumná otázka O3.....	59
8.2.4 Výzkumná otázka O4.....	63
8.3 Shrnutí výzkumných otázek.....	65
8.4 Diskuze výzkumných otázek.....	66
8.5 Polostrukturované rozhovory.....	67
8.5.1 Výběr respondentů.....	67
8.5.2 Cíle výzkumu.....	67
8.5.3 Faktory sběru dat.....	68
8.6 Analýza rozhovorů.....	68
8.6.1 Spin v českém prostředí.....	68
8.7 Manipulace v kauze Radar.....	72
8.7.1 Komunikační strategie USA.....	72
8.7.2 Komunikační strategie české vlády.....	74
8.7.3 Ovlivňování novinářů.....	77
8.8 Souhrnná interpretace rozhovorů.....	77
8.9 Diskuze.....	79
8.10 Limity výzkumu.....	79
8.11 Shrnutí výzkumu.....	79
9.Závěr.....	81
Summary.....	83
Seznam grafů a tabulek.....	84
Použitá literatura.....	86
Přílohy.....	90

1. Úvod

Text diplomové práce se zabývá fenoménem spin doctoringu, který se stává nedílnou součástí především politické komunikace. Pojem spin doctoring nebo spin je chápán jako jednostranně orientovaná manipulativní forma komunikace, která má za cíl ovlivnit jednání či postoje veřejnosti ve prospěch subjektu, který je spin doctorem zastupován. Spin k dosažení svých cílů používá klamavé a manipulativní nástroje a techniky. Kritika spinu je mířena především na politickou a korporátní manipulaci, mnoho odborníků ho považuje za narušitele fungování demokratického systému ve společnosti.

Pojem spin doctoring je pro širokou českou veřejnost téměř neznámý a obvykle je zaměňován s public relations. V širším povědomí veřejnosti je pojem známý především v anglosaských a amerických zemích, kde se rozšířil díky několika politickým kauzám, které byly se spin doctoringem spojovány. Spin je odvozen od techniky nadhozu ve sportovním prostředí, který se v kontextu politické komunikace užívá jako faleš.

V první části diplomové práce ukážeme pojem spin doctoring v konceptuálním rámci, na který navážeme v širším pojetí. Kromě definování pojmu spin doctoring a jeho historického uchopení, ho zařadíme do konceptu politické a korporátní komunikace. Provedeme komparaci pojmu spin doctoring a public relations a s oporou odborné literatury se pokusíme vysvětlit rozdíl mezi jednotlivými pojmy. V tomto kontextu se budeme zabývat také kritikou spinu a public relations, kteří vidí provázanost obou odvětví s propagandou.

Pro komplexní uchopení tématu je důležitá následující část, kde rozebereme jednotlivé techniky a metody spinu, které spin doctoři využívají k ovlivnění veřejného mínění a doplníme je o příklady z praxe.

Ve čtvrté kapitole rozvedeme téma spinu v kontextu politické komunikace, které jsme představili v první kapitole. Rozebereme oblasti zájmu politické komunikace, vztah politiky a médií, a také přiblížíme, co znamená tzv. PR-izace politické komunikace. Dopady manipulativní politické komunikace na demokratické uspořádání společnosti rozebereme optikou pluralistických pesimistů a neoliberálních optimistů.

Poslední kapitola teoretické části diplomové práce se zabývá vztahem spin doctorů a novinářů a jejich kooperací, která je díky mnoha faktorům stále intenzivnější.

První část šesté kapitoly nastíní pozadí kauzy Radar v souvislosti historického vývoje protiraketové obrany USA a navážeme vývojem kauzy v České republice, který provázela řada událostí a jednání mezi českou, americkou a ruskou stranou.

Kauza spustila veřejnou diskuzi a především odpor veřejnosti proti výstavbě radaru, který byl posílen aktivitami občanských iniciativ. Cílem vlády bylo v tomto kontextu přesvědčit veřejnost o prospěšnosti a důležitosti radarové základny na našem území. V této kapitole rozebereme, jaké nástroje a komunikační techniky zvolila Vláda České republiky k formování veřejného mínění s cílem získání souhlasu a podpory veřejnosti ke stavbě radaru.

Následně si představíme metody, kterými budeme analyzovat výzkumný materiál a definujeme výzkumné otázky. Zvolenými výzkumnými metodami je kvantitativní obsahová analýza, na kterou navazujeme kvalitativní metodou polostrukturovaných rozhovorů. Metodami se pokusíme odhalit, zda v kauze Radar byly použity techniky spin doctoringu k ovlivnění veřejného mínění.

Osmá kapitola popisuje průběh analýzy a její výsledky, na které navážeme diskuzí získaných výsledků.

1.1 Změny oproti předloženým tezím

Oproti schváleným tezím byly v diplomové práci provedeny některé změny. Původně byla pro výzkumnou část diplomové práce zvolena metoda diskurzivní analýzy textu vybraných novinových článků. Na základě předvýzkumu daného materiálu a technicko-ekonomických možností, jsem se po konzultaci s vedoucím diplomové práce rozhodla odstoupit od metody diskurzivní analýzy, kterou jsem nahradila metodou kvantitativní obsahové analýzy.

2. Definice

2.1. Definování a vymezení pojmu

V této kapitole se pokusíme shrnout dosavadní definice a základní poznatky o spin doctoringu a dále ho rozebereme v několika souvislostech, a to v kontextu historických kořenů, korporátních firem, politiky, public relations a propagandy. Spin doctoring je výraz, který v Česku není příliš rozšířený, a zatím ani neexistuje ucelená studie, která by tuto problematiku a jev u nás zkoumala. Spin je ovšem známý v anglosaských a amerických zemích, a to především díky kauzám Irák a Lewinská, které rozebereme v další kapitole. Spin v překladu z anglického jazyka znamená otáčet, vířit, ale i vymýšlet si. Frank Esser uvádí, že slovo spin je v tomto kontextu převzato ze sportovní metafory, kde spin znamená faleš a doktor je odvozováno od obrazného použití slov “spojit dohromady”, “slepit”, ale také ze zaměstnávání profesionálů k vykonávání spinu.¹ Termín jako takový vzbuzuje negativní konotace v souvislosti s manipulací, v odborné literatuře však nalezneme i obhájce těchto praktik. Termín spin doktor se v literatuře synonymně objevuje jako mediální poradce, PR konzultant či tiskový sekretář.

V průběhu diplomové práce si uvedeme veškeré faktory, které spin obsahuje. Na začátek je možné uvést, že spin je manipulativní technika, která se využívá především v politických kruzích, korporátních firmách a médiích.

David Lilleker uvádí, že pojem spin doctoring se začal objevovat během 80. let 20. století a vznikl ve Spojených státech amerických. Poprvé se toto slovní spojení objevilo v deníku New York Times v roce 1984 ve spojení s prezidentskou kampaní Ronalda Reagana.²

Odborníci se zatím neshodli na jedné uceleně uznávané definici pojmu spin doctoring. Na úvod si představíme alespoň dvě vybrané definice. Jozef Ftorek definuje spin takto: „Jde například o výběr informací, které podporují zastávaná východiska bez ohledu na celkový situační kontext, nebo o případy, kdy se zveřejnění špatných zpráv pozdržuje, dokud si novináři nenajdou jinou, zajímavější agendu. Do praktik spinu patří i rétorické a terminologické zlehčování zpráv.“³

¹ ESSER, Frank. Spin Doctor. The International Encyclopedia Of Communication. 2008. DOI: 978-1-4051-3199-5.

² LILLEKER, Darren G. Key concepts in political communication. Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2006, vii, 209 p. ISBN 14-129-1830-8.

³ FTOREK, Jozef. Public relations jako ovlivňování mínění. 2., rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009, 195s.

David Lilleker definuje spin doktora ve všeobecném pojetí: „Spin doktor se snaží ovlivnit veřejné mínění tím, že dává informacím, prezentovaným v médiích, příznivé vyznění ve prospěch zastupovaného subjektu a jeho práce by měla být neviditelná pro veřejnost.“⁴

2.1.1 Spin doktor

Esser staví spin doktory na pomezí politického a mediálního systému.⁵ Nejčastěji spin doktoři pocházejí z mediálního prostředí, kde obvykle působili jako novináři nebo editoři. Díky tomu se dokáží velmi dobře orientovat v mechanismech uvnitř médií, protože znají veškeré postupy a rutiny žurnalistů. Bývalí novináři rozumí požadavkům médií a orientují se v hodnotách jednotlivých zpráv. Také disponují přirozeným citem pro to, která informace se stane hlavní zprávou, a která informace jednoduše zaujme. Rodney Tiffen dále zmiňuje, že bývalí novináři jsou velice pozorní, pokud se jedná o možnost využití správného momentu, který ukáže klienta v dobrém světle.⁶ Spin doktor může kromě bývalé žurnalistické praxe pocházet z politického prostředí, kde pracoval například na pozici tiskového mluvčího a postupem času si vybudoval kontakty a přehled o médiích. Velice často tuto pozici zastupují také bývalí pracovníci z public relations a nebo specialisté zabývající se výzkumy a analýzami, například veřejného mínění.⁷

2.2 Spin v historickém kontextu

Pojem spin doctoring by v letošním roce v nadsázce oslavil 20 let od svého prvního uveřejnění. Dne 21. října 1984 vyšel v New York Times článek s titulkem “Debata a spin doktoři”. V článku stálo: “Dnes večer okolo půl desáté, pár vteřin po skončení proslovu Reagana-Modale, se bazar proměnil v tiskové oddělení kansaského auditoria. Tucty mužů v drahých oblecích a ženy v

Manažer. ISBN 978-80-247-2678-6, str. 30

⁴ LILLEKER, Darren G. Key concepts in political communication. Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2006, vii, 209 p. ISBN 14-129-1830-8. str. 194

⁵ ESSER, F., C. REINEMANN a D. FAN. Spin Doctoring in British and German Election Campaigns: How the Press is Being Confronted with a New Quality of Political PR. European Journal of Communication [online]. 2000-06-01, vol. 15, issue 2, s. 209-239 [cit. 2014-07-27]. DOI: 10.1177/0267323100015002003. Dostupné z: <http://ejc.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0267323100015002003>

⁶ TIFFEN, Rodney. Under (spin) doctor's orders. Theage.com.au [online]. 2014 [cit. 2014-07-10]. Dostupné z: <http://www.theage.com.au/articles/2004/10/20/1097951764549.html?from=storylhs>

⁷ FARNELL, Angela. The impact of Spin on Australian Real Estate Journalism [online]. Queensland, 2009 [cit. 2014-07-27]. Dostupné z: http://eprints.qut.edu.au/32173/1/Angela_Hughes_Thesis.pdf. Diplomová práce. Queensland University of Technology.

hedvábných šatech budou kroužit kolem novinářů, vypouštěje sebejistá prohlášení. Ale oni nebudou pouhými tiskovými mluvčími, kteří se budou snažit poskytnout příznivé informace pro běžné tiskové zprávy. Budou to spin doktoři...”. Toto spojení je nyní celkem běžné, alespoň v anglosaských zemích, ovšem praktiky a postupy spin doktorů nejsou jevem, který by se objevil až v druhé polovině 20. století.

Spin je úzce provázán s propagandou, jak bude uvedeno dále v této kapitole. Slovo propaganda bylo původně užíváno běžně v kontextu šíření víry již od 16. století. Svůj pejorativní význam získalo až ve 20. století, kdy byla propaganda využívána totalitními režimy. V roce 1622 byl založen úřad pro šíření římsko-katolické víry “Sacra Congregatio de Propaganda Fide”, jehož záměrem bylo propagovat v Novém světě katolickou církev a zároveň potlačovat protestantismus.

Brain McNair v publikaci *Journalism and Democracy* uvádí k historickým souvislostem manipulace veřejnosti následující: “V 17. století byla práce ovlivňování mínění zaměřena pouze na malé skupiny mocných a vlivných osobností, a to především prostřednictvím neformálních komunikačních “face-to-face” kanálů.”⁸ V té době se jednalo o pár privilegovaných z řad veřejnosti, na jejichž mínění politickým autoritám záleželo. Tehdy byla pro vládců dobře vyzbrojená armáda a bohabojnost obyvatelstva mnohem cennější v udržování veřejné podpory, než sofistikovaná politická komunikace.⁹

McNair uvádí, že moderní podoba politických vztahů s veřejností a postupná profesionalizace činnosti spin doktorů byla spjata s příchodem liberální demokracie, s níž vzrostla váha a význam veřejného mínění. Pro šíření masových médií mezi veřejnou sféru byl, vedle postupné demokratizace politického systému, důležitým prvkem rozvoj komunikačních technologií a také infrastruktury. Koncem 18. století, s rozšířením volebního práva, se stala funkce efektivního působení na veřejnost nedílnou součástí systému. Ve 20. století sílila konkurence mezi politickými elitami a různými vlivnými podnikateli, a to vedlo ke vzniku oborů jako je public relations marketing a reklama. Ke kulminaci těchto oborů došlo v 90. letech 20. století s kauzou.¹⁰

⁸MCNAIR, Brian. *Journalism and democracy: an evaluation of the political public sphere*. New York: Routledge, 2000, xii, 204 p. ISBN 04-152-1280-4, str. 123

⁹Tamtéž

¹⁰MCNAIR, Brian. *Journalism and democracy: an evaluation of the political public sphere*. New York: Routledge, 2000, xii, 204 p. ISBN 04-152-1280-4.

2.3 Korporátní spin

Konceptem korporátního spinu se zabývají především autoři William Dinan a David Miller v knize *Thinker, Faker, Spinner, Spy a A century of Spin*.

Podle autorů byl spin doctoring nejdříve praktikován především k vylepšení profilu politiků a politických stran, obvykle v průběhu politických kampaní, ale postupem času pronikl i do vztahu mezi korporacemi a vládními aktivitami.¹¹

Autoři považují korporátní spin za důležitý prostředek, kterým korporace: „Obhajují a rozpínají svou moc. Specializované skupiny pracovníků se snaží manipulovat s veřejností tak, aby společnost neomezovala jejich zájmy a zůstaly tyto praktiky bez povšimnutí.“¹² Dále poznamenávají, že obvykle jsou praktiky korporátního spinu vnímány zlehčeně, parafrázuji obvyklou reakci: „To je pouze PR“. Korporátní spin bývá často zaměňován za sponzoring, zaměřený na prodej produktů a služeb, který je zaštiťovaný známými osobnostmi nebo celebritami, ale jedná se přitom o manipulativní techniky, které se tváří jako nedůležitá a pomíjivá zpráva.¹³

2.4 Politický spin

V této části si přiblížíme základní charakteristiky a historický kontext politického spinu, v následující kapitole „Spin a politická komunikace“ rozebereme podrobnější mechanismy vztahu spin doktora s politickými reprezentanty.

V politické sféře je užívání spin doctoring spolu s public relations velice důležitou a neodmyslitelnou součástí, obzvláště u předvolebních politických kampaní. Je samozřejmé, že každá politická strana a politik prezentuje sebe sama pozitivně, mocenské elity tak stále více využívají praktik spinu, aby ovlivnili veřejné mínění ve svůj prospěch. Martin Moore uvádí, že každá politická strana využívá techniky spinu jako prostředek, kterým udržují, nebo rozšiřují svou moc. Spin doktoři v politickém prostředí obvykle vystupují jako komentátoři, bývají zdatnými řečníky a velice často vystupují v politických diskuzích a různých talk show, nebo naopak stojí v zákulisí

¹¹DINAN, William a David MILLER. *Thinker, faker, spinner, spy: corporate PR and the assault on democracy*. London: Pluto Press, 2007, viii, 324 p. ISBN 978-074-5324-449.

¹²Tamtéž

¹³MILLER, David a William DINAN. *A Century of Spin* [online]. Pluto P Press, 2008 [cit. 2013-09-09]. ISBN 13 978 0 07453 2689 4.

politických aktivit a tzv. „tahají za nitky“. Moore zde užívá pojem „moderní spin“, tedy obecné schvalování manipulativní komunikace s cílem zajištění souhlasu veřejnosti.¹⁴

Zůstaneme u Moorova pojmu moderní spin, v tomto kontextu považuje za výchozí poválečné období mezi lety 1945-1951, kdy se ve Velké Británii utvářela a vyvíjela komunikace mezi vládou, médii a veřejností. Chápe tehdejší snahu komunikace vlády s veřejností jako její cestu od idealismu k pragmatismu, od vize informovaných voličů, po světové přijetí manipulativní komunikace k zajištění souhlasu veřejnosti, tedy moderního spin doctoringu.¹⁵

Frank Esser, Carsten Reinemann a David Fan považují za nástup politického spinu období 90. let 20. století v souvislosti s volebními kampaněmi ve Velké Británii a Německu, kdy se kampaně zaměřují především na komunikační strategie. Politické strany si začínají najímat odborníky na komunikaci, public relations, reklamu a management. Autoři zmiňují v tomto kontextu především profesionalizaci kampaně Tonyho Blaira, kde hlavní roli sehrály postavy Alastaira Campbella a Petera Mendelona, kteří byli považováni za spin doktory.¹⁶ Ke zmíněným komunikačním strategiím v politických kampaních autoři řadí:

- Centralizace komunikace, která je při předvolebních kampaních nezbytná. Na veřejnosti musí strana působit jako jednotná.
- Rychlé reakce na každý výrok oponentů
- Zdokonalování v monitoringu médií, které zajistí rychlé reagování na podněty soupeřů
- Profesionální kompletování informací o vnitřní struktuře mediálních organizací, novinářů a voličů, shromážděné v počítačových databázích
- Vytvoření tlaku na média a stěžování si na nedostatečné pokrytí a předpojatost médií¹⁷

Také Dinan a Miller považují spin v politických kampaních za všudypřítomný. Podle autorů využívají spin doktoři především manipulaci, překrucování, zkreslování reality a zatajování pravdy.

¹⁴ MOORE, Martin. The origins of modern spin: democratic government and the media in Britain, 1945-51. New York: Palgrave Macmillan, 2006, p. cm. ISBN 14-039-8956-7.

¹⁵ Tamtéž

¹⁶ ESSER, F., C. REINEMANN a D. FAN. Spin Doctoring in British and German Election Campaigns: How the Press is Being Confronted with a New Quality of Political PR. European Journal of Communication [online]. 2000-06-01, vol. 15, issue 2, s. 209-239 [cit. 2014-07-27]. DOI: 10.1177/0267323100015002003. Dostupné z: <http://ejc.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0267323100015002003>

¹⁷ Tamtéž

Autoři se domnívají, že v moderní liberální demokracii tyto praktiky „popularizovaly“ pojem spinu. Tvorba politických zpráv, invence, vylepšování image politiků a rozšiřování negativních kampaní, to vše přispívá k uvědomění, že politický spin je využíván mocnými k jejich osobním zájmům a ne k prosazování demokratických principů.¹⁸

2.5 Spin vs Public relations

Spin doctoring bývá velice často spojován právě s public relations, a tak je někdy chybně spin vnímán jako jeden z nástrojů public relations. V této části se budeme věnovat problematice interpretace pojmu spin doktor v kontextu public relations.

Zakladatelem termínu Public relations (PR) je obvykle uváděn Edvard Bernays. V jeho publikacích Krystalizace veřejného mínění, Propaganda a Osnování souhlasu jako jeden z prvních popisoval vztahy s veřejností. Public relations si později osvojila zejména soukromá a ekonomická sféra, odkud se pozvolna přenesla i do politiky. V r. 1948 byl v Londýně založen Institut vztahů s veřejností. Od r. 1951 se tvořily národní instituty nebo asociace PR, což vyvrcholilo v r. 1955 vytvořením Mezinárodní asociace public relations, která má v současné době přes tisíc členů ve více než šedesáti zemích světa.¹⁹

Domníváme se, že public relations má na rozdíl od spin doctoringu za cíl vybudovat pozitivní vztahy mezi zastupovaným subjektem a veřejností, ať je subjektem známá osobnost nebo se jedná o neziskovou organizaci, korporaci či politika. Jde tedy především o získání pozitivního vztahu s veřejností. Jejich působení je obvykle dlouhodobého charakteru a je komplexní. Jako hlavní rozdíl tedy pozorujeme, že spin doctoring usiluje především o manipulaci a oklamání veřejnosti ku prospěchu subjektu.

Václav Svoboda v knize Public relations moderně a účinně definuje PR následovně: „Public relations jsou sociálně komunikační aktivitou. Jejím prostřednictvím působí organizace na vnitřní i vnější veřejnost se záměrem vytvářet a udržovat si pozitivní vztahy a dosáhnout tak mezi oběma

¹⁸ MILLER, David a William DINAN. A Century of Spin [online]. Pluto P Press, 2008 [cit. 2013-09-09]. ISBN 13 978 0 07453 2689 4.

¹⁹ FTOREK, Jozef. Public relations jako ovlivňování mínění: jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat. 3., rozš. vyd. Praha: Grada, 2012, 215 s. Komunikace (Grada). ISBN 978-80-247-3926-7.

vzájemné porozumění.“²⁰

Definice public relations existuje nepřehledné množství. Domníváme se tedy, že pro nejsrozumitelnější porovnání praktik a nástrojů spin doctoringu a public relations bude demonstrace tabulky Hany Hurtíkové, ve které vybrala současné definice a pohledy obou odvětví.

Tabulka číslo 1. Vybrané definice pojmu public relations²¹

AUTOR	NÁZEV PUBLIKACE	DEFINICE PUBLIC RELATIONS
Česká literatura		
Bajčan, Roman	Techniky public relations aneb Jak pracovat s médii Praha, Management Press 2003, s. 30.	Obor public relations je nedílnou složkou marketingu a současně uměním, jak chápat, vytvářet a ovlivňovat veřejné mínění. Jejich nástrojem jsou zejména hromadné sdělovací prostředky.
Němec, Petr	Public relations : Komunikace v konfliktních a krizových situacích. Praha, Management Press 1999, s. 13.	PR jsou formou komunikace, která korporaci dlouhodobě pomáhá přizpůsobit se okolí, měnit je nebo udržet, a to se zřetelem k dosažení vlastních cílů.
Pospíšil, Pavel	Efektivní public relations a media relations, Praha, Computer Press 2002, s. 3.	Public relations se překládají jako vztahy s veřejností. Zahrnují nespočet aktivit od sponzorství, přes vydávání firemních časopisů, po ovlivňování médií.
Zahraniční		
Americká Společnost Pro PR	AVERY, Elizabeth J.- LARISCI, Ruthanan W. : Public relations Practitioners´ Relationships with Media and Each Other as Moderators of Excellent	PR udávají hodnotu komunikace určité organizace jako schopnost vytvořit a udržet si kladné vztahy se strategickou částí veřejnosti.

²⁰ SVOBODA, Václav. Public relations moderně a účinně: budování důvěry a pozitivních vztahů s veřejností, image, reputace a identita organizace, média a PR, efektivní formy a prostředky PR, úspěšné strategie a taktiky. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, 240 s. ISBN 80-247-0564-8.

²¹ HURTÍKOVÁ, Hana. Vliv spin doctoringu na formování veřejného mínění: Kauza Irák ve Velké Británii v roce 2003. Středoevropské politické studie . 2009 [cit. 2014-07-11]. XI, ISSN 1212-7817 č. 4.

	Health Informations and the Local Public Health Agenda	
Britský PR institut	JABLONSKI, Andrzej W.: c.d., s. 104.	PR jsou vědomé, plánované a trvalé snahy, jejichž cílem je nastolit a udržet vzájemné pochopení mezi organizací a prostředím, které je obklopuje.
Světové Shromáždění asociací PR – deklarace z roku 1978	VĚRČÁK, Vladimír: Media relations není manipulace. Praha, Ekopress 2004, s. 14.	PR v praxi jsou umění a sociální věda analyzující trendy a jejich dopady a také poradenské služby managementu firem při provádění naplánovaných programů a aktivit, které poslouží jak zájmům organizace, tak zájmům veřejnosti.

Tabulka č. 2 Vybrané definice pojmu spin doctoring²²

AUTOR	NÁZEV PUBLIKACE	DEFINICE SPIN DOCTORING/SPIN DOCTOR
Česká literatura		
Ftorek, Jozef	Public relations jako ovlivňování mínění, Praha Grada Publishing 2009, s. 30.	Spin doctoring je nástrojem jednostranně orientované propagandy, při níž se používají speciální techniky, například předem vybrané vhodné informace, které podporují zastávaná východiska.
Petrová, Barbora	Volby do poslanecké sněmovny v roce 2006. Brno, Centrum pro studium demokracie a kultury 2006, s. 43.	Spin doctors jsou profesionální manažeři, kteří se stali styčnou plochou mezi politiky a novináři.
Zahraniční literatura		
Lilleker, Daren G.	Key concepts in Political Communication. London, Thousand Oaks, New Delhi, SAGE Publications 2006, s. 194.	Spin doctor je mediální odborník, který prostřednictvím upravených mediálních zpráv záměrně ovlivňuje veřejné mínění.
	Mediatization of Politics: A	Spin doctoring představuje metodu pro formování veřejného mínění,

²²Tamtez.

Mazzoleni, Gian pietro -Schulz, Winfried	Challenge for Democracy? Political Communication, 16, 1999, č. 1, s. 252.	prostřednictvím využití síly masových médií, za účelem zisku veřejného souhlasu.
Moloney, Kevin	The rise and fall of spin : Changers of fashion in the presentation of UK politics. Journal of Public Affairs, 1, 2000, č. 2, s. 128.	Spin doctoring vytváří jednostranně zaměřené informace, které jsou podávány veřejnosti s cílem zlepšení postavení vládní nebo opoziční strany.
Richards, Paul	Be Your Own Spin Doctor: A Practical Guide to Using the Media. London, Politico's 2005, s. 5.	Spin doctor je mediálním specialistou, s odbornými znalostmi a porozuměním žurnalistice a novinářům. Smyslem jeho práce je radit svým nadřízeným, jak se prezentovat skrze médiá v pozitivním světle.

Uvedené definice v tabulkách číslo 1 a 2 dokládají rozdíly mezi spin doctoringem a public relations. Rozdíl nalezneme především v účelu komunikace, dále technikách a nástrojích, které obě odvětví využívají ke své práci. Při podrobném prozkoumání je patrné, že praktiky spinu jsou invazivnějšího a krátkodobějšího charakteru ve srovnání s public relations.

V této části musíme uvést, že autoři Dinan a Miller naopak chápou spin doctoring a public relations za stejné "zlo" a v podstatě oba pojmy synonymizují. Public relations staví jako účelné maření demokratického rozhodovacího procesu.²³

2.6 Spin a propaganda

Jak jsme uvedli v předchozí části, termín propaganda je známý po staletí. Dnešní chápání pojmu propaganda pramení z počátku 20. století, kdy byla využívána totalitními režimy, jako je nacismus, fašismus a komunismus k řízení společenských procesů mas.

Propaganda je široký pojem, který se stejně jako public relations prolíná s praktikami spin

²³DINAN, William a David MILLER. Thinker, faker, spinner, spy: corporate PR and the assault on democracy. London: Pluto Press, 2007, viii, 324 p. ISBN 978-074-5324-449.

doctoringu. Propaganda, spin a public relations mají jistý společný znak, a to především ten, že jsou všechny vnímány veřejností negativně.

Ftorek popisuje vnímání propagandy v dnešní době takto: „Dnes je propaganda nejčastěji vnímána a obecně definována jako manipulace médií (mediální manipulace) s cílem dosažení politické kontroly, a to zejména v politickém kontextu, kdy je spojována s úsilím politických hnutí, organizací a vlád.“²⁴ Autor také uvádí, že propaganda představuje historicky podmíněný termín, jehož ústřední význam a smysl stále více přebírá public relations. Propaganda se od public relations a spin doctoringu odlišuje především v tom, že propaganda je snadněji rozpoznatelná, kdežto PR a spin využívají takové praktiky, které nejsou na první pohled očividné.²⁵

Propojenost mezi public relations a propagandou lze najít v publikacích Edwarda Bernayse *Propaganda and Crystalizing Public Opinion*. Bernays považuje propagandu a public relations za stejné pojmy.²⁶ Také Martin Moore pohlíží na oba pojmy stejně jako Bernays, propagandu rozlišuje, když je tak zdůrazněno v tonu a v kontextu mezi nátlakem a svobodným přesvědčováním.²⁷

William Dinan a David Miller se shodují na tom, že spin doctoring a public relations po shrnutí všech nástrojů a taktik mnohem lépe definuje pojem propaganda, protože tento pojem výstižněji „naznačuje soulad mezi komunikací a akcí.“²⁸

I když by se pojem propaganda mohl zdát zastaralý a v západních zemích si veřejnost praktiky politiků a korporací s propagandou nespojuje, tak Dinan a Miller považují právě tento fakt za jedno z mnoha vítězství korporátní a politické propagandy, protože jejich aktivity si s propagandou nikdo nespojuje.²⁹

²⁴ FTOREK, Jozef. *Public relations jako ovlivňování mínění: jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat*. 3., rozš. vyd. Praha: Grada, 2012, 215 s. Komunikace (Grada). ISBN 978-80-247-3926-str. 66

²⁵ Tamtéž s. 66.

²⁶ Tamtéž s. 55.

²⁷ MOLONEY, Kevin. *Rethinking Public Relations the Spin and the Substance* [online]. London: Routledge, 2000 [cit. 2013-09-09]. ISBN 978-020-3462-508.

²⁸ MILLER, David a William DINAN. *A Century of Spin* [online]. Pluto P Press, 2008 [cit. 2013-09-09]. ISBN 13 978 0 07453 2689 4.

²⁹ Tamtéž

Pro lepší uchopení definujeme druhy propagandy podle Jozefa Ftorka:

- Bílá propaganda pracuje s informacemi, které jsou ve větší míře podložené zdroji. Využívá běžné komunikační techniky public relations, jako jsou například jednostranná prezentace stanoviska či názoru
- Šedá propaganda využívá výběrových zpráv a významových posunů. Informace se může jevit jako neutrální, ale může obsahovat jistý záměr.
- Černá propaganda praktikuje lži a dezinformace. Objevuje se v rámci vedení klamných operací prováděných vládou, armádou atd. ³⁰

Domníváme se, že spin doctoring bychom zařadili nejbližše šedé zóně propagandy, ale jistě se prolíná i do zóny černé. Spin doctoring ovšem pracuje s mnohem promyšlenějšími taktikami a sofistikovanějšími nástroji než propaganda, ty si přiblížíme v kapitole Nástroje spin doctoringu.

³⁰ FTOREK, Jozef. Public relations jako ovlivňování mínění: jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat. 3., rozš. vyd. Praha: Grada, 2012, 215 s. Komunikace (Grada). ISBN 978-80-247-3926-

3. Spin doctoring jako nástroj ovlivňování veřejného mínění

V této kapitole si uvedeme všechny zjištěné techniky, metody a další činnosti spin doktorů, které praktikují s cílem ovlivnit veřejné mínění ve prospěch zastupovaného subjektu. Také si přiblížíme běžnou agendu spin doktora dle Rodneyho Tiffena a na závěr si uvedeme příklady dvou nejznámějších kauz spin doctoringu.

3.1 Techniky a metody spinu

Spin je specifický druh komunikace, jehož cílem je ovlivnit postoj či pozornost publika prostřednictvím různých způsobů a nástrojů. Politické strany a korporace využívají spin především proto, že je pro ně důležité, jak veřejnost přemýšlí, jaké jsou její postoje, emoce a na co zaměřuje svou pozornost. Postoje publika jsou totiž převážně nestálé a podléhají mnoha různým vlivům. Spin doktor tak může usilovat o různé cíle prostřednictvím mnoha prostředků. Jak jsme si uvedli, spin znamená otáčet, natáčet, ukázat subjekt v co nejlepším světle, a to negativní schovat. Právě to je základní technika spinu, která se soustředí především na vytvoření pozitivního pohledu na klienta, ukázání jeho předností a pozitiv. Dále se práce těchto profesionálů soustředí na udržování publicity klienta a snaží se předejít vytvoření negativního postoje veřejnosti.

Spin doktoři využívají široké škály nástrojů, ale také vlastních schopností, především pak obvykle pracují se schopností předvídat postoje veřejnosti a její reakce na podněty. Odborníci na spin musí být perfektně vybaveni znalostí veřejného dění, společenských jevů atd. Základními technikami je udržování neustálé publicity zastupovaného subjektu v médiích, především tedy pozitivní publicity, ale v jistých strategiích se může jednat i o tu negativní. Spin využívá mnoho prostředků k dosažení cílů, především však zpravodajská média

Tradiční televizní a rádiové vysílání a tisk byly v posledních letech doplněny novou formou komunikace, a to blogy, sociálními sítěmi, jako je Facebook a Twitter, které nabízejí alternativní cestu, jak informovat široké publikum, tak cestu pro spin doctoring.³¹

Nejdříve si ukážeme propracovanější a tedy složitě odhalitelné techniky, které využívají

³¹MANSON, Niel. The Ethics of spin [online]. Lancaster [cit. 2014-07-28]. Dostupné z: <http://www.lancaster.ac.uk/staff/manson/The%20Ethics%20of%20Spin%20%5BWiP%5D>. Lancaster University.

sofistikované postupy s tendencí manipulovat s veřejným míněním.

“Cherry picking (trhání třešní)”. Metaforické pojmenování praktiky, ve které jsou veřejnosti prezentována pouze selektovaná fakta a informace. Zbylé informace jsou zamlčeny, pravděpodobně se jedná především o takové informace, které by mohly zastupovaný subjekt nějakým způsobem poškodit. Předpokládáme, že technika selektování může být součástí promyšlené manipulace a nemusí se tedy jednat pouze o negativa, která jsou zamlčována. Takováto technika je jen velmi těžko odhalitelná širokou veřejností. Metaforické pojmenování je použito kvůli podobnosti práce sběrače třešní, který při trhání vybírá pouze ty dobré a zdravé plody, červivé a shnilé kousky se k zákazníkovi nedostanou.³²

“Non-denial denial”. Jedná se o praktiku očividného popření nějaké zprávy či prohlášení, které se zdá být na první pohled jasné a jednoznačné, ale při bližším zkoumání se o popření vůbec nejedná. Tato praktika není sama o sobě lživá, protože tvrzení je ve své podstatě pravdivé, ale způsob, jakým je tvrzení podané, vytváří mylný dojem. O etičnosti této techniky se vedou dlouhodobě spory, zda se při podrobné definici jedná o lež či ne. Sunday Times definovaly tuto praktiku jako přímé prohlášení (například politické), které popírá nějaký mediální příběh či zprávu, ale tak, aby zůstala otevřená možnost tvrzení popřít a v případě potřeby prohlásit, že se vlastně jedná o pravdu.³³

“Pohřbívání špatných zpráv”. Pokud se objeví negativní informace o subjektu, který spin doktor zastupuje, tak jeho dalším krokem je co nejrychleji vydat zprávu pozitivní, která je ve stejný čas komentována médii negativně. Cílem techniky pohřbívání špatných zpráv je, aby se média zaměřila na pozitivní informace.³⁴

“Omluva neomluva”. Jedná se o prohlášení, které má formu omluvy, ale nevyjadřuje očekávanou lítost. Omluva tedy explicitně nevyjadřuje, že se subjekt dopustil něčeho negativního. Podobnou technikou je i “Stala se chyba”, kdy subjekt uzná, že došlo k chybě, nebo že nastalý problém byl řešen nevhodným způsobem. Trik je ovšem v tom, že není explicitně specifikováno, kdo tuto chybu

³²MICHAEL, L.A. The principles of existence: revelation of enigma of the existence [online]. England?: Visual Memes, 2007 [cit. 2014-07-28]. ISBN 978-184-7991-997.

³³Tamtéž

³⁴LILLEKER, Darren G. Key concepts in political communication [online]. Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2006, vii, 209 p. [cit. 2014-07-28]. ISBN 14-129-1830-8.

způsobil. Politická strana či korporace se tak snaží vyhnout jakémukoliv přímému přijetí odpovědnosti či obvinění z chybování. Uznání chyby je tedy postaveno na abstraktním pocitu, s žádným přímým odkazem na konkrétního viníka.³⁵

“Laundering”. Volně přeloženo jako technika praní špinavého prádla, která se aplikuje především při vzniku aféry či skandálu, ve kterém je subjekt hlavním aktérem. Po propuknutí aféry musí spin doktor co nejdříve přijít s jinou, pokud možno zajímavější zprávou (v krajním případě i vymyšlenou), která vzniklou aféru zastíní. Pozornost veřejnosti a především médií se tak přesune na novou, zajímavější událost. Jistě nejznámějším případem “launderingu” je kauza Lewinská, která byla popsána na začátku kapitoly.³⁶

“Pre-empting” (pozice kajícího). V tomto případě jde o snahu zmírnění reakce na aféru, která nevyhnutelně propukne. Mediální poradce doporučí subjektu přiznání chyby ještě před tím, než se informace dostane do médií. Tím nastane efekt toho, že aféra ztratí pro média význam, nebude pro ně již natolik atraktivní.³⁷

“Kite-flying” (pouštění draka). Metafora pouštění draka aplikuje taktiku, kdy spin doktor vypustí do médií zprávu, aby otestoval reakci veřejnosti. V případě negativní reakce veřejnosti na takovou zprávu musí být urychleně zveřejněno zcela opačné stanovisko zastupovaného subjektu.³⁸

“Firebreking” (hašení požáru). Jedná se o postoj, který subjekt zastává a snaží se tím zmírnit negativní reakce veřejnosti na vypuklou aféru. Nejznámějším případem je kauza Irák, který byl popsán v předchozí kapitole.³⁹

“Re-and pre-buttal” (rychlá akce a reakce). Technika rychlá akce a reakce umožňuje politikům rychle reagovat na nové události a podle reakcí veřejnosti okamžitě veřejně vyhlásit svoje

³⁵HUTTNER, Erica. Politics Week: Spin Doctors. The lingue file [online]. 2013 [cit. 2014-07-28]. Dostupné z: http://www.thelinguafile.com/2012/11/politics-week-spin-doctors.html#.U9jIcoB_tU4

³⁶FISHER, Caroline. From ‘watchdog’ to ‘spin-doctor’: [online]. Canberra, 2014 [cit. 2014-07-28]. Dostupné z: http://www.canberra.edu.au/researchrepository/file/e00dd2ad-9ca0-4e55-a4c4-52c32953de85/1/full_text.pdf.

Rigorózní práce. University of Canberra.

³⁷Tamtéž

³⁸Tamtéž

³⁹Tamtéž

stanovisko.⁴⁰

“Setting the news agenda”. Tato metoda, která je hojně využívána také v public relations, znamená nastolování a podsouvání témat médiím, které jsou pro subjekt pozitivní. Obsahy agendy jsou vytvářeny uměle a zdroj se obvykle vydává za odborníka či důvěryhodnou organizaci.

“Coupling” (propojení, vazba). Propojování znamená prioritu a vazbu, v jaké jsou informace a data příbuzná k dalším informacím a datům. Propojování může fungovat na několika úrovních (může být nízké, volné, slabé, silné, pevné atd.). Nízké například znamená, že subjekt odkazuje na předešlou informaci (např. pozitivní informaci), která je volně závislá na informaci negativní.

Proces zahrnuje i pozdržení ve vypuštění negativní zprávy načasováním na vhodný okamžik, kdy se negativní zpráva bude moci schovat do stínu jiné, významnější zprávy (nebo také pozitivnější zprávy či události).⁴¹

Další manipulativní technikou spinu je užívání eufemismů, chápeme je jako užívání určitých slov, díky kterým můžeme pojmenovat realitu méně ofenzivním způsobem. Dalo by se říci, že užívání eufemismů zmírňuje účinek negativních vyjádření. U některých příjemců sdělení však může eufemismus vyvolat naopak zvýšenou pozornost a podezřívavost, také jeho nadměrné užívání působí nevěrohodně. Užívání eufemismů je spojeno především s politickou korektností, která z projevů odstraňuje tradiční označení nebo pojmy, obvykle jsou provázány s negativními stereotypy.⁴²

⁴⁰PEARSON, Mark. A ‘Spin’ Through the Literature. Bond University ePublications@bond [online]. 2008 [cit. 2014-07-28]. Dostupné z: http://epublications.bond.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1243&context=hss_pubs

⁴¹MICHAEL, L.A. The principles of existence: revelation of enigma of the existence [online]. England?: Visual Memes, 2007 [cit. 2014-07-28]. ISBN 978-184-7991-997.

⁴²Tamtez.

3.2 Agenda spin doktora

Výše popsané nástroje spin doctoringu doplníme o čtyři současné základní činnosti spin doktorů členěné dle Rodneyho Tiffena. Činnosti spin doktorů obvykle probíhají tzv. za scénou. Zpravidla nevystupují na veřejnosti a jejich práce probíhá především v zákulisí. Tyto aktivity se mohou na první dojem zdát nezajímavé, prosté a neutrální, každá z těchto činností má však potenciál manipulovat s veřejným míněním.⁴³

1. “Background Briefings”. Jedná se především o přípravu a trénink řečníka, také úpravu obsahu sdělení před vystoupením na veřejnosti a v médiích. Sdělení se upravuje takovým způsobem, aby mělo co nejefektivnější dopad na veřejné mínění. Spin doktor připraví klienta na možné dotazy a reakce novinářů a oponentů. Klient musí umět jednat v krizových situacích, které mohou nastat. Prací mediálního poradce je subjekt na tyto situace co nejlépe připravit. Nejdůležitější schopností je však takovým situacím předcházet. Dále je jeho náplní vyhledávání informací o oponentovi, nalezení jeho slabin atd. Tyto přípravy jsou úspěšné především tehdy, pokud je vystoupení prezentováno v médiích bez povšimnutí faktu, že sdělení bylo upraveno dle potřeb politických zájmů. Po vystoupení je jejich úkolem dát význam nejednoznačným okamžikům a zformulovat politické projevy ve zprávu.⁴⁴

2. “Zajišťování požadavků médií”. Jedná se především o přípravu fotografií a krátkých nahrávek prohlášení klienta. Základem jejich práce je ovšem vědět, jakým způsobem média fungují a jak mohou zvýšit nebo snížit frekvenci vystoupení a prezentaci klienta v médiích. Nejedná se tedy pouze o formování obsahu sdělení, ale především o intenzitu podávání zpráv. Zde jsou pro mediálního poradce důležité především pozitivní vztahy s médii a novináři. Spin doktoři tak musí být v neustálém kontaktu s médii, a to buď v osobní rovině nebo prostřednictvím pořádání nejrůznějších akcí, jako jsou tiskové konference, brífingy, zasílání tiskových zpráv a PR článků. Mediální poradce musí znát mechanismy, jak pozvednout a maximalizovat šíření pozitivních zpráv. Naopak se snažit o minimalizování dopadu těch špatných. V mimořádných situacích musí být připravený scénář rozdělení kompetencí, pokud se stane něco neočekávaného a je třeba rychle jednat.⁴⁵

⁴³TIFFEN, Rodney. Iatrogenic Spin Doctoring. Rodney Tiffen [online]. 2006 [cit. 2014-07-28]. Dostupné z: <http://acs-cpanel2.acsinternet.com.au/~rodneyt/spin-leaks/>

⁴⁴Tamtéž

⁴⁵Tamtéž

3. “Práce s údaji průzkumů veřejného mínění” Spin doktoři využívají data získaná z průzkumů veřejného mínění a zpracovávají je jako podklady k prohlášením a prezentacím zastupujících subjektů. Některé politické strany je používají i k utváření politických postojů.

V současné době se žádná politická strana před volbami neobejde bez vlastních průzkumů veřejného mínění. Díky nim mohou zhodnotit své volební vyhlídky a utvářet politické strategie. Data se využívají k zhodnocení, která témata veřejnost zajímají, které body v konkrétních tématech komunikovat a vyzdvihovat, a která naopak potlačit. Zpracováním dat z průzkumů veřejného mínění také extrahují poznatky o tom, které postoje veřejnosti jsou stacionární, a které ambivalentní.⁴⁶

Typickým příkladem práce s údaji průzkumu veřejného mínění je tzv. “válečná místnost”⁴⁷ Billa Clintona v prezidentské kampani z roku 1992. Každý den během kampaně dostával prezident a jeho tým nová data a využíval je k přizpůsobení svých vyjádření.⁴⁸ Sledování údajů z průzkumů veřejného mínění a zaměřování na nerozhodnuté voliče je hlavní součástí moderní politické kampaně.

4. “Monitorování médií a rychlé popření”. Cílem je včas zachytit nejrůznější negativní prohlášení vedená proti klientovi a snaha přetvořit je na pozitivní zprávu. Důležité je opět dokázat útokům proti klientovi předcházet. V případě, že se v médiích objeví prohlášení nebo citace klienta, která by sebou mohla nést negativní dopad na veřejné mínění, musí umět mediální poradce reagovat velmi rychle. Prvním krokem bývá obvykle popření takového výroku.⁴⁹

3.3 Spin v praxi

Pro lepší pochopení pojmu spin, nástrojů a technik, které spin doktoři praktikují, rozebereme v diplomové práci nejznámější kauzy, které jsou se spin doctoringem spojovány, a díky kterým se dostal pojem do povědomí anglosaské a americké veřejnosti. Asi nejznámějším spin doctorem je

⁴⁶Tamtéž

⁴⁷ Označení válečná místnost “War Room” používal James Carville při prezidentské kampani Billa Clintona. Carville popisoval kampaň jako válku a místo, kde se kampaň odehrávala jako “War Room”.

⁴⁸TIFFEN, Rodney. Iatrogenic Spin Doctoring. Rodney Tiffen [online]. 2006 [cit. 2014-07-28]. Dostupné z: <http://acs-cpanel2.acsinternet.com.au/~rodneyt/spin-leaks/>

⁴⁹Tamtéž

James Carville, který je americkým politickým konzultantem mnoha demokratických politiků. Jako spin doctor „účinkoval“ v aféře Monika Lewinská, kdy zabránil odsouzení a odvolání prezidenta Williama Clintona.

3.3.1 Kauza Lewinská

Pro pochopení rozměrů a závažnosti kauzy přiblížíme podrobnější informace, které s kauzou souvisí. Bývalý prezident Clinton byl vyšetřován v tzv. případu Whitewater, kde panovalo podezření, že manželé Clintonovi byli účastníky nezákonných transakcí s realitami, které prováděla firma Whitewater Development Corp. v Arkansasu, ve které byli Clintonovi partneři. Firma byla za zvláštních podmínek financována jejich přáteli - Jamesem a Susan McDougalovými, kteří byli většinovými vlastníky banky Edison Guaranty Savings and Loan. Clintonovým banka také poskytla několik velice výhodných půjček, banka později zbankrotovala.⁵⁰

V roce 1996 byl v této kauze odsouzen Jim Guy Tucker, Clintonův politický přítel a nástupce ve funkci guvernéra Arkansasu a manželé McDougalovi. Za křivou přísahu byl odsouzen také svědek kauzy David Hale, bývalý soudce městského soudu v Little Rock. Vincent Foster, který byl partnerem ve firmě Whitewater Development a právním poradcem v Bílém domě, spáchal během vyšetřování sebevraždu. Clintonovi ve výpovědích uváděli, že o nezákonných transakcích ve firmě neměli tušení.⁵¹

V té době byl Bill Clinton obviněn ze sexuálního obtěžování Pauly Jonesové a později se objevila nahrávka, kde Monica Lewinská vypráví o své sexuální aféře s prezidentem. Lewinská nejdříve aféru pod přísahou popřela, stejně tak učinil i Clinton. FBI nabídla Lewinské imunitu před trestním stíháním za to, že vypoví pravdivě.⁵²

V tomto okamžiku se do kauzy zapojuje James Carville. Prezident při výpovědi překvapivě přiznal, že lhal a později vystoupil v televizi s emotivním prohlášením své lítosti a žádal americkou veřejnost o odpuštění. James Carville se velice často objevoval v televizních zpravodajských a

⁵⁰HAAS, Tomáš. Pozor na „Spin doktory“. [online]. 2011 [cit. 2014-07-28]. Dostupné z: <http://blog.aktualne.cz/blogy/tomas-haas.php?itemid=11870>

⁵¹Tamtéž

⁵²KLEIN, Woody. The inside stories of modern political scandals: how investigative reporters have changed the course of American history. Santa Barbara, Calif.: Praeger, c2010, xxxiv, 237 p. ISBN 03-133-6514-8.

diskuzních pořadech, především v těch, které moderovali Clintonovi příznivci. Pořady se zabývaly vývojem aféry a Carville se zaměřoval především na případ Lewinská a zcela se vyhýbal kauze Whitewater.⁵³

Carville se přímo vyžíval v popisování sexuálních skandálů prezidenta, a tím naprosto odpoutal pozornost veřejnosti od závažnějších přestupků v kauze Whitewater.⁵⁴ Vše bylo promyšleno do detailů, častým hostem pořadů byl například i reverend Falwell, který samozřejmě jeho činy odsuzoval, ale zároveň mu jako křesťan odpouštěl, protože Clinton svých činů litoval. Odpůrci pak byli veřejně označováni za netolerantní pokrytce.⁵⁵

William Clinton nakonec nebyl odsouzen za žádný z trestných činů, ve kterých byl obžalován. Práce spin doctora Jamese Carvilla byla účinná. Z původního kriminálního obvinění se stal „pouze“ sexuální skandál. Prostřednictvím mnoha nástrojů spinu se podařilo obrátit zájem veřejnosti i médií pouze na aféru Lewinská, a odvrátit tak pozornost od možných kriminálních činů prezidenta Clintona.⁵⁶

3.3.2 Kauza Irák

Na kauze Irák si ukážeme, že spin doctoring může mít na zadavatele i negativní dopad.

Po útoku na Světové obchodní centrum 11. září 2001 vyhlásil tehdejší prezident USA George W. Bush tzv. Válku proti teroru.⁵⁷ Jedním ze spojenců USA v boji proti terorismu byla i Velká Británie, tehdy za vlády bývalého britského premiéra Tonyho Blaira. Později Bush označil Irák, Írán a Severní Koreu za státy, které podporují teroristické organizace nebo usilují o získání zbraní hromadného ničení, a představují tak možnou teroristickou hrozbu. V roce 2002 byla odborníky z Britského institutu vydána zpráva, která dokazovala, že Irák vlastní zbraně hromadného ničení. Ve Velké Británii se spustila velká mediální kampaň na podporu invaze do Iráku, aby bylo zabráněno

⁵³Tamtéž

⁵⁴FOERSTEL, Herbert N. From Watergate to Monicagate: ten controversies in modern journalism and media. Westport, Conn.: Greenwood Press, 2001, 279 p. ISBN 03-133-1163-3.

⁵⁵HAAS, Tomáš. Pozor na „Spin doktory“. [online]. 2011 [cit. 2014-07-28]. Dostupné z: <http://blog.aktualne.cz/blogy/tomas-haas.php?itemid=11870>

⁵⁶LOUW, P. The media and political process. London ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 2005, vi, 311 p. ISBN 07-619-4084-7

⁵⁷ War of terror

možnému teroristickému útoku. Mediální kampaň vedl Alastair Campbell, spin doktor a vlivný mediální poradce.⁵⁸

Proti kampani vystoupil reportér BBC Andrew Gilligan v pořadu Today Programme na Radiu 4 s tvrzením, že informace o zbraních hromadného ničení v Iráku jsou nepravdivé.⁵⁹

Gilligan následně obvinil vládu Tonyho Blaira z použití spin doctoringu za účelem ovlivnění veřejného mínění, kdy vláda lživě překroutila zprávu o zbraních hromadné ničení v Iráku.⁶⁰

Obvinění proti vládě Tonyho Blaira byla nakonec prohlášena jako neopodstatněná. I když nebyla manipulace ze strany vlády prokázána, veřejnost vnímala tuto snahu vlády ovlivnit veřejné mínění za účelem obhájení svých konání velice negativně a rapidně se snížila důvěra veřejnosti v ni, především v premiéra Tonyho Blaira.⁶¹

⁵⁸SEGELL, Glen. Axis of evil and rogue states: the Bush administration, 2000-2004. London: Glen Segell, c2005, 347 p. ISBN 19-014-1427-2.

⁵⁹ SEGELL, Glen. Axis of evil and rogue states: the Bush administration, 2000-2004. London: Glen Segell, c2005, 347 p. ISBN 19-014-1427-2.

⁶⁰HURTÍKOVÁ, Hana. Vliv spin doctoringu na formování veřejného mínění: Kauza Irák ve Velké Británii v roce 2003. Středoevropské politické studie . 2009 [cit. 2014-07-11]. XI, ISSN 1212-7817 č. 4.

⁶¹ [Tamtéž](#)

4. Spin a politická komunikace

Politická komunikace zahrnuje otázku moci a vládnutí, ale také hledání řešení a spolupráce. Nejdůležitějším nástrojem politické komunikace jsou média. Vývoj technologií přinesl možnost sledovat zpravodajství nepřetržitě a z velkého množství nosičů. Získávání informací již není omezeno na papírové noviny, rozhlas a počítač s internetem. Díky moderním technologiím se zabudovaným internetem, jako jsou smartphony, iPady, elektronické čtečky atd. jsou informace přístupné odkudkoliv a kdykoliv. Prostřednictvím všech technologií mohou představitelé politických stran oslovit velké množství potenciálních voličů. Hana Hurtíková se zmiňuje o negativní stránce tohoto technologického pokroku týkající se politických stran, a to obtížnosti kontroly zpráv, která média zveřejňují. “Aby se představitelé politických stran v tomto prostoru lépe orientovali a podávali žurnalistům taková sdělení, která budou naplňovat jejich marketingovou strategii, najímají si specialisty z oblasti public relations a odborníky na mediální komunikaci, tzv. spin doktors.”⁶² Brian McNair uvádí, že publikum je základním klíčem k procesu politické komunikace, proto je záměrem každé politické strany publikum přesvědčit o svých pozitivěch.⁶³

McNair uvádí tři úrovně politické komunikace:

1. “Všechny formy komunikace realizované politiky a dalšími politickými aktéry pro dosažení určitých cílů
2. Komunikace adresovaná těmto politickým aktérům od aktérů nepolitických (např. komentátorů či voličů)
3. Komunikace o těchto aktérech a jejich aktivitách (zejména ve zpravodajství, komentářích a jiných formách mediálních diskuzí o politice)”⁶⁴

Eric Louw ve své publikaci *The Media and Political Process* zmiňuje šest klíčových oblastí zájmu politické komunikace:

1. zkoumání medializace západní politiky,
2. využívání služeb spin-doktorů a public relations v politice,

⁶² [Tamtéž](#)

⁶³MCNAIR, Brian. An introduction to political communication [online]. 3rd ed. London: Routledge, 2003, xvi, 235 s. [cit. 2014-07-13]. Communication and society series. ISBN 02-033-4133-3.

⁶⁴MCNAIR, Brian. An introduction to political communication. 3rd ed. New York: Routledge, 2003. ISBN 02-036-9968-8.str. 4

3. vztah mezi mediálním pokrytím a politickou praxí,
4. vývoj politické žurnalistiky,
5. politici využívající různé mediální formy,
6. jak televize změnila podstatu politiky.⁶⁵

4.1 PR-izace politické komunikace

Zůstaneme ještě u Louwa, který se zabývá v kontextu spin doktoringu a politické komunikace tzv. PR-izací.

Zprvé sleduje především vzrůstající podíl kooperace politiků právě se spin doktory, ale také lobbyisty a dalšími mediálními poradci. Zmiňuje, že politik potřebuje být obklopen lidmi, kteří mu pomohou, aby vynikal ve všech oblastech, které jsou potřebné pro dosažení jeho zvolení.

Zadruhé si Louw všímá proměny důležitých atributů, díky kterým se může politik stát kandidátem. V tomto kontextu zmiňuje například celebritizaci, umění pracovat s údernou rétorikou a práci s předpřipravenými obsahy jejich vystoupení. Ty zahrnují i přípravy pro řešení krizových situací.

Zatřetí se zabývá zapojením dalšího typu profesionálů, tzv. fundraiserů⁶⁶, to má své opodstatnění vzhledem k rapidnímu zvyšování nákladů politických stran právě díky nutnosti využívání služeb zmíněných profesionálů. Do rozpočtů politických stran zasahují i výdaje na průzkumy veřejného mínění a náklady na mediální produkci jako televizní spoty, webové stránky atd.

Začtvrté zahrnuje zapojování populární kultury k získávání voličů a vzestup populismu v politice.

Zapáté zmiňuje moc televizních obrazovek, prostřednictvím kterých politik dosáhne masového publika a může tak působit na potenciální voliče. Zmiňuje, že je snadné odvést pozornost voličů od

⁶⁵LOUW, P. The media and political process. London; Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 2005, vi, 311 p. ISBN 07-619-4084-7.

⁶⁶Fundraiser je osoba, která se zabývá fundraisingem, jehož výsledkem má být získávání finančních prostředků na obecně prospěšnou činnost, většinou Fundraiser však může pracovat i pro obce, rozpočtové či příspěvkové organizace, jednotlivce, či obchodní společnosti, které plní nějaký obecně prospěšný účel. Fundraiser může být buď kmenovým zaměstnancem organizace nebo externistou.

zásadních témat prostřednictvím mobilizační podpory pro nějakou osobu nebo naopak její demonizací, a to vzbuzováním pocitů selektivního rozhořčení, pobouření a nepřátelství. Zašesté se zabývá kombinací PR-izace a televizualizované politiky, která vede k úpadku lokálních meetingů, kde se setkával volič s politikem v přímém kontaktu. Dále zmiňuje úpadek morální kultury a schopnosti samostatné přípravy projevů a komunikace vedené stylem otázka-odpověď.

Zasedmé uvádí politickou vyhýbavost jako součást změn v politické komunikaci, která je způsobena její PR-izací.

Závěrem zmiňuje pokles novinářské moci v rámci politického procesu, kdy vlivem televize a vlastních komunikačních kanálů může dojít k vymizení vlivu tištěných médií.⁶⁷

4.2 Spin v pojetí demokracie

Zmíněná kauza Irák, ve které byla vláda Tonyho Blaira obviněna z manipulace s veřejným míněním, otevřela v akademickém prostředí diskuzi o vlivu spin doctoringu na demokracii. Edward Bernays považuje metody manipulace s veřejným míněním za nezbytné, jelikož je to jediný způsob k udržení demokracie. Bernays tvrdí, že profesionální využití propagandy je stěžejním nástrojem demokratické administrativy.⁶⁸ Jan Kubáček uvádí, že přední americký politolog Harold Lasswell chápal propagandu také jako ochranný štít demokracie.⁶⁹

David Miller zmiňuje dvě hlavní teoretické koncepce, které se zabývají vlivem spin doctoringu a public relations na veřejné mínění a jejich dopadu na demokracii. První běžnější přístup představují pluralističtí pesimisté, kteří vycházejí z liberálních představ o politické komunikaci:

“Pluralističtí pesimisté chápou aktivity spin doktorů jako manipulaci s veřejným míněním prostřednictvím nastolování mediálních témat ve prospěch naplnění cílů zastupovaných subjektů” (Miller 2004: 375)⁷⁰

⁶⁷LOUW, P. The media and political process. London; Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 2005, vi, 311 p. ISBN 07-619-4084-7.

⁶⁸BERNAYS, Edward. Propaganda. Liveright, 1928.

⁶⁹KUBÁČEK, Jan. Slovník politického managementu a volebního marketingu [online]. Praha: Grand Publishing, 2012 [cit. 2014-07-11]. ISBN 978-80-247-8179-2.

⁷⁰HURTÍKOVÁ, Hana. Vliv spin doctoringu na formování veřejného mínění: Kauza Irák ve Velké Británii v roce

Jan Křeček v kontextu liberálních představ dále uvádí: “Kromě ziskovosti a různé přístupnosti pro různé sektory společnosti se tato kritika dále soustředí na netransparentnost public relations a spinu a jejich nesoulad až rozpor s principy sociálně odpovědné žurnalistiky”⁷¹. Tyto komunikační profesionály chápou jako manipulátory, kteří se pouze snaží dosáhnout daných cílů ve prospěch zadavatele. Hana Hurtíková považuje za nejvýznamnější představitele tohoto směru Gianpietra Mazzoleniho, Winfrieda Schulze a Briana McNaira.⁷²

Mezi radikálnější skupinu oponentů vůči spinu a public relations řadí Jan Křeček právě Davida Millera a Williama Dinana. Autoři tvrdí, že: “Moderní public relations vznikly za účelem obhajoby stávající ekonomické a politické moci a dodnes stojí v čele aktivit pokoušejících se zaručit, že liberálně demokratické společnosti nebudou brát zřetel na lidovou vůli a že skryté zájmy budou zachovány” (Dinan, Miller 2007:11)⁷³

Hana Hurtíková uvádí jako druhou skupinu neoliberální optimisty, kteří: “Vidí využívání praktik spin doctoringu politickými poradci jako přirozenou součást další vývojové fáze politické komunikace, v níž již média neslouží pouze pro přenos informací, ale stávají se přímými aktéry politického boje.”⁷⁴ Hlavními zastánci neoliberálních optimistů jsou Pippa Norris a Raymond Kuhn⁷⁵. Právě Pippa Norris například chápe public relations a spin jako doplněk politické komunikace, který rozšiřuje možnosti politických aktérů oslovit svá publika. Raymond Kuhn chápe, že politická komunikace předává svá sdělení tak, aby pro ni byla co nejpříznivější, považuje to za racionální přístup (Miller 2004: 375-376)⁷⁶.

2003. Středoevropské politické studie . 2009 [cit. 2014-07-11]. XI, ISSN 1212-7817 č. 4.

⁷¹KŘEČEK, Jan. Politická komunikace: od res publica po public relations. Vyd. 1. Praha: Grada, 2013, 169 s. Politologie (Grada). ISBN 978-80-247-3536-8. str. 112

⁷²HURTÍKOVÁ, Hana. Vliv spin doctoringu na formování veřejného mínění: Kauza Irák ve Velké Británii v roce 2003. Středoevropské politické studie . 2009 [cit. 2014-07-11]. XI, ISSN 1212-7817 č. 4.

⁷³KŘEČEK, Jan. Politická komunikace: od res publica po public relations. Vyd. 1. Praha: Grada, 2013, 169 s. Politologie (Grada). ISBN 978-80-247-3536-8. str. 112-113

⁷⁴HURTÍKOVÁ, Hana. Vliv spin doctoringu na formování veřejného mínění: Kauza Irák ve Velké Británii v roce 2003. Středoevropské politické studie . 2009 [cit. 2014-07-11]. XI, ISSN 1212-7817 č. 4.s. 245

⁷⁵Tamtéž

⁷⁶Tamtéž

5. Novinářská praxe a spin doktoring

V moderní společnosti se postavení žurnalistiky vyvinulo v silnou instituci, která se posunula z podpůrné role při budování názorů a postojů veřejnosti v tzv. “hlídacího psa demokracie”. V této kapitole se zabýváme otázkou, jak je role spin doktora a novináře provázána a zda platí stavění role spin doktora v opozici s novináři.

Novinářská práce by měla reflektovat skutečnost, odkrývat pravdu a především informovat veřejnost. Funkce zpráv je pomáhat příjemci orientovat se v dění kolem nás, formovat postoje a mimo jiné také napomáhat voličům v rozhodování. Základními požadavky na zpravodajské výstupy jsou v liberálně demokratické společnosti objektivita, vyváženost a nestrannost. Objektivita zpravodajství je však relativní, protože informace získáváme vždy prostřednictvím nějakého subjektu. Interpretace zpravodajských výstupů je pak souhrn mnoha činitelů. Westerstahl a kol. představili jako základní složky objektivitu faktičnost a nestrannost.⁷⁷ Publicistika pak narozdíl od zpravodajství může zahrnovat názory, stanoviska a subjektivní přístup novináře. I když je objektivita zpravodajství relativní, tak zprávu, která byla zmanipulována a navedena určitým směrem, nemůžeme považovat za objektivní.

V dnešní době nepřehledného množství médií, ze kterých mohou příjemci zpravodajských výstupů čerpat, se může novinář snadno ocitnout pod tlakem vytvoření zprávy (případně exkluzivní zprávy), která by publikum zaujala. Domníváme se, že toto je jednou z hlavních příležitostí spin doktora, který může novináři nabídnout exkluzivitu výměnou za podání zprávy ve prospěch klienta. Dalším faktorem je zrychlený tok informací, který jde ruku v ruce s příchodem internetu a moderních technologií. Tlak na novináře může vést také k vytváření tzv. pseudoudálostí, například v podobě tiskových konferencí. Tomáš Trampota uvádí, že: ”Důvodem využívání pseudoudálostí zpravodajskými médii je tlak času na práci novinářů, snaha snižovat finanční náklady spojené s produkcí zpravodajství a výhoda předpřipraveného informačního servisu ze strany subjektů, které o medializaci svých pseudoudálostí usilují.”⁷⁸

Určitá úroveň a forma kooperace mezi spin doktory a novináři je čím dál tím frekventovanější, alespoň v západních zemích. Novinář potřebuje svůj zdroj, aby mohl odvádět svou práci a zdroj

⁷⁷TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006, 191 s. ISBN 80-736-7096-8.

⁷⁸TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006, 191 s. ISBN 80-736-7096-8., str.34-35

zase potřebuje novináře, aby mohl odvádět tu svou. Sociolog Herbert Gans připodobňuje tento vztah k tanci: “Vztah mezi zdrojem a novinářem připomíná tanec, zdroj hledá přístup k novináři a novinář zase hledá přístup ke zdroji. Ačkoliv pro tango jsou zapotřebí dva, tak jak zdroj, tak i novinář mohou být těmi, kteří vedou. Ale mnohem častěji je to zdroj, kdo vede.”⁷⁹ Ačkoliv novinář potřebuje zdroj a zdroj (v našem pojetí spin doktor) novináře na prosazení svých zájmů, tak výsledné zveřejnění zprávy záleží na rozhodnutí novináře.

Vzestup využívání spinu je přímou reakcí na nároky politického prostředí, ve kterém bitva o mediální pokrytí a veřejné mínění hraje ústřední roli. Rodney Tiffen se domnívá, že přítomnost spin doktorů bude mít i nadále vzrůstající tendenci, která je nezvratná.⁸⁰ Kooperace novináře a mediálního zástupce tvoří společnou roli při formování, interpretaci a filtrování politické informace pro veřejnost a tedy i společně ovlivňují politický diskurz a demokratický proces.

Rodney Tiffen uvádí, že většina novinářů odsuzuje nárůst využívání spin doktorů a následky jejich práce, která manipuluje s veřejným míněním. Parafrázuje většinový postoj novinářů: “Dokud se nezbavíme spin doktorů, nic se nezmění”.⁸¹ Tiffen však vidí problém v přístupu novinářů: “Zásadní problém není práce spin doktorů, ale pasivita novinářů”⁸² Právě pasivita novinářů může mít za následek zvyšující se počet poradců a spin doktorů po boku politiků. Kuhn se domnívá, že pro novináře může být spin v kontextu jejich práce prospěšný, protože jim v době velkého množství informací pomáhá dávat smysl vytvářeným zprávám.⁸³

5.1 Persvazivní komunikace

Pojem persvaze jsme zařadili do naší práce vzhledem k jeho podstatě úmyslného záměru o ovlivnění prostřednictvím manipulativní komunikace. Spin doctoring můžeme chápat jako užívání persvazivních komunikačních technik. Persvaze se objevuje v každé formě komunikace. Již

⁷⁹GANS, Herbert J. *Deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time* / Herbert J. Gans [online]. Evanston, Ill.: Northwestern University Press, 2004, xxvii, 393 p. [cit. 2014-07-10]. ISBN 08-101-2237-5. str. 116

⁸⁰TIFFEN, Rodney. *Under (spin) doctor's orders*. *Theage.com.au* [online]. 2014 [cit. 2014-07-10]. Dostupné z: <http://www.theage.com.au/articles/2004/10/20/1097951764549.html?from=storylhs>

⁸¹Tamtéž

⁸²Tamtéž

⁸³KŘEČEK, Jan. *Politická komunikace: od res publica po public relations*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2013, 169 s. *Politologie* (Grada). ISBN 978-80-247-3536-8.

Aristoteles, v klasickém pojetí rétoriky, chápal persvazi jako ovlivňování názorů recipienta sdělení. Vědecky se účinky persvaze začaly zkoumat na počátku 20. století především ve spojení s první světovou válkou.⁸⁴ Jedna z nejznámějších studií je od psychologa Carla Hovlanda, která specifikuje hlavní faktory pominující proces mediální persvaze.⁸⁵ Jedna z definic odborné literatury popisuje persvazi jako: “Specifickou formu komunikace, jejímž cílem je ovlivnit duševní stav recipienta v atmosféře svobodné volby.”⁸⁶

V kontextu diplomové práce budeme rozebírat persvazi v mediální komunikaci. Alena Jaklová se zabývá persvazí publicistických žánrů, kde ji definuje jako komunikaci s funkcí přesvědčovací, získavací, ovlivňovací, vybízející, hodnotící a uvědomovací s cílem formování vědomí recipientů a působení na veřejné mínění.⁸⁷

Zdeněk Hlavsa specifikuje 4 klíčové atributy persvazivní funkce textu, které naplní efektivitu přesvědčovacích verbálních prostředků:

Verbální persvazivní prostředky:

1. Srozumitelnost: žurnalistický text musí být srozumitelný, aby interpretace textu proběhla bez nesnází
2. Kredibilita zdroje: předpoklad důvěryhodnosti. Kromě dobré předchozí zkušenosti recipienta se zdrojem, se kredibility dosahuje použitím vhodných výrazových prostředků, stylových vrstev, atd.

Neverbální persvazivní prostředky:

3. Prostředí ideografické: zahrnuje fotografie, ilustrace, a všechny obrazový materiál
4. Prostředí grafické: typy titulků, typografické ztvárnění a barevné provedení, interpunkční znaménka, typy písma, atd.⁸⁸

⁸⁴GÁLIK, Stanislav. Psychologie přesvědčování. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 95 s., [12] s. obr. příl. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-4247-2.

⁸⁵JAKLOVÁ, Alena. Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech. Naše řeč [online]. 2002, č. 4 [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7689>

⁸⁶GÁLIK, Stanislav. Psychologie přesvědčování. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 95 s., [12] s. obr. příl. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-4247-2.str.11

⁸⁷JAKLOVÁ, Alena. Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech. Naše řeč [online]. 2002, č. 4 [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7689>

⁸⁸Tamtéž

6. Kauza Radar

Na závěr se budeme věnovat spin doktoringu v kauze “Radar”. Po zvážení jsme zvolili téma protiraketové obrany především proto, že se jedná o téma politické komunikace, při které se vláda České republiky snažila přesvědčit veřejnost o pozitivích výstavby plánovaného radaru. Kauzu Radar tedy považujeme za příhodné téma k výzkumu spin doktoringu v českém prostředí.

V empirické části diplomové práce si nejdříve nastíníme pozadí kauzy americké základny v Brdech. Dále si v této kapitole představíme cíl a metodologii výzkumů. Na základě zvolených výzkumných metod se pokusíme analyzovat projevy persvazivní komunikace a spin doktoringu, které by mohly být s touto kauzou spojeny.

O moderním systému protiraketové obrany v Evropě začaly USA jednat již na počátku 90. let, který navazoval na projekt tzv. Hvězdných válek z 80. let 20. století, který tehdy prosazovala vláda Ronalda Reagana⁸⁹. Chystaná výstavba protiraketové obrany na našem území však velké části veřejnosti asociovala Studenou válku, ve které velmoci SSSR a USA plánovaly výstavby ochranných štítů pro jejich území a spojence. USA a SSSR tehdy vedly boj v budování vojenských koalic a závody ve zbrojení. Systémy střel určených k ničení útočících raket protivníka nakonec ani jedna z velmocí nerealizovala. V roce 1972 uzavřely USA a SSSR bilaterální smlouvu, která omezovala budování těchto protiraketových deštníků. Na základě smlouvy mohla mít každá země pouze dva systémy, které byly omezeny svým rozmístěním tak, aby pokrývaly území celého státu. Tato smlouva mezi USA a SSSR platila až do roku 2002, kdy byla vypovězena ze strany USA.⁹⁰

Plánovaný radar v Brdech byl konceptem integrálního strategického vojenského programu USA. Tento program, který byl prosazovaný především administrativou George Bushe, se jmenoval Národní protiraketová obrana⁹¹, jeho cílem bylo předejít případné hrozbě ze strany zemí tzv. “rogue states”. Tyto “darebácké státy” (především Írán a Severní Korea) mají dle USA představovat hrozbu, která je pro euroatlantický svět velmi reálná. Tyto země byly USA označeny za státy osy zla, před

⁸⁹ Program Strategické obranné iniciativy (SDI) chtěl využít pozemních a vesmírných systémů k ochraně USA před útokem balistických raket. Program nebyl nikdy realizován.

⁹⁰FTOREK, Jozef. Public relations jako ovlivňování mínění. 2., rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009, 195 s. Manažer. ISBN 978-80-247-2678-6.

⁹¹ National Missile Defense

kterými je nutné se chránit.⁹²

Jozef Ftorek považuje projekt Národní protiraketové obrany za snahu o naplnění politiky reprezentované v USA zastánci unilaterální, neokonzervativní politiky (tzv. neocons). Neocons měli mít vliv právě na zahraniční politiku prezidenta Bushe. Jejich politika dle Ftorka vychází z přesvědčení, že USA musí být schopny reagovat v případě ohrožení národních zájmů samostatně, bez ohledu na názory jiných států, ale i spojenců. Jako příklad unilaterálního přístupu zmiňuje právě vypovězení smlouvy s Ruskem, které jsme zmiňovali výše.⁹³

6.1 Vývoj kauzy v ČR

První zmínky o plánování výstavby radaru na území České republiky se objevily již v roce 2002. Probíhala předběžná jednání s USA, která se uzavřela oznámením, že USA uvažují o možnosti spolupráce na projektu obrany s jejich spojenci. Média o toto téma nejevila zvláštní zájem. 27. června 2004 byla zveřejněna zpráva, že George Bush tajně vyjednává o otázce budování raketové a radarové základny se zástupci České republiky a Maďarska. Informace zveřejnila americká informační a mediální agentura Knight Ridder Newspapers, tuto informaci agentuře potvrdil i zástupce českého velvyslance ve Washingtonu Vratislav Janda. Britské listy byly jedny z prvních, které o jednání informovali českou veřejnost. O těchto tajných jednáních tehdy ještě netušili ani poslanci českého parlamentu.⁹⁴ Česká a americká strana nadále komunikovali za zavřenými dveřmi, především o technických informacích a o výběru případné lokality radarové základny - již v roce 2004 připadaly v úvahu vojenské prostory Brdy, Boletice a Libavá.⁹⁵

V roce 2006 se začala kauza radaru medializovat. Byla to Česká televize v pořadu Otázky Václava Moravce, kdo jako první zásadněji otevřel téma možnosti budování protiraketové obrany u nás. V témže roce američtí odborníci na protiraketovou obranu prozkoumali vojenské újezdy Brd a Libavá a zhodnotily je vzhledem k podmínkám jako vyhovující. Americký tým byl dle médií s celou akcí tehdy velmi spokojen. Nadále pokračovala jednání o technických a organizačních

⁹²FTOREK, Jozef. Public relations jako ovlivňování mínění. 2., rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009, 195 s. Manažer. ISBN 978-80-247-2678-6.

⁹³Tamtéž

⁹⁴Tamtéž

⁹⁵Tamtéž

záležitostech.⁹⁶

Reakcí na jednání české a americké strany o radaru na našem území vznikla v červnu 2006 občanská iniciativa Ne základnám. Na svých stránkách se iniciativa prezentuje slovy: “Cílem iniciativy je nenásilnou formou bojovat proti umístění radarové či raketové základny USA na našem území a prosadit vypsaní referenda v této otázce. Součástí snah Iniciativy je podporovat veřejnou debatu o problematice základen a šířit argumenty proti jejímu vybudování.”⁹⁷ Iniciativa sdružuje téměř 60 organizací a jejími členy jsou i některé známé osobnosti. Dalšími iniciativami bojujícími proti výstavbě radaru a přítomnosti cizích vojsk na území ČR byli například Liga starostů proti radaru a domácí aktivisté organizace Greenpeace.

V roce 2006 byl posledním důležitým momentem první oficiální průzkum veřejného mínění, který vznikl z podnětu redakce deníku Mladá fronta Dnes. Výsledek výzkumu prezentoval, že 83 % Čechů jsou odpůrci radaru.⁹⁸

V lednu 2007 USA oficiálně požádaly o umístění vojenské radarové základny na našem území. Žádost byla přijata v březnu téhož roku. Tím odstartovala oficiální formální jednání mezi vládou České republiky a USA.⁹⁹

V březnu 2007 také odjíždí prezident Václav Klaus na oficiální návštěvu do USA, kde jednal s americkým prezidentem Georgem W. Bushem o radaru. 17. března pořádá starosta Trokavce Jan Neoral první místní referendum o výstavbě radaru. Výsledkem bylo jednoznačné odmítnutí radaru místními obyvateli.¹⁰⁰

V dubnu 2007 byl otevřen pro veřejnost vojenský újezd v Brdech a začínají jednání o připojení radaru k systému NATO. Dále odjíždí delegace českých poslanců na Marshallovy ostrovy na chystanou prohlídku tamního radaru. Na cestu na Marshallovy ostrovy bylo odmítnuto udělení víz

⁹⁶ FTOREK, Jozef. Public relations jako ovlivňování mínění. 2., rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009, 195 s. Manažer. ISBN 978-80-247-2678-6.

⁹⁷ Nezakladnam.cz. [online]. [cit. 2014-07-18]. Dostupné z: http://www.nezakladnam.cz/cs/19_o-iniciative/

⁹⁸ FTOREK, Jozef. Public relations a politika: kdo a jak řídí naše osudy s naším souhlasem. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 184 s. Politologie (Grada). ISBN 978-802-4733-760.

⁹⁹ Fakta: Vše kolem amerického radaru. Aktuálně.cz [online]. 2007 [cit. 2014-07-29]. Dostupné z: <http://zpravy.aktualne.cz/fakta-vse-kolem-americkeho-radaru/r~i:article:340686/>

¹⁰⁰ Tamtéž

komunistickému poslanci Alexandru Černému a lidoveckému senátorovi Rostislavovi Slavotínkovi.¹⁰¹ Poslanci, kteří na zahraniční cestu odjeli, se především zajímali o vliv tamního radaru na život místních obyvatel. Karel Schwarzenberg začíná s USA vyjednávat o možnosti zrušení cestovních víz pro české občany. Dále v dubnu do Česka přijíždí Henry Obering - ředitel americké protiraketové agentury, který se snaží přiblížit technické parametry radaru politikům i veřejnosti.¹⁰² V neposlední řadě v březnu Rusko odmítlo americkou nabídku na spolupráci v protiraketové obraně. Václav Klaus se na tento popud vydal za prezidentem Putinem, ale jednání dopadla také neúspěšně a v médiích se začala komunikovat hrozba ze strany Ruska.¹⁰³

V květnu 2007 vládní strany jednají o referendu k radaru. Nejdůležitějším bodem v květnu 2007 je pro nás nominace Tomáše Klvani vládou do pozice vládního zmocněnce pro radar. 26. května uspořádala iniciativa Ne základnám demonstraci proti umístění americké radarové základny, počet účastníků podle odhadů iniciativy přesáhl 4 000.¹⁰⁴

4. června přijel do Prahy prezident George W. Bush, což vyvolalo několik demonstrací. Americký prezident jednal především o výstavbě radaru na našem území a mimo jiné se pokoušel zlepšit veřejné mínění o stavbě radaru v ČR.¹⁰⁵ V červnu probíhají také místní referenda v několika obcích, která dopadla v neprospěch radaru. Vlasta Parkanová a Jan Vyčítal natočili pro George Bushe píseň “Dobrý den, radare, prostě welcome.”

Během července a srpna probíhalo mnoho jednání s Ruskem, které vyostřovalo svůj negativní postoj vůči plánované stavbě radaru na území ČR a raket v Polsku a zvolilo taktiku nabídky, aby se

¹⁰¹EICHLER, Pavel. Poslanec a senátor neuvidí radar, nedostali víza do USA. Zpravy.idnes.cz [online]. 2007 [cit. 2014-07-29]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/poslanec-a-senator-neuvidi-radar-nedostali-viza-do-usa-pp3-/domaci.aspx?c=A070413_160714_domaci_pei

¹⁰²RICHTEROVÁ, Milada. Henry Obering je kvůli radaru na návštěvě České republiky. Rozhlas.cz [online]. 2007 [cit. 2014-07-29]. Dostupné z: http://zpravy.rozhlas.cz/radio_cesko/exkluzivne/_zprava/henry-obering-je-kvuli-radaru-na-navsteve-ceske-republiky--340120

¹⁰³Fakta: Vše kolem amerického radaru. Aktuálně.cz [online]. 2007 [cit. 2014-07-29]. Dostupné z: <http://zpravy.aktualne.cz/fakta-vse-kolem-americkeho-radaru/r~i:article:340686/>

¹⁰⁴Nezakladnam.cz. [online]. [cit. 2014-07-18]. Dostupné z: http://www.nezakladnam.cz/cs/337_2652007-celostatni-demonstrace-v-praze

¹⁰⁵Fakta: Vše kolem amerického radaru. Aktuálně.cz [online]. 2007 [cit. 2014-07-29]. Dostupné z: <http://zpravy.aktualne.cz/fakta-vse-kolem-americkeho-radaru/r~i:article:340686/>

radar vystavěl v ruské stanici v Ázerbájdžánu.¹⁰⁶ V červenci také sepsalo petici proti radaru několik desítek slavných osobností.

Do konce roku 2007 proběhlo mnoho jednání mezi americkou a českou stranou, také proběhla vzájemná návštěva českých a amerických expertů.

V roce 2008 vydala Vláda zprávu o zdravotní nezávadnosti radaru protiraketové obrany. V dubnu 2008 se na summitu NATO státy Aliance shodly, že evropská protiraketová obrana bude znamenat posílení bezpečnosti.¹⁰⁷ 8. června 2008 podepsaly obě strany Hlavní dohodu o umístění radarové stanice v ČR v Brdech. Dohodu podepsala americká ministryně zahraničí Condoleezza Riceová s ministrem zahraničí Karlem Schwarzenbergem.¹⁰⁸ V polovině července 2008 připravilo Ministerstvo obrany ČR ve spolupráci s americkou stranou tzv. press trip, tedy novinářskou cestu.¹⁰⁹ V září 2008 schválila Vláda smlouvu SOFA, která definovala podmínky pobytu amerických vojáků v objektu radar.¹¹⁰

V roce 2009 otázku radaru ukončila vláda USA. Nástupce prezidenta Bushe prezident Barack Obama projekt z technických důvodů ukončil.

¹⁰⁶Tamtéž

¹⁰⁷Výsledky summitu NATO: Pro Čechy hlavně podpora radaru. Oficiální portál informačního centra pro NATO [online]. 2008 [cit. 2014-07-29]. Dostupné z: http://www.natoaktual.cz/vysledky-summitu-nato-pro-cechy-hlavne-podpora-radaru-plp-na_zpravy.aspx?c=A080404_233239_na_zpravy_m02

¹⁰⁸Americký radar pro Brdy v datech. IHNED.CZ [online]. 2008 [cit. 2014-07-29]. Dostupné z: <http://hn.ihned.cz/c1-25893680-americky-radar-pro-brdy-v-datech>

¹⁰⁹FTOREK, Jozef. Public relations a politika: kdo a jak řídí naše osudy s našim souhlasem. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 184 s. Politologie (Grada). ISBN 978-802-4733-760.

¹¹⁰Smlouva SOFA je podepsána. Lidovky.cz [online]. 2008 [cit. 2014-07-29]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/smlouva-sofa-je-podepsana-0y5-/zpravy-domov.aspx?c=A080919_155938_in_domov_mel

7. Analýza mediální prezentace kauzy Radar

V této kapitole představíme komunikační strategie vlády České republiky, použité k formování veřejného mínění s cílem získání souhlasu a podpory veřejnosti ke stavbě radarové základny na našem území. Následně se budeme věnovat metodologické části, kde si představíme metody výzkumu, cíle a výzkumné otázky.

7.1 Formování veřejného mínění v kauze radar

Jak dokládají výsledky výzkumů veřejného mínění, kampaň, kterou vedla česká vláda pro získání souhlasu veřejnosti o umístění části obranného protiraketového systému na našem území, působila především velmi nepřesvědčivě. V průzkumech veřejného mínění převládal po celou dobu kampaně negativní postoj veřejnosti proti radaru. Od počátku provádění průzkumů veřejného mínění v roce 2006, až do uzavření projektu v roce 2009, se výsledky průzkumů pohybovaly okolo 60-70 % odpůrců radaru. Veřejnost především nesouhlasila s možnou přítomností cizích vojsk na našem území, dále se obávala možnosti případného nebezpečí ze strany “rouge states” a Ruska, ale i ohrožení na zdraví vlivem působení radaru.

Pro vládní PR kampaň, která měla veřejnost přesvědčit o pozitivěch radaru, byla najata PR agentura AMI Communication a také již zmíněný Tomáš Klvaňa, který se stal vládním zmocněncem pro radar. Tomáš Klvaňa paralelně pracoval pro tabákovou společnost British American Tobacco, kde se staral o propagaci cigaret. Skutečnost, že Klvaňa pracoval paralelně na této pozici, mohla působit na veřejnost negativním dojmem. Klvaňa byl někdy v médiích, ale i veřejností, nazýván jako “Pan radar”. Kampaň ze strany agentury AMI communications probíhala prostřednictvím informačních brožur a DVD, organizováním besed a odborných seminářů a také provozovala webové stránky protiraketam.cz. Podle oficiálních zdrojů utratila Vláda ČR za tuto kampaň více než 15 milionů korun.¹¹¹ Tomáš Klvaňa se ze své pozice zmocněnce vlády staral především o propagaci protiraketové obrany u nás směrem k médiím, ale také se aktivně účastnil různých veřejných setkání a besed, především v obcích, kterých se případná výstavba týkala.

¹¹¹FTOREK, Jozef. Public relations a politika: kdo a jak řídí naše osudy s naším souhlasem. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 184 s. Politologie (Grada). ISBN 978-802-4733-760.

7.2 Cíl a téma výzkumu

Výzkum diplomové práce si klade za cíl analyzovat proporce užívání argumentů pro a proti radaru ve zkoumaných médiích. Pokusíme se nalézt ukazatele a informace, které by mohly vypovídat o úmyslné manipulaci s veřejným míněním k prosazení politických cílů, tedy k výstavbě protiraketové obrany na území České republiky. Předmětem první části našeho zkoumání budou mediální obsahy vybraných českých deníků - Právo, Lidové noviny a Mladá fronta Dnes. V této části budeme v definovaném období zkoumat například poměr zastoupení konkrétních mluvčích, jaký prostor dostávají příznivci a odpůrci radaru (konkrétní politici, ale i politické strany, iniciativy vystupující proti radaru, zahraniční odborníci atd.), zda jsou vyznění komentářů novinářů v jednotlivých denících spíše pro stavbu radaru nebo proti, také budeme zkoumat, jaké prostředky volili novináři ke stimulaci pervazivních účinků textu a v neposlední řadě nás bude zajímat, jak jednotlivá média rámovala sledovanou kauzu.

Na základě výzkumné analýzy mediálních obsahů jednotlivých deníků provedeme rozhovory s novináři, kteří o tématu výstavby radaru v Brdech psali ve zkoumaných denících. Rozhovory nám poskytnou informace, zda se novináři domnívají, že v kauze Radar byly užívané techniky spin doctoringu, nebo zda mají při práci na této kauze osobní zkušenost se spinem.

Předpokládáme, že provázaností obou analýz získáme data, která nám pomohou odhalit, zda v kauze Radar byly aplikovány techniky spin doctoringu.

7.3 Metody výzkumu

Pro diplomovou práci jsme zvolili dvě metody výzkumu. Jako první jsme provedli kvantitativní obsahovou analýzu, neboť je definována jako objektivní metoda analýzy sdělení. Díky obsahové analýze můžeme zkoumat mediální pokrytí určitého tématu a také výskyt předem definovaných aspektů zkoumání. Jako druhou metodu jsme zvolili kvalitativní metodu, a to polostrukturovaný rozhovor. Kombinací analýzy mediálních obsahů vybraných médií a kvalitativními polostrukturovanými rozhovory s vybranými novináři se pokusíme zjistit, zda v kauze Radar působil spin doctoring jako nástroj k manipulaci s veřejným míněním.

7.3.1 Kvantitativní obsahová analýza

Kvantitativní obsahová analýza je nejfrekventovanější metoda užívaná při výzkumech mediálních obsahů, kterou bychom měli dosáhnout reprodukovatelných výsledků. Trampota a Vojtěchovská v knize *Metody výzkumu médií* uvádějí kvantitativní obsahovou analýzu jako přenositelnou metodu, jejíž výsledky jsou objektivní a nezávislé na výzkumníkovi, metoda také umožňuje zpracování velkého množství textů.¹¹²

Denis McQuail uvádí pro kvantitativní obsahovou analýzu pět kroků, které použijeme v této diplomové práci:

1. zvolení vzorku obsahu
2. vytvořit relevantní rámec kategorií vnějších referentů
3. zvolit jednotku analýzy
4. pomocí počítání frekvence zvolených jednotek obsahu zmiňujících se o relevantních tématech umístit obsah do připravovaného rámce
5. vyjádřit výsledky jako celkovou skladbu vybraného vzorku obsahu podle frekvence výskytu hledaných referencí.¹¹³ McQuail u kvantitativní obsahové analýzy předpokládá, že “význam textu je jednoznačný, může být přečten, kvantitativně uchopen, a že numericky vyjádřený poměr prvků v textu je spolehlivým ukazatelem významu sledovaného a prezentované sdělení.”¹¹⁴

V našem výzkumu mediálních obsahů v kauze Radar použijeme kvantitativní obsahovou analýzu proto, abychom mohli zpracovat velký vzorek dat, který nám umožní zjistit, jak a v jakém rozsahu vybraná média o tématu informovala veřejnost. K výzkumu jsme použili statistický program SPSS 21.0 pro Mac.

7.3.2 Kvantitativní polostrukturovaný rozhovor

Polostrukturovaný rozhovor je podle Jana Hendla pružný typ výzkumu, který je řízený podle návodu. Badatel používá k rozhovoru seznam předem připravených otázek nebo alespoň okruh

¹¹²TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 978-807-3676-834.

¹¹³MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. rozš. a přeprac. Překlad Hana Antonínová. Praha: Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-807-3675-745.

¹¹⁴Tamtéž str. 735

témat, která chce zkoumat. Rozhovor je veden do hloubky, během interview je možné otázky přizpůsobit a doplnit. Díky možnosti flexibility je možné reagovat na získaná data a dostat se více do hloubky výzkumu.¹¹⁵

Kvantitativní polostrukturovaný rozhovor nám poskytne reflexi novinářů, kteří pracovali pro zkoumaná média. Pokusíme se tak zjistit, zda v kauze Radar probíhal spin doctoring skrze média.

7.4 Výběr vzorku

Pro výzkum mediálních obsahů jsme jako základní soubor zvolili tři české deníky, které považujeme za “seriózní” - Lidové noviny, Právo a Mladou frontu Dnes. Z nejnovějších dat výzkumu čtenosti celostátních deníků za 4. čtvrtletí 2013 a 1. čtvrtletí 2014 se MF Dnes řadí na druhé místo s průměrným nákladem 182 710 výtisků, třetí je Právo s nákladem 98 967 výtisků a Lidové noviny na šestém místě s průměrným nákladem 35 256 výtisků.¹¹⁶ Jako zkoumaný časový úsek jsme zvolili 4 měsíce, a to od 1. 4. 2007 do 31. 7. 2007. Toto období jsme zvolili z několika důvodů - na začátku dubna 2007 (resp. na konci března) Česko oficiálně zahájilo s USA jednání o základně, odehrálo se mnoho zásadních jednání, do Česka přijel americký prezident George W. Bush a 25. května byl do komunikace veřejností zapojen Tomáš Klvaňa. Období bylo také vybráno kvůli tomu, abychom mohli sledovat, zda se v prezentaci vybraných deníků změnila frekvence či postoj médií právě od nástupu Tomáše Klvani, jako vládního zmocněnce v kauze Radar. Pro sběr článků k našemu výzkumu byl použit mediální archiv Newton media SEARCH. Z preferovaného období byly k výzkumu použity všechny články, které se obsahem zabývaly tématem protiraketové obrany na našem území. Zajímaly nás všechny rubriky včetně publicistických, a to i názory čtenářů, které se k tématu vztahovaly.

Pro náš výzkum považujeme za důležité uvést i politické zařazení jednotlivých deníků. Sledované deníky se více či méně liší svou politickou orientací. Mladá fronta Dnes je považovaná za středo-pravicově orientované noviny. Lidové noviny se profilují jako pravicově orientované médium a naproti tomu Právo je řazeno jako středo-levicový deník.¹¹⁷

¹¹⁵HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. 2., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2008, 407 s. ISBN 978-80-7367-485-4.

¹¹⁶FTOREK, Jozef. Public relations a politika: kdo a jak řídí naše osudy s naším souhlasem. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 184 s. Politologie (Grada). ISBN 978-802-4733-760.

¹¹⁷VOLEK, Jaromír. The market takes all. Eurozine.com [online]. 2009, č. 1 [cit. 2014-07-25]. Dostupné z: <http://www.eurozine.com/articles/2009-03-20-volek-en.html>

Jednotkou analýzy zkoumaných deníků byl zvolen jeden argument. U článků, které se celé zabývaly zkoumaným tématem, byly analyzovány všechny argumenty (odstavce, citace, parafráze). U analyzovaných článků, kde se o radaru psalo pouze v nějaké části, byl analyzován pouze konkrétní argument, který se týkal zkoumané problematiky. Byly vynechány všechny jednotky, které daná slova obsahovala, ale se zkoumanou problematikou nesouvisela (například radar na měření rychlosti atd.).

Pro polostrukturované rozhovory jsme na základě analýzy z každého deníku vybrali několik novinářů, kritériem pro výběr byl především počet zveřejněných článků o kauze Radaru v Brdech. Z Mladé fronty Dnes byli kontaktováni Teodor Marjanovič, Jaroslav Nedvěd a Jan Gazdík, z deníku Lidové noviny to byli Tereza Šupová a Luboš Palata, u deníku Právo jsme vybrali Jiřího Roškota a Martina Hekrdlu. Novináři byli kontaktováni prostřednictvím redakčních či osobních emailů, které byly získány na internetu. Zpětnou reakci jsme obdrželi pouze od třech novinářů, shodou okolností byl každý z jednoho ze zkoumaných deníků. Osobní rozhovor byl uskutečněn pouze s Janem Gazdíkem z Mladé fronty Dnes a Lubošem Palatou z Lidových novin. Martin Hekrdla se nechtěl osobního rozhovoru na téma Radaru v Brdech zúčastnit, na základě zaslaných otázek však poskytl alespoň jednu stručnou odpověď pro náš výzkum. Pro výzkum diplomové práce jsme chtěli provést rozhovor také s Tomášem Klvaňou, bohužel se nám ho nepodařilo kontaktovat.

7.5 Výzkumné otázky

Cílem kvantitativní obsahové analýzy je získat data o mediální prezentaci kauzy Radar ve vybraných denících. U výzkumných otázek se budeme zabývat především tím, jakým způsobem média rámovala kauzu radarové základny, zda deníky užívaly prostředky k ovlivnění veřejného mínění a jaký byl výsledný mediální obraz kauzy ve sledovaných denících.

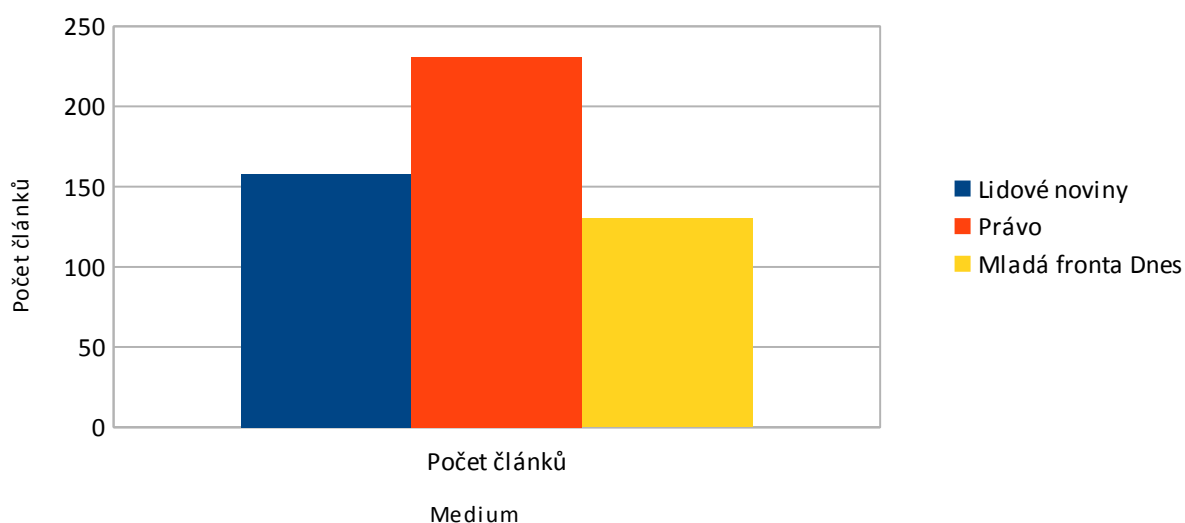
- **O1: Jaké osoby byly ve sledovaných denících citovány a jaký prostor v jednotlivých denících získali političtí příznivci a odpůrci radarové základny?**
 - **VO1: Jaký prostor byl věnován iniciativě Ne základnám a jaký byl její výsledný obraz ve sledovaných médiích?**
- **O2: Která témata ve sledovaných médiích dominovala?**
- **O3: Jaké persvazivní verbální prostředky novináři užívali v komentářích?**
- **O4: Jaký byl obraz kauzy americké vojenské základny na území České republiky ve zkoumaných denících?**

8 Výsledky analýzy

V této části budeme interpretovat získaná data. Celkem bylo kódováno 1 469 jednotek podle stanovených kritérií. Budeme postupovat tak, že si uvedeme výzkumnou otázku, analyzujeme získaná data a vyvodíme závěr. Data byla kódována pomocí programu SPSS 21.0 pro Mac.

8.1 Základní charakteristika

Graf č.1 Počet článků



Tabulka č. 3 Počet článků

Médium	Počet článků
Lidové noviny	158
Právo	231
MF Dnes	130
Total	519

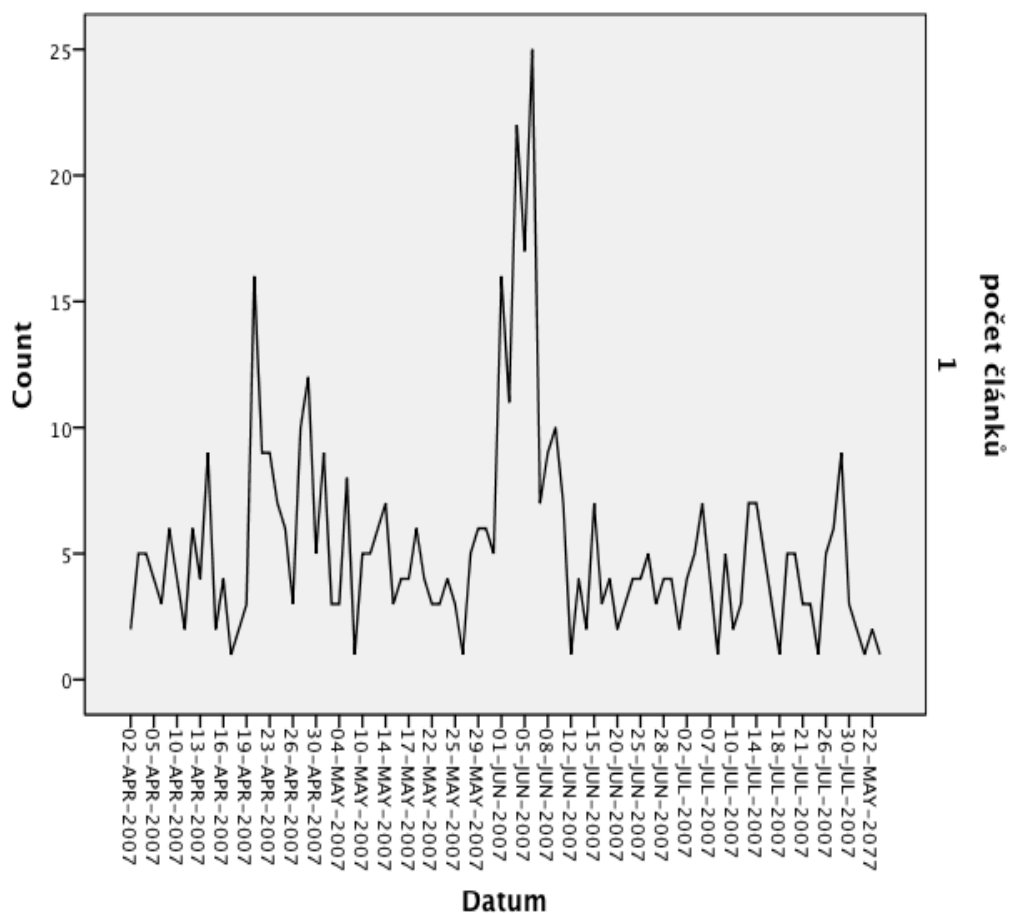
Graf č. 1 a tabulka č. 3 zobrazují počet článků jednotlivých deníků za sledované období. Největší počet článků vyšel v deníku Právo - 231, v Lidových novinách to bylo 158 a v Mladé frontě Dnes 130. Právo se tedy zabývalo tématem radarové základny téměř jednou tolik, co MF Dnes.

Tabulka č. 4 Zpravodajské žánry

	Lidové noviny	Právo	MF Dnes	Total
Zpráva	75	157	87	319
Komentář	69	54	31	154
Interview	14	19	12	45
Glosa	0	1	0	1
Total	231	130	158	519

V tabulce č. 4 můžeme sledovat rozložení novinářských žánrů ve sledovaných médiích. U Lidových novin můžeme sledovat téměř shodný poměr vydaných zpráv a komentářů k tématu radarové základny. Naopak Právo a MF Dnes věnovaly komentářům o dvě třetiny méně prostoru než zprávám.

Graf č. 2 Frekvence článků v jednotlivé dny



Graf č. 2 ukazuje frekvenci počtu článků v průběhu času všech sledovaných médií. Můžeme pozorovat, že největší počet článků o tématu radarové základny v Brdech byl ve sledovaném období vydán mezi 5.-12. červnem 2007. Jedná se o období, kdy přijel do České republiky prezident USA George W. Bush na oficiální návštěvu, při které bylo hlavním bodem vyjednávání o výstavbě amerického radaru na území České republiky. Také se konalo několik menších protestů proti plánované výstavbě radaru. Druhé významné období je druhá polovina dubna 2007, kdy Karel Schwarzenberg začíná s USA vyjednávat o možnosti zrušení cestovních víz pro české občany, také přijel do Česka Henry Obering (ředitel americké protiraketové agentury), dále Rusko odmítlo nabídku na spolupráci v protiraketové obraně. Třetí období, kterému se dostalo nejvíce pozornosti ve sledovaných médiích, bylo období v první polovině dubna, kdy proběhlo několik oficiálních vyjednávání mezi českou a americkou stranou o výstavbě radaru. Média také často komunikovala téma zamítnutí amerických cestovních víz dvěma poslancům na plánovaný výjezd na Marshallovy ostrovy.

8.2 Interpretace výzkumné části

8.2.1 Výzkumná otázka O1

O1: Jaké osoby byly ve sledovaných denících citovány a jaký prostor v jednotlivých denících získali političtí příznivci a odpůrci radarové základny?

VO1: Jaký prostor byl věnován iniciativě Ne základnám a jaký byl její obraz ve sledovaných denících?

V kódovaných článcích za sledované období se objevilo celkem 160 osob. Pro tabulku jsme použili proměnné č. 1 (hodnoty 1-3) a č. 8 (hodnoty 1-160). Proč citace? Persvaze bývá v žurnalistických textech často posilována prostřednictvím intertextovosti a právě citace je jedna z jejích forem. Citace zvyšuje autenticitu a kredibilitu novinářského sdělení.¹¹⁸

Tabulku č. 5 jsme upravili tak, že jsme odstranili osoby, které nebyly citovány více jak dvakrát, kromě českých politiků. Celková tabulka zahrnující všechny citované osoby je možné dohledat v příloze diplomové práce. Pro větší přehlednost byly vytvořeny další tabulky. Vzhledem k faktu, že

¹¹⁸JAKLOVÁ, Alena. Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech. [online]. 2002, č. 4 [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7689>

téma radarové základny USA bylo politicky-zahraniční téma, zkoumáme především poměr prostoru politických příznivců a odpůrců radaru ve sledovaných denících. Tabulka č. 6 shlukuje politické osobnosti, které jsou pro výstavbu radaru na území ČR (zahrnuti byli i ti, kteří souhlasili s výstavbou radaru za podmínky zahrnutí radaru jako součásti společné obrany NATO a Tomáš Klvaňa jako zástupce), tabulka č. 7 politické osoby proti výstavbě radaru (zde byli zahrnuti i odpůrci, kteří by o radaru možná uvažovali, ale vyjádřili se, že jednoznačně budou hlasovat proti radaru v zachování jednoty strany), zahraniční politici byli uvedeni v tabulce č. 7 a občanští aktivisté v tabulce č. 8. Pokud se v článku objevilo u jedné osoby více citací, které byly o stejném tématu nebo téma dále neposouvali, byla citace kódována pouze jednou.

Tabulka č. 5 Citované osobnosti

	Médium			Total
	Lidové noviny	Právo	MF Dnes	
Vlasta Parkanová	19	20	18	57
Vojtěch Filip	1	7	0	8
Tomáš Jirsa	1	0	0	1
Karel Schwarzenberg	11	18	25	54
Ondřej Liška	3	7	3	13
Henry Obering	3	9	13	25
Jaap de Hoop Scheffer	3	1	8	12
Tomáš Pojar	5	8	1	14
Antonín Šed'a	2	6	2	10
Michal Hašek	3	1	0	4
Condoleezza Riceová	1	1	1	3
Robert Gates	2	2	0	4
Jiří Paroubek	6	23	13	42
Petr Wolf	2	5	3	10
Vladimir Putin	6	7	7	20
Václav Klaus	5	8	3	16
Jaromír Kohlíček	3	0	0	3
Mirek Topolánek	10	15	14	39
Matěj Stropnický	4	12	2	18
Vítězslav Jandák	1	0	0	1
Andrej Čírtek	2	1	1	4
Richard Graber	3	1	1	5

Jan Tamáš	7	2	4	13
Jana Hybášková	0	1	0	1
Jan Majíček	1	5	0	6
Martin Zrzavecký	0	1	0	1
Martin Bursík	1	5	6	12
Tomáš Klvaňa	13	15	28	56
Victoria Nulandová	1	6	0	7
Kateřina Jacques	1	1	0	2
Petr Kolář	2	2	0	4
Jan Žižka	2	0	0	2
Občan	2	9	12	23
Petr Nečas	0	1	0	1
Přemysl Sobotka	0	1	0	1
Rostislav Slavotínek	0	1	1	2
George Bush	10	9	11	30
Joe Lieberman	4	0	0	4
Alexandr Vondra	2	12	1	15
Petr Bendl	0	1	0	1
Kateřina Konečná	0	1	1	2
Lech Kaczynski	1	2	0	3
Jan Neoral	2	6	1	9
Sergej Lavrov	2	4	0	6
Znamé osobnosti - proti radaru	3	4	2	9
Jiří Maštálka	0	1	0	1
Cyril Svoboda	0	1	0	1
Bohuslav Sobotka	1	4	9	14
Jitka Říhová	0	1	6	7
Jan Vyčítal	2	4	2	8
Lubomír Zaorálek	0	3	1	4
Pavel Čámský	0	4	2	6
Alexandr Černý	0	2	1	3
Vlastimil Sýkora	0	3	1	4
Jiří Čunek	0	4	0	4
Miroslav Ransdorf	0	1	0	1

Miroslav Svoboda	2	9	1	12
Jiří Dienstbier	0	1	0	1
Jan Vidím	0	3	0	3
Jan Hamáček	0	2	1	3
Jaroslav Deml	0	0	1	1
Vladimír Železný	0	0	1	1
Vlastimil Píček	0	8	0	8
Martin Barták	0	1	2	3
Ludvík Hovorka	0	3	0	3
Josef Vondrášek	0	2	3	5
Josef Říhák	0	1	6	7
Josef Hála	0	1	2	3
Pavel Hrubý	0	3	9	12
Zdeněk Samec	0	0	5	5
Pavel Hurt	0	0	4	4
Stanislav Kramosil	0	0	4	4
Neuvedený zdroj	2	6	0	8

Tabulka č. 6 Citování politici pro radar

Osobnost	Lidové noviny	Právo	MF Dnes
Vlasta Parkanová	15	20	14
Karel Schwarzenberg	11	18	25
Petr Wolf	2	5	3
Mirek Topolánek	14	15	18
Alexandr Vondra	2	12	1
Jiří Čunek	0	4	0
Jan Vidím	0	3	0
Martin Barták	0	1	2
Jana Hybášková	0	1	0
Tomáš Jirsa	1	0	0
Přemysl Sobotka	0	1	0
Petr Nečas	0	1	0

Petr Bendl	0	1	0
Cyril Svoboda	0	1	0
Vladimír Železný	0	0	1
Jaroslav Deml	0	0	1
Martin Bursík	1	5	6
Kateřina Jacques	1	1	0
Rostislav Slavotínek	0	1	1
Tomáš Klvaňa	13	15	28
Václav Klaus	5	8	3
Celkem	65	113	99
% z citací celkem	34 %	30,5 %	39,6 %

V tabulce č. 5 můžeme sledovat, jak často jednotlivé deníky citovaly politické představitele, kteří byli pro výstavbu protiraketové obrany na našem území. Právo citovalo příznivce celkem ve 113 argumentech z celkového počtu 371 citací, MF Dnes v 99 případech z 250 citací a Lidové noviny citovaly příznivce 65krát ze 191 citací. Nejpočetněji tedy citovalo politické příznivce radaru Právo. Podíváme-li se ovšem na procentuální hodnocení, pak nejvíce příznivců citovala MF Dnes, celkem z 39,6 % všech citovaných osobností. Lidové noviny z 34 % a Právo z 30,5 % všech citovaných osobností. U Práva a Lidových novin není rozdíl v procentuálním zastoupení příliš výrazný (30,5 % Právo a 34 % Lidové noviny). Srovnáme-li však poměr u MF Dnes a Práva nacházíme rozdíl téměř 10 % v poměru citování politických příznivců radaru.

Z celkového počtu všech deníků byli nejčastěji citovanými příznivci radaru Vlasta Parkanová (KDU-ČSL), Mirek Topolánek (ODS) a Tomáš Klvaňa jako vládní zmocněnec pro radar.

Tabulka č. 7 Citování politici proti radaru

Osobnosti	Lidové noviny	Právo	MF Dnes
Vojtěch Filip	1	7	0
Ondřej Liška	3	7	3
Antonín Šed'a	2	6	2
Michal Hašek	3	1	0
Jiří Paroubek	6	23	13
Matěj Stropnický	4	12	2

Vítězslav Jandák	1	0	0
Martin Zrzavecký	0	1	0
Jan Žižka	2	0	0
Kateřina Konečná	0	1	1
Jiří Maštálka	0	1	0
Lubomír Zaorálek	0	3	1
Alexandr Černý	0	2	1
Miroslav Ransdorf	0	1	0
Miroslav Svoboda	2	9	1
Jiří Dienstbier	0	1	0
Jan Hamáček	0	2	1
Ludvík Hovorka	0	3	0
Celkem	24	80	25
% z citací celkem	12,6 %	21,6 %	10 %

V tabulce č. 7 jsou zaznamenáni všichni citovaní politici, kteří se stavěli proti výstavbě protiraketové obrany v ČR. Největší počet citací odpůrců jsme zaznamenali u deníku Právo, a to v 80 případech z celkového počtu 371 citací, MF Dnes citovala politické odpůrce 25krát z 250 citací a téměř stejný počet Lidové noviny – 24 citací ze 191. Opět musíme zhodnotit procentuální zastoupení, kde můžeme sledovat téměř stejné procento citovaných odpůrců u Lidových novin (12,6 %) a MF Dnes (10 %), Právo citovalo odpůrce radaru téměř o 10 % častěji než v ostatních sledovaných denících. U tohoto závěru můžeme vycházet z politického zařazení deníku Právo, jako spíše levicového a tedy jeho ideové inklinaci k této části politického spektra, která zároveň stála na straně odporu proti radaru.

V celkovém počtu všech deníků byli nejčastěji citovanými politickými odpůrci radaru Jiří Paroubek (ČSSD), Matěj Stropnický a Ondřej Liška (SZ).

Tabulka č. 8 Poměr citovaných odpůrců a příznivců

	Lidové noviny	Právo	MF Dnes
Příznivci radaru	65 34 %	113 30,5 %	99 39,6%
Odpůrci radaru	24 12,6 %	80 21,6 %	25 10 %

Shrneme-li si zastoupení citovaných politických odpůrců a příznivců v jednotlivých denících, můžeme sledovat velký rozdíl především u Lidových novin a MF Dnes, které dávaly jednoznačně

více prostoru příznivcům výstavby radaru. Lidové noviny citovaly celkem 65 příznivců ku 24 odpůrcům a procentuální rozdíl v tomto poměru je 34 % příznivců ku 12,6 % odpůrců. Ještě větší rozdíl můžeme sledovat u MF Dnes – 99 (39,6 %) příznivců ku 25 (10 %) odpůrcům. U deníku Právo pozorujeme rovnoměrnější zastoupení - 113 (28,3 %) příznivců ku 80 (21,6 %) odpůrcům.

Pokud budeme vycházet z hypotézy politických afiliací jednotlivých deníků, je zřejmé, že i ve sledované kauze Mladá fronta Dnes a Lidové noviny inklinují k poskytování většího mediálního prostoru části středo-pravicového a pravicového politického spektra, která stála spíše na straně příznivců radaru. U deníku Právo jsme zaznamenali také větší množství citací ve prospěch radaru, ale zároveň ve srovnání s předchozími deníky sledujeme, že poměr citovaných příznivců a odpůrců byl vyrovnanější.

Tabulka č. 9 Zahraniční politici pro radar

Osobnosti	Lidové noviny	Právo	MF Dnes
George Bush	10	9	11
Condoleezza Riceová	1	1	1
Jaap de Hoop Scheffer	3	1	8
Robert Gates	2	2	0
Total	16 6,4 %	13 3,5 %	20 10 %

Tabulka č. 10 Zahraniční politici proti radaru

Osobnosti	Lidové noviny	Právo	MF Dnes
Vladimir Putin	6	7	7
Sergej Lavrov	2	4	0
Total	8 3,2 %	11 3 %	7 3,7 %

Tabulky č. 9 a 10 ukazují výskyt citací u zahraničních politiků. Jak můžeme sledovat, nejčastěji citovanými zahraničními politiky byli prezidenti Vladimir Putin a George W. Bush. Největší zastoupení obou prezidentů vyplývá z faktu, že byli hlavními aktéry v rozporu mezi USA a Ruskem ve stavbě radarové základny na našem území. I zde se nám potvrdilo rozložení příznivců a odpůrců, viz tabulka č. 8. Lidové noviny a MF Dnes dávaly více prostoru politickým zástupcům USA a NATO. Deník Právo opět poskytl citacím zahraničních politických představitelů rovnoměrnější prostor.

Pokud budeme vycházet z předpokladu, že přímá citace je pro aktéra výhodnějším narativním

zpracováním, než parafráze redakcí a může se stávat vyjádřením náklonosti aktérovi (zejména v kontrastu k parafrázi druhého aktéra), zvyšuje autenticitu a kredibilitu novinářského sdělení, pak usuzujeme, že Lidové noviny a MF Dnes se snažily ovlivnit čtenáře tím, že dávaly více prostoru politickým představitelům, kteří jsou pro umístění radarové základny. Deník Právo můžeme v tomto kontextu hodnotit jako objektivnější.

8.2.1.1 Vedlejší výzkumná otázka O1

VO1: Jaký prostor byl věnován iniciativě Ne základnám a jaký byl její obraz ve sledovaných denících?

Vedlejší otázku č. 1 jsme zařadili proto, abychom zjistili, jaký prostor v médiích dostávala nejvýraznější iniciativa bojující proti výstavbě radarové základny na našem území. Tím získáme bližší obraz, jak objektivně média o kauze radaru informovala. Pro tabulku č. 11 jsme při kódování použili proměnnou číslo 1 a č. 8, pro tabulku č. 12 proměnné č. 1 a č. 16 a tabulku číslo 13 proměnné č. 1 a č. 11.

Tabulka č. 11 Citování zástupci Ne základnám

Osobnost	Lidové noviny	Právo	MF Dnes
Jan Tamáš	7	2	4
Jan Majíček	1	5	0
Total	8	7	4
% ze všech citací	4,2 %	1,9 %	1,6 %

Tabulka č. 12 Výskyt představitelů NZ ve všech argumentech celkem

	Lidové noviny	Právo	MF Dnes
Jan Majíček	2	5	0
Jan Tamáš	8	7	4
Total	10	12	4
% za všech osob	2,6 %	1,9 %	0,9 %

Bylo pro nás překvapující, jak málo prostoru deníky věnovaly zástupcům iniciativy Ne základnám, která byla nejsilnějším uskupením bojujícím proti umístění radarové základny USA na našem území. Tuto výzkumnou otázku jsme zařadili s předpokladem, že jako výrazná iniciativa vymezující se proti radaru, která pořádala mnoho demonstrací a jiných akcí, dostane ve

sledovaných médiích relevantní prostor. Obecně se veškeré iniciativy ve sledovaných denících objevovaly zřídka. Považujeme za zajímavé, že deníky informovaly o konajících se demonstracích, ale málokdy zmínily organizátora nebo zastupujícího představitele.

Z tabulky můžeme sledovat, že ve sledovaných médiích se za iniciativu NZ objevovala pouze jména Jan Majíček (tiskový mluvčí NZ) a Jan Tamáš (bývalý tiskový mluvčí NZ). Lidové noviny citovaly zástupce NZ v 8 případech (4,2 %), Právo 7krát (1,9 %) a MF Dnes 4krát (1,6 %). Tabulka č. 9 zahrnuje všechny zmínky o zástupcích NZ, tedy citace, parafráze, zprávu. Z tabulky lze zjistit, že u Lidových novin stoupl počet nalezených hodnot o 2 a u MF Dnes zůstala hodnota stejná. U Práva se hodnota navýšila o 50 %.

Tabulka č. 13 Obraz Ne základnám

Obraz Ne základnám	Lidové noviny	Právo	MF Dnes
Pozitivní	0	2	0
Negativní	3	0	0
Total	3	2	0

Tabulka č. 13 ukazuje, jak byla komentována iniciativa Ne základnám v jednotlivých denících, jak je možné vidět, opět jsme se setkali s nízkým počtem dat. Data pro vykreslení obrazu iniciativy Ne základnám byla určena tak, že pokud se v argumentu vyskytla zmínka o iniciativě NZ, která by ji hodnotila (komentář), tak bylo určeno, zda je hodnocení pozitivní (hodnota č. 1) či negativní (hodnota č. 2). Lidové noviny komentovaly iniciativu negativně ve třech případech a Právo naopak dvakrát pozitivně.

Výsledkem výzkumné otázky je především zjištění, že zástupci iniciativy Ne základnám dostávali ve sledovaných médiích velice málo prostoru. Jedním z faktorů nízkého mediálního zastoupení iniciativy Ne základnám může být obtížnější přístup neziskových organizací a hnutí do mediálních obsahů. Touto problematikou se například zabývá Klára Dobešová v diplomové práci Konstrukce mediálního obrazu organizace Greenpeace.¹¹⁹ Dalším možným faktorem je, že média upřednostňují oficiální nebo ověřené zdroje. Tato hypotéza vychází ze sociologie zdrojů, kterou se zabývá například Vendula Křížová.¹²⁰

¹¹⁹DOBEŠOVÁ, Klára. Konstrukce mediálního obrazu organizace Greenpeace. Brno, 2008. ISO 690. Bakalářská diplomová práce. Masarykova univerzita.

¹²⁰KŘÍŽOVÁ, Vendula. Zdroje a jejich novináři: Problematika diverzity zdrojů v kontextu sociologie zpravodajství. Praha, 2010. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze.

8.2.2 Výzkumná otázka O2

O2: Která témata ve sledovaných médiích dominovala?

V kódovaných argumentech za sledované období jsme se zabývali sedmnácti hlavními tématy, která média ve spojení s radarovou základnou komunikovala. Která témata média komunikovala, jsme zkoumali vzhledem k jednomu z nástrojů spin doctoringu, a to nastolování agendy (agenda setting), kde o ustavení tématu ve veřejné agendě rozhoduje “framing”, tedy rámcování témat a “priming”, se kterým souvisí zesilující efekt médií tím, že pokud věnují média nějakému tématu zvýšenou pozornost, zvyšují tím v krátkodobém horizontu jeho důležitost.¹²¹ Hypotéza vychází z předpokladu, že média svým výběrem zpráv a témat ovlivňují zájem a vnímání těchto témat publikem.¹²² Zároveň agenda news setting je jedním z nejdůležitějších nástrojů spinu, jak jsme si uvedli v kapitole 3.1. K tabulce č. 14 se vztahují proměnné č. 1 (hodnoty 1-3) a č. 14 (hodnoty 1-17).

Tabulka č. 14 Téma

Téma	Lidové noviny	Právo	MF Dnes	Total
Ohrožení bezpečnosti	14	43	10	67
	3,80 %	6,90 %	2,2 %	4,6 %
Posílení bezpečnosti	39	35	37	111
	10,40 %	5,60 %	8,10 %	7,6 %
Vděčnost	12	4	0	16
	3,2 %	0,6 %	0,0 %	1,1 %
Suverenita	7	9	4	20
	1,9 %	1,4 %	0,9 %	1,4 %
Zdraví	7	10	7	24
	1,9 %	1,6 %	1,5 %	1,6 %
Vztah s Ruskem	64	63	74	201
	17,2 %	10,1 %	16,1 %	13,8%
USA víza, vztah	19	38	31	88

¹²¹MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Vyd. 4. rozš. a přeprac. Překlad Hana Antonínová. Praha: Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-807-3675-745.

¹²²TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. Metody výzkumu médií. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 978-807-3676-834.

	5,10 %	6,1 %	6,8 %	6,0 %
Referendum	39	80	67	186
	10,5 %	12,8 %	14,6 %	12,8%
Protesty	28	35	41	104
	7,5 %	5,6 %	8,9 %	7,1 %
Průzkumy	4	19	7	30
	1,1 %	3,0 %	1,5 %	2,1 %
Radar v Polsku	8	8	1	17
	2,1 %	1,3 %	0,2 %	1,2 %
Jednání o radaru	96	224	136	456
	25,7 %	35,9 %	29,6 %	31,3%
NATO	13	35	26	74
	3,5 %	5,6 %	5,7 %	5,1 %
Finance	5	16	8	29
	1,3 %	2,6 %	1,7 %	2,0 %
Ohrožení přírody	0	4	0	4
	0,0 %	0,6 %	0,0 %	0,3 %
Ostatní	11	13	14	38
	2,90 %	2,10 %	3,00 %	2,60%
Total	379	627	463	1469
	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0%

Tabulka č. 14 zachycuje frekvencovanost jednotlivých témat u sledovaných deníků. Pro výzkumnou otázku jsou nejpodstatnější především témata “Ohrožení bezpečnosti” a “Posílení bezpečnosti”. U tématu “Posílení bezpečnosti” byly kódovány všechny argumenty, které se vztahovaly k informacím a komentářům, které argumentovaly radar jako jistý nástroj pro posílení bezpečnosti České republiky. U sledovaného tématu “Ohrožení bezpečnosti” byly kódovány argumenty, které naopak reflektovaly radar jako možné ohrožení bezpečnosti ČR, jak ze strany “Rogue states”, tak Ruska.

Celkové procentuální a početní zastoupení tématu “Posílení bezpečnosti” je 7,6 % (111 argumentů), ze všech kódovaných argumentů všech deníků. Posílení bezpečnosti je tedy čtvrtým nejfrekvencovanějším tématem ve sledovaných médiích. O tématu posílení bezpečnosti nejvíce

informovaly Lidové noviny, a to v celkovém zastoupení 10,4 % (39 argumentů) ze všech sledovaných témat. U Mladé fronty Dnes je zastoupení tématu 8,1 % (37 argumentů) a u Práva 5,6 % (35 argumentů).

Téma “Ohrožení bezpečnosti” média komunikovala ze 4,6 % (67 argumentů), tedy o polovinu méně než téma “Posílení bezpečnosti”. Ohrožení bezpečnosti je v pořadí sedmé nejčastější téma, které se nejvíce vyskytovalo u deníku Právo – v 6,9 % (43 argumentech). U Lidových novin bylo téma komunikováno ze 3,8 % (14 argumentů) a U MF Dnes pouze ze 2,2 % (10 argumentů).

Při porovnání výsledků shledáváme, že deníky Lidové noviny a MF Dnes častěji nastolovaly téma posílení bezpečnosti radaru, než tomu je ve srovnání s Právem. MF Dnes se o posílení bezpečnosti zmínila ve sledovaných argumentech 37krát (8,1 %) ku 10 (2,2 %), podobný poměr můžeme sledovat i u Lidových novin 39 (10,4 %) ku 14 (3,8 %) pro téma posílení bezpečnosti. Deník Právo se naopak o něco více věnoval tématu ohrožení bezpečnosti, a to 43 ku 35. Téměř stejné výsledky shledáváme u procentuálního poměru témat u všech sledovaných deníků.

Největší zastoupení mělo téma jednání o radaru. Celkem se téma objevilo ve 456 argumentech (31,3 %). Toto téma pro nás není příliš zajímavé. Jednalo se o argumenty, které pouze informovaly o probíhajících (případně minulých či budoucích) jednáních, ale neobsahovaly žádné další téma. Druhým nejfrekventovanějším tématem byl vztah s Ruskem, které bylo zachyceno v 201 argumentech (13,8 %).¹²³ Téma Rusko rezonovalo především proto, že v průběhu sledovaného období (konkrétně na konci dubna) prezident Putin začal hrozit vlastní obranou proti americké základně a na to navázalo mnoho jednání s ruskou stranou. Třetím nejvýraznějším tématem bylo “Referendum”, které jsme kódovali v 186 argumentech (12,8 %).

MF Dnes a Lidové noviny tedy výstavbu radarové základny rámovaly jako pozitivní nástroj k posílení bezpečnosti České republiky. Právo naopak radar rámovalo jako negativní a více se zaměřovalo na možný důsledek ohrožení bezpečnosti ČR způsobený výstavbou radaru.

¹²³U sledovaného tématu “vztah s Ruskem” jsme zvlášť kódovali, pokud šlo o argument, kde Rusko působilo jako možné ohrožení naší bezpečnosti.

8.2.3 Výzkumná otázka O3

O3: Jaké persvazivní verbální prostředky novináři užívali v komentářích?

Pro výzkumnou otázku O3 jsme si předem definovali 13 verbálních prostředků, které Alena Jaklová definuje jako persvazivní verbální prostředky.¹²⁴ Tyto persvazivní prostředky jsme hodnotili v kontextu publicistických textů, konkrétně komentářů. Jelikož komentáře obsahují postoj autora či daného média, je jeho obligatorní funkce persvazivní.¹²⁵ Analýzou dat se pokusíme zjistit, zda se novináři/médium snažili ovlivnit veřejné mínění prostřednictvím komentářů. “Cílem persvaze je formování vědomí recipientů a působení na veřejné mínění”¹²⁶

Pro tabulku č. 15 byly použity proměnné č. 1 (hodnoty 1-3) a č. 15 (hodnoty 1-19). Tato tabulka zahrnuje persvazivní verbální prostředky ve všech kódovaných žánrech. Pro kódování persvazivních prostředků v komentářích jsme použili tabulky č. 16-17. Opět zde pracujeme s proměnnou č. 1 a č. 15, k získání výsledných dat jsme použili dále proměnnou č. 12 (hodnoty 1, 2).

Tabulka č. 15 Persvazivní verbální prostředky

Persvazivní prostředky	Lidové noviny	Právo	MF Dnes	Total
Výzvy	1	6	3	10
Závazky	1	0	0	1
Hodnotící adjektiva	16	27	24	67
Expresivní a emotivní pojmenování	39	53	34	126
Ironie	25	28	9	62
Metafora	8	7	2	17
Paronomázie	0	1	0	1
Figura etimologica	2	1	0	3
Slovní hříčky	5	4	4	13
Řečnická otázka	27	15	29	71

¹²⁴JAKLOVÁ, Alena. Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech. [online]. 2002, č. 4 [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7689>

¹²⁵ Tamtéž

¹²⁶ Tamtéž str. 1

Nespisovná slova	3	6	0	9
Vulgarismy	2	1	0	3
Citace	116	305	194	615
Komparace	22	12	6	40
Ostatní	1	3	4	8
Celkem všech pvp	268	469	309	1046
Nenalezeno	114	154	152	420
Total	384	624	461	1469

Tabulka č. 15 ukazuje přehled všech persvazivních verbálních prostředků, které jsme ve sledovaných médiích kódovali. Výsledky zahrnují všechny žurnalistické žánry, které se v denících vyskytovaly (zpráva, komentář, interview, glosa atd.).

Tabulka č. 16 Persvazivní prostředky Lidové noviny

Lidové noviny	Komentář pro radar	Komentář proti radaru	Total
Výzvy	0	1	1
Závazky	1	0	1
Hodnotící adjektiva	8	0	8
Expresivní a emotivní pojmenování	7	4	11
Ironie	7	1	8
Metafora	3	1	4
Slovní hříčky	0	0	0
Řečnická otázka	7	3	10
Nespisovná slova	0	2	2
Vulgarismy	1	0	1
Citace	0	1	1
Komparace	3	0	3
Total	37	13	50
% ze všech pvp	13,8 %	4,9 %	18,7 %

V tabulce č. 16 můžeme sledovat, že deník Lidové noviny používal více persvazivních prostředků v komentářích vyznívajících ve prospěch výstavby radarové základny na našem území.

Tabulka č. 17 Persvazivní prostředky MF Dnes

MF Dnes	Komentář pro radar	Komentář proti radaru	Total
Výzvy	3	2	5
Závazky	1	0	1
Hodnotící adjektiva	11	4	15
Expresivní a emotivní pojmenování	25	5	30
Ironie	20	8	28
Metafora	2	1	3
Slovní hříčky	0	0	0
Řečnická otázka	15	3	18
Nespisovná slova	0	2	2
Vulgarismy	1	0	1
Citace	4	1	5
Komparace	8	2	10
Total	90 19,2 %	28 6,0 %	118 25,5 %

Tabulka č. 17 ukazuje, že i MF Dnes použila více persvazivních prostředků v komentářích laděných pro radar.

Tabulka č. 18 Persvazivní prostředky Právo

Právo	Komentář pro radar	Komentář proti radaru	Total
Výzvy	1	1	2
Závazky	0	0	0
Hodnotící adjektiva	2	4	6
Expresivní a emotivní pojmenování	4	16	20
Ironie	3	14	17
Metafora	1	0	1
Slovní hříčky	0	0	0
Řečnická otázka	4	0	4
Nespisovná slova	0	1	1
Vulgarismy	0	1	1

Citace	0	2	2
Komparace	3	2	5
Total	18	41	59
	5,8 %	13,3 %	19,1 %

V tabulce č. 18 můžeme sledovat, že Právo použilo více persvazivních verbálních prostředků v komentářích vyznívajících proti výstavbě radarové základny na našem území.

Jak můžeme porovnat v jednotlivých tabulkách, tak Lidové noviny a MF Dnes použily více persvazivních verbálních prostředků v komentářích vyznívajících pro výstavbu radarové základny na našem území. Právo naopak aplikovalo více persvaze v komentářích proti radaru. MF Dnes byla v užívání persvazivních prostředků v komentářích neaktivnější ze všech sledovaných deníků, celkem použila persvazi ve 118 argumentech, Právo v 59 argumentech a v Lidových novinách jsme zaznamenali persvazi v 50 argumentech. Stejně rozdělení můžeme sledovat i v procentuálním zastoupení. Nejčastěji užívaným persvazivním verbálním prostředkem u všech sledovaných deníků byla expresivní a emotivní pojmenování, která působí na emoce recipienta a umocňují efekt sdělení.¹²⁷ Dalším frekventovaně užívaným prostředkem byla ironie, jejíž sémanticky nejprůhlednější formou je uvedení protikladu. Ironie se řadí mezi jazykové komiky, které svými kontrastními lexikálními prostředky vybočují z neutrální spisovné komunikace a porušují tak oficiální jazykovou konvenci.¹²⁸

Pokud vycházíme z předpokladu, že persvazivní verbální prostředky formují vědomí recipientů a působí na veřejné mínění, pak opět docházíme k názoru, že se MF Dnes a Lidové noviny snažily ovlivnit veřejné mínění ve prospěch radarové základny, Právo se naopak snažilo více ovlivnit veřejné mínění proti výstavbě protiraketové obrany.

8.2.4 Výzkumná otázka O4

JO4: Jaký byl obraz kauzy americké vojenské základny na území České republiky ve zkoumaných denících?

Poslední výzkumná otázka zkoumá, jaký byl celkový mediální obraz kauzy protiraketové obrany

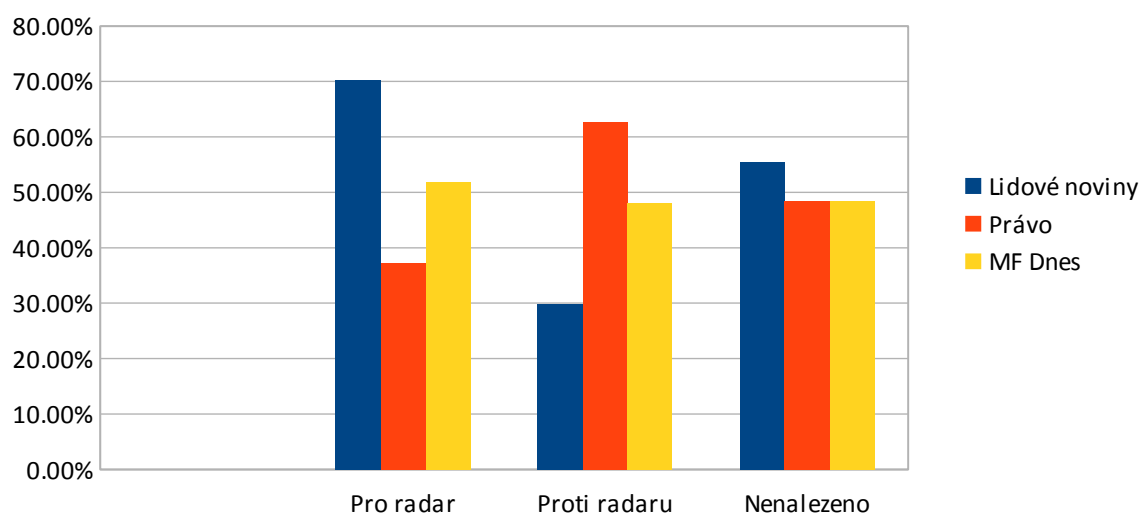
¹²⁷JAKLOVÁ, Alena. Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech. Naše řeč [online]. 2002, č. 4 [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7689>

¹²⁸ Tamtéž

jednotlivých deníků. Při kódování hodnot “pro radar” jsme takto hodnotili všechny argumenty (citace, parafráze, redakční části), které vyznívaly pozitivně pro výstavbu radarové základny. Naopak u hodnot “proti radaru” jsme kódovaly všechny argumenty laděné negativně v kontextu výstavby protiraketové obrany. U hodnot nenalezeno byly kódovány argumenty, u kterých nebyla nalezena explicitní pozitivní či negativní hodnota. Pro následující graf č. 2 a tabulku č. 16 jsme použili proměnnou č. 1 (hodnoty 1-3) a proměnnou č. 17 (hodnoty 1, 2, 99). Zvláště byly kódovány komentáře novinářů a čtenářů. Zde jsme kromě argumentů vyznívajících pro a proti radarové základny kódovali další nalezené komentáře v průběhu analýzy (objevily se argumenty vyznívající negativně vůči iniciativě Ne základnám, a také proti postavení Ruska. U těchto témat jsme pozitivně laděné komentáře nenalezli, proto nejsou v tabulce uvedeny).

V tabulce č. 19 byly kódovány proměnné č. 1 a č. 12 (hodnoty 1-3 a 1-99), v tabulce č. 20 to byly proměnné č. 1 a č. 13 (hodnoty 1-3 a 1-99).

Graf č. 2 Vyznění argumentů



Tabulka č. 19 Vyznění argumentů

Vyznění arg.	Lidové noviny	Právo	MF Dnes	Total
Pro radar	120 31,3 %	120 19,2 %	111 24,1 %	351 23,9 %

Proti radaru	51 13,3 %	202 32,4 %	103 22,3 %	356 24,2 %
Nenalezeno	213 55,5 %	302 48,4 %	247 53,6 %	762 51,9 %
Total	384	624	461	1469
	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Dle grafu č. 2 a tabulky č. 19 se nám opět potvrdilo, že Lidové noviny v člancích dávaly více prostoru argumentům ve prospěch radarové základny na našem území, celkem ve 120 argumentech, tedy 31,3 %. Mladá fronta Dnes v celkovém vyznění kódovaných argumentů dávala téměř stejný prostor oběma postojům – 111 (24,1 %) ve prospěch radaru ku 103 (22,3 %) proti radarové základně. U Práva bylo nalezeno více argumentů negujících protiraketovou obranu USA na našem území – 202 (32,4%) ku 120 (19,2 %).

Tabulka č. 20 Komentáře novinářů

Komentáře	Lidové noviny	Právo	MF Dnes	Total
Pro radar	43	18	27	88
Proti radaru	17	45	3	65
Proti NZ	6	0	0	6
Proti postavení Ruska	16	0	0	16
Ostatní	39	14	1	54
Nenalezeno	263	544	430	1237
Total	384	624	461	1469

Tabulka č. 21 Komentáře čtenářů

	Lidové noviny	Právo	MF Dnes	Total
Pro radar	13	0	5	23
Proti radaru	2	0	1	3
Proti NZ	3	0	0	3
Ostatní	5	0	0	5
Nenalezeno	361	624	455	1395
	384	624	461	1469

Tabulky č. 20 a č. 21 potvrzující závěry z údajů tabulky č. 19. Pouze u Mladé fronty Dnes můžeme sledovat rozdíl, kde výsledný podíl komentářů pro a proti není tak vyrovnaný ve srovnání s tabulkou “vynětí argumentů”, nacházíme zde více argumentů ve prospěch radaru.

Poslední část nám ukázala, že celkové vynětí mediálního obrazu jednotlivých deníků se shoduje s výsledky předchozích zkoumaných otázek. U Lidových novin dominantně figuruje pozitivní vykreslení výstavby radarové základny na našem území, které můžeme sledovat jak v celkovém obrazu, tak při selekci komentářů. MF Dnes v celkovém vynětí všech argumentů dávala příznivcům sice větší prostor, ale pouze v nepatrném poměru, ovšem u komentářů, které mají persvazivní funkci, pozorujeme jednoznačnou inklinaci k pozitivnímu rámování radarové základny. U Práva výrazně převažoval počet negativních argumentů, a to jak v celkovém vynětí, tak v komentářích.

8.3 Shrnutí výzkumných otázek

U první výzkumné otázky jsme zkoumali, jaký mediální prostor poskytují deníky citovaným příznivcům a odpůrcům radarové základny. Z výsledných dat vyplývá, že všechny sledované deníky - Mladá fronta Dnes a Lidové noviny i Právo, poskytovaly více mediálního prostoru příznivcům radarové základny. U Mladé fronty Dnes sledujeme největší výsledný rozdíl v poměru mezi citovanými příznivci a odpůrci, 39,6 % ku 10 % ve prospěch příznivců radaru. Právo v tomto poměru poskytovalo relativně vyrovnaný prostor. Při pokládání výzkumné otázky jsme vycházeli z hypotézy, že citace je možnou formou persvazivní komunikace v žurnalistických textech. V závěrečném zhodnocení první výzkumné otázky soudíme, že Mladá fronta Dnes a Lidové noviny nevyváženě poskytovaly více mediálního prostoru příznivcům radaru. Z toho závěru je možné říci, že se zmíněná média snažila ovlivnit veřejné mínění ve prospěch radarové základny. Právo v tomto kontextu zaujalo objektivnější postoj a poskytovalo vyváženější prostor oběma stranám. Ovšem pokud u deníku Právo porovnáme výsledky první otázky a data celkového vynětí všech příspěvků (citace, redakční části, parafráze) můžeme sledovat výraznou tendenci poskytování většího mediálního prostoru odpůrcům radaru.

Dále jsme se zabývali framingem (rámováním) v kontextu nastolování agendy sledované kauzy. Kromě probíhajících jednání média nejčastěji informovala o vzniklém konfliktu s Ruskem. Pro náš výzkum byla zásadní témata ohrožení bezpečnosti a posílení bezpečnosti v kontextu výstavby radarové základny. U této výzkumné otázky zjišťujeme, že Mladá fronta Dnes a Lidové noviny inklinují k pozitivnímu rámování kauzy radaru. Oba deníky dávaly více prostoru argumentům, které

se zabývaly posílením bezpečnosti postavením radarové základny na našem území. Právo naopak rámovalo výstavbu radarové základny jako možné ohrožení bezpečnosti České republiky.

U předposlední výzkumné otázky jsme se zabývali persvazivními verbálními prostředky v komentářích, které při kódování argumentů explicitně vyznívaly pro nebo proti radaru. Při zkoumání této otázky jsme zjistili, že MF Dnes užívala nejvíce persvazivních prostředků ze všech deníků. Persvazivní komunikace MF Dnes byla mířena ve prospěch radarové základny, stejně jako u Lidových novin. Právo naopak persvazivní komunikaci užívalo častěji při negování radarové základny.

Poslední výzkumnou otázkou jsme potvrdili předchozí závěry o celkovém mediálním obrazu kauzy Radar, prezentovaného sledovanými médii. Dle předpokladu bylo celkové vyznění Mladé fronty Dnes a Lidových novin ve prospěch radarové základny, naopak Právo inklinovalo k argumentům proti výstavbě radaru.

8.4 Diskuze výzkumných otázek

Při výzkumu mediálního obrazu plánované americké protiraketové základny na území České republiky jsme si položili čtyři otázky, jejichž výsledky jsme si shrnuli v předchozí podkapitole. Důležitými ukazateli pro náš výzkum bylo, jakým způsobem média kauzu radarové základny rámovala, zda užívala prostředky k ovlivnění veřejného mínění a jaký byl výsledný mediální obraz kauzy ve sledovaných denících. Shrneme-li poznatky analýzy, můžeme tvrdit, že MF Dnes a Lidové noviny rámovaly kauzu radarové základny jako prostředek k posílení bezpečnosti České republiky, který se potvrzuje i větším mediálním prostorem poskytnutým pozitivním argumentům ve prospěch radarové základny. Zároveň můžeme tvrdit, že obě média využívala persvazivních verbálních prostředků, které mohly ovlivnit veřejné mínění ve prospěch radaru. Právo naopak rámovalo kauzu Radar jako negativní faktor ohrožující naši bezpečnost. U celkového vyznění mediálního obrazu této kauzy Právo poskytovalo více prostoru negativním argumentům a zároveň jsme shledali tendenci ovlivnit veřejné mínění proti výstavbě protiraketové obrany u nás. Jak jsme již zmínili v průběhu analýzy dat, dá se předpokládat, že tento závěr vychází z politického zařazení jednotlivých deníků. MF Dnes a Lidové noviny inklinují k ideové části pravicového politického spektra, které převážně stálo na straně příznivců radaru. U Práva, jako středo-levicového deníku, tedy sledujeme inklinaci proti výstavbě radaru. Musíme ovšem zahrnout i skutečnost, že u všech zkoumaných médií se vyskytují argumenty jak pro, tak i proti radarové základně.

8.5 Polostrukturované rozhovory

Jak bylo uvedeno dříve, výzkumná část se skládá ze dvou segmentů. Nyní navážeme na provedenou obsahovou analýzu interpretací rozhovorů s oslovenými novináři, kteří o zkoumané kauze radar psali. Navázáním na předchozí výzkum bychom chtěli získat komplexnější informace, zda v kauze radarové základny v Brdech byly aplikovány techniky spin doctoringu.

8.5.1 Výběr respondentů

Jak bylo popsáno v předchozí kapitole, kritériem pro výběr novinářů bylo množství zveřejněných článků o kauze protiraketové obrany USA v jednotlivých médiích. Novináře jsme kontaktovali prostřednictvím formálního e-mailu. Celkem bylo osloveno sedm novinářů. V první fázi jsme oslovili novináře, kteří jsou pro náš výzkum nejzajímavější, konkrétně Teodora Marjanoviče (MF Dnes), Terezu Šupovou (Lidové noviny) a Jiřího Roškota (Právo). Od prvních oslovených novinářů jsme nezískali jedinou zpětnou vazbu. Ve druhé fázi jsme byli úspěšnější a získali jsme zpětnou reakci od tří ze čtyř oslovených novinářů. Emailová komunikace pokračovala s Janem Gazdíkem (MF Dnes), Lubošem Palatou (Lidové noviny) a Martinem Hekrdlou (Právo). Je nutné uvést, že všichni zmínění respondenti souhlasili se zveřejněním jejich jmen v diplomové práci.

Na základě výzkumné analýzy mediálních obsahů jednotlivých deníků provedeme rozhovory s novináři, kteří o tématu výstavby radaru v Brdech psali ve zkoumaných denících. Rozhovory nám poskytnou informace, zda se novináři domnívají, že v kauze Radar byly užívané techniky spin doctoringu, nebo zda mají při práci na této kauze osobní zkušenost se spinem.

8.5.2 Cíle výzkumu

Cílem výzkumu polostrukturovaných rozhovorů je zjistit, zda v kauze Radar byly použity techniky spinu k získání souhlasu veřejnosti o jeho plánované výstavbě. Polostrukturovanými rozhovory se pokusím získat co nejvíce informací, které by vypovídaly o záměrné manipulaci. Kromě spinu ve zkoumané kauze radarové základny se zaměříme na faktory, které podle respondentů mohou přispět k snazšímu průchodu práci spin doktorů.

8.5.3 Faktory sběru dat

Všem uvedeným respondentům byly zaslány stejné emaily s argumenty k rozhovoru a okruhy témat, která by nás v rozhovoru zajímaly. Jan Gazdík a Luboš Palata s projeveným entuziasmem s rozhovorem souhlasili. Martin Hekrdla rozhovor odmítl s tím, že kauza radarová základna je staré téma: “To je tak dávno, že už si nic nepamatuju!” Hekrdla v emailu nakonec velmi stručně odpověděl na jeden ze zasláných okruhů, odpověď si uvedeme v analýze dat získaných z rozhovorů. Celkem tedy byly provedeny dva osobní rozhovory “tváří v tvář”. Jsme si vědomi, že je to malý počet respondentů, ovšem zbývající oslovení novináři na prosbu o poskytnutí rozhovoru nereagovali. Cílem této analýzy byl také rozhovor s aktéry možného spin doctoringu. Pokoušeli jsme se kontaktovat Tomáše Klvaňu na získané telefonní číslo, to se ovšem ukázalo jako nefunkční, e-mailový kontakt nebyl nalezen. Získané poznatky tak vnímáme spíše jako ilustrativní doplnění kvantitativní obsahové analýzy, o podmínky produkce obsahů věnovaným otázce radaru.

Byla použita forma rozhovoru dle návodu s předem specifikovanými tématy, jak jsme uvedli v podkapitole 7.3 Metody výzkumu.

8.6 Analýza rozhovorů

V této části rozebereme rozhovory s jednotlivými respondenty. Odpovědi novinářů byly často velmi rozsáhlé, proto jsme vybrali pouze ty části, které se vztahovaly ke zkoumanému tématu. Analýzu jsme rozdělili do třech částí, které si v následujícím textu rozebereme.

8.6.1 Spin v českém prostředí

V první části analýzy rozhovorů se budeme zabývat otázkou, zda v českém prostředí dochází k manipulaci se záměrem ovlivnit veřejné mínění skrze média a uvedeme si osobní zkušenosti novinářů s praktikami spinu.

Nejdříve se zaměříme na faktory, které dávají snazší průchod manipulaci a ovlivňování veřejného mínění skrze média. V teoretické části diplomové práce jsme se zabývali právě tímto tématem, tedy spin doctoringem v kontextu novinářské práce. Zkoumali jsme především spolupráci novinářů a spin doktorů, vycházející z dnešních podmínek žurnalistické práce, na kterou je kladen tlak v rychlosti a počtu produkce zpráv a celkovém zrychlování zpravodajské práce. Faktory

vyvíjeného tlaku na práci novinářů je zrychlený tok informací způsobený nárůstem počtu online médií, prudké technologické změny v produkci zpravodajství, internetizace atd. Například Rodney Tiffen se zabývá v tomto kontextu pasivitou novinářů, která vede k snadnému ovlivňování výsledných zpráv spin doktory. Vysvětluje, že problémem manipulace s informacemi není práce spin doktorů, ale právě nedostatečná aktivita novinářů v ověřování informací a shánění vlastních zdrojů.¹²⁹

Výsledky analyzované části rozhovorů zabývající se tímto tématem můžeme na úvod shrnout jednou z vybraných citací:

Luboš Palata: “Když budu přemejšlet nahlas, tak ta manipulace vlastně dneska nemotivuje tím, že byste z toho měla nějaké hmotné výhody nebo tak. Ale jenom tak, že dostanete nějakou skvělou informaci, a tu si pak třeba nedostatečně ověříte a musíte ji příliš rychle dostat do novin.”

Zveřejňování manipulativních informací novináři může být způsobeno několika faktory. Jan Gazdík například v tomto kontextu vidí i mezigenerační rozdíl v práci novinářů.

Jan Gazdík: “Pasivita a lenost, je jedno s druhým. Já jsem teda ze starý školy. Já pamatuju, když editor lítal s obtahem a byl v montérkách, dneska je editor inženýr, tenkrát se dělal ještě horká sazba. Mobily žádný nebyly. Tady jsou mladí kluci, velmi schopní, jazykově vybavení, což jsem já nebyl, ale ty seděj furt jenom u počítačů. Já jsem tu minimálně 1-2 dny v týdnu, jinak jsme furt v terénu. Jezdím, získávám informace a ta současná novinařina je, že máte na všechny mobil. Na předsedu vlády máte mobil. To potom vede k neověřování informací a zveřejňování nepravdivostí.

Jan Gazdík tedy upozorňuje na to, čemu se ve své studii věnuje Rodney Tiffen, tedy pasivitu a lenost některých novinářů. Novým pohledem k této problematice je zmíněný mezigenerační rozdíl, kdy mladá generace novinářů může být zvyklá svou práci odvádět pomocí moderních technologií, u kterých chybí faktor osobního prožití (netvrdíme, že tomu tak není u starších generací novinářů). Možnost práce s internetem a mobilními telefony má za následek přibývající počet novinářů, kteří pracují od počítače, a do “terénu” jich vyráží stále méně.

¹²⁹ TIFFEN, Rodney. Under (spin) doctor's orders. Theage.com.au [online]. 2014 [cit. 2014-07-10]. Dostupné z: <http://www.theage.com.au/articles/2004/10/20/1097951764549.html?from=storylhs>

Důsledkem zmíněných tlaků na novináře a práce odváděné převážně od stolu může být neověřování informací, které může vést k publikaci i nepravdivých informací skrze zdroj (PR pracovníky, spin doktory, a další mediální poradce).

Luboš Palata se u problematiky zveřejňování neověřených či nesprávných informací zabývá nízkou profesionalitou a odbornou neznalostí novinářů, ale také utvořenými vztahy mezi novináři a jejich zdroji, které mohou ovlivnit objektivitu novinářské práce:

Palata: “V médiích jde o to, že pracujete s takovým materiálem, se kterým pracujete a novináři většinu blbostí nenapišou proto, že by to chtěli napsat, ale protože prostě o tom nic nevědí. Protože kvalita novinářů je taková, jaká je, můžete jim předložit nějaká fakta a scénáře, které neseďte a oni to pak neodhalejí. Ale on je problém jim i vysvětlit, jak to doopravdy je. Tenhle problém, a zvláště jestli máte protiraketovou obranu, která je nějakou součástí nebo polovinou nějaké raketové základny....tak jenom vysvětlit takový věci, že radar není zdravotně závadnej. Neříkám, že ti novináři nejsou neúplatní, ale rozhodně nejsou uplácení přes nějakou vládní kampaň. Samozřejmě existují nějaký přátelský vztahy, existuje nějaká míra kontaktů, míra důvěry. Když máte člověka, který vám poskytuje zajímavý informace několik let, tak se obtížně píše, že je zločinec, to už musí bejt. Když už je nejhůř, tak to potom napíšete.

Oba citovaní novináři se tedy dotýkají problematiky zveřejňování neověřených a klamavých informací, způsobené jak pasivitou novinářů, novými technologiemi, neprofesionalitou a neinformovaností novinářů, ale i jistým prvkem solidarity ve vztahu novinář/zdroj. Tyto faktory tak dávají snazší práci spin doktorům, kteří tak mohou prostřednictvím médií ovlivňovat veřejné mínění ve prospěch jejich klienta.

V tomto kontextu se novináři vyjádřili i o osobních zkušenostech s technikami spinu. Techniky spinu jsme rozebrali v kapitole 3.1.

Jan Gazdík má osobní zkušenosti především s technikou nabídky exkluzivních zpráv z prostředí korporátního spinu:

“Stalo se mi to několikrát, že jsem byl někam pozvanej a potom mě ty firmy chtěly žalovat za to, že jsme napsal jinak než si oni představovali. To bylo jednou vojenské

téma. Někam mě pozvali, přišel i někdo další, ale oni řekli, že tohohle člověka tady nechtějí, tak on odešel... a oni mi dali opravdu velkou nalejvárnu ohledně toho, že armáda se ocitla v nouzi, že nebyly ty polní maskovací uniformy. Dali mi opravdu supr informace, exkluzivitu, ale já jsem zavolał ještě někam jinam a zjistil jsem, že je to průmyslová lobby, která si diktuje, za jakých podmínek to bude armáda kupovat, a to jde z našich kapes. Byly to velmi výhodné podmínky, ale jenom pro ně. Takže já jsem vzal ty informace, pracoval jsem s nima, protože v několika směrech byly opravdu zajímavý, ale napsal to po svém. Výsledek byl to, že mě volali do redakce a chtěli podat žalobu.

Luboš Palata se ohledně praktik manipulace vyjadřuje více obecněji:

“Dějou se různé pokusy. Občas vám někdo zkusí přihrát nějakou informaci. Nebo vám řekne, tohle bych potřeboval do novin. Většinou tyhle pozice jsou obsazovány bejvalejma, většinou neúspěšnejma novinářema, taky jejich úroveň tomu odpovídá. Někdy je to spíš zoufalý, než že by vás to zaujalo.“

Oba novináři rozvádí názor, že manipulace skrze média je velmi často směřována přes vedení redakcí, které pak může po svých zaměstnancích požadovat určité vyznění zpravodajských výstupů.

Luboš Palata: “Ono se to děje v jiných patrech, než že by se zas tak působilo na jednotlivý lidi. Spíš na majitele. Teď je na tom majiteli, jestli do toho půjde nebo nepůjde.”

Palata se dále zmiňuje, že jedním z důležitých faktorů manipulace skrze média je i finanční prosperita médií: “My jsme měli výhodu, že jsme měli slušný německý majitele, který těmhle manipulacím hodně odolávali. Mafra, jako firma, byla výdělečná až do minulého roku. To vám taky umožní mít tu pozici daleko tvrdší proti těmto tlakům.”

Jan Gazdík uvádí osobní zkušenost s manipulací nadřizovaného, opět spin přichází z korporátního prostředí.

“Psal jsem o nějakym produktu... po svym. Šéf tý firmy přišel, šéfredaktora Ševčíka poblouznil, na čem se dohodli, to nevím. Já jsem přišel a tu kauzu dělal někdo jinej. Já

jsem mu říkal: “Co to děláš?” A on že už je to jeho kauza, tak já mu říkám - odcházím. Potom záleží na šéfredaktorovi, kterej se nechá oblbnout a něco tím získá. A potom už je to na vaší odvaze, že sice ty informace přijmete, ale potom si napíšete, jak to cítíte.”

Oba novináři dokládají, že v českém prostředí probíhá určitá forma manipulace skrze média využívající techniky spin doctoringu. Ať už přímo přes novináře, šéfredaktory nebo majitele mediálních společností.

8.7 Manipulace v kauze Radar

V kontextu zkoumané kauzy plánované výstavby radarové základny na našem území se v této části analýzy pokusíme odhalit, zda při komunikaci administrativy George W. Bushe a české vlády probíhala manipulace veřejného mínění skrze média.

8.7.1 Komunikační strategie USA

Nejdříve se zaměříme na komunikaci ze strany administrativy George W. Bushe. Poodhalíme, zda pro potřeby ovlivnění veřejného mínění v Česku USA užívaly manipulativní techniky, kterými by získaly souhlas domácí a zahraniční veřejnosti ke stavbě radaru.

K této části analýzy rozhovorů je nutné dodat, že oba respondenti byli postojově zcela pro výstavbu radarové základny na našem území. Také musíme vzít v úvahu jejich působení pro deníky Mladá fronta Dnes a Lidové noviny, které z výsledků obsahové analýzy podporovaly výstavbu radaru.

U analýzy komunikačních strategií USA jsme pracovali s pohledem Jozefa Ftorka, který se domnívá, že argumenty USA pro výstavbu radarové základny na našem území nebyly pravdivé. Hlavní argumentací byla ochrana před darebáckými státy, a to nejenom USA, ale i částí Evropy včetně České republiky. Ftorek uvádí, že časem se tyto argumenty ukázaly jako účelové a ničím nepodložené.¹³⁰

Oba novináři se shodují, že ze strany USA nedocházelo k žádným manipulativním technikám při

¹³⁰ FTOREK, Jozef. Public relations a politika: kdo a jak řídí naše osudy s naším souhlasem. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 184 s. Politologie (Grada). ISBN 978-802-4733-760.

snaze prosadit výstavbu radarové základny. Po rozvinutí diskuze o argumentech USA Jan Gazdík připouští, že USA pod zmíněnými důvody skrývala pouze své zájmy, čímž se částečně potvrzuje hypotéza, že administrativa George Bushe nepřesně argumentovala důvody k výstavbě radarové základny na našem území.

Jan Gazdík se vyjadřuje k otázce, zda administrativa George manipulovala s veřejným míněním: “Já si myslím, že rozhodně nedocházelo k manipulaci. Oni tady prováděli jenom takovou docela zajímavou propagační a vysvětlovací akci. Např. se pamatuju tiskové konference, ale nejvíc mě zaujala ta diskuze v parlamentu, kdy my jsme se tam toho účastnili, kde řekli všechny pro a proti a všechna rizika. Potom teda novináři museli v určitém momentu odejít, protože se to týkalo nějakých tajných záležitostí a mohli tam být jenom poslanci, kteří mají bezpečnostní prověrku. Na můj vkus, pokud se teda pamatuju se zpětnou platností, Američané to dělali velice nenásilně i americké velvyslanectví. Prostě nabízeli určité řešení, je to na vás, jak se rozhodnete. Něco jiného je, jak se toho chopila česká strana.“

Luboš Palata: Pokud jde o argumentaci Američanů, tak tam bylo jediný slabý místo, že se nepřipouštěla ta hrozba z Ruska. Nepřipouštěla se proto, protože Rusko bylo partnerem v určitých protiteroristických operacích. Jinak k manipulaci nedocházelo.

Při podrobnějším rozvedení argumentů pro výstavbu radaru ze strany USA jsme se dostali ke zmíněné sporné argumentaci ochrany před darebáckými státy.

Jan Gazdík připouští, že argumentace USA nebyla přesná: “Každopádně Američani říkají: “Je to vaše ochrana”, ale byla to, a teď nevím, jestli na prvním místě, ale minimálně na stejném místě, ochrana Američanů v Evropě. Američané mají v Británii, Německu, Itálii tisíce vojáků. Jsou to tisíce vojáků a ten radar měl samozřejmě ochránit Američany a americké zájmy, to si nedělejme iluze a takhle je to vždycky.

Luboš Palata: “Já tady v Česku jako novinář cejtil problém, že ta hrozba, která se vydávala jako důvod pro stavbu té raketové obrany byla prostě příliš imaginární. Nevíme jestli hrozba Íránu byla reálná, vývoj íránského raketového systému a vývoj nukleárních zbraní v podstatě běží dál. Byl zpomalenej úspěšným působením Mosadu, kterej jim zlikvidoval informační systém, zabil jim nějaký ty nukleární vědce, ale byl

jenom zpomalen. Dále však spekuluje, že hrozba bombových útoků ze strany Íránu je možná a potvrzuje, že protiraketová obrana Bushovy administrativy by sloužila k ochraně USA i Evropy a tedy i České republiky.

Můžeme si povšimnout, že první reakcí dotazovaných novinářů na otázku, zda si myslí, že administrativa George Bushe manipulovala, překrcovala nebo upravovala informace a argumenty tak, aby prosadila protiraketovou obranu na území ČR, bylo jasné negování takového jednání ze strany USA. Luboš Palata následně o reálnosti hrozby ze strany darebáckých států spekuluje, v konečném vyznění však tuto možnost připouští. Jan Gazdík nepopírá hrozbu rough states, před kterou by měla být chráněna i Evropa, v průběhu rozhovoru se však dostáváme k názoru, že záměrem USA byla především ochrana Američanů v Evropě.

Z analýzy citací se naše hypotéza potvrzuje vzdáleně, ale z informací Jana Gazdíka můžeme soudit, že administrativa George Bushe mohla záměrně pozměnit rétoriku argumentů k prosazení svých cílů.

8.7.2 Komunikační strategie české vlády

V předposlední části analýzy rozhovorů se zabýváme komunikační strategií české vlády, kterou zvolila k prosazení výstavby radarové základny na našem území. Podrobnosti kampaně byly rozebrány v předchozí kapitole.

Oba novináři se shodují především na neprofesionalitě a špatném pojetí celé kampaně, kterou česká vláda zvolila. Následující sada citací ukáže, jak novináři vnímali komunikační strategie české vlády. Hodnotí jednotlivé body, které považují v kampani za zásadní.

Jan Gazdík: “Česká vláda ta to zmatlala úplně, takže to vyznělo až jako manipulace.

Tomáš Klvaňa byl můj kolega z Mladé fronty. To je novinář a potom dělal Klausovi mluvčího. Slušnej vzdělanej kluk, ale mediálně naprosto neobratnej. Nevím, jak mu to mohli svěřit. On to přednášel příliš akademicky, když s ním o tom někdo polemizoval, tak v něm viděl protivníka. Nesnažil se to vysvětlovat. Byl příliš proamerickéj.

Luboš Palata shledává jako překážku v prosazení radaru více faktorů: “Bushova administrativa přišla s tímto nápadem ve chvíli, kdy se ukázalo, že důvody pro válku v

Iráku byly smyšlený. Kdy u vaší mladší generace vznikl nějaký nový antiamerikanismus, který je na vlně zklamání z téhle lži. To české prostředí na to nebylo vůbec připravený. Ani česká vláda, český veřejněprávní sdělovací prostředky. Do toho přišlo najednou to, že jsme zjistili, že Rusko není ten partner a je velmi silný a tvrdý nepřítel s velmi silnými komunikačními možnostmi, s překvapivě velkým zázámkem svých spojenců od Komunistické strany přes ČSSD, Jana Kavana, lidí, kteří dokázali ovlivňovat pacifistické a mírové hnutí”.

Luboš Palata se vyjadřuje k otázce, zda vláda manipulovala s veřejným míněním či používala jiné techniky k prosazení radarové základny u veřejnosti:

“Jediná manipulace, která byla z mého pohledu zjevná, bylo, že chtěli uplatit těma rozvojovými projektama vesnice v těch Brdech. To je věc, která se ale dělá. Přijde mi to přirozený, jako když vesnice v okolí Dukovan žijou z toho, že tam mají tu atomovou elektrárnu a dostávají od nich obrovské peníze do obecního rozpočtu. Tak mi přišlo přirozený, že vláda nabídla nějakou kompenzaci v Brdech.“

Palata: “Pokud jde o tu informační kampaň, tak já si myslím, že to ovlivňování ani nemuselo bejt. Když si vezmete průřez veřejnoprávních médií s výjimkou Práva, tak Český rozhlas a tak, to píšou lidi mé generace a my jsme generace 89. Pro nás tady mít americké vojáky, to byl sen. Lidi, kteří říkali, že tím budeme zbytečně dráždit Rusy, byla jen opravdu menšina. Problém nebyl s médiem, problém byl, jak přesvědčit to normální obyvatelstvo. Argumentační základna byla velmi slabá z mnoha ohledů a vládní kampaň nám teda fakt moc nepomohla.“

Důležitou postavou celé kauzy byl pro náš výzkum Tomáš Klvaňa, který v kauze figuroval jako mediální zástupce vlády pro radar. V tomto kontextu jsme se zabývali otázkou, zda mohl Klvaňa figurovat v kauze jako spin doktor. Musíme podotknout, že oba novináři mají s Tomášem Klvaňou osobní vztah.

Jan Gazdík: “To byl státní úředník, který byl placený za svou práci a dělal ji špatně.....”

Další citace se vztahuje k dotazu, zda byl někdy Klvaňou kontaktován: “On ne jakože

osobně, ale je pravda, že tím, jak jsem dělal v Mladé frontě, tak oni velmi MF preferovali. Na vládě byly nějaké schůzky a oni si vybrali několik médií, Gazdík z Mladé fronty, někoho z Hospodářských novin, ČTK tam byla vždycky, kde se snažili nám nabídnout nějaké exkluzivní informace, ale je možný, já jsem ty články od té doby nečetl, je možné, že se na to budu dívat dneska kritičtěji. Že jsem je mohl napsat jinak.”

Luboš Palta: “Celý to bylo podle mě nešťastný. Jak ta pozice, tak ten název vládní zmocněnec. Myslím si, že to měla bejt opravdu prioritní věc celé vlády. Delegovat to tímto směrem nebyl šťastný nápad. Tomáš Klvaňa je “tvář radarové kampaně” byl taky nonsense.”

Shrneme-li výsledky analýzy v této části, zjistíme, že česká vláda dle dotazovaných novinářů nemanipulovala s veřejným míněním, aby prosadila výstavbu radarové základny na našem území. Zajímavé momenty shledáváme ve dvou citacích, které se vztahují k závěrům obsahové analýzy v předchozí kapitole, že Mladá fronta Dnes a Lidové noviny inklinovaly k produkci zpráv ve prospěch radarové základny víc, než tomu bylo u Práva.

Palata: “..myslím, že to ovlivňování ani nemuselo bejt. Když si vezmete průřez veřejnoprávních médií s výjimkou Práva, tak Český rozhlas a tak, to píšou lidi mí generace a my jsme generace 89. Pro nás tady mít americké vojáky, to byl sen. Palata zmiňuje, že Právo se v mediální prezentaci zabývalo více negací radarové základny.

Gazdík: “.. je pravda, že tím, jak jsem dělal v Mladé frontě, tak oni velmi MF preferovali. Na vládě byly nějaké schůzky a oni si vybrali několik médií, Gazdík z Mladé fronty, někoho z Hospodářských novin, ČTK tam byla vždycky, kde se snažili nám nabídnout nějaké exkluzivní informace.”

Gazdík se zde zmiňuje o preferenci MF Dnes při prezentaci radarové základny vládou, a o nabídkách exkluzivních informací, které v našem kontextu můžeme chápat jako možnou manipulaci, která by mohla ovlivnit veřejné mínění. Také sledujeme opětovné potvrzení obsahové analýzy, že MF Dnes a Hospodářské noviny se stavěly více ve prospěch radaru. Luboš Palata považuje za možnou manipulaci nabízenou kompenzací pro města, kterých se výstavba radarové základny týkala.

8.7.3 Ovlivňování novinářů

V poslední části analýzy rozhovorů jsme se dotazovali, zda se novináři v kauze radarové základny setkali s manipulací jejich práce, ať ze strany mediálních poradců, tak nadřízených.

Luboš Palata: “Popravdě řečeno, on mi tenkrát ani moc nevolal (Tomáš Klvaňa). Jednu tiskovku jsme s ním absolvoval. Takže oni to dělali spíš lidi, kteří měli na starosti armádu, což byla možná chyba, protože to nebylo prostě jenom armádní a vlastně ani ta média to nedokázala uchopit, že je to nějaký širší problém. Ale fakt si nevzpomínám, že bych jel někam do Brd, to ani náhodou.” Palata neguje i zkušenost, že by byl osloven svým nadřízeným, aby upravit vyznění článku nebo nějaké informace o radaru v Brdech.

Ani Jan Gazdík nebyl v kontextu radarové základny kontaktován žádnou osobou, která by mu nabízela exkluzivitu, ani se neseťkal s tlakem od nadřízeného.

Zde můžeme dodat i odpověď Martina Hekrdly z deníku Právo, který má stejnou zkušenost jako ostatní novináři:

“Pokud jde o ovlivňování, živá duše se mne nepokusila ovlivnit, poněvadž mne všichni dobře znají a investovat třeba jen trochu času do marného konání (v této i ve všech ostatních kauzách "vyššího zájmu") se jim nechce.”

Shrneme-li si výše uvedené výpovědi novinářů z poslední části výzkumné otázky, zjistíme, že žádný z dotazovaných novinářů se neseťkal s manipulací ani nátlakem na jejich osobu při práci na kauze plánované výstavby radarové základny na našem území.

8.8 Souhrnná interpretace rozhovorů

Rozhovory pořázené s novináři byly tematicky vedené k získání poznatků o spin doctoringu v kauze radarové základny. Snažili jsme se získat co nejvíce informací, které by mohly vést k indiciím o záměrné manipulaci s veřejným míněním. Novináři byli předem obeznámeni o tématu rozhovoru. Vzhledem k zvolené metodě kvalitativního výzkumu – polostrukturovaným rozhovorům, jsme si předem připravili hlavní témata pro náš výzkum. Respondenti často odpovídali

na položené otázky ze široka, pro potřebu výzkumu jsme použili nejzajímavější části vztahující se k danému tématu – spin doctoringu v kauze Radar. Výzkum samotný však nese jisté limity, které ho omezují v aplikovatelnosti závěrů. Omezení výzkumu uvedeme v následující podkapitole.

Rozhovory byly uskutečněny se dvěma novináři, kteří ve zkoumaném období působili v Mladé frontě Dnes a Lidových novinách, u kterých jsme na základě obsahové analýzy došli k závěru, že svým obsahem inklinují spíše pro výstavbu radarové základny.

V prvním okruhu otázek jsme se zajímali o všeobecné působení spin doctoringu v českém prostředí, které jsme zkoumali na základě teoretické části, kde věnujeme spin doctoringu v kontextu žurnalistické praxe. V této souvislosti nás zajímaly také faktory, které dávají průchod spinu skrze žurnalistickou praxi. Zde se nám ověřila hypotéza, že jedním z faktorů je možná pasivita novinářů. Novináři zmiňují jako možné činitele produkce manipulativních informací internetizaci médií, možnosti využívání moderních technologií k novinářské práci, nízkou kvalitu žurnalistů, ale i vybudované vazby, které si novinář se zdrojem informací vytvoří, což může ovlivnit objektivitu jeho práce.

V další části se zabýváme hlavní výzkumnou otázkou, a to zda v kauze radarové základny byly použity techniky spin doctoringu za účelem ovlivnění veřejného mínění ve prospěch radaru.

Nejdřív jsme zkoumali, zda USA užívaly manipulativní argumenty pro potřeby ovlivnění veřejného mínění a získání souhlasu pro stavbu radarové základny. Hypotéza, kterou jsme stavěli na argumentech Jozefa Ftorka, se potvrdila pouze okrajově. Vzhledem k nízkému počtu relevantních dat můžeme tuto hypotézu považovat spíše za nepotvrzenou. Můžeme tedy předpokládat, že USA nemanipulovala ani nepřekrcovala argumenty a informace o radarové základně tak, aby získala souhlas veřejnosti. V další části hlavní výzkumné otázky jsme navázali na předchozí část, nyní nás ovšem zajímala strategie české vlády. Ani zde se nám však nepodařilo získat relevantní fakta, která by poukazovala na manipulaci s veřejným míněním.

Poslední část hlavní výzkumné práce byla pro náš výzkum nejpodstatnější. Závěrem této části je, že dotazovaní novináři se nesečkali s manipulací ani nátlakem, které by se vztahovaly k ovlivnění veřejného mínění v kauze Radar. Shrneme-li kvalitativní část výzkumu, můžeme říci, že v kauze Radar pravděpodobně nebyly použity techniky spinu, které by byly použity k získání souhlasu veřejnosti s výstavbou radarové základny. K závěru je ovšem potřeba doplnit diskuzi, která zohlední

faktory výzkumu a také limity, kterých jsme si u výzkumu vědomi.

8.9 Diskuze

Cílem výzkumu kvalitativních polostrukturovaných rozhovorů bylo zjistit, zda během kampaně české vlády, která měla přesvědčit veřejnost o pozitivěch radarové základny, byly použity techniky spin doctoringu. Výsledky analýzy nepotvrdily, že by v kauze Radar docházelo k záměrné manipulaci s veřejným míněním. V diskuzi výsledků však musíme brát zřetel na několik faktorů. Kromě jistých limitů, které uvádíme níže, je nutné zohlednit fakt, že oba respondenti byli příznivci výstavby radarové základny a pracovali pro deníky, které spíše inklinovaly k pozitivní prezentaci radarové základny. Dalším faktorem, který mohl ovlivnit výsledky výzkumu, je blízký vztah, který mají oba novináři s Tomášem Klvaňou, kterého jsme zařadili do výzkumu s hypotézou, že by mohl zastávat pozici spin doktora. Vzhledem k těmto faktorům a limitům výzkumu nemůžeme závěry naší kvalitativní analýzy považovat za relevantní a aplikovatelné, ale pouze za orientační.

8.10 Limity výzkumu

Jak jsme již zmínili, jsme si vědomi jistého limitu, který přináší velikost vzorku respondentů této kvalitativní analýzy. Vzhledem k malému počtu dotazovaných novinářů víme, že výsledná data získaná z rozhovorů nejsou dostatečná k tomu, abychom utvořili relevantní závěr. Proto je nutné považovat výzkum pouze za orientační. Nedostatečný počet respondentů byl způsoben žádnou odezvou čtyř ze sedmi oslovených novinářů, také bereme v potaz i možnost neaktuálnosti zkoumaného tématu. Dalším důležitým limitem je, že pro výzkum nemáme relevantního respondenta, který by působil v deníku Právo, nebo který byl svým postojem proti výstavbě radaru, předpokládáme, že bychom tak mohli získat zajímavější poznatky o možném spin doctoringu v kauze Radar.

8.11 Shrnutí výzkumu

Cílem kvantitativní obsahové analýzy a polostrukturovaných rozhovorů bylo nalézt ukazatele a informace, které by mohly vypovídat o úmyslné manipulaci s veřejným míněním k získání souhlasu a podpory veřejnosti pro výstavbu protiraketové obrany na území České republiky.

Výzkum spin doctoringu je obtížný, jelikož samotnou podstatou technik spinu je, aby působily

nenápadně a pokud možno nebyly odhaleny. K výzkumu jsme zvolili dvě možné cesty, jak poodhalit, zda v kauze Radar byly použity techniky spin doctoringu.

Přínos obsahové analýzy je jistě objektivita metody, jejíž výsledky jsou nezávislé na výzkumníkovi. Proto můžeme považovat získaná data do určité míry jako faktická. Výzkum sledoval postavení tématu radaru napříč sledovanými médii. Zkoumali jsme, jakým způsobem média rámovala téma radaru, zda užívala prostředky k ovlivnění veřejného mínění a jaký byl výsledný obraz kauzy ve sledovaných denících. Jak jsme si shrnuli v závěru výzkumu, z poznatků získaných z analýzy mediálního obsahu sledovaných deníků můžeme tvrdit, že MF Dnes a Lidové noviny rámovaly výstavbu radaru jako nástroj k posílení bezpečnosti Česka, kdežto Právo naopak rámovalo protiraketovou obranu jako prostředek ohrožující naši bezpečnost. Z výzkumu vyplývá, že všechna média užívala v jistém množství persvazivní komunikaci, kterou mohla ovlivnit mínění veřejnosti. MF Dnes a Lidové noviny užívaly persvazi ve prospěch radaru, u Práva jsme sledovali tendenci užívání persvazivních verbálních prostředků v argumentech proti výstavbě radaru. U výsledného obrazu kauzy se nám potvrzuje stejná tendence, MF Dnes a Lidové noviny dávaly více prostoru argumentům pro výstavbu radaru, Právo naopak proti.

Pro komplexní analýzu spin doctoringu v kauze Radar byly provedeny rozhovory s novináři, kteří pracovali ve sledovaných denících na tématu protiraketové obrany. Výsledky analýzy rozhovorů nepotvrdily, že by v kauze Radar byly použity techniky spinu k záměrnému ovlivnění veřejného mínění. Jak bylo zmíněno v závěru kvalitativní analýzy, jsme si vědomi jistých limitů a omezení této části výzkumu.

Metoda obsahové analýzy nám sice nemůže poskytnout jednoznačné závěry, zda ve sledované kauze byly užity techniky spinu, ale závěry naší analýzy mohou otevřít prostor pro další případný výzkum. Na základě těchto závěrů lze provést další rozhovory s dostatečným počtem respondentů, které by mohly přinést objektivnější závěry.

9. Závěr

Spin doctoring je manipulativní technika, která se využívá především v politických kruzích, korporátních firmách a médiích. Vznikla v 80. letech minulého století v USA. Ačkoliv u nás tento pojem není příliš rozšířený, s technikou jako takovou se zde setkat můžeme. Představuje například záměrný výběr informací, které podporují zastávaná východiska, aniž by byl brán v potaz celkový situační kontext, odklad zveřejňování špatných zpráv, či rétorické a terminologické zlehčování těchto zpráv. Jedná se tedy jinými slovy o manipulaci s veřejným míněním.

Cílem této práce bylo analyzovat proporce užívání argumentů pro a proti radaru ve zkoumaných médiích, tedy nalézt takové ukazatele a informace, které by mohly vypovídat o úmyslné manipulaci s veřejným míněním k prosazení politických cílů, tedy k výstavbě protiraketové obrany na území České republiky. Analytická část práce byla rozdělena na dvě části. V první z nich byly zkoumány mediální obsahy vybraných českých deníků – Práva, Lidových novin a Mladé fronty Dnes, a to ve čtyřměsíčním období od 1. 4. 2007 (kdy Česká republika oficiálně zahájila jednání s USA o výstavbě radaru) do 31. 7. 2007. Předmětem analýzy byl poměr zastoupení konkrétních mluvčích, poměr prostoru poskytovaného zastáncům i odpůrcům výstavby protiraketové obrany, subjektivní vyznění novinářských komentářů, persvazivní prostředky a celkové pojetí této kauzy. Druhá část analýzy byla založena na rozhovorech s novináři, kteří se k této problematice ve výše uvedených denících věnovali. Jejich cílem bylo zjistit, zda novináři či jejich okolí využívá k manipulaci s veřejným míněním ve sledované kauze techniku spin doctoringu. Záměrem bylo provázat obě analýzy a na základě získaných dat pak posoudit využívání spin doctoringu v kauze výstavby protiraketové obrany v České republice.

Bylo zjištěno, že mezi nejčastěji citované příznivce radaru v analyzovaných denících patřili ve sledovaném období Vlasta Parkanová (KDU-ČSL), Mirek Topolánek (ODS) a Tomáš Klvaňa (vládní zmocněnec pro radar). Nejčastěji přitom zastávce stavby citovala MF Dnes. Naopak z odpůrců byli nejčastěji citováni Jiří Paroubek (ČSSD), Matěj Stropnický a Ondřej Liška (SZ). Procentuálně se tyto citace objevovaly nejčastěji v Lidových novinách. Všechny sledované deníky přitom více prostoru poskytovaly příznivcům radaru, přičemž politické názory citovaných hrály ve výběru poměrně velkou roli – MF Dnes a Lidové noviny se zaměřovaly spíše na zástupce středo-pravice a pravice. Ze zahraničních zástupců byli citováni především prezident Vladimír Putin a George W. Bush. MF dnes a Lidové noviny se ovšem zaměřovaly především na názory amerického

prezidenta a NATO, zatímco Právo otisklo zhruba stejný počet citací obou stran. Bylo tak prokázáno, že Lidové noviny a MF Dnes se snažily ovlivnit čtenáře tím, že dávaly více prostoru politickým představitelům, kteří jsou pro umístění radarové základny, zatímco Právo bylo v tomto ohledu objektivnější. Zajímavé je, že všechny deníky sice informovaly o konajících se demonstracích, ale málokdy zmínily organizátora nebo zastupujícího představitele, tedy iniciativu Ne základnám.

Celkem bylo vysledováno 17 témat, kterými se média v souvislosti s kauzou zabývala. Jako nejvýznamnější se z hlediska tohoto výzkumu ukázala témata “Ohrožení bezpečnosti” a “Posílení bezpečnosti”; druhému z těchto témat se deníky věnovaly nejvíce. Opět ovšem bylo zjištěno, že oproti Právu věnovaly Lidové noviny a MF dnes tomuto tématu mnohem více prostoru. Z analýzy argumentace dále vyplývá, že zatímco MF Dnes a Lidové noviny výstavbu radarové základny rámovaly jako pozitivní nástroj k posílení bezpečnosti České republiky, Právo naopak radar rámovalo jako negativní a více se zaměřovalo na možný důsledek ohrožení bezpečnosti ČR způsobený výstavbou radaru. Lidové noviny a MF Dnes použily více persvazivních verbálních prostředků v komentářích vyznívajících pro výstavbu radarové základny na našem území. Právo naopak aplikovalo více persvaze v komentářích proti radaru. Lze předpokládat, že tento závěr vychází z politického zařazení jednotlivých deníků.

Jak vyplynulo z druhé části analýzy, jedním z faktorů, které dávají průchod spinu skrze žurnalistickou praxi, je možná pasivita novinářů. Ti jsou manipulováni moderními technologiemi a internetem, nízkou úrovní vlastních profesionálních kvalit a vazbami, které se vytvářejí se svými zdroji informací. Nepodařilo se ovšem prokázat, že by USA či česká vláda manipulovaly s veřejným míněním ve sledované kauze prostřednictvím médií. Dotazovaní novináři se v této souvislosti neseťkali s manipulací ani nátlakem, Z toho vyplývá, že v kauze Radar pravděpodobně nebyly použity techniky spinu, které by byly použity k získání souhlasu veřejnosti s výstavbou radarové základny.

Výsledky této analýzy lze však považovat pouze za orientační. Počet dotazovaných novinářů nebyl dostatečný, navíc se nepodařilo sehnat relevantního respondenta z deníku Právo. Kromě toho byli oba respondenti příznivci výstavby radarové základny a pracovali pro deníky, které inklinovaly spíše k pozitivní prezentaci radarové základny, a mají blízký vztah s Tomášem Klvaňou, vládním zmocněncem pro radar, který by mohl zastávat pozici spin doktora. Vzhledem k těmto faktorům a

limitům výzkumu nemůžeme závěry našeho kvalitativní analýzy považovat za relevantní a aplikovatelné.

Summary

Spin doctoring is a manipulative form of communication which is mainly exploited in political communication, corporate companies and media. The term "spin doctoring" originated in the USA around 1980. We will elaborate particular techniques and methods of spin on the background of important cases related to spin doctoring such as cherry picking, non-denial denial, etc. Based on academic work this text examines the phenomenon of spin doctoring in relation to political communication, public relations, propaganda, corporate spin and journalistic profession.

The research part of this work deals with the spin doctoring in the case of "Radar". The aim of this thesis is to analyse the proportion of negative and positive arguments in examined media. We have tried to find indicators of manipulation with public opinions.

We have analysed examines of framing the topic, the use of persuasive verbal tools and the overall image and meaning in three daily newspapers Mladá fronta Dnes, Lidové noviny, Právo, using quantitative content analysis. It was founded, that the most frequently quoted supporters of radar were Vlasta Parkanová, Mirek Topolánek and Tomáš Klvaňa and the most frequently quoted opponents were Jiří Paroubek, Matěj Stropnický a Ondřej Liška. The most positive arguments in context with radar was found in MF Dnes, on the contrary the most negative arguments was found in Právo.

All the newspapers were providing more space to quoted supporters of radar. Among the foreign representatives mainly presidents Vladimir Putin and George W. Bush were quoted. It was proven that Lidové noviny and MF Dnes tried to affect readers by giving more space to the political leader, who support radar, on the contrary Právo tried to affect the opponents of radar.

We used the qualitative method of semi-structured interviews to examine if there were used techniques of spin doctoring in the case of Radar. The results of qualitative method is that in case Radar probably haven't been used techniques of spin to gain public acceptance of Radar in Czech Republic. The results of this analysis can be considered as indicative.

Seznam grafů a tabulek

Graf č. 1 **Počet článků** s. 42

Graf č. 2 **Frekvence článků v jednotlivé dny** s. 43

Graf č. 3 **Vyznění argumentů** s. 60

Tabulka č. 1 **Vybrané definice pojmu public relations** s. 11

Tabulka č. 2 **Vybrané definice pojmu spin doctoring** s. 12

Tabulka č. 3 **Počet článků** s. 42

Tabulka č. 4 **Zpravodajské žánry** s. 42

Tabulka č. 5 **Citované osobnosti** s. 44

Tabulka č. 6 **Citování politici pro radar** s. 47

Tabulka č. 7 **Citování politici proti radaru** s. 48

Tabulka č. 8 **Poměr citovaných odpůrců a příznivců** s.49

Tabulka č. 9 **Zahraniční politici pro radar** s. 49

Tabulka č. 10 **Zahraniční politici proti radaru** s. 50

Tabulka č. 11 **Citování zástupci Ne základnám** s. 51

Tabulka č. 12 **Výskyt představitelů NZ ve všech argumentech celkem** s. 51

Tabulka č. 13 **Obraz Ne základnám** s. 52

Tabulka č. 14 **Téma** s. 54

Tabulka č. 15 **Persvazivní verbální prostředky** s. 56

Tabulka č. 16 **Persvazivní prostředky Lidové noviny** s. 56

Tabulka č. 17 **Persvazivní prostředky MF Dnes** s. 57

Tabulka č. 18 **Persvazivní prostředky Právo** s. 58

Tabulka č. 19 **Vyznění argumentů** s. 60

Tabulka č. 20 **Komentáře novinářů** s. 61

Tabulka č. 21 **Komentáře čtenářů** s. 62

Použitá literatura

Knihy:

ESSER, Frank. *Spin Doctor. The International Encyclopedia Of Communication*. 2008. DOI: 978-1-4051-3199-5.

LILLEKER, Darren G. *Key concepts in political communication*. Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2006, vii, 209 p. ISBN 14-129-1830-8.

FTOREK, Jozef. *Public relations jako ovlivňování mínění. 2., rozš. vyd.* Praha: Grada Publishing, 2009, 195 s. Manažer. ISBN 978-80-247-2678-6.

MCNAIR, Brian. *Journalism and democracy: an evaluation of the political public sphere*. New York: Routledge, 2000, xii, 204 p. ISBN 04-152-1280-4

DINAN, William a David MILLER. *Thinker, faker, spinner, spy: corporate PR and the assault on democracy*. London: Pluto Press, 2007, viii, 324 p. ISBN 978-074-5324-449.

MILLER, David a William DINAN. *A Century of Spin*. Pluto P Press, 2008 ISBN 13 978 0 07453 2689 4.

MOORE, Martin. *The origins of modern spin: democratic government and the media in Britain, 1945-51*. New York: Palgrave Macmillian, 2006, p. cm. ISBN 14-039-8956-7.

MOLONEY, Kevin. *Rethinking Public Relations the Spin and the Substance*. London: Routledge, 2000 [cit. 2013-09-09]. ISBN 978-020-3462-508.

SVOBODA, Václav. *Public relations moderně a účinně: budování důvěry a pozitivních vztahů s veřejností, image, reputace a identita organizace, média a PR, efektivní formy a prostředky PR, úspěšné strategie a taktiky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, 240 s. ISBN 80-247-0564-8.

MICHAEL, L.A. *The principles of existence: revelation of enigma of the existence*. England: Visual Memes, 2007 [cit. 2014-07-28]. ISBN 978-184-7991-997.

FOERSTEL, Herbert N. *From Watergate to Monicagate: ten controversies in modern journalism and media*. Westport, Conn.: Greenwood Press, 2001, 279 p. ISBN 03-133-1163-3.

MCNAIR, Brian. *An introduction to political communication*. 3rd ed. London: Routledge, 2003, xvi, 235 s. [cit. 2014-07-13]. Communication and society series. ISBN 02-033-4133-3.

LOUW, P. *The media and political process*. London; Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 2005, vi, 311 p. ISBN 07-619-4084-7.

BERNAYS, Edward. *Propaganda*. Liveright, 1928.

KUBÁČEK, Jan. *Slovník politického managementu a volebního marketingu*. Praha: Grand Publishing, 2012[cit. 2014-07-11]. ISBN 978-80-247-8179-2.

KŘEČEK, Jan. *Politická komunikace: od res publica po public relations*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2013, 169 s. Politologie (Grada). ISBN 978-80-247-3536-8.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006, 191 s. ISBN 80-736-7096-8.

GANS, Herbert J. *Deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time* / Herbert J. Gans. Evanston, Ill.: Northwestern University Press, 2004, xxvii, 393 p. ISBN 08-101-2237-5.

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

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

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2008, 407 s. ISBN 978-80-7367-485-4.

FTOREK, Jozef. *Public relations a politika: kdo a jak řídí naše osudy s naším souhlasem*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 184 s. Politologie (Grada). ISBN 978-802-4733-760.

GÁLIK, Stanislav. *Psychologie přesvědčování*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 95 s., [12] s. obr. příl. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-4247-2.

KLEIN, Woody. *The inside stories of modern political scandals: how investigative reporters have changed the course of American history*. Santa Barbara, Calif.: Praeger, c2010, xxxiv, 237 p. ISBN 03-133-6514-8.

Články:

HURTÍKOVÁ, Hana. *Vliv spin doctoringu na formování veřejného mínění: Kauza Irák ve Velké Británii v roce 2003*. Středoevropské politické studie . 2009, XI, č. 4, s 244 – 266

JAKLOVÁ, Alena. *Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech*. Naše řeč. 2002, č. 4. s 1-7

ESSER, F., C. REINEMANN a D. FAN. *Spin Doctoring in British and German Election Campaigns: How the Press is Being Confronted with a New Quality of Political PR*. *European Journal of Communication*, SAGE journal, 2000-06-01, vol. 15, issue 2, s. 209-239. s. 213-217

TIFFEN, Rodney. *Iatrogenic Spin Doctoring*. Rodney Tiffen 2006.s 1-13

KŘÍŽOVÁ, Vendula. *Zdroje a jejich novináři: Problematika diverzity zdrojů v kontextu sociologie zpravodajství*. Praha, 2010. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. 33 – 45

DOBEŠOVÁ, Klára. *Konstrukce mediálního obrazu organizace Greenpeace*. Brno, 2008. ISO 690. Bakalářská diplomová práce. Masarykova univerzita. s. 20-21

Elektronické zdroje:

FISHER, Caroline. *From 'watchdog' to 'spin-doctor'*. Canberra, 2014 Dostupné z: http://www.canberra.edu.au/researchrepository/file/e00dd2ad-9ca0-4e55-a4c4-52c32953de85/1/full_text.pdf.

MANSON, Niel. *The Ethics of spin*. Lancaster [cit. 2014-07-28]. Dostupné z: <http://www.lancaster.ac.uk/staff/manson/The%20Ethics%20of%20Spin%20%5BWiP%5D>.

Lancaster University.

HAAS, Tomáš. *Pozor na „Spin doktory“*. 2011 Dostupné z: <http://blog.aktualne.cz/blogy/tomas-haas.php?itemid=11870>

FARNELL, Angela. *The impact of Spin on Australian Real Estate Journalism*. Queensland, 2009 Dostupné z: http://eprints.qut.edu.au/32173/1/Angela_Hughes_Thesis.pdf. Diplomová práce. Queensland University of Technology.

HUTTNER, Erica. *Politics Week: Spin Doctors*. The lingue file Dostupné z: http://www.thelinguafile.com/2012/11/politics-week-spin-doctors.html#.U9jIcoB_tU4

PEARSON, Mark. *A 'Spin' Through the Literature*. Bond University ePublications@bond 2008. Dostupné z: http://epublications.bond.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1243&context=hss_pubs

VOLEK, Jaromír. *The market takes all*. Eurozine.com [online]. 2009, č. . Dostupné z: <http://www.eurozine.com/articles/2009-03-20-volek-en.html>

Smlouva SOFA je podepsána. Lidovky.cz. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/smlouva-sofa-je-podepsana-0y5-/zpravy-domov.aspx?c=A080919_155938_ln_domov_mel

Americký radar pro Brdy v datech. Ihned.cz. Dostupné z: <http://hn.ihned.cz/c1-25893680-americky-radar-pro-brdy-v-datech>

Výsledky summitu NATO: Pro Čechy hlavně podpora radaru. Oficiální portál informačního centra pro NATO. Dostupné z: http://www.natoaktual.cz/vysledky-summitu-nato-pro-cechy-hlavne-podpora-radaru-p1p-/na_zpravy.aspx?c=A080404_233239_na_zpravy_m02

Fakta: Vše kolem amerického radaru. Aktuálně.cz. Dostupné z: <http://zpravy.aktualne.cz/fakta-vse-kolem-americkeho-radaru/r~i:article:340686/>

Nezakladnam.cz. Dostupné z: http://www.nezakladnam.cz/cs/337_2652007-celostatni-demonstrace-v-praze

RICHTEROVÁ, Milada. *Henry Obering je kvůli radaru na návštěvě České republiky*. Rozhlas.cz .
Dostupné z: http://zpravy.rozhlas.cz/radio_cesko/exkluzivne/_zprava/henry-obering-je-kvuli-radaru-na-navsteve-ceske-republiky--340120

EICHLER, Pavel. *Poslanec a senátor neuvidí radar, nedostali víza do USA*. Zpravy.idnes.cz.
Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/poslanec-a-senator-neuvidi-radar-nedostali-viza-do-usa-pp3-/domaci.aspx?c=A070413_160714_domaci_pei

Nezakladnam.cz. Dostupné z: http://http://www.nezakladnam.cz/cs/19_o-iniciative/

Přílohy

Příloha č. 1 Všechny citované osoby ve sledovaných denících

		Medium			Total
		Lidové noviny	Právo	MF Dnes	
Citace	Jana Malíková	2	1	0	3
	Tomáš Jirsa	1	0	0	1
	Vlasta Parkanová	19	20	18	57
	Rick Lehner	1	0	0	1
	Vojtěch Filip	1	7	0	8
	Karel Schwarzenberg	11	18	25	54
	Neuvedeny zdroj	2	6	0	8
	Tiskové oddělení am.USA	1	0	0	1
	Alexandra Alvarová	1	0	0	1
	Ondřej Liška	3	7	3	13
	Henry Obering	3	9	13	25
	Jan Rokita	2	0	0	2
	Jurij Fedotov	1	1	0	2
	Konstantin Totsky	1	1	0	2
	Jaap de Hoop Scheffer	3	1	8	12
	Tomas Pojar	5	8	1	14
	Antonin Šed'a	2	6	2	10
	Miroslav Svoboda	2	0	0	2
	Michal Hašek	3	1	0	4
	Chase Beamer	2	0	0	2
	Condoleezza Riceova	1	1	1	3
	Robert Gates	2	2	0	4
	Jiří Paroubek	6	23	13	42
	Petr Wolf	2	5	3	10
	Vladimír Putin	6	7	7	20
	Václav Klaus	5	8	3	16
	Jaromir Kohlíček	3	0	0	3
	Vaclav Marhoul	1	0	0	1
	Mírek Topolánek	10	15	14	39

Nicholas Burns	1	1	0	0
Matěj Stropnický	4	12	2	18
Andrej Čírtek	2	1	1	4
Richard Graber	3	1	1	4
John Rood	1	1	0	2
Jan Tamáš	7	2	4	13
Jan Májíček	1	5	0	6
Martin Bursík	1	5	6	12
Kateřina Jacques	1	1	0	2
Tomás Klvaňa	13	15	28	56
Victoria Nulandová	1	6	0	7
Petr Kolář	2	2	0	4
Občan	2	9	12	23
George W. Bush	10	9	11	30
Vítězslav Jandák	1	0	0	1
Joe Lieberman	4	0	0	4
Petr Hájek	1	1	0	2
Alexandr Vondra	2	12	1	15
Lech Kaczyński	1	2	0	3
Jaromír Štětina	2	0	0	2
Tony Snow	1	1	0	2
Jan Neoral	2	6	1	9
James Appathurai	1	0	0	1
Sergej Lavrov	2	4	0	6
Hugo Chávez	2	0	0	2
Sergej Ivanov	2	4	0	6
Znamé osobnosti - proti radaru	3	4	2	9
Bohuslav Sobotka	1	4	9	14
Táňa Fisherová	0	2	0	2
Zuzana Opletalová	1	1	0	2
Jan Žizka	2	0	0	2
New Yourk Times	0	1	0	1
Jitka Říhová	0	1	6	7

Jana Hybášková	0	1	0	1
Gotz Neuneck	0	1	0	1
Václav Exner	0	1	0	1
Lubomír Zaorálek	0	3	1	4
Stefan Fule	0	1	0	1
Petr Sýkora	0	2	0	2
Pavel Cárský	0	4	2	6
Dmitrij Peskov	0	2	0	2
Jan Baloun	0	1	0	1
Martin Zrzavecký	0	1	0	1
Pavel Rodl	0	1	0	1
Milan Chalupný	0	1	0	1
Franz Josef Jung	1	1	0	2
Rostislav Slavotínek	0	1	1	2
Alexandr Černý	0	2	1	3
Přemysl Sobotka	0	1	0	1
Vlastimil Sýkora	0	3	1	4
Petr Nečas	0	1	0	1
Džamila Stehlíková	0	1	0	1
Jiří Čunek	0	4	0	4
Miroslav Svoboda	2	9	1	12
Katerina Konečná	0	1	1	2
Jan Vidím	0	3	0	3
Jan Hamáček	0	2	1	3
Vlastimil Píček	0	8	0	8
Petr Bendl	0	1	0	1
Frank Walter Steinmeier	0	2	0	2
Martin Barták	0	1	2	3
Kurt Beck	1	1	0	2
Jiří Maštálka	0	1	0	1
Ján Kubis	0	2	0	2
Ellen Tauscherová	0	1	0	1
Ludvík Hovorka	0	3	0	3
Jurij Balujevskij	0	2	0	2
Cyril Svoboda	0	1	0	1

Pavel Křivka	0	1	0	1
Josef Vodrášek	0	2	3	5
Josef Řihák	0	1	6	7
Ivan Gasparovič	0	1	0	1
Monika Hoření	0	1	0	1
Milos Zeman	0	1	0	1
Dana Feminová	1	1	0	2
Jan Vyčítal	2	4	2	8
Vladimír Malý	0	2	0	2
Jiří Tutter	0	1	0	1
Josef Hála	0	1	2	3
Boris Malachov	1	1	0	2
Miroslav Ransdorf	0	1	0	1
Viktor Litovkin	1	1	0	2
Václav Havel	0	1	0	1
Pavel Hrubý	0	3	9	12
Robert Fico	0	2	0	2
Angela Merkelová	0	1	0	1
Jiří Dienstbier	0	1	0	1
Miroslav Krejčík	0	2	0	2
Ján Škoda	0	1	0	1
Tomáš Topfer	1	1	0	2
Zdeněk Samec	0	0	5	5
Vladimír Železný	0	0	1	1
Pavel Hurt	0	0	4	4
Michal Chalupný	0	0	2	2
Martin Schrmacz	0	1	1	2
Stanislav Kramosil	0	0	4	4
Miroslav Leitermann	0	0	2	2
Jiří Pehe	0	2	0	2
Gabriel Synek	0	1	0	1
Petr Robejsek	1	1	0	2
Jaroslav Broz	0	1	0	1
Helmut Elfenkamper	1	1	0	2
Pavel Čížek	0	1	1	2

Jaroslav Deml	0	0	1	1
Václav Snopek	0	1	1	2
Total	191	371	250	812

Příloha č. 2 Kodovací kniha

A) Identifikční znaky

1. Medium

- 1) Lidové noviny
- 2) Právo
- 3) Mladá fronta Dnes

2. Datum

Vzor kodu DDMMRR

3. Pořadí argumentu

1 – 1469

4. Zpravodajský žánr

- 1) Zpráva
- 2) Komentář
- 3) Interview
- 4) Reportáž
- 5) Glosa

5. Politická afiliace

- 1) ODS
- 2) Strana zelených
- 3) KDU-ČSL

4) ČSSD

5) KSČM

6) NZ

90) Ostatní

99) Nenalezeno

6. Umístění zprávy

1) Titulní strana

2) Domáci

3) Zahraniční

99) Nelze určit

B) Proměnné vyskytující se ve výzkumných otázkách

7. Argument

1) Citace

2) Redakční část

3) Parafráze

99) Nelze určit

8. Téma

1) Ohrožení bezpečnosti

2) Posílení bezpečnosti

- 3) Vděčnost
- 4) Suverenita
- 5) Zdraví
- 6) Vztah s Ruskem
- 7) USA vztah, víza
- 8) Referendum
- 9) Protesty
- 10) Průzkumy
- 11) Radar v Polsku
- 12) Jednání o radaru
- 13) NATO
- 14) Finance
- 15) Ohrožení přírody
- 99) Ostatní

Příloha č. 3 Interview Jan Palata

M: Myslíte si, že administrativa prezidenta George Bushe přizpůsobovala informace a důvody ke stavbě radarové základny na našem území tak, aby získala souhlas domácí a zahraniční veřejnosti ke stavbě radaru?

P: Pokud jde o argumentaci Američanů, tak tam bylo jediný slabý místo, že se nepřipouštěla ta hrozba z Ruska. Nepřipouštěla se proto, protože Rusko bylo partnerem v určitých protiteroristických operacích. Jinak k manipulaci nedocházelo. Tehdy Rusko poměrně slušně spolupracovalo s USA v potírání islámských teroristů a vlastně byla navázána spolupráce přes ruskej zájem likvidovat ty islámské teroristy v Čečensku. Já tady v Česku jako novinář cejtil problém, že ta hrozba, která se vydávala jako důvod pro stavbu té raketové obrany, byla prostě příliš imaginární. Nevíme, jestli hrozba Íránu byla reálná, vývoj íránského raketového systému a vývoj nukleárních zbraní v podstatě běží dál. Byl zpomalenej úspěšným působením Mosadu, kterej jim zlikvidoval informační systém, zabil jim nějaký ty nukleární vědce, ale byl jenom zpomalen.

Tam si musíte uvědomit, že ta technologie, která se používá, je vlastně 50, 60 let stará. Udělat raketu s doletem 1 500 km, to se zvládalo, Němci ji vyrobili už v roce 44, 45. Výroba nukleární bomby je taky z roku 43, a je vlastně zázrak, že se v rámci toho světovýho společenství daří rozšiřování nukleárních zbraní brzdit, tak jak se to doteď relativně daří. Že to není prostě věc, kterou by měl dneska každej stát. Z mého pohledu, nejsem nukleární odborník, ale je to vlastně lehký, tu nukleární bombu vyrobit, když ne v té vrcholné podobě, tak ve formě nějakého nukleárního odpadu, kterej když by sem spadnul, zamořil by půlku Prahy. Protiraketová obrana navíc není vůbec nová myšlenka, vznikla už v polovině 80. let, byl to Reaganův nápad, na kterej Sovětskej svaz reagoval velmi hystericky, díky tomu se podařilo Sovětský svaz uzbrotit a ekonomicky dostat do kolen. I v té studené válce platilo, že Sovětský svaz měl vždycky větší převahu, jak nukleárních, tak konvenčních zbraní a západ tahal vždycky za ten kratší konec. NATO vlastně ten protiraketovej systém, kterej se začal vyvíjet za tý Bushovy administrativy, byl novej jen v tom, že měl zahrnou obranu USA a Evropy jako celku. Problém byl s přítomností americkéjch vojáků na českém území. Což je věc, která je v České republice dlouhodobě špatně komunikovaná. A je to věc, která se Čechům hrozně špatně vysvětluje. Z mého pohledu nepochopitelně. Je to dáno i tím, v jaké my se nacházíme geografické poloze. Protože já píšu 15 let do polských novin, takže mám téměř každodenní porovnání s polskou realitou. Tam je to je úplně jinak, což je daný jen

takovou banalitou, že oni souseděj s kaliningradskou oblastí, což je vlastně jedna velká ruská základna, kde je všechno až po nejmodernější ruské rakety Topol. V Polsku je věcí téměř národního zájmu, aby ty Američany měli. To, že i z hlediska historického, oni nikomu jinému moc nevěřej a dělaj opravdu všechno, aby tam ti Američani byli. Bushova administrativa přišla s tímto nápadem ve chvíli, kdy se ukázalo, že důvody pro válku v Iráku byly smyšlený. Kdy u Vaší mladší generace vznikl nějaký nový antiamerikanismus, kterej jel na vlně zklamání z téhle lži. To české prostředí na to nebylo vůbec připravený. Ani česká vláda, český veřejnoprávní sdělovací prostředky. Do toho přišlo najednou to, že jsme zjistili, že Rusko není ten partner, ale je to velmi silnej a tvrdej nepřítel s velmi silnejma komunikačnima možnostma, s překvapivě velkým zázemím svých spojenců od Komunistický strany přes ČSSD, Jana Kavana, lidi kteří dokázali ovlivňovat pacifistické a mírové hnutí. Všechno šlo podle scénáře, kterej já si ještě pamatuju ze začátku 80. let, kdy byla velká kauza o rozmístění velkých amerických raket středního doletu v Německu. Sovětům se podařilo zvednout neuvěřitelnou vlnu odporu pacifistickéjch protiválečnéjch demonstrantů, kteří byli částečně protiamerický a podařilo se to ustát jenom díky tomu, že byla u moci velmi silná poválečná generace německéjch politiků, která stavěla na spojenectví s USA, a nebyla ochotna diskutovat o tom, jestli se Sovětama jo nebo ne. Tady ta situace byla úplně jiná. Tady to bylo tažený ODS, částečně lidma kolem Karla Schwarzenberga, který byl tehdy vlastně za Zelený, Václav Klaus byl minimálně neutrálně, spíš negativně naladěný, proti byla Komunistická strana a v rámci získávání politických bodů vlastně obrátila i ČSSD a začala velmi tvrdou kampaň taky. V rámci ČSSD je to kavanovsko-komunistické křídlo, který má velký výhrady i proti NATO. Když se vstupovalo do NATO, vyvíjeli snahy, aby se do této aliance vůbec nešlo. U toho Kavana je to takovej autentickéj postoj, kterej vyplývá z toho, že on je prostě levicovej pacifistickéj britskej liberál, kterej má velké výhrady vůči USA. Do toho vstoupila Topolánkova vláda s tímhle projektem. Nebyla na to připravená. Měla tam sice silný figury typu Vondry, Schwarzenberga, ale komunikační strategii, a vůbec politickou dohodu, hrubě podcenila a celou tu kampaň vlastně nezvládla a myslím si, že nezvládla ten obrovskej proud antikampaně. Vůbec mu nedokázala čelit.

Myslíte si, že vláda Mirka Topolánka pro prosazení radaru u veřejnosti lhala, manipulovala s informacemi nebo užívala jiné techniky?

Jediná manipulace, která byla z mého pohledu zjevná, že chtěli uplatit třeba rozvojovejma projektama vesnice v těch Brdech. To je věc, která se ale dělá. Přijde mi to přirozený, jako když vesnice v okolí Dukovan žijou z toho, že tam mají tu atomovou elektrárnu a dostávají od nich

obrovské peníze do obecního rozpočtu. Tak mi přišlo přirozený, že vláda nabídla nějakou kompenzaci v Brdech. Když si vezmete strukturu obyvatelstva v místech, kde ten radar měl být, to byla jedna z nejšílenějších oblastí, horší, než kdybyste to chtěla postavit někde v Sudetech. Tam ten vzorek populace, většinou bejvalí vojáci, protože tam nemohl jen tak někdo bydlet. Nejednou proti sobě měli nejen lidi, kteří to tam na chalupě nechtějí mít, ale i komunisty, levičáky. Úplně šílená kombinace. Ale myslím si, že tohle ta vláda nějakým způsobem zvládla. Co nedokázala argumentačně říct bylo to, proč tady ty Američany potřebujem. Pokud jde o tu informační kampaň, tak já si myslím, že to ovlivňování ani nemuselo být. Když si vezmete průřez veřejnoprávních médií s výjimkou Práva, tak Český rozhlas a tak, to píšou lidi mé generace a my jsme generace 89. Pro nás, tady mít americké vojáky, to byl sen. Lidí, kteří říkali, že tím budeme zbytečně dráždit Rusy, byla jen opravdu menšina. Problém nebyl s médiem, problém byl, jak přesvědčit to normální obyvatelstvo. Argumentační základna byla velmi slabá z mnoha ohledů a vládní kampaň nám teda fakt moc nepomohla. A to jsou pak ty neštěstí. To je ztrapnění. Píseň Vlasty Parkanové, to je jeden z momentů, ze kterého jsme omdlávali. Jak někdo může takovou hovadinu vymyslet a ještě ji veřejně provést.

M: Jak nahlížíte na pozici Tomáše Klvani, jako vládního zmocněnce pro radar? Myslíte, že zastával roli tzv. spin doctora? Vláda najala pro tento projekt mediálního specialistu, proč?

P: Celý to bylo podle mě nešťastný. Jak ta pozice, tak ten název vládní zmocněnec. Myslím si, že to měla být opravdu prioritní věc celé vlády. Delegovat to tímto směrem nebyl šťastný nápad. “Tomáš Klvaňa je tvář radarové kampaně” byl taky nonsens. Byla to příliš slabě obsazená pozice. To měl být z mého pohledu životní zájem České republiky. Měla to být absolutní priorita vlády. To se nedělá tak, že se jmenuje zmocněnec a na něj se to přesune. Navíc Tomášovi bylo v té době 40? To vám nemůže komunikovat 40letý mladý muž, kterej má za sebou jenom mediální kariéru. To chtělo člověka typu Schwarzenberga, prostě nejvyšší váhy. Opravdu to měla být záležitost celého kabinetu a dokonce si troufnu říct celý demokratický částí politický scény.

M : Jaké jsou podle vás příčiny, že novináři čím dál tím častěji využívají jako zdroj pro svou práci mediální poradce a spin doctory?

V médiích jde o to, že pracujete s takovým materiálem, se kterým pracujete, a novináři většinu blbostí nenapišou proto, že by to chtěli napsat, ale protože prostě o tom nic nevědí. Protože kvalita

novinářů je taková jaká je, můžete jim předložit nějaká fakta a scénáře, které nesedějí a oni to pak neodhalejí. Ale on je problém jim i vysvětlit, jak to doopravdy je. Tenhle problém, a zvláště jestli máte protiraketovou obranu, která je nějakou součástí nebo polovinou nějaké raketové základny...tak třeba jenom vysvětlit takový věci, že radar není zdravotně závadnej. Neříkám, že ti novináři nejsou neúplatní, ale rozhodně nejsou uplácení přes nějakou vládní kampaň. Samozřejmě existují nějaký přátelský vztahy, existuje nějaká míra kontaktů, míra důvěry. Když máte člověka, který vám poskytuje zajímavý informace několik let, tak se obtížně píše, že je zločinec, to už musí být. Když už je nejhůř, tak to potom napíšete.

M: Byl na vás někdy kladen, např. od nadřízeného, požadavek na upravení článku o radarové základně?

Tam se bojovalo s tím, že vývoj té kauzy byl tak chaotickéj a dlouhej, že bylo vlastně těžký o tom zajímavě psát. Na jednu stranu to bylo odborný, na druhou stranu těžko komunikovatelný. Problém byl po pár měsících o tom napsat slušnej článek. To máte ale v každých kauzách, které se vlečou. Nic nového se nedělo, ti Američani začali kličkovat, administrativa začala kličkovat, Clintonová něco řekla, Obama něco řekl, a vlastně se to tak nějak vytratilo. Navíc ten vnitropolitickéj binec tady. To byl hlavní problém toho psaní o radaru. Najít nějaký úhel, aby se o tom dalo něco napsat, natočit a ještě to bylo pro lidi zajímavý.

M: Byl jste někdy v kontextu radaru kontaktován osobou, která by se vás snažila přesvědčit, abyste napsal článek v určitém vyznění, nebo vám nabídla třeba exkluzivní zprávu, případně uvědomujete si zpětně nějakou manipulaci, která se mohla zdát zprvu nenápadná?

P: Popravdě řečeno, on mi tenkrát ani moc nevolal (Tomáš Klvaňa). Jednu tiskovku jsem s ním absolvoval. Takže oni to dělali spíš lidi, kteří měli na starosti armádu, což byla možná chyba, protože to nebyla prostě jenom armádní záležitost a vlastně ani ty média to nedokázaly uchopit, že je to nějakéj širší problém. Ale fakt si nevzpomínám, že bych jel někam do Brd, to ani náhodou."

M: Máte zkušenosti, že by se vás někdo pokoušel ovlivnit při práci na nějaké kauze, článku? Zjistil jste třeba po nějaké době, že se jednalo o manipulaci? Ať už z politických stran, korporací nebo jiné ho odvětví?

P: Dějou se různé pokusy. Občas vám někdo zkusí přihrát nějakou informaci. Nebo vám řekne, tohle bych potřeboval do novin. Většinou tyhle pozice jsou obsazovány bejvalejma, většinou neúspěšnejma novinářema, taky jejich úroveň tomu odpovídá. Někdy je to spíš zoufalý, než že by vás to zaujalo. Ono se to děje v jiných patrech, než že by se zas tak působilo na jednotlivý lidi. Spíš na majitele médií. Teď je na tom majiteli, jestli do toho půjde nebo nepůjde. My jsme měli výhodu, že jsme měli slušný německý majitele, který těmhle manipulacím hodně odolávali. Mafra, jako firma, byla výdělečná až do minulého roku. To vám taky umožní mít tu pozici daleko tvrdší proti těmto tlakům. Tam, kde se nějaký peníze točej, to není ani tak politika, tam možná na nějaký úrovni “investigativní” novinářiny, kde se tisknou nějaký ty odposlechy, tam je ta manipulace možná. Tam ta imunita sdělovacích prostředků není velká. Na úrovni zahraniční politiky, bezpečnostní, vojenský, tam se spíš obávám toho, že by přicházelo nebezpečí ze strany NATO.

To, s čím jsme se setkali na začátku irácké války bylo, že tam ti Američani byli připraveni. Tam docházelo k něčemu až na hraně těch informačních manipulací. Ale to bylo daný i tím, že to byla obrovská akce, takže věděli, že to není úplně košer, a že to prostě nesedí. Tam docházelo opravdu k tomu, že ty novináře brali s sebou. Jako americká armáda normálně, což se dělá, ale není to tak často. Když budu přemejšlet nahlas, tak ta manipulace vlastně dneska nemotivuje tím, že byste z toho měla nějaké hmotné výhody nebo tak. Ale jenom tak, že dostanete nějakou skvělou informaci, a tu si pak třeba nedostatečně ověříte a musíte ji příliš rychle dostat do novin.

Příloha č. 4 Interview: Jan Gazdík

M: Myslíte si, že administrativa prezidenta George Bushe přizpůsobovala informace a důvody ke stavbě radarové základny na našem území tak, aby získala souhlas domácí a zahraniční veřejnosti ke stavbě radaru?

G: Já si myslím, že rozhodně nedocházelo k manipulaci. Oni tady prováděli takovou docela zajímavou “propagační a vysvětlovací akci”. Přijel sem tehdy, byl to admirál, jehož jméno si už nepamatuju, kterej byl v čele toho týmu, kterej zkoumal rizika nějakého raketového úderu na Evropu, respektive na státy NATO. Amerika to dělala pro NATO. Pro většinu evropských států. Ne všechny to překrývalo, to je potřeba říct. Ta diskuze, která byla v parlamentu, např. se pamatuju na tiskové konference, ale nejvíc mě zaujala diskuze v parlamentu, kdy my jsme se tam toho zúčastnili, kde řekli všechna pro a proti a všechna rizika. Potom teda novináři museli v určitý moment odejít, protože se to týkalo nějakých tajných záležitostí, a mohli tam být jenom poslanci, kteří mají bezpečnostní prověrku. Na můj vkus, pokud se teda pamatuju se zpětnou platností, Američané to dělali velice nenásilně, i americké velvyslanectví. Prostě nabízelí určité řešení, a je to na vás, jak se rozhodnete. Něco jiného je, jak se toho chopila česká strana.

M: Jak jste vnímal například fakt, že ve spojení s radarem se začalo jednat o zrušení amerických víz pro české občany?

G: Někdo to může vnímat jako úplatek. Každopádně Američani říkají, je to vaše ochrana a byla to, a teďka nevím, jestli na prvním místě, ale minimálně na stejném místě ochrana Američanů v Evropě. Američané mají v Británii, Německu, Itálii tisíce vojáků. Tuším, že i v Turecku. Ty tři určitě a ostatní státy, to bych teď hádal. Jsou to tisíce vojáků a ten radar má samozřejmě ochránit Američany a americké zájmy, to si nedělejme iluze a takhle je to vždycky. Kdyby tady radar byl, samozřejmě jsou s tím spojená určitá rizika. Třeba najednou si nějací islámští fanatici nebo extremisté vzpomenou, že by mohli udeřit. No jo, vždyť oni mají Američani v Česku radar. Česko by to rozhodně dostalo do pozornosti těchto extremistů, dneska jsou v Iráku síly ISIL- Islámský stát. Tím, že by tady byl radar, tak bysme se dostali do nějakého vyššího patra z hlediska jejich zájmu. Upozornili bychom se na sebe. Česká republika není z hlediska teroristických úderů zajímavá. Byla by zajímavější, kdyby tady byla americká základna a oni by tady normálně žili s rodinami. Provést nějaký teroristický útok, to si dovedu představit. Já bych to nevzal jako úplatek,

ale jako takovou protihodnotu nebo kompenzaci. Vy přijímáte určité riziko, že tady budete mít radar, moderní technologii, ale bude to v přísně chráněné oblasti v Brdech, to je panenská příroda. Komunisti říkají, že to vyzařuje nějaký vlny. Tedka se do toho zapojilo docela dost herců, docela úctyhodnejch, bohužel říkají naprostý nesmysly. Jak to tady bude vyzařovat škodlivé vlny. Já to chápu, jako kompenzaci, vstřícný gesto. ??? k čemu ???

M: Jak jste vnímal PR kapamaň české vlády, kterou se snažila přesvědčit veřejnost o pozitivěch radaru?

G: Česká vláda to zmatlala úplně, takže to vyznělo až jako manipulace. Tomáš Klvaňa byl můj kolega z Mladé fronty. To je novinář a potom dělal Klausovi mluvčího. Slušnej, vzdělanej kluk, ale mediálně naprosto neobratnej. Nevím, jak mu to mohli svěřit. On to přednášel příliš akademicky, když s ním o tom někdo polemizoval, tak v něm viděl protivníka. Nesnažil se to vysvětlovat byl příliš proamerickéj. Před Mladou frontu přišly holky a ty se myslím svlékly do půl těla s tím, že my jsme ti bezbranní lidi. Ono když se ženská svlékne, ono to působí, že potřeba ji ochránit. On jim to nevysvětloval, oni v něm viděli Američana. On to vysvětloval jako nějaký Američan, kterej se jmenuje Tomáš Klvaňa. Úplně to zmatlala ministryně obrany Vlasta Parkanová, která nazpívala tu písničku. Já jsme se tomu pousmál, znám Jana Vyčítala. Jeho postoje byly za totality velmi odvážný, on byl úžasnej kreslíř. V časopisu Dikobraz měl nádherné vtipy, vždycky to bylo tak na hraně. Mě to jako daňového poplatníka uráželo, to uráželo moji inteligenci. To už si z toho lidi začali dělat legraci a tu “vysvětlovací kampaň” to zcela zdiskreditovalo. Já když jsem byl na výjezdním zasedání ve Spáleném Poříčí, tak o tom také vláda jednala. Tam byl Topolánek a odpůrci, rada udělali kordon mezi zámekem a hotelem, kam se šla vláda najíst. Já jsem říkal Topolánkovi, tedka vás čeká ulička hanby a on, to přežiju, nemůže být nic horšího než písnička tady Vlasty. Na druhé straně to ten Topol bral docela rozumně. S ním byla řeč. Charizmatický politik, ten když o tom mluvil, tak to bylo přesvědčivý. Když do toho vstupovala Vlasta Parkanová a Tomáš Klvaňa, kterej opravdu mluvit třeba s hnutím Duha s takovým až opovržením.

M: V kontextu Tomáše Klvani, myslíte si, že mohl být tzv. spin doctorem?

G. To byl státní úředník, kterej byl placenej za svou práci a dělal ji špatně. Mluvíte s člověkem, kterej si myslím, že byla velká chyba ty Američany odsud vypráskat jako uličníky a tehdy jsem napsal články, že to se ukáže, že to byla chyba a tedka se to ukazuje. My jsme v NATO, a to nám

poskytuje bezpečnostní záruky a teď pomím naši neochotu přispívat na to, že nás NATO chrání, a to že chrání kolem nás, jsou tady jisté systémy protivzdušné obrany. Když by sem letělo nějaké letadlo na Prahu, už Němci by ho chytili nekontrolovaně jako i s úderem na New York atd. Američani nám můžou poskytnout jakýsi bezpečnostní nadstandard a nejenom ty víza. Oni nabízeli i vědeckotechnickou spolupráci, tady nebyly jenom ty víza, oni nabízeli přístup k nejšpičkovějším technologiím, ne vždy vojenským jako kompenzaci. Myslím si, že by to byla vrcholná bezpečnostní pojistka, která by byla velmi nadstandardní. My jsme se jí zřekli.

M: Byl na vás někdy kladen, např. od nadřízeného, požadavek na upravení článku o radarové základně?

G: Ne, já jsem to psal, jak jsem to cejtil, absolvoval jsem o tom různé školení, setkával jsem se s odborníkama. Konzultoval jsem to s odborníkama, kteří se v tom vyznali a redakce mi do toho nekacala, co si dneska vyčítám. Mohl jsme víc dávat hlas těm odpůrcům. Ve svém přesvědčení, které jsme se snažil rozumně vysvětlovat, myslím si, že jsem jim měl dávat větší prostor. Na druhé straně oni i ti Zelení a ty děcka z Duhy byli tak jako až agresivní, že mně to k větší ochotě jim dávat prostor nevybízel. Žádný nátlak tam nebyl, vyloženě to záleželo na mě.

T: Byl jste někdy v kontextu radaru kontaktován osobou, která by se vás snažila přesvědčit, abyste napsal článek v určitém vyznění nebo vám nabídla třeba exkluzivní zprávu, případně uvědomujete si zpětně nějakou manipulaci, která se mohla zdát zprvu nenápadná?

G: Ne, já jsem v tom měl absolutní svobodu. Ty kontakty zvenčí byly takové, chcete něco, nechcete. My vám něco nabízíme, to je na vás. Na některé akce jsme přišel. Tehdy tady byl velvystanec, chlapík, kterej byl velmi osvícenej a pořádal semináře, debaty o radaru jednou to bylo o výročí Lidic. Každý si tam mohl říct a byly tam i velmi nepříjemné záležitosti. Někdy jsem byl možná až příliš aktivistickej, tady byl seminář bezpečnostních odborníků a na něm byl opravdu špičkovéj ruskej odborník, nějaký generál. Ten to vysvětloval z té ruské strany. Naprosto kvalifikovaně, říkal, že nic jinýho nedělal. Byť jsem s ním nemusel ve všem souhlasit, byl to ruskej pohled, ale ve všem kvalifikovanej.

M: Byl jste kontaktován přímo Tomášem Klvaňou, který vám poskytl nějaké informace?

G: On ne jakože osobně, ale je pravda, že tím, jak jsme dělal v Mladé frontě, tak oni velmi MF preferovali. Na vládě byly nějaké schůzky a oni si vybrali několik médií, Gazdík z Mladé fronty, někoho z Hospodářských novin, ČTK tam byla vždycky, kde se snažili nám nabídnout nějaké exkluzivní informace, ale je možný, já jsme ty články od té doby nečetl, je možné že se na to budu dívat dneska kritičtěji. Že jsem je mohl napsat jinak. V tom zásadním, že jsem se samostatně rozhodoval na základě toho, co jsem vystudoval, toho čím sem prošel, různějma stážema, a protože do té bezpečnostní tematiky trochu vidím, tu a tam někde vystupuji, třeba v televizi, což je snad důkaz, že nejsem uplnej blb v tomhleto. Řekl jsme si, že to byla chyba a potvrzuje to i vývoj v samotné Evropě.

M: Zeptám se nyní obecněji. Máte zkušenosti, že by se vás někdo pokoušel ovlivnit při práci na nějaké kauze, článku? Zjistil jste třeba po nějaké době, že se jednalo o manipulaci?

G: Stalo se mi to několikrát, že jsme byl někam pozvanej a potom mě ty firmy chtěly žalovat za to, že jsme napsal jinak než si oni představovali. To bylo jednou vojenské téma. Někam mě pozvali, přišel i někdo další, ale oni řekli, že tohohle člověka tady nechtějí, tak on odešel... a oni mi dali opravdu velkou nalejvárnou ohledně toho, že armáda se ocitla v nouzi, že nebyly ty polní maskovací uniformy. Dali mi opravdu supr informace, exkluzivitu, ale já jsme zavolal ještě někam jinam a zjistil jsem, že je to průmyslová lobby, která si diktuje, za jakých podmínek to bude armáda kupovat, a to jde z našich kapes. Byly to velmi výhodné podmínky, ale jenom pro ně. Takže já jsme vzal ty informace, pracoval jsme s nima, protože v několika směrech byly opravdu zajímavý, ale napsal to po svém. Výsledek byl to, že mě volali do redakce a chtěli podat žalobu.

Taky se mi stalo..Psal jsem o nějakym produktu... po svym. Šéf tý firmy přišel, šéfredaktora Ševčíka poblouznil, na čem se dohodli to nevím. Já jsme přišel a tu kauzu dělal někdo jinej. Já jsem mu říkal: "Co to děláš?" A on že už je to jeho kauza, tak já mu říkám - odcházim. Potom záleží na šéfredaktorovi, ktorej se nechá oblbnout a něco tím získá. A potom už je to na vaší odvaze, že sice ty informace přijmete, ale potom si napíšete, jak to cítíte.

O některých novinářích jsem přesvědčený, že jejich články, to je z naivity a hlouposti, ale tak to bejvá. Já jsem teďka napsal o firmě, která téměř zkrachovala. Je to firma Era pardubická, teď vyhrála soutěž na radary pro neviditelné letouny a jsou to radary, které budou dodány do protivzdušné obrany NATO. To je reference jako hrom. Nejvyšší kvalita. Nic jsem za to nedostal a

napsal jsem o firmě, která téměř zkrachovala pod vedením Američanů. Dodneška jsou spekulace, proč pod Američanama zkrachovala, oni vyvinuli za stamiliardy technologie. Dnes je to znovu česká firma a prosperuje. Ten článek jsem napsal úplně sám a tu diskuzi od jisté doby nečtu. Nepochybuju, že tam je: “Oni si ho zaplatili, aby jim udělal reklamu.” Každý článek je reference a všichni partneři si pochopitelně dělají rešerše, jako když bývalý ministr Tvrdík, řekl, že letouny L159 ohrožují české piloty víc než protivník a Aero Vodochody, ještě dneska to má na talíři s obchodníma partnerama. Samozřejmě jsou všude na světě novináři, kteří napíší něco a je to spojený s něčím, já je znám. Nezávislost v novinářině je pro mě zásadní a myslím si, že já a řady tady respektovanějších kolegů, třeba Jindra Šídlo támhle sedí, tak záleží, proč tu práci děláte. Byly tady hvězdy a pak se ukázalo, že jsou různě spojený nebo se natolik zdiskreditovaly. Jeden příklad kolegy z Mladý fronty, psal opravdu dobře o mobilních operátorech. Najednou dal výpověď a je tiskovej mluvčí. Zastává u jednoho mobilního operátora významnej post. Celou tu dobu, co o tom psal a preferoval jednoho operátora, jak je supr, dělal proto, že si vytvářel určitou pozici, ale to už je úplatek. Nebo za to taky asi dostával. Bohužel novináři nejsou andělé, nechci poučovat. Můj kolega Jsou novináři, kteří se nechají lehce ovlivnit, ale nemusí za tím být vždy peníze nebo nějaký post, ale může to být exkluzivní informace. Může to být i z naivity, když je to nezkušený novinář. Také jsem samozřejmě ve svý éře naletěl, že mi někdo dal zajímavou informaci, já jsme byl zaslepenej a až se zpětnou platností mi docházelo, že se něco stalo a já jsem naletěl bývalému řediteli úřadu pro vyzbrojování. Rozhovor, jak to myslí se zbrojní politikou, co by armáda měla dostávat a nedostávat, ale najednou zjistíte, že se z něj vyklube mafián, který přijde o bezpečnostní prověrku, kterej kšeftuje s ruskem s náhradníma dílma do vrtulníků. Taky ho z Ministerstva obrany vyhodili. A vy mi můžete otlouct o hlavu, mafián, vy jste s ním dělal rozhovor. Nedávno jsem měl tuhleto schůzku, a to byla velmi zajímavá informace ohledně jakejchsi čachrů politickéjch stran, tak se musí člověk naučit ptát. Pane Novák, to jsou velice zajímavé informace, ale proč mi to dáváte? Jaké jsou vaše motivy. Normálně takhle natvrdo se zeptat. Když začne koktat, je potřeba si to doověřit.

T: Zmiňoval jste nezkušenost novinářů, která může vést k jejich snadnému ovlivnění, jaké další možné faktory vás napadají?

G: Pasivita a lenost, je jedno s druhým. Já jsme teda ze starý školy. Já pamatuju, když editor lítal s obtahem a byl v montérkách, dneska je editor inženýr, tenkrát se dělal ještě horká sazba. Mobily žádný nebyly. Tady jsou mladí kluci, velmi schopní, jazykově vybavení, což jsme já nebyl, ale ty seděj furt jenom u počítačů. Já jsme tu minimálně 1-2 dny v týdnu, jinak jsme furt v terénu. Jezdím,

získávám informace a ta současná novinářina je, že máte na všechny mobil. Na předsedu vlády máte mobil. To potom vede k neověřování informací a zveřejňování nepravdivostí. Samozřejmě se stane, že vás pozvou do nějaké luxusní restaurace, a tam si dáte čaj a zaplatíte 250 Kč, já nemám potřebu si ho vychutnat, když stejně dobře si můžu udělat doma. Vždycky to záleží, co to s váma udělá. Obvyklá finta na novináře na chlapy je hlubokej výstřih, krásná ženská a velmi naléhavý hlas. Na ženský platí zase něco jinýho. Na ženský působí moc. To nekritizuju, tak to prostě je.