

Abstrakt

Diplomová práce „*Veřejná prezentace Armády ČR ve vybraných českých médiích*“ se zabývá veřejnou prezentací Armády České republiky a Ministerstva obrany ČR (dále resort obrany). V dnešní době je nutné dbát na vlastní veřejnou a mediální prezentaci, a pokud je to možné, spolupracovat s médii, která pomáhají veřejnosti utvářet si vlastní názor. Jedním z cílů naší práce bylo proto zjistit, jestli pro svou veřejnou komunikaci resort obrany využívá určité komunikační manuály a postupy, a za pomoci kvalitativní analýzy (rozhovory a vlastní průzkum dostupných materiálů) prozkoumat, jaká je jeho komunikační strategie a jaké nástroje jsou pro komunikaci s veřejností a s médii používány.

Cílem kvantitativní obsahové analýzy bylo zjištění, jak se liší interpretace událostí spojených s resortem obrany v námi vybraných tištěných médiích (*MF DNES, Blesk*) od interpretace těchto událostí v resortních médiích (časopis *A report*, internetové stránky www.army.cz). Pro tuto analýzu jsme zvolili pět událostí, ve kterých jsme hledali obsahy zmiňující se o Armádě České republiky, resp. o resortu obrany.

Potvrdili jsme, že se resort obrany řídí Rozkazem ministra obrany č. 17/2005, který upravuje pravidla pro komunikaci s veřejností i s médii, a že resortní veřejná komunikace je aktivní a využívá množství vlastních komunikačních kanálů a zdrojů.

U obsahové analýzy jsme dospěli k závěrům, že interpretace vybraných událostí se ve zvolených médiích v zásadě neliší a většina článků o resortu obrany je neutrálních. Resort obrany nebyl pro média hlavním zdrojem informací, ale byl jimi také využíván.