

Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta mezinárodních vztahů

DIPLOMOVÁ PRÁCA

2008

Lucia Slezáková

Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta mezinárodních vztahů
Hlavní specializace: Mezinárodní politika a diplomacie

**VPLYV GLOBÁLNÝCH MASMÉDIÍ NA TVORBU
MEDZINÁRODNEJ POLITIKY**
Prípadová štúdia: Konflikty na Blízkom východe

Diplomant: Lucia Slezáková

Vedúci práce: prof. PhDr. Zuzana Lehmannová, CSc.

Praha 2008

Prehlásenie

Prehlasujem, že diplomovú prácu na tému

„Vplyv globálnych masmédií na tvorbu medzinárodnej politiky

Prípadová štúdia: Konflikty na Blízkom východe“

som vypracovala samostatne.

Použitú literatúru a ďalšie podkladové materiály uvádzam v priloženom zozname literatúry.

V Prahe dňa 25.apríla 2008

.....
podpis diplomanta

Pod'akovanie

Na tomto mieste by som rada pod'akovala vedúcej mojej diplomovej práce Prof. PhDr. Zuzane Lehmannovej, Csc. za všetkú pomoc a čas, ktoré mi venovala. Zároveň by som jej chcela pod'akovať za užitočné pripomienky, ktoré mi pomohli pri spracovaní tejto diplomovej práce.

Zvlášť by som chcela pod'akovať svojim rodičom za celkovú podporu, ktorú mi počas štúdia poskytovali.

Obsah

Obsah	5
Úvod.....	8
1 Globálna komunikácia a masmédiá	11
1.1 Základná charakteristika globálnej komunikácie a masmédií	12
1.1.1 Rozvoj spravodajských masmédií	12
1.1.1.1 Noviny	13
1.1.1.2 Rádio.....	13
1.1.1.3 Televízia a nástup satelitných technológií	13
1.1.1.4 Nástup internetu	14
1.1.2 Vybrané typy globálnej komunikácie	14
1.2 Medzinárodný tok správ a jeho monopolizácia	16
1.2.1 Medzinárodné spravodajské agentúry	16
1.2.1.1 Komodifikácia správ a vznik spravodajských agentúr	16
1.2.1.2 Prehľad najvýznamnejších spravodajských agentúr	17
1.2.2 Charakteristika zahraničného spravodajstva.....	17
1.2.2.1 Faktory podmieňujúce výber správ.....	18
1.2.2.2 Výber zahraničných správ medzinárodnými agentúrami	18
1.2.2.3 Ekonomické vzťahy a výber zahraničného spravodajstva.....	19
1.2.2.4 Zahraničné správy v rozvinutých krajinách.....	19
1.2.3 Ďalšie trendy v globálnej komunikácii	21
1.2.3.1 Koncentrácia vlastníctva globálnych masmédií	21
1.2.3.2 Disparita medzi rozvinutými a rozvojovými krajinami.....	21
1.2.3.3 Súčasná medzinárodná regulácia	22
1.2.3.4 Národná regulácia masmédií	22
2 Dopady globalizácie masmédií	24
2.1 Charakteristika globalizácie masmédií	24
2.1.1 Dimenzie globalizácie masmédií	25
2.1.2 Faktory globalizácie masmédií	25
2.1.2.1 Technologické zmeny	25
2.1.2.2 Privatizácia a liberalizácia	25
2.2 Ekonomické dopady globalizácie masmédií.....	26
2.2.1 Vznik globálnych mediálnych korporácií.....	26
2.2.2 Vlna racionalizácie	28
2.2.3 Vytlačanie zahraničných spravodajských pobočiek	29
2.2.4 Kríza amerických médií po 11. septembri 2001	29
2.3 Kultúrny dopad globalizácie masmédií	30
2.3.1 Vznik globálnej mediálnej kultúry	30
2.3.2 Pozitívne stránky globálnej masmédiálnej kultúry	31
2.3.3 Kultúrny imperializmus	32
2.3.4 Vplyv globálnej kultúry na Blízkom východe	33
2.4 Vplyv masmédií na tvorbu medzinárodnej politiky	33
2.4.1 CNN efekt a tvorba zahraničnej a medzinárodnej politiky.....	34
2.4.1.1 Faktory podmieňujúce vznik efektu CNN	34
2.4.1.2 Nástup efektu CNN.....	35
2.4.1.3 Protipóly debaty o “CNN efekte”	36
2.4.2 Propaganda, masmédiá a medzinárodná politika.....	36
2.4.2.1 Základné charakteristiky vojnovnej propagandy	37

2.4.2.2	Možné prekážky úspešnej propagandy	38
2.4.2.3	Vojenské operácie a efektívnosť propagandy	38
2.4.3	Globálne masmédiá a vplyvy na účastníkov medzinárodnej politiky	39
2.4.3.1	Časový nátlak	39
2.4.3.2	Vytesňovanie diplomatov a expertov	40
2.4.3.3	Diplomatická manipulácia	41
2.4.3.4	Štandardy žurnalistiky	41
3	Masmédiá na Blízkom východe	43
3.1	Historická úloha masmédií na Blízkom východe	44
3.1.1	Noviny a rozhlas	44
3.1.2	Satelitná televízia	45
3.2	Súčasný trendy na Blízkom východe	45
3.2.1	Charakteristika súčasného stavu masmédií	46
3.2.1.1	Prístup k obyvateľstvu k masmédiám	46
3.2.1.2	Dostupnosť informačných zdrojov pre samotné masmédiá	48
3.2.1.3	Problémy mediálneho obsahu	49
3.2.1.4	Charakteristika spravodajského vysielania	49
3.2.1.5	Legálne prostredie masmédií	50
3.2.1.6	Kontrola šírenia informácií	50
3.2.2	Hlavné bariéry nezávislosti masmédií na Blízkom východe	51
3.3	Úloha Al-Jazeera v regióne	53
3.3.1	Založenie Al-Jazeera	54
3.3.2	Základná charakteristika	55
3.3.2.1	Ciele Al-Jazeera	55
3.3.2.2	Založenie stanice Al-Jazeera International	55
3.3.2.3	Popularita Al-Jazeera u arabského publika	56
3.3.3	Kontroverznosť a kritika Al-Jazeera	56
3.4	Positívne zmeny a príležitosti na Blízkom východe	58
3.4.1	Zabezpečovanie technickej infraštruktúry	58
3.4.2	Liberalizácia masmédií	58
3.4.2.1	Zvýšenie konkurencie a rozvoj nových masmédií	59
3.4.2.2	Čiastočná liberalizácia zákonov	59
3.4.2.3	Zmena štruktúry vlastníctva masmédií	60
3.4.3	Zakladanie tzv. "Media Free Zones"	61
3.4.4	Internet	61
3.4.5	Vytváranie a aktivizácia novej verejnej sféry	64
4	Globálne masmédiá a konflikty na Blízkom východe	68
4.1	Masmédiá a vojna v Perzskom zálive	68
4.1.1	Strategická úloha masmédií	69
4.1.1.1	Podnet a kontrola udalostí	70
4.1.1.2	Mobilizácia podpory politických elít	70
4.1.1.3	Regulácia a kontrola informácií	71
4.1.2	CNN počas vojny v Perzskom zálive	71
4.1.3	Vojna v Perzskom zálive a arabské masmédiá (vplyv CNN)	72
4.2	Masmédiá a vojna v Iraku	73
4.2.1	Podnety a mobilizácia podpory	73
4.2.1.1	Snaha o legitimizáciu vstupu do vojny	74
4.2.1.2	Podpora americkej verejnosti	74
4.2.1.3	Konštrukcia obrazu nepriateľa a tvorba rámca konfliktu	75
4.2.1.4	Propaganda v Iraku	75

4.2.2	Kontrola informácií.....	76
4.2.3	Al-Jazeera a Operácia Irácka sloboda.....	76
4.2.3.1	Prístup k informáciám.....	77
4.2.3.2	Porušovanie medzinárodného práva	77
4.2.3.3	Zaujaté spravodajstvo	77
4.2.3.4	Bombardovanie kancelárie Al-Jazeera v Bagdáde	78
4.2.4	Informácie ako nová zbraň vo vojne.....	78
4.3	Masmédiá v postkonfliktnej fáze.....	79
4.3.1	Antiamerikanizmus v arabsky hovoriacich masmédiách.....	79
4.3.1.1	Forma a prejavy antiamerikanizmu v masmédiách	80
4.3.1.2	Príčiny antiamerikanizmu	80
4.3.2	Budovanie dialógu s arabskými masmédiami	81
4.3.2.1	Zmena prístupu	82
4.3.2.2	Podpora lokálnych masmédií.....	83
	Záver.....	85
	Zoznam použitých skratiek.....	93
	Použitá literatúra a zdroje	94

Úvod

Cieľom tejto diplomovej práce je analyzovať vplyv globálnych masmédií a ich úlohu pri tvorbe medzinárodnej politiky s bližším zameraním sa na vybrané konflikty na Blízkom východe.

Konkrétnym cieľom je :

- a) analýza miery, do ktorej masmédiá môžu ovplyvňovať podmienky a proces tvorby medzinárodnej politiky;
- b) analýza využívania masmédií ako nástroja v rukách hlavných aktérov tvorby medzinárodnej politiky na Blízkom východe, konkrétne USA.

Celková problematika je veľmi komplexná a obširná a preto v rámci tejto diplomovej práce nie je možné venovať dostatočnú pozornosť jej všetkým aspektom, aktérom a súvislostiam.

Základom práce je predpoklad, že nie je možné v súčasnej dobe rastúcej intenzity a vzájomnej závislosti medzinárodných obchodných, kultúrnych a politických vzťahov skúmať akýkoľvek vybraný región izolovane.

(1) Preto sa budem najprv konkrétnejšie zaoberať charakteristikou základných vývojových trendov v oblasti medzinárodnej a globálnej komunikácie a masmédií.

(2) V kontexte globalizácie sa budem venovať jej dopadom na masmédiá a v zápatí vplyvom takýchto globalizovaných masmédií na tvorbu medzinárodnej politiky.

(3) Súčasné globálne trendy v masmediálnej komunikácii zasahujú samozrejme aj masmédiá v regióne Blízkeho východu, kde budem analyzovať ich súčasný stav a možnosti využitia pre tvorbu politiky.

(4) Vo vybraných konfliktoch na Blízkom východe budem sledovať úlohu masmédií vo vojne v Perzskom zálive (1991), vojne v Iraku (2003) a zahraničnú politiku USA s nimi spojenú.

Postup riešenia a logická štruktúra práce, vychádzajúce z vyššie uvedených cieľov, sú nasledovné:

V **prvej kapitole** sú charakterizované súčasné vývojové trendy v oblasti medzinárodnej a globálnej komunikácie a masmédií, a to so zameraním sa hlavne na rozvoj spravodajských masmédií, monopolizáciu medzinárodného toku informácií a správ,

koncentráciu vlastníctva a disparitu medzi vyspelými a rozvojovými krajinami. Tieto podmieňujú obsah a formu zahraničného spravodajstva, ktoré ako zdroj informácií predstavuje predmet medzinárodnej komunikácie a môže byť tak využívané na ovplyvňovanie verejnej mienky.

V **druhej kapitole** sú načrtnuté hlavné dopady globalizácie na masmédiá predovšetkým na úrovni ekonomickej (a), kultúrnej (b) a politickej (c).

Ad (a) Ekonomické dopady globalizácie sa prejavujú vytváraním veľkých medzinárodných konglomerátov, racionalizáciou spravodajstva a kontrolou informácií, ktoré následne vplyvajú aj na mediálnu mapu regiónu Blízkeho východu.

Ad (b) Vytváranie tzv. globálnej mediálnej kultúry na základe globalizácie masmédií môže mať pozitívne dopady, ale zároveň je aj spojované s negatívnym pojmom kultúrneho imperializmu, ktorého sa niektoré štáty na Blízkom východe obávajú.

Ad (c) V hlavnej časti tejto kapitoly sa zaoberám rôznymi teóriami a možnými vplyvmi resp. využívaním masmédií na tvorbu medzinárodnej politiky, pričom ich rozdeľujem do troch tématických okruhov a to :

- „efekt CNN“ a vplyv masmédií na tvorbu medzinárodnej politiky
- Masmédiá ako nástroj propagandy (v kontexte vojenskej propagandy)
- Masmédiá a ich vplyv na účastníci medzinárodnej politiky (časový nátlak; vytesňovanie expertov a diplomatov; diplomatická manipulácia a zmena žurnalistických štandardov)

V **tretej kapitole** sú aplikované predchádzajúce poznatky pri skúmaní vývoja masmediálnej mapy na Blízkom východe vrátane súčasných trendov a príležitostí. Hlavná pozornosť je venovaná satelitnej stanici Al-Jazeera, ktorá zastáva v tomto regióne jedinečnú pozíciu a je predmetom záujmu aj kritiky administratívy USA.

Vo **štvrtnej kapitole** analyzujem na príkladoch vojny v Perzskom zálive a vojny v Iraku úlohu masmédií v týchto konfliktoch. Predovšetkým vychádzam z predpokladu, že masmédiá sú jedným z nástrojov vojnovnej propagandy. Vojna v Perzskom zálive sa stala jedným z hlavných mílnikov vo vývoji masmédií nielen kvôli živému vysielaniu konfliktu, ale aj kvôli nebývalej kontrole informácií a masmédií. Vojna v Iraku v roku 2003 sa stala novodobým konfliktom, kde bolo nutné bojovať zároveň v rovine informačnej, ktorá mala presvedčiť domácu a svetovú verejnú mienku o oprávnenosti

konfliktu. Masmédiá sa tak stali dôležitou súčasťou novodobých informačných vojen a armádnych stratégií.

V závere tejto kapitoly zhodnocujem dôležitosť zaoberať sa problematikou masmédií v tejto oblasti, hlavne kvôli antiamerikanizmu v arabských masmédiách, ktorý ovplyvňuje vzájomné vzťahy USA a tohto regiónu; nutnosť podporovať liberalizáciu masmédií a formovanie novej arabskej verejnosti.

Pre účely tejto diplomovej práce som čerpala predovšetkým zo zahraničných zdrojov, hlavne amerických. Napriek tomu som sa snažila vyhýbať jednostrannému pohľadu a skúmať danú problematiku z neutrálneho stanoviska.

Pre všeobecný rámec medzinárodnej komunikácie a masmédií bola využitá predovšetkým koncepcia Dennisa McQuaila.

Zároveň chcem upozorniť, že cieľom mojej práce nie je detailný rozbor teórií a názorov na vplyv masmédií. Z tohto dôvodu v poznámkovom aparáte poukazujem na zdroje, ktoré by pre hlbšiu analýzu vyššie uvedenej problematiky boli zaujímavé a využiteľné.

1 Globálna komunikácia a masmédiá

Svet medzinárodnej komunikácie a masmédií prešiel v posledných rokoch rapídnyimi zmenami, ktoré boli vyvolané nielen novými vývojovými trendami v oblasti moderných technológií a svetovej ekomiky, ale zároveň boli podmienené dôležitými udalosťami svetovej politiky, ktoré natrvalo preformulovali svetový poriadok.

Medzinárodná komunikácia bola po druhej svetovej vojne dominovaná napätím, ktoré vychádzalo z ideologického zápasu medzi „Východom“ a „Západom“ počas studenej vojny. Tomu bola podriadený aj tón zahraničného spravodajstva a tok informácií. Začiatkom 90.rokov 20.storočia sa po rozpade Sovietskeho zväzu celková situácia výrazne zmenila. S uvoľnením napätia a voľným tokom informácií sa zmenšil význam zahraničného spravodajstva.

Situácia v masmédiách sa opäť zmenila po útokoch z 11. septembra 2001, keď v kontexte vojny proti terorizmu a nedávnych konfliktov na Blízkom východe odrážala charakter boja medzi „dobrom“ a „zlom“ a zahraničné spravodajstvo opäť získalo na význame.

V súčasnosti sa v súvislosti s medzinárodnou komunikáciou hovorí o jej globálnom rozmere. Medzi základné vývojové trendy, ktoré charakterizujú a ovplyvňujú túto globálnu komunikáciu patrí technický rozvoj spravodajských masmédií, zvýšená koncentrácia vlastníctva a masmédií, boj medzi vyspelými a rozvojovými krajinami, monopolizácia medzinárodného toku informácií a vplyv globalizácie na masmédiá.¹

V širšom kontexte tieto trendy zároveň podmieňujú obsah a formu zahraničného spravodajstva a masmédií, ktoré môžu byť využívané ako nástroj pre formovanie verejnej mienky, využívané pre získavanie podpory pri rozhodnutiach a tvorbe medzinárodnej politiky.

Masmédiám a ich potencionálnej úlohe na poli medzinárodnej politiky sa začína pripisovať čoraz väčší význam, hlavne v poslednom období v spojení s konfliktami na Blízkom východe.

¹ Pre bližšie informácie ohľadne úlohy a dopadov globalizácie viz kapitola 2.

1.1 Základná charakteristika globálnej komunikácie a masmédií

Globálnu komunikáciu je možné zjednodušene charakterizovať ako proces vysielania a prijímania informácií v globálnom rozsahu.

Ľudia sa snažili komunikovať takýmto spôsobom už celé storočia. Hlavné bariéry komunikácie v minulosti predstavovala predovšetkým veľká vzdialenosť. Vzdialenosť, čas a rôzne jazykové bariéry však boli v posledných rokoch vďaka rozvoju technológií do určitej miery prekonané a globálna komunikácia sa tak výrazne zjednodušila, urýchlila a zefektívnila. Tento proces neustále pokračuje.

V súčasnej dobe sa globálna komunikácia stáva čoraz dôležitejšou, keďže vďaka novým technológiám sa začína meniť aj charakter spoločnosti a dochádza k zvyšovaniu vzájomnej závislosti. Rozvoj technológií postupne mení sociálne, kultúrne a politické stránky spoločnosti.²

Masmédiá môžeme charakterizovať ako prostriedky procesu komunikácie so špeciálnym účelom dosiahnutia veľkej skupiny.

V prípade globálnych masmédií predpokladáme dosiahnutie celosvetového publika. Existujú rôzne druhy masmédií, ale pre účely tejto práce sa budem zameriavať predovšetkým na **spravodajské masmédiá**.

1.1.1 Rozvoj spravodajských masmédií

Spravodajské masmédiá sú skupinou, ktorá sa sústreďuje na prezentáciu aktuálnych správ verejnosti. Patria sem tlačené médiá (noviny, časopisy), vysielacie médiá (rádiové stanice, televízne stanice a siete) a internetové médiá (www a blogy).

Všetky sú dôležitými prostriedkami prenosu a rozširovania informácií. Už od svojho počiatku plnili významnú úlohu pri rozširovaní vedomostí a znalostí, ktorá sa postupne menila s vedeckým a technologickým rozvojom. Tlač bola pôvodne najrozšírenejším komunikačným prostriedkom, ale mala predsa len limitovaný vplyv kvôli jeho obmedzeniu len na vzdelané vrstvy a gramotnosť. Príchod rádia znamenal nové možnosti šírenia informácií. V súčasnosti televízia predstihla všetky ostatné tradičné masmédiá

² Pre viac informácií a prehľad o histórii komunikačných technológií viz napr. Winston, B., Media Technology and Society, A History: From the Telegraph to the Internet, 2003.

v otázke týkajúcej sa dosahu, ale internet má potenciál stať sa najvýznamnejším prostriedkom komunikácie v blízkej budúcnosti.

1.1.1.1 Noviny

Noviny môžeme považovať za jedny z najrannejších foriem masmédií. Až do polovice 19.storočia môžeme hovoriť o novinách ako o národnej inštitúcii, keďže ich cirkulácia bola vyhradená predovšetkým hranicami národného štátu. Ich národný charakter bol posilnený nielen výlučnou exkluzivitou jazyka, ale aj ďalšími kultúrnymi a politickými faktormi.

Vplyvom nových technologických objavov sa od polovice 19.storočia do popredia dostali dobre organizované spravodajské agentúry, využívajúce medzinárodný telegrafický systém, ktorý zjednodušil dodávanie správ veľkým a významným novinám.

Zahraničné správy sa tak postupne stali hlavným produktom-**komoditou** mnohých novín v celom svete. Dominantné charakteristiky svetovej geopolitickej scény, hlavne nacionalizmus a imperializmus čoraz viac vzbudzovali záujem o informácie v medzinárodnom dianí, hlavne o vojnách a konfliktoch.

Začiatkom 20. storočia si vlády začali uvedomovať výhody a potenciál masmédií pre domáce ako aj medzinárodné účely propagandy. Od začiatku druhej svetovej vojny mnohé krajiny využívali rozhlas pre sprostredkovávanie informácií, správ, propagáciu národnej kultúry a záchovanie kontaktu s expatriotmi.³

1.1.1.2 Rádio

V 20.rokoch 20.storočia sa k verejnosti dostalo rádio, ktoré tiež vo svojich začiatkoch malo predovšetkým národný charakter a to nielen kvôli užívanému jazyku, ale aj technologickým možnostiam. V tejto dobe bol prenos rádiového signálu limitovaný hranicami národného štátu. Táto situácia sa v nasledujúcich desaťročiach samozrejme zmenila.

1.1.1.3 Televízia a nástup satelitných technológií

V dnešnej dobe mediálnej globalizácie televízia si pravdepodobne ešte stále ponecháva najväčší vplyv a to najmä vďaka prenosu správ vizuálnym obrazom, ktorý prekonáva jazykové bariéry.

³ McQuail, D., McQuail's Mass Communication Theory, 2005, s.246.

Spočiatku bolo televízne vysielanie limitované národnými hranicami a pozemným dosahom. V 50. rokoch, v snahe o prevahu na psychologickú úroveň studenej vojny, vznikali prvé pokusy o vytvorenie globálnej televízie, ktorá by slúžila šíreniu určitej politickej ideológie a propagandy.⁴

Nástup televíznych satelitov v priebehu 70. rokov 20. storočia postupne prekonával bariery pozemného prenosu a prípadne snahy o zabránenie šírenia satelitného prenosu ako takého sa stali takmer nemožnými. Celkový dopad na svetové publikum sa však niekedy až príliš zveličuje.

1.1.1.4 Nástup internetu

Jedným z najnovších prostriedkov, ktorý bude hrať v budúcnosti zaujímavú a čoraz významnejšiu úlohu v medzinárodnej a globálnej komunikácii je internet. Ten demoštruje možnosť jednoznačného prekonania fyzických a vzdialenostných bariér. Samozrejme aj v prípade internetu do určitej miery naďalej existujú jazykové a kultúrne bariéry, ktoré spôsobujú, že hranice predsa len aspoň z časti ovplyvňujú prúdenie informácií.

Internet, rozvoj nových telekomunikačných technológií a zariadení však celkovo výrazne zjednodušujú a urýchľujú možnosti medzinárodnej komunikácie. Nové ICT technológie majú potenciál výrazne zmeniť charakter globálnej komunikácie. Takisto formy prechádzajúcich masmédií sa začínajú adaptovať na nové internetové prostredie, kde častokrát významné masmédiá môžeme nájsť aj v on-line podobe (napr. CNN, Al-Jazeera, BBC, atď.). Začíname hovoriť o on-line žurnalistike.⁵

1.1.2 Vybrané typy globálnej komunikácie

Pre základnú predstavu do foriem globálnej masovej komunikácie zahrňujeme:

- priame vysielanie a distribúciu masmediálnych kanálov alebo kompletných publikácií medzi jednou krajinou a publikom v iných krajinách (napr. zahraničný predaj novín, knihy, niektoré satelitné televízne kanály a oficiálne sponzorované medzinárodné rozhlasové vysielanie);
- **špecifické medzinárodné masmédiá** (napr. CNN International, BBC World, MTV Europe atď. a medzinárodné spravodajské agentúry);

⁴ Stuchlík, J., Globalizace a média, 2006, s. 394.

⁵ Kunczik a Zipfel, 2001. In: Jirak, J.-Kopplová, B., Média a společnost, 2003, s.34.

- mediálny obsah rôzneho druhu (napr. televízne programy, filmy, hudba, atď), ktoré sú importované, aby sa stali súčasťou domáceho vysielania;
- formáty alebo žánre zahraničného pôvodu, ktoré sú adaptované alebo prispôsobené domácemu publiku;
- **zahraničné správy**, buď o zahraničí alebo vytvorené v zahraničí a určené pre domáce vysielanie;
- rôzny iný obsah (napr. športové udalosti, reklamy, atď);
- www (world wide web).

V niektorých prípadoch je, ale obtiažne definovať, ktorý mediálny obsah je globálneho typu alebo či má skôr národný alebo lokálny charakter.

Spojené štáty americké produkujú „veľa“, ale importujú „málo“, ale aj tak môžeme tvrdiť, že americká mediálna kultúra je medzinárodná, pretože je do veľkej miery preberaná ostatnými krajinami a sama o sebe je ovplyvňovaná zahraničnými kultúrami prostredníctvom obchodu a príst'ahovalectva. Nepriamo je globalizovaná svojou orientáciou sa na produkciu, ktorá je určená na svetový trh. Celkovo existuje, ale len malé množstvo masmédií, ktoré sú schopné osloviť relatívne veľké množstvo zahraničného publika priamo.

V najlepšom prípade najúspešnejšie produkty sa dostanú k svetovému publiku na konci. To v sebe skrýva značný potenciál „exportujúcej krajiny“ovplyvňovať „ národné médiá prijímajúcich krajín“.⁶

Pre účely tejto diplomovej správy sa zameriavam na medzinárodný tok zahraničných správ, v tretej a štvrtej kapitole na masmédiá typu CNN.

⁶ McQuail, D., McQuail's Mass Communication Theory, 2005, s.251.

1.2 Medzinárodný tok správ a jeho monopolizácia

Správy môžu byť charakterizované ako: *Informácie o nedávnych udalostiach alebo dianí, predovšetkým komunikovaných v novinách, periodikách, rádiu alebo v televízii.*

Pre účely tohto textu pri pojme správy sa budem zameriavať predovšetkým na **zahraničné správy**.

Ako už bolo čiastočne naznačené v predošlej časti kapitoly, globalizácia zahraničného spravodajstva sa postupne začala rozvíjať so zakladaním prvých **spravodajských agentúr** v polovici 19.storočia a s „komodifikáciou“ správ určených pre medzinárodný obchod. V dnešnej dobe majú viacmenej štandardizovanú a univerzálnejšiu podobu.

Vysielanie správ prostredníctvom televízie ešte viac umocnilo ich medzikultúrne pôsobenie, hlavne vďaka možnosti „vyrozprávať príbeh“ pomocou vizuálneho obrazu, ku ktorému je možné pridať komentár v ľubovoľnom jazyku a z akéhokoľvek „uhlu pohľadu“.

Televízne spravodajstvo, ako aj správy v tlačенých médiách sú vytvárané na princípoch žurnalistickej objektivity, ktoré má garantovať spoľahlivosť a kredibilitu zobrazovaných udalostí.⁷

1.2.1 Medzinárodné spravodajské agentúry

1.2.1.1 Komodifikácia správ a vznik spravodajských agentúr

Niektoré mediálne produkty napomáhajú komodifikácii a koncentrácii ich vlastníctva produkcie a distribúcie svojimi špecifickými vlastnosťami ako je flexibilita a prispôbitelnosť sa na medzinárodný trh. Patria sem napríklad filmy, hudobné nahrávky, filmy, televízne seriály, knihy atď.

Prvým komodifikovaným produktom sa stalo zahraničné spravodajstvo a to hlavne prostredníctvom medzinárodných spravodajských agentúr.

Od svojho vzniku tak spravodajské agentúry vlastne vystupujú ako „veľkoobchodníci“ správ a národné spravodajské médiá ako ich „zákazníci“, pre ktoré je výhodnejšie

⁷ McQuail, D., *McQuail's Mass Communication Theory*, 2005, s.251.

a ekonomickejšie zahraničné správy „odkupovať“ ako ich sami získavať a zhromažďovať.

Medzi faktory, ktoré umožnili vzostup a rozvoj globálnych spravodajských agentúr patrili nové technológie (telegraf, rádiatelefon) a aj samotné vojny, obchod, imperializmus a priemyselná expanzia, pričom zapojenie vlády bolo považované za samozrejmosť.⁸

1.2.1.2 Prehľad najvýznamnejších spravodajských agentúr

V povojnovom období medzi hlavné spravodajské agentúry patrili: severoamerické United Press International (UPI) a Associated Press (AP), britská Reuters, francúzska Agence France Press (AFP) a ruská TASS. Po neskoršom zániku UPI sa aj relatívne znížila americká prevaha a na tento trh nastúpili nové agentúry a to nemecká Deutsche Presse Agentur (DPA) a japonská Kyodo. Ruská TASS bola nahradená agentúrou Itar-Tass, ktorá je stále v štátnom vlastníctve.

Medzi tri hlavné spravodajské agentúry, ktoré produkujú veľkú časť zahraničného spravodajstva sa v súčasnosti považujú: **Reuters**, World Television News (**WTN**) a Associated Press Television News (**APT**).

Niektorí autori považujú za ďalších veľkých hráčov španielskú Agencia EFE, francúzsku AFP a nemeckú DPA.

Predpokladom pre dominanciu na globálnom spravodajskom trhu je v tomto prípade domáca sila daných mediálnych organizácií, hlavne čo sa týka veľkosti trhu, stupne koncentrácie a ekonomických zdrojov a samozrejme angličtina predstavuje tiež výhodou.

1.2.2 Charakteristika zahraničného spravodajstva

V minulosti boli hlavnou náplňou zahraničného spravodajstva politické témy, vojny, diplomacia a obchod. V dnešnej dobe tieto témy ustupujú do pozadia a sú nahradzované medzinárodnými športovými správami, informáciami o svetovom showbusinessse, finančných trhoch, turizme, móde, apod.^{9 10}

⁸ Boyd Barrett O., 2001. In: McQuail, D., McQuail's Mass Communication Theory, 2005, s.250.

⁹ V niektorých výzkumoch sa udáva, že sa tento podiel znížil o 70 až 80% za posledných 20 rokov.

¹⁰ Woo W.F., Reporting International News in Serious Way, 2001. s.24.

Zpravodajstvo má podľa výskumou veľmi stabilný a predvídateľný charakter a jeho výber, zaradenie a spracovanie sa deje podľa opakujúcich sa kritérií, tzv. „spravodajských hodnôt“ a ktoré vlastne rozhodujú, ktoré správy prekročia „prah pozornosti médií“. Sú to predovšetkým jednoznačnosť, prekvapivosť, priestorovú blízkosť, osobné zaujatie a konflikt.¹¹

1.2.2.1 Faktory podmieňujúce výber správ

Medzi faktory ovplyvňujúce výber správ a ich tok sa zaraďujú spravodajské hodnoty, časovanie udalostí, kultúrna afinita a jazyk, geografia, obchod, diplomacia a činnosť medzinárodných spravodajských agentúr. Dva z najdôležitejších faktorov, ktoré pri výbere správ zohrávajú najväčšiu úlohu, sú obchodné vzťahy a existencia medzinárodných spravodajských agentúr.

1.2.2.2 Výber zahraničných správ medzinárodnými agentúrami

Hoci veľké medzinárodné agentúry majú pri zhromažďovaní správ a informácií prístup takmer do všetkých krajín sveta, kritéria podľa ktorých sú správy o týchto krajinách vytvárané, nemusia byť vždy vhodné, keďže normy výberu správ pochádzajú z úplne odlišného spoločensko-kultúrneho prostredia.

Niektorí autori vo svojich štúdiách dospeli k názoru, že spravodajské agentúry na základe svojej dôležitej úlohy v novinárskom svete spôsobili **globálnu uniformitu** definovania správ a autoritatívnosť agentúr tak ovplyvňuje ich všeobecný výber a spracovanie.

Iným aspektom výberu správ je tiež skutočnosť, že veľké medzinárodné spravodajské agentúry pracujú s omnoho väčšími rozpočtami, ktoré značne prevyšujú rozpočty národných agentúr niektorých rozvojových krajín a plnia preto potom dôležitú funkciu ako „*gatekeeper*“¹².

Mnohé rozvojové krajiny si síce založili vlastné národné spravodajské agentúry, tie však majú len limitované možnosti ovplyvňovať reportáže o svojich krajinách a vylíčiť udalosti a vlastnú situáciu z hľadiska svojej perspektívy. Častokrát sa preto v snahe ovplyvniť spravodajstvo uchylujú k cenzúre.

¹¹ Lippman W, 1965. In: Jirak J.- Köpplová B., Média a spoločnosť, 2003, s.77.

¹² Funkciu „*gatekeeper*“ môžeme definovať ako regulátora toku informácií. V medzinárodnom toku informácií je to regulátor, ktorý rozhoduje, ktoré informácie budú ďalej pustené do medzinárodného systému správ.

Takisto je nutné upozorniť na fakt, že spravodajské agentúry dávajú prednosť zhromažďovaniu správ tam, kde je možné očakávať neustály prísun informácií. Týmto zdrojmi sa preto v zásade stávajú elity, pričom nedochádza súčasne k tvorbe hlbších analýz sociálnych procesov, keďže medzinárodné agentúry niektoré takéto informácie nepovažujú za spravodajsky relevantné.

Zanedbávanie sociálnych a iných procesov z dlhodobého hľadiska prispieva (hlavne v rozvinutých krajinách) k vytváraniu určitých „medzier v štruktúre poznania resp. vedomostí. Fakt, že informácie o krajinách tretieho sveta a z tretieho sveta sú takmer výlučne dodávané medzinárodnými agentúrami môže následne viesť k rôznym rizikám. Napríklad „ pravdivosť“ alebo „vierohodnosť“ takýchto správ je častokrát len veľmi ťažko overiteľná. V prípade, že iné spravodajské kanály zlyhajú (ako napr. diplomacia alebo tajné služby), môže tento nedostatok viesť k veľkým chybám pri odhadovaní určitej situácie a jej riešení.¹³

1.2.2.3 Ekonomické vzťahy a výber zahraničného spravodajstva

Výber správ je, ale vo všeobecnosti najviac ovplyvňovaný ekonomickými vzťahmi. Pri skúmaní faktorov pôsobiacich na zahraničné spravodajstvo odborníci vo všeobecnosti zhodujú na tom, že tok správ kopíruje vzory ekonomických a politických vzťahov, ako aj geografickú a kultúrnu príbuznosť a iné formy transakcií medzi krajinami. Čím intenzívnejšie sú obchodné väzby a styky, tým je aj spravodajstvo o príslušnej krajine, ktorej sa tieto vzťahy týkajú, bohatšie.

U štátov, ktoré majú väčšiu váhu (napr. USA, iné veľmoci) a štátov, ktoré sú zemepisne alebo „kultúrne“ bližšie, je vyššia pravdepodobnosť, že sa o nich bude informovať častejšie, vo väčšom rozsahu a pravdepodobne aj pozitívne.

V prípade rozvojových krajín je to skôr naopak. Tie sa dostávajú do centra pozornosti zvyčajne v prípade eskalácie konfliktov alebo rôznych katastrof (napr. humanitárnych). Práve takéto správy sú zaujímavé z hľadiska kritérií výberu správ.

1.2.2.4 Zahraničné správy v rozvinutých krajinách

Trendy spomenuté v predošlej časti môžeme sledovať na príklade zahraničného spravodajstva v rozvinutých krajinách.

¹³ McQuail D., McQuail's Mass Communication Theory, 2005, s.259.

Odborníci sa väčšinou zhodujú, že zahraničnému spravodajstvu sa v rozvinutých krajinách nedostáva veľa priestoru. Prípadne sa zameriava na krajiny kultúrne a jazykovo príbuzné. Ostatné časti sveta sú väčšinou ignorované a v prípade, že sa aj stanú súčasťou náplne zahraničných správ, je to z dôvodu potencionálneho ohrozenia ekonomických, politických alebo iných záujmov rozvinutých krajín. V alternatívnom prípade k tomu dochádza, keď katastrofy alebo rôzne problémy dosiahnu takého rozmeru, že sú schopné zaujať vzdialené a široké publikum.

Dôvody pre takýto jednostranný výber medzinárodných správ sú predovšetkým organizácia výberu spravodajstva a taktiež celkovou cieľovou skupinou, na ktorú je toto zahraničné spravodajstvo orientované:

- Výber spravodajstva je hlavne výsledkom organizácie spravodajského postupu, podľa ktorého agentúry a aj masmédiá sami vyberajú správy („*gatekeeping*“)
- Hlavným „posudzovateľom“ správ je priemerný prímestský spotrebiteľ správ, ktorý sa vo všeobecnosti nezaujíma o vzdialené udalosti, ktoré sa ho priamo netýkajú.¹⁴

Vďaka takému prístupu sa však stráca prehľad o situácii v daných krajinách resp. regiónoch. ako aj vytráca aj kontext, do ktorého sú prípadné konflikty v príležitostných správach zasadené. Je náročnejšie sa potom zorientovať v danej situácii a publikum je náchylnejšie preberať tendenčné názory komunikované prostredníctvom masmédií.

¹⁴ McQuail D., McQuail's Mass Communication Theory, 2005, s.260.

1.2.3 Ďalšie trendy v globálnej komunikácii

1.2.3.1 Koncentrácia vlastníctva globálnych masmédií

Jedným z dlhodobejších trendov, ktoré sú charakteristické pre oblasť globálnej komunikácie a masmédií je čoraz vyššia koncentrácia vlastníctva, produkcie, distribúcie. Táto koncentrácia spôsobuje, že globálny mediálny trh je postupne ovládaný malou skupinou obrovských mediálnych koncernov. Paradoxne namiesto vzájomnej konkurencie tieto koncerny navzájom spolupracujú.

Bližšie analýza koncentrácie masmédií a predovšetkým jej ďalších vplyvov na medzinárodnú politiku je bližšie popísaná v druhej kapitole.

1.2.3.2 Disparita medzi rozvinutými a rozvojovými krajinami

V priebehu 70.rokov 20.storočia došlo k veľkým debatám ohľadne disproporcie spravodajského toku medzi „Severom“ a „Juhom“.

Mediálne závislé krajiny („Juh“) sa snažili prostredníctvom organizácie UNESCO vytvoriť nový svetový informačný a komunikačný rád-*New World Information and Communication Order* (NWICO), ktorý by vytvoril určitú platformu normatívnych pravidiel medzinárodného spravodajstva a jeho kontroly na základe rovnosti, suverenity a spravodlivosti. Táto platforma mala v sebe zahrňovať pravidlá a princípy správania sa pre medzinárodné masmédiá, hlavne týkajúce sa vojnovnej propagandy a predpojatého spravodajstva.¹⁵

Na základe obáv a možných následkov z rastúceho vplyvu globálnych médií na kultúru a hodnotové systémy, ako aj ich potenciálnu politickú a ekonomickú moc, tieto krajiny zároveň žiadali medzinárodnú redistribúciu globálnych komunikačných prostriedkov a odstránenie medzinárodných rozdielov, ktoré by tak umožnili podporu rozvoja silnejších národných a regionálnych komunikačných systémov v rozvojom svete.

Takéto požiadavky boli rázne odmietnuté zástancami „voľného toku“ informácií a západnými vládami. Tento pokus viedol k neúspechu a k neprijatiu navrhovanej deklarácie.¹⁶

¹⁵ Pre viac informácií viz napríklad Carlsson, U., *Rise and Fall of NWICO – and Then?*, 2003 alebo Thompson, J.B., *Média a Modernita*. 2004.

¹⁶ Ako prejav demonstrácia nesúhlasu USA a Veľká Británia vystúpili z organizácie UNESCO, čo malo za následok pokles finančných príspevkov pre UNESCO až o 30%.

Ďalšie úvahy o tomto ráde boli s nástupom rastúcej národnej a aj medzinárodnej komunikačnej liberalizácie a s rôznymi geopolitickými zmenami viacmenej potlačené. Ale aspoň za čiastočný úspech môžeme považovať, že sa na niektoré problémy upozornilo a stali sa súčasťou debát, ktoré prispeli k uznaniu niektorých „komunikačných práv a povinností“.

1.2.3.3 Súčasná medzinárodná regulácia

Keďže na svete neexistuje žiadna globálna vláda, systém medzinárodnej komunikácie nie je vystavený žiadnej centrálnej, ani systematickej kontrole. Tento fakt je umocňovaný silami slobodného trhu a národnou suverenitou. Pokusy ako NWICO boli tiež odsúdené k neúspechu.

Napriek tomu sa však rozvinuli medzinárodné regulátory a kontrola zameriavajúce sa predovšetkým na technické a obchodné záležitosti globálnych médií.

Deregulácia a privatizácia spojené s telekomunikačnou revolúciou na jednej strane limitovali možnosti nejakej väčšej medzinárodnej normatívnej regulácie, ale na druhú stranu však zároveň zvýšil potrebu technickej, administratívnej a ekonomickej spolupráce v mnohých záležitostiach.

V súčasnej dobe medzi najvýznamnejšie medzinárodné organizácie a predstavitel'ov, ktoré plnia regulačné funkcie patria:

- International Telecommunication Union(ITU);
- Svetová obchodná organizácia (WTO);
- UNESCO;
- Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN);
- World International Property Organization (WIPO) a EÚ.

1.2.3.4 Národná regulácia masmédií

Možnosti medzinárodnej regulácie masmédií sú síce limitované, ale ostáva regulácia národnými inštitúciami.

Väčšina krajín naďalej pokračuje v reštriktívnej politike voči médiám, čo v sebe zahŕňa napríklad ukladanie rôznych prekážok na podmienky vlastníctva, kontrolu nad elektronickými médiami a častokrát aj používanie kvót alebo cenzúry na inhibíciu importu masmediálneho obsahu.

Efektívnosť týchto opatrení je však v súčasnej dobe vystavená tlaku nových masmédií, ktoré sa bránia voči týmto bariéram.

Ekonomické záujmy a obavy nie sú jediným motivačným faktorom, ktorý vedie k regulácii. Mnohé vlády sú motivované predovšetkým potencionálnymi **politickými následkami**, ktorých sa obávajú, a preto rozširujú existujúcu reguláciu aj na nové sektory médií ako napríklad internet a iné digitálne formy komunikácie.

Krajiny ako Singapúr alebo Čína monitorujú užívateľov internetu a dokonca založili národné firewally (systémy pre ochranu sietí). Paradoxne sa firewall v Číne nazýva „*New China Wall*“, ktorý znemožňuje užívateľom prístup k vybraným informáciám na internete. Medzi iné praktiky, krajiny ako Saudská Arábia, Spojené arabské emiráty kontrolujú a blokujú internetové stránky.¹⁷

¹⁷ Kalathil, S.-Boas, T.C., *The Internet and State Control in Authoritarian Regimes*, 2001.

2 Dopady globalizácie masmédií

Globalizácia je veľmi široký pojem, ktorý sa používa na popis a vyjasnenie mnoho navzájom prepojených procesov. Pre účely tejto práce som sa zamerala na definíciu globalizácie v spojení s masmédiami a medzinárodnými komunikačným tokom.

V posledných desaťročiach globalizácia výrazne zasiahla do celkového medzinárodného toku informácií. V ďalšej časti tejto kapitoly sa budem venovať predovšetkým jej ekonomickému, kultúrnemu a politickému dopadom na masmédiá a ich následným pôsobením na celosvetovú spoločnosť a medzinárodnú politiku. Tieto dopady výrazne ovplyvnili aj celkovú dynamiku a postavenie masmédií na Blízkom východe a ich možnosti pôsobiť na tvorbu politiky v tomto regióne.¹⁸

2.1 Charakteristika globálizácie masmédií

Terry Flew a Stephen McElhnney do procesov definujúcich globalizáciu zahrňujú:

- medzinárodne komunikačné prúdy, poskytované telekomunikačnými, informačnými a mediálnymi technológiami (napr. širokopásmové vysielanie, satelity alebo internet, ktoré usmerňujú medzinárodný obeh kultúrnych komodít, textov, obrázkov a artefaktov);
- globálny obeh a tok myšlienok, ideológií a kľúčových slov, (napr. tzv. export západných myšlienok a hodnôt, fundamentalizmus, vojna proti terorizmu, demokracia, feminizmus, enviromentalizmus);
- vytvorenie a stupňovanie odporu voči globalizácii, ktoré má lokálny charakter, je orientované na domáce politické a kultúrne ciele (jeho nositeľom sú napr. nacionalistické hnutia politickej pravej, progresívne a antikolonialistické hnutia ľavice a rôzne extrémistické náboženské hnutia);
- používanie „*public relations*“ (PR) vládami, multinacionálnymi spoločnosťami a nevládnymi organizáciami zameranými predovšetkým na ovplyvňovanie a tvorbu mienky na lokálnej, medzinárodnej a globálnej úrovni.¹⁹

Je zaujímavé pozorovať vzájomný vzťah globalizácie a masmédií. Na jednej strane hovoríme, že globalizácia ovplyvňuje masmédiá, na druhej strane sú to práve masmédiá

¹⁸ Pre viac informácií viz Kapitola 3 a 4.

¹⁹ Flew, T.- McElhinney, S., *Globalization and the Structure of New Media Industries*, 2006, s. 287-289.

a ich neustály rozvoj, ktoré zohrávajú dôležitú úlohu v spomínaných procesoch globalizácie.

2.1.1 Dimenzie globalizácie masmédií

Nové technologické formy komunikácie ovplyvňujú proces komunikácie jednotlivcov a inštitúcií a tie nasledovne pôsobia na celú spoločnosť a kultúru. Podľa niektorých odborníkov centrálna úloha masmédií v procese globalizácie má tri dimenzie.

Poprvé, médiá vytvárajú a poskytujú technologické platformy a služby, ktoré zabezpečujú fungovanie medzinárodných tokov a transakcií.

Za druhé, mediálny priemysel je hlavným motorom, ktorý posúva súčasné hranice globálnej expanzie a integrácie vopred.

Za tretie, masmédiá poskytujú informačný obsah a zobrazenie sveta, na základe ktorých si ľudia vytvárajú vlastné predstavy a obrazy o udalostiach, ktoré sa odohrávajú na vzdialených miestach. Prelínanie týchto faktorov, môže byť pozorované pri skúmaní udalostí, ktorým sa venovala celosvetová pozornosť ako napríklad útoky z 11. septembra, vojna v Iraku, vojna proti terorizmu, masaker v Oslane, v Rusku apod..

2.1.2 Faktory globalizácie masmédií

Hlavne faktory, ktoré podnietili a aktivizovali globalizáciu masmédií sú technologického a ekonomického charakteru.

2.1.2.1 Technologické zmeny

Transformácia telekomunikácií na základe kombinácie technologických zmien, výzkumu nových technológií, regulácie a zmien v priemysle so sebou priniesla aj celú radu zmien vo svete globálnych masmédií a komunikačných prostriedkov. Práve tieto faktory viedli k posilovaniu globalizácie masmédií a vzniku nových služieb ako napr. internetu alebo interaktívnych vysielacích platforiem.

2.1.2.2 Privatizácia a liberalizácia

V priebehu 80.rokov 20.storočia začali procesy liberalizácie a privatizácie vo svete a neskôr v priebehu 90.rokov transformovali telekomunikačné systémy z pôvodne

statických štátnych systémov na dynamické prvky globálnej ekonomiky a komunikačnej infraštruktúry.²⁰

2.2 Ekonomické dopady globalizácie masmédií

Pre pochopenie dynamiky masmédií je spolu s analýzami kultúrnych a politických dopadov nutné sa zaoberať aj dopadmi ekonomickými.

Masmédiá sa síce vyvinuli na základe spoločenských a kultúrnych potrieb jednotlivcov a celej spoločnosti, nesmieme však zabúdať, že mediálne inštitúcie fungujú ako obchodné podniky, ktoré sledujú ekonomické záujmy a sú financované spotrebou a súkromnými investíciami.

Súčasný trend, v ktorom sa masmédiá stávajú samostatným „priemyselným odvetvím“ podmienilo niekoľko faktorov. Predovšetkým je to rastúca priemyselne-ekonomická dôležitosť informácií a komunikačného vybavenia. Ďalším dôvodom je fakt, že s rastom mediálneho priemyslu klesá podiel verejných zásahov do mediálnej produkcie. Okrem toho, aj v krajinách, kde masmédiá fungujú ako verejné orgány musia dodržiavať určitú finančnú disciplínu a pôsobia v konkurenčnom prostredí.

Mediálne inštitúcie²¹ majú samy o sebe zvláštny charakter, ktorý podlieha faktu, že ich činnosť je nielen ekonomická, ale aj politická a neustále pod vplyvom technologických zmien. Produkuje nielen súkromné statky určené pre uspokojovanie osobných potrieb, ale zároveň statky verejné, ktoré sú považované za nevyhnutné pre zdravé fungovanie spoločnosti. (Napri. politická funkcia masmédií v demokratickej spoločnosti, kde predstava monopolizácie informácií súkromnými osobami je neprijateľná.

2.2.1 Vznik globálnych mediálnych korporácií

V dnešnej dobe skupina medzinárodných korporácií kontroluje takmer všetko čo vidíme, počujeme na obrazovkách, cez rozhlasové vlny a v tlači.

Niektorí odborníci si kladú otázku, aký dopad má konsolidácia a koncentrácia masmédií na reportáže, zábavnú kultúru, slobodu slova a demokraciu.

²⁰ OECD, 1999. In Flew, T. - McElhinney, S., Globalization and the Structure of New Media Industries, 2006, s. 295.

²¹ Mediálne inštitúcie predstavujú v tomto chápaní spôsob, akým ľudia v tejto oblasti vykonávajú nejakú činnosť. Mediálne organizácie referuje o štruktúre ľudí, ktorý túto činnosť vykonávajú. In Jirak J.-Kopplová B., Média a spoločnosť, 2003. str. 74

Možno niektoré takéto obavy sú prehnané a jedná sa len o zbytočne zmedializovaný stupeň ekonomickej evolúcie, ktorý jednoducho umožňuje veľkým firmám využívať synergiu, zväčšiť sa a lepšie slúžiť svojmu publiku a občianskym povinnostiam.

Vo svete však je možné pozorovať trend, kde globálny komerčný mediálny systém je dominovaný malou skupinou veľmi silných, prevažne amerických transnacionálnych mediálnych spoločností.

Je to systém kontrolovaný korporátnymi záujmami a s cieľom expanzie a dosiahnutia čo najväčšieho podielu na globálnom trhu a ktorý podporuje šírenie komerčných hodnôt, zatiaľ čo podľa niektorých názorov degraduje žurnalistiku a kultúru, ktoré neprispievajú k okamžitým hospodárskym výsledkom alebo dlhodobým záujmom spoločností.²²

K vytvoreniu globálneho komerčného systému došlo relatívne nedávno.

Až do osemdesiatych rokov, mediálne systémy boli prevažne národného charakteru. Po desaťročia bol import kníh, filmov, hudby a televíznych programov samozrejmosťou, ale základné resp. hlavné vysielacie systémy a “novinový” priemysel boli vlastnené a regulované domácimi zdrojmi.

Začiatkom osemdesiatych rokov začal Medzinárodný menový fond, Svetová banka a vláda USA vytvárať tlak na dereguláciu a privatizáciu médií a komunikačných systémov. Tomto obdobiu dochádzalo súbežne k vývoju nových satelitných a digitálnych technológií, ktoré spolu s týmto tlakom viedli k vzniku transnacionálnych mediálnych gigantov.²³

V roku 1990 globálnemu mediálnemu trhu dominovalo približne deväť obrovských firiem. Najväčšie dve z nich, Time Warner a Disney, v roku 1990 vytvárali približne 15% svojich príjmov mimo územie USA. V roku 1997 tento percentný podiel tvoril 30 až 35% celkový príjmov.

V dnešnej dobe medzi najväčších hráčov patrí nasledujúcich šesť firiem²⁴:

- **Time Warner** (2006 celkové príjmy \$ 44 miliárd)²⁵ ;
- **Disney** (35 miliárd)²⁶;
- **News Corporation** (28 miliárd)²⁷;

²² McChesney R., Global Media Giants, 1997. <http://www.fair.org/index.php?page=1406>

²³ Tamtiež.

²⁴ Údaje dostupné na internetových stránkach NYSE: <http://www.nyse.com>.

²⁵ Vlastník napr. časopisu Time a staníc CNN.

²⁶ Vlastník napr. staníc ABC.

²⁷ Vlastník napr. novin, The New York Post, The Times, stanice Fox TV.

- **Vivendi** (20 miliárd);
- **Bertelsmann** (\$ 19 miliárd);
- **Viacom** (11 miliárd)²⁸.

Príčiny zvyšujúcej sa koncentrácie sú rovnaké ako v iných odvetviach. Je to predovšetkým hľadanie možnosti čo najväčších úspor z rozsahu a posilnenia svojho postavenia na trhu.

V prípade masmédií má veľké výhody **vertikálna integrácia** riadenia, keďže z distribúcie môžu plynúť väčšie zisky ako z výroby.

Okrem toho majú mediálne spoločnosti záujem vlastniť niekoľko masmédií so stabilnými príjmami. Jedná sa tak predovšetkým o konvenčné televízne kanály a denníky.

Rastú tiež výhody zdieľania služieb a možností prepojovať rôzne distribučné trhy a systémy. Podľa Tunstalla je v takomto prostredí jediným východiskom len nepretržitá koncentrácia a rast.^{29,30}

Väčšina svetovej filmovej produkcie, televízie, vlastníctvo káblovej televízie, káblových a satelitných systémov, vydavateľstiev a hudobnej produkcie je vytváraná takýmito firmami, čo je približne asi päťdesiat firiem, pričom deväť z nich dominuje väčšine trhov. Jedným z hlavných kritikov koncentrácie masmédií je Robert Chesney, ktorý ju považuje za potencionálnu hrozbu pre demokraciu.

2.2.2 Vlna racionalizácie

Odvetvie masmédií si však do novej doby, ktorá predstavovala koniec štátnych monopolov, prinieslo aj veľké nadbytočné kapacity. Tie boli následne redukované v novej vlne racionalizácie, ktorá sa prejavovala rýchlym zlučovaním firiem a fúziami. Spravodajské stanice a vyhlásené deníky, ktoré raz boli pyšné na svoju nezávislosť, sa v priebehu rastu firiem postupne dostali na okraj záujmu a predstavujú dnes len zlomok v štruktúre portfólia mediálnych činností týchto veľkých koncernov.

²⁸ Vlastník MTV.

²⁹ Tunstall, J.,1991. In: McQuail, D., McQuail's Mass Communication Theory, 2005. s.231.

³⁰ Na to, aby tieto spoločnosti boli úspešné a konkurencieschopné, uplatňujú v praxi niekoľko nasledovných pravidiel. Na jednej strane sa čoraz viac **rozrastajú** a zťažujú tak podmienky pre konkurenciu, v prípade, že by sa pokúsila ich odkúpiť. Na druhej strane ich **portfólio zahŕňa niekoľko mediálnych trhov a priemyslov**, ako je filmový priemysel, vydavateľstvá, hudba, TV stanice a siete, maloobchody, zábavné parky, časopisy, noviny atď. Takto vygenerovaný profit jedného mediálneho gigantu je väčší ako súčet jednotlivých mediálnych častí. Firmy, ktoré nemajú takýto konglomerát, nie sú konkurencie schopné na tomto trhu.

2.2.3 Vytlačanie zahraničných spravodajských pobočiek

Vlna racionalizácie samozrejme zasiahla aj zahraničné spravodajské divízie týchto koncernov. Spravodajstvo bolo síce považované za zdroj zisku, ale ten v porovnaní s ostatnými mediálnymi činnosťami nebol tak veľký. V tomto období znižovania nákladov firmy častokrát začínali práve so spravodajskými divíziami, pričom najviac postihnuté boli práve zahraničné redakcie. A to zjednoduchých dôvodov: zahraničné pobočky a zahraniční spravodajcovia predstavovali najvyššie náklady. Tieto zmeny postihli napríklad CNN, ABC, ale aj tlačové agentúry ako Reuters.

S technologickým pokrokom a satelitnými technológiami sa zároveň zjednodušili formy spravodajstva.³¹

Podľa niektorých názorov jeden z ďalších dôvodov takéhoto postupu bola predstava, že zahraničné spravodajstvo publikum nezaujíma. Čo malo viesť následne k ďalšiemu obmedzovaniu priestoru, ktoré bolo v amerických médiach zahraničným správam venované. Zatiaľ čo v roku 1971 tvorilo zahraničné spravodajstvo 10 percent obsahu amerických novín, v roku 2001 to boli iba 2 percentá.

Takýto prístup vytvára riziko straty kontaktu s niektorými krajinami a časťami sveta. Vznikajú nové žurnalistické štandardy, ktoré neskôr pôsobia na zahraničné spravodajstvo o týchto krajinách. Mnohé informácie a kontext udalostí sa stráca a je tu väčšia možnosť manipulácie s informáciami.³²

2.2.4 Kríza amerických médií po 11. septembri 2001

Veľkým zlomom v žurnalistike a v trende obmedzovania zahraničného spravodajstva sa stal 11. september 2001, po ktorom sa predovšetkým americkým médiám začalo vyčítať, že nedokázali Američanov vopred varovať a upozorniť na rastúci antiamerikanizmus v iných častiach sveta. Médiam je často pripisovaná vina, že na základe nedostatočnej informovanosti, nenútili americkú vládu, aby prijala primerané protiteroristické opatrenia.³³

³¹ Carey, J.W., *American Journalism on, before and after September 11, 2002*, s. 86.

³² Thayer, N. *Freelancer's Vital Role in International Reporting*, 2001, s.28.

³³ Stuchlík, J., *Globalizace a média*, 2003, s. 376.

“Útoky z 11.septembra 2001 na World Trade Center a Pentagon, mali na Američanov podobný efekt ako keby práve zažili útok z vesmíru. Takmer úplne neinformovaní o svetovej politike, zbavení akéhokoľvek porozumenia pre islámsky svet a vzdelaní predovšetkým na základe Hollywoodských filmov,..., Američania boli ideálne pripravení na paranoidnú a hysterickú reakciu.”³⁴

Po týchto udalostiach sa americké médiá snažili opäť predefinovať úlohu žurnalizmu. James W. Carey sa snaží upozorniť na jednu z hlavných predstáv, ktoré podliehajú ekonomike globalizácie, a to, že vláda a občianska spoločnosť by mali byť disciplinovanými trhmi. Je síce pravdou, že demokratické praktiky usmerňujú trhy v akejkolvek úspešnej a trvajúcej ekonomike, ale:

„Sloboda slova sa však začala zjednodušené zameňovať s vlastníckymi právami, ktoré vytvárajú základné pravidlá pre konkurenciu v rozrastajúcej sa globálnej ekonomike. Politické práva tak boli zmenerené na exkluzívne ekonomické a demokracia sa jednoducho začala chápať len ekonomická demokracia. ... Politická demokracia sa nepochádza z prítomnosti efektívnej tržnej ekonomiky a politicky slobodná tlač nepochádza z ekonomicky slobodnej tlače.”³⁵

Carey taktiež upozorňuje že súčasné moderné ekonomické trendy majú tendenciu skôr uprednostňovať autoritatívne režimy nad demokratickými.

Podľa neho je reforma žurnalizmu nevyhnutná, na základe ktorej by sa spravodajské organizácie odpútali od globálneho zábavného a informačného priemyslu a zbavili by sa tak očakávané na zisk a ušlým nákladom, ktoré sú základnými ekonomickými princípmi.

2.3 Kultúrny dopad globalizácie masmédií

Jedným z mála nepopierateľných účinkov rozvoja nových komunikačných technológií a globalizácie je tendencia k internacionalizácii masovej komunikácie, ktorá má výrazné kultúrne súvislosti. Čoraz častejšie sa diskutuje o vytváraní globálnej mediálnej kultúry a možných dopadov na jednotlivé národné kultúry.

2.3.1 Vznik globálnej mediálnej kultúry

Posun k tejto tzv. globálnej mediálnej kultúre podmieňuje niekoľko navzájom zkombinovaných faktorov, ktoré z časti už boli spomenuté a na ktoré môžeme nadviazať. Medzi jedny z najvýznamnejších, ktorý si zaslúžia značnú pozornosť je

³⁴ Chesney, R., September 11 and Structural Limitations of US Journalism, 2002.,s.92.

³⁵ Carey, J.W., American Journalism on, before and after September 11, 2002, s. 76.

mohutný nárast schopnosti prenášať zvuky a pohyblivé obrazy za nízku cenu cez hranice štátov a do celého sveta; ďalej schopnosť prekračovať časové a priestorové bariéry a konečne vznik globálnych mediálnych trhov, ktoré poskytujú globalizácii organizačný rámec a potrebnú hybnú silu.

Kultúrne dopady globalizačných trendov v masmediálnej oblasti začínajú byť zaujímavými predovšetkým v momente, keď dochádza k šíreniu istého druhu medializovaného kultúrneho obsahu a jeho potencionálnym účinkom pre prijímajúcu kultúru.³⁶

Ak je určitý odkaz ponúkaný na nadnárodnej úrovni, musí byť zrozumiteľný širokému spektru prijímajúceho publika. V tomto spektre sú zahrnuté najrôznejšie kultúrne okruhy, ktoré sa vyznačujú odlišnými hodnotovými systémami, životnými skúsenosťami a postojmi.^{37,38}

Keďže väčšina mediálnej produkcie v oblasti audiovizuálnej, ako aj hudobnej, je vystavená vplyvu Spojených štátov amerických, rozšírila sa predstava, že nadnárodný mediálny obsah je svojou kultúrnou povahou severoamerický. Potom sa niekedy usudzuje, že dochádza k vytláčovaniu národných kultúr a prijímaniu nadnárodného kultúrneho modelu, teda amerického resp. západného.

Hodnotenie vplyvu globálneho mediálneho toku na rozličné lokálne kultúry, je však samo o sebe omnoho náročnejšie a komplikovanejšie v dôsledku odlišnej interpretácie mediálneho odkazu jednotlivými kultúrami. Ak je nejaký obsah takéhoto odkazu napríklad pochopený ako potenciálna hrozba alebo propaganda, môže mu byť zámerne kladený odpor s cieľom takejto propagande nepodľahnúť.³⁹

2.3.2 Pozitívne stránky globálnej masmediálnej kultúry

Teoretické úvahy o kultúrnom dopade medzinárodného toku informácií sa od seba líšia hlavne podľa toho aké hodnoty jednotlivé prístupy rešpektujú a na ktoré sa zameriavajú. V zásade ich môžeme rozdeliť na tie, ktoré prebiehajúce procesy globalizácie podporujú a tie, ktoré ju kritizujú.

³⁶ McQuail D, Úvod do mediálnej komunikácie, 2002, s.138.

³⁷ Aby takýto odkaz bol zároveň účinný, dochádza k jeho zjednodušeniu a univerzálnosti. Snaha o čo najmenšie lokálne zafarbenie môže viesť k oslabeniu kultúrnej svojráznosti. Preto sa obsah takéhoto odkazu môže zdať primitívnym a gýčovitými a snažiacim sa za každú cenu upútať a udržať si pozornosť.

³⁸ Stuchlík, J., Globalizace a média, 2003, s. 376

³⁹ Tamtiež, s. 377.

Pozitívne hodnotenie globalizácie médií vychádza z predstavy, že masová komunikácia môže byť hybnou silou, ktorá pomáha šíriť myšlienky demokracie a moderného spôsobu života. Táto prvá skupina zdôrazňuje, že globalizácia masmédií vedie k rozšíreniu možností vzájomného zdieľania informácií, bezhraničnej komunikácie, rozvoja globálneho obchodu. Globálne masmédiá tak umožňujú šírenie myšlienok liberálnej demokracie a podporujú občanov celosvetovo v boji proti nespravedlivým formám lokálnych autorít, tým, že celý svet môže byť svedkom tejto nespravedlnosti.

V súvislosti s myšlienkou podpory demokracie však môže byť daný proces komplikovanejší. Na jednej strane síce globálne médiá vytvárajú tlak na štátom kontrolované mediálne systémy, nemôžu však vytvárať priamy tlak na demokratizáciu spoločností s autoritatívnym režimom. V takomto prípade by totiž riskovali ztrátu vysielacích povolení a následne stratu trhu.

Globalizáciu médií je však možné spájať aj s potenciálnym kultúrnym obohatením, ktoré so sebou prináša, predovšetkým pri snahe vytlačiť xenofóbiu, nacionalizmus a etnocentrizmus v relatívne uzavretých spoločnostiach. Samozrejme takéto teórie sú vítané u predstaviteľov veľkých mediálnych spoločností.

2.3.3 Kultúrny imperializmus

Kritici procesu globalizácie masmédií sa zaoberajú hlavne s pojmom svetového „kultúrneho imperializmu“. Tento výraz, vyvoláva predstavu invázie a donucovania. Schiller definoval kultúrny imperializmus ako:

„súhrn procesov, na základe ktorých je spoločnosť zahrňovaná do moderného svetového systému a ako je priťahovaná, vystavená tlaku, nútená a niekedy aj podplácaná, aby tvarovala svoje sociálne inštitúcie tak, aby zodpovedali resp. dokonca podporovali hodnoty a štruktúry dominantného centra daného systému“⁴⁰

Podľa kritikov globálnych médií, globálne rozširovanie správ a zábavy a ich lokálne verzie sú základnými prvkami tohto kultúrneho imperializmu resp. mediálneho imperializmu.

Nerovnomerná distribúcia medzinárodných komunikačných prostriedkov a moci má podľa nich rôzne politické, kultúrne a ekonomické implikácie, ktoré sa navzájom

⁴⁰ Schiller, H., 1976. In: McQuail, D., Úvod do mediálnej komunikácie, 2002, s.139.

prelínajú v širšej a spletitej štruktúre „západnej“ hegemonie a dominancie v medzinárodnej politickej ekonomike.⁴¹

Práve v takomto prostredí sa stretávajú záujmy bohatého „Severu“ a chudobného „Juhu“, ktorých regulácia bola riešená prostredníctvom NWICO.⁴²

Vo všeobecnosti je však možné skonštatovať, že rôzne typy masmédií môžu mať rozdielny vplyv na rozklad alebo podporu kultúrnej identity, hodnôt a ich prežívaniu. V prostredí rozvojových krajín sa jedná o značné množstvo kultúrnych odlišností a rozmanitosti a takisto aj rozdielnej miere odolnosti voči mediálnym vplyvom.⁴³ Lokálne, etnicky zakotvené médiá skôr pomáhajú podporovať pretrvanie kultúrnej identity a autonómie a obsah nadnárodných médií ma skôr väčší dopad na povrchné a krátkodobé fenomény ako je napríklad móda, štyl a vkus.⁴⁴

2.3.4 Vplyv globálnej kultúry na Blízkom východe

Čo sa týka situácie na Blízkom východe rastú obavy z americkej kultúrno-informačne celosvetovej hegemonie, expanzii kultúrneho resp. informačného imperializmu a „westernizácie“, ktorá so sebou prináša strach zo straty kultúrnej identity a rozpadu hodnotového systému. V kontexte nedávnych teroristických útokov a ich následkov pre medzinárodné vzťahy, prozápadné arabské režimy so znepokojením zaznamenávajú nárast islamofóbie v západných krajinách, na základe čoho sa rozhodli venovať tomuto problému patričnú pozornosť a zakladať rôzne inštitúcie zaoberajúce sa skúmaním verejnej mienky a západných médií (napr. LAS, ALESCO, ISESCO)⁴⁵ a pripravovať arabské mediálne a informačné stratégie za účelom zlepšenia obrazu islámu a Arabov vo svete.

2.4 Vplyv masmédií na tvorbu medzinárodnej politiky

Do akej miery sú médiá schopné oplyvňovať procesy a rozhodnutia medzinárodnej politiky? Pri hľadaní odpovede na túto otázku sa dostávame do čoraz viac komplikovanej siete teórií a názorov. V rôznych štúdiách a vedeckých prácach sa pripisuje globalným masmédiám veľký význam a nespochybňujú sa ich vplyvy aj

⁴¹ Medzi týchto autorov patria severoamerickí politickí ekonómovia ako Herber Schiller, Edward Herman, Noam Chomsky ako aj teoretici NWICO ako sú Kaarle Nordenstreng a Cees Hamelink.

⁴² Pre viac informácií o NWICO viz Kapitola 1, odstavec 1.2.3.2

⁴³ McQuail, D., Úvod do mediálnej komunikácie, 2002, s.143.

⁴⁴ Pre bližšie informácie o úlohe masmédií, kultúrnych zmenách a modernej spoločnosti viz napr. Thompson J.B., Média a modernita, 2004.

⁴⁵ Bureš J., Globální informační revoluce a role médií v arabském světě, 2006, s.8.

v politickej oblasti. Miera a povaha týchto vplyvom a dopadov však už nie sú predmetom konsenzu a nachádzame tu veľké množstvo rôznych teórií, ktoré sa nimi zaoberajú. Celková problematika a výskumy vplyvov globálnych masmédií sú veľmi obširné a nie je možné ich pojať v rozsahu jednej diplomovej práce. Preto som sa hlavne zamerala na tri vybrané okruhy týchto vplyvov na poli medzinárodnej politiky:

- **Medzinárodná politika a efekt CNN:**

Pri štúdiu vplyvu masmédií na medzinárodnú a zahraničnú politiku sa často stretávame s tzv. efektom CNN. Spoločnosť sa ním začala zaoberať hlavne v posledných desaťročiach, keď sa na scéne medzinárodnej politiky objavili nové globálne spravodajské masmédiá ako CNN.

- **Globálne masmédiá ako nástroj propagandy:**

Samotné myšlienky na využívanie globálnych moderných masmédií pre politické účely a to predovšetkým globálnej televízie ako nástroja propagandy siahajú už do 50. rokov 20. storočia.

- **Globálne masmédiá a účastníci medzinárodnej politiky:**

Niektoré ďalšie vplyvy globálnych masmédií nie je možné určiť jednoznačne, ale prispievajú k poznaniu celkovej komplexnosti tejto sféry.

2.4.1 CNN efekt a tvorba zahraničnej a medzinárodnej politiky

So vznikom a rozšírením globálnych spravodajských a televíznych spoločností ako CNN International alebo BBC World sa v posledných desaťročiach spoločnosť začala zaoberať fenoménom efektu CNN. Tento termín sa začal používať v súvislosti s diskusiami o potenciálnom vplyve masmédií na zahraničnú politiku, predovšetkým s ohľadom na zahraničné intervencie.⁴⁶

2.4.1.1 Faktory podmieňujúce vznik efektu CNN

V odbornej literatúre zaoberajúcej sa touto tematikou sa hovorí väčšinou o dvoch resp. troch kľúčových faktoroch, ktoré zohrali potenciálne veľkú úlohu.

Jedným z týchto faktorov je koniec studenej vojny. S kolapsom komunizmu a geopolitickými zmenami sa modifikoval aj vzťah novinárov k západným vládam, ktorí na základe postupného uvoľnenia akéhosi ideologického spojenectva dostali možnosť kritizovať zahraničnú politiku. Táto kritika sa mala predovšetkým týkať zahraničnej

⁴⁶ Robinson, P., *The CNN effect: the myth of news, foreign policy and intervention*, 2001, s.7.

politiky USA. Absencia vojenskej hrozby pre bezpečnosť západného sveta, ktorú Sovietsky zväz predstavoval, spôsobila, že vojenské intervencie sa stali záležitosťou skôr výberu ako donútenia.⁴⁷ Rozšírilo sa pole možností viesť debaty o nutnosti a použití vojenskej sily, čím médiá a verejnosť získali možnosť uplatňovať vplyv. To bolo predtým počas studenej vojny, bez toho aby predstavovali hrozbu pre národnú bezpečnosť, nemožné.

Ďalší faktor, ktorý bol už niekoľko krát spomínaný je rapídny rozvoj moderných komunikačných technológií. V priebehu osemdesiatich rokov minulého storočia rozvoj moderných technológií umožnil zároveň i rozvoj potenciálu masmédií pokrývať udalosti v reálnom čase a priamo sprostredkovať správy a živé vysielanie na obrazovky televíznych prijímačov na druhej strane zemegule.

2.4.1.2 Nástup efektu CNN

S nástupom satelitných staníc a technickým pokrokom sa dostala do popredia otázka, do akej miery má táto nová mediálna prenikavosť vplyv na vlády, predovšetkým na tvorbu zahraničnej politiky a medzinárodnej politiky. Rozvoj komunikačných technológií a vízia Teda Turnera vyprodukovali CNN, ktorá sa následne stala prvou globálnou spravodajskou spoločnosťou, vysielajúcou správy nepretržite 24 hodín denne a do celého sveta prostredníctvom satelitov a káblovej televízie.

Vďaka prvej vojne v Perzskom zálive v roku 1991 sa CNN stala jedným z globálnych aktérov medzinárodnej politiky a jej vysielanie inšpirovalo mnohé ďalšie vysielacie spoločnosti ako napríklad BBC, ktorá už v tej dobe produkovala svetové rádiové vysielanie, k vytvoreniu televíznych sietí globálneho rozsahu. Neoplyvnila však len rozvoj masmédií v rozvinutých, ale aj v rozvojových krajinách, medziiným i na Blízkom východe. Prvá vojna v Perzskom zálive predstavovala jeden z významných momentov v histórii komunikácii a nastúpenie nového aktéra na scéne medzinárodnej politiky si vyžadovalo aj adekvátny empirický a teoretický prieskum na zhodnotenie jeho role a vplyvu.⁴⁸

V týchto súvislostiach sa v odbornej verejnosti začalo hovoriť o efekte CNN, ktorý sa objavuje aj pod názvom "CNN komplex" alebo "CNN faktor".

⁴⁷ Jakobsen P., Focus on the CNN Effect Misses the Point, 2000, s.131.

⁴⁸ Ďalšia významná udalosť, ktorá ovplyvnila debaty o skutočnom dopade efektu CNN na tvorbu zahraničnej politiky bola napr. občianska vojna v Somálsku a Juhoslávie.

2.4.1.3 Protipóly debaty o “CNN efekte”

Ohľadne efektu CNN bolo vytvorených mnoho rôznych teórií, diskusií a názorov. Doposiaľ však nedošlo ani k zjednoteniu definície ani ku konsenzu ohľadnej jeho potencionálnych dopadov a jeho samotnej existencie.

Na jednej strane tu sú mnohí žurnalisti, politici a vedci, ktorí nepochybujú, že masmédiá do značnej miery ovplyvňujú proces tvorby zahraničnej a medzinárodnej politiky.

Na druhej strane však čoraz viac odborníkov propaguje opačný názor a začala sa spochybňovať celkovo schopnosť masmédií pôsobiť na tento proces.⁴⁹

V lepšom prípade niektorí z nich tvrdia, že hoci CNN efekt mohol do určitej miery existovať v období tesne po skončení studenej vojny, dnes už viacmenej neexistuje, teda aspoň nie v podobnom rozmere.⁵⁰

V súčasnej dobe sa skôr stretávame s opačným tokom smeru ovplyvňovania a to zo strany tvorcov politiky a armády na masmédiá. Masmédiá vďaka novej forme spravodajského vysielania⁵¹ sa stali relatívne ľahko zraniteľné a manipulovateľné zo strany politikov a armády, hlavne v krízových momentoch počas vojenskej intervencie.⁵² Práve tejto téme sa budem bližšie venovať v nasledujúcej časti kapitoly

2.4.2 Propaganda, masmédiá a medzinárodná politika

Definícia: „*Propaganda je úmyselná a systematická snaha formovať vnemy, manipulovať vedomie a riadiť správanie za účelom dosiahnutia takej reakcie, ktorá vedie k splneniu požadovaného úmyslu propagandistu.*”⁵³

Cieľom propagandy nejde teda o zdieľanie informácií, ale o systematickú snahu zmeniť hodnoty a postoje cieľového publika.

⁴⁹ Pre viac informácií viz napríklad: Robinson P., *Theorizing the Influence of Media on World Politics*, 2001; Jakobsen, P., *Focus on the CNN Effect Misses the Point* 2000; Livingston S., *Clarifying the CNN Effect*, 1997.

⁵⁰ Taktiež efekt CNN sa začal vymedzovať hlavne na schopnosť masmédií vplyvať na tvorbu zahraničnej politiky v prípade humanitárnych kríz.

⁵¹ Dnešné globálne televízne spravodajstvo má prevažne nasledovné charakteristiky:

- je vysielané nepretržite 24 hodín denne
- je vysielané v reálnom čase
- je vysielané z akéhokoľvek miesta na svete do akéhokoľvek miesta na svete
- je dominované titulkami (headlines)
- je orientované predovšetkým na živé vysielanie udalostí

⁵² Stuchlík, J., *Globalizace a média*, 2003, s. 399.

⁵³ Jowet, G.- O'Donnell, V., 1999. In McQuail, D., *McQuail's Mass Communication Theory*, 2005, s.378.

V medzinárodnej politike je propaganda aktivitou, ktorá narúša suverenitu iného štátu. Takže v kontexte medzinárodnej politiky môžeme propagandu definovať ako určitú štátnu aktivitu, ktorá je hlavne nasmerovaná a obracia sa na verejnosť iného štátu a prostredníctvom nej potom na nositeľa suverenity čiže štátnu mocenskú elitu.⁵⁴

Samotná tématika propagandy je veľmi obširná a existujú rôzne typy a druhy propagandy, taktiež rôzne techniky v propagande využívané.⁵⁵

V podmienkach informačných monopolov a krutých etnických konfliktoch, bola kontrola masmédií často používaná na podnecovanie nenávisť a mobilizáciu obyvateľstva. V kontexte súčasných masmédií, ktoré umožňujú priamu jednosmernú komunikáciu aj s verejnosťou iného štátu, sa stáva propaganda plnohodnotným politickým nástrojom zahraničnej politiky vedľa diplomacie, vojny a obchodu.⁵⁶

Pre účely tejto práce som sa zamerala na priblíženie vojnovnej propagandy, ktorá počas konfliktov tvorí špeciálnu oblasť záujmov.

2.4.2.1 Základné charakteristiky vojnovnej propagandy

Propaganda môže slúžiť ako prostriedok vyburcovania obyvateľstva, ale za cenu zveličovania, nesprávneho vylíčenia alebo dokonca klamstva o problémoch a za účelom získania podpory.

V súčasnej dobe za **hlavné momenty a ciele vojnovnej propagandy** teoretici zaraďujú:

- tajné plánovanie
- démonizáciu vodcu nepriateľskej strany
- destabilizáciu cieľového režimu
- hľadanie legitímnosti vlastných akcií
- výber preferovaných novinárov⁵⁷

Medzi bežné **taktiky propagandy**, ktoré sú využívané na každej strane patria napríklad:

- využívanie selektívnych príbehov, ktoré sa preberajú ako objektívne a obširne;

⁵⁴ Krejčí, O., Mezinárodní politika, 2007, s.416.

⁵⁵ Medzi najbežnejšie rozlíšenie podľa stupňa pravdivosti podávaných informácií. Podľa tohto rozlíšenia existuje propaganda:

- biela – pravdivé zdroje informácií, zamerané na kooperatívne jednanie
- šedá – výber informácií je špecifikovaný pri rozlišovaní na „dobré“ a „zlé“ skupiny
- čierna – totožná s psychologickou vojnou – súčasťou propagandy je demoralizácia, dezinformácie, manipulácia s cieľom zmeniť politické chovanie elít a verejnosti.

⁵⁶ Krejčí, O., tamtiež, s.417.

⁵⁷ Krejčí, O., tamtiež, s.420.

- udávanie čiastočných faktov alebo čiastočný historický kontext;
- opakované zdôrazňovanie nutnosti akcie z dôvodu ohrozovania bezpečnosti;
- úzky výber zdrojov informácií – tzv. „expertov“, ktorí poskytujú informácie pre pochopenie podstaty situácie;
- démonizovanie nepriateľa⁵⁸

Masmédiá sa dnes považujú za jeden z kľúčových prostriedkov úspešnej vojenskej propagandy, keďže majú potenciál dosiahnuť celé populáciu resp. verejnosť.

2.4.2.2 Možné prekážky úspešnej propagandy

Jednou z výhod propagandy pomocou globálnych masmédií je, že niektoré z nich sú vo všeobecnosti považované za relatívne dôveryhodné. Vojna je tiež sama o sebe predmetom záujmu médií, keďže splňuje spravodajské kritériá, podľa ktorých je zaujímavým zdrojom, z ktorých sa môžu opakovane čerpať atraktívne informácie. Možnosti synergie vojenstva a spravodajstva sú očividné.

Existuje tu zároveň aj niekoľko prekážok, ktoré môžu brániť úspešnej propagande. Jednou z prekážok sú samotní žurnalisti, ktorí majú väčšinou averziu voči tomu, aby boli zneužívaní za účelom propagandy. Medzi ďalšie prekážky patrí fakt, že nie je zaručené, že sa propaganda dostane k správnym cieľovým skupinám.

2.4.2.3 Vojenské operácie a efektívnosť propagandy

Od čias vojny vo Vietname, bola každá vojenská operácia, teda minimálne zo strany USA a jej spojencov vykonaná s veľkým ohľadom na efektívnu propagandu. V konfliktoch, ako vojna v Perzskom zálive (1991), arabsko-izraelský konflikt, Afganistán (2001), Irácka vojna (2003) a v mnohých ďalších konfliktoch sa spojenecké authority snažili získať kontrolu nad tokom vojenských informácií.⁵⁹ Vo väčšine spomínaných konfliktov stratégia stať sa hlavným a jediným zdrojom použiteľného spravodajského obsahu bola do veľkej miery úspešná. Konali tak zámerne, aby dosiahli jeden z primárnych cieľov propagandy udržať si aspoň tolerantnú mieru podpory zo strany domácej verejnosti a významnej svetovej mienky.

Na základe historických a aj súčasných príkladov propagandy v akcii môžeme zhodnotiť, že neexistuje jednotný vzorec alebo návod, podľa ktorého propaganda bude

⁵⁸ Jedným z účinných príkladov je spájať meno nepriateľa s Adolfom Hitlerom.

⁵⁹ McQuail vo svojej publikácii *McQuail's Mass Communication Theory*, 2005. odkazuje na ďalší podrobný výskum autorov Morrison and Tumber 1988, Kellner 1992, Iyengar and Simon 1997, Tylor 1992; Smith 1999; Thussu and Friedman 2003; Tumber and Palmer 2004..

fungovať, pretože všetko záleží na rôznych okolnostiach. Skúsenosti však poukazujú na to, že slobodné a nezávislé médiá môžu byť taktiež veľmi ľahko zneužitú pre úspešne zvládnutú propagandu ako je tomu v prípade masmédií, ktoré sú ovládané autoritatívnymi režimami.

Istotou ostáva fakt, že na to, aby bola propaganda úspešná, musí dosiahnuť ľudí, teda cieľovú skupinu a byť prijatá a akceptovaná. Prijatie závisí hlavne na reputácii mediálneho zdroja, absencie alternatívnych objektívnych informácií, dôveryhodnosti a emocionálnom a ideologickom náboji danej správy. Efektivita propagandy zároveň nezáleží len na obsahovej stránke, ale aj rýchlosti a technickom zázemí. Podľa časové hľadiska sa dá ešte zhodnotiť, že uchovanie agresívnejšieho typu propagandy v dlhšom časovom horizonte nie je možné.

2.4.3 Globálne masmédiá a vplyvy na účastníkov medzinárodnej politiky

Niektoré výskumy zaoberajúce sa vplyvmi globálnych masmédií na poli medzinárodnej politiky nedávajú do centra pozornosti tzv. „trojuholníkový vzťah“ medzi masmédiami, vládami a verejnou mienkou, ale skôr sa zaoberajú vplyvmi na činiteľov medzinárodnej politiky ako sú diplomati, štátni predstavitelia a novinári.

Pozorovanie takýchto vplyvov nie je jednoznačné a ľahké, ale napriek tomu prispievajú aspoň k čiastočnému porozumeniu celkovej komplexnosti danej tématiky a nemali by byť ignorované. Medzi takéto vplyvy môžeme zahrňovať: nátlak na rýchle rozhodnutia; vytesňovanie expertov a diplomatov; diplomatickú manipuláciu a zmeny v žurnalistických štandardoch.

2.4.3.1 Časový nátlak

Globálne masmédiá (hlavne televízia) majú možnosť na základe schopnosti rýchleho prenosu informácií a dát vytvárať časový tlak, ktorý **môže oplyvňovať, urýchľovať a manipulovať politické rozhodovanie.**

V priebehu 20. storočia došlo k rapídному technologickému vývoju, ktorý pre politikov znamenal značné skrátenie času, ktorý majú k dispozícii na analýzu situácie a formulovanie spätnej reakcie v prípade významných celosvetových udalostí, a to jednoducho z týždňov na minúty.⁶⁰

⁶⁰ V tomto kontexte sa stretávame s otázkou ako by riešil situáciu prezident Kennedy počas kubánskej krízy, ak by bol nútený sa pod prípadným tlakom masmédií vyjadriť a reagovať okamžite.

V prípade nedostatku času na zváženie sa zvyšuje riziko unáhleného rozhodnutia. Aj v prípade čiastočných vyhlásení nastáva problém, pretože aj tie sa stávajú určitým verejným politickým záväzkom.

Nie je možné úplne konštatovať, že dlhšia doba na rozhodnutie vedie bezpodmienečne k správne rozhodnutiu, ale pravdepodobnosť vyhnúť sa chybám na základe dostatočného času pre zber nutných informácií je aspoň vyššia.

Existujú však aj okolnosti, kde nátlak masmédií nebol automatický– ako to bolo v prípade teroristických útokov z 11.septembra 2001. Média si v tomto prípade napriek dramatickému zobrazeniu tragických udalostí nevynútili okamžitú odpoveď a prezident George W.Bush si mohol ponechať dostatočný čas na formulovanie vhodnej reakcie.

2.4.3.2 Vytesňovanie diplomatov a expertov

Medzi tradičné základne úlohy spadajúce do kompetencie diplomatov a štátnych predstaviteľov, ktoré definovali ich významné postavenie na poli diplomacie, patrili resp. stále patria: reprezentácia ich krajín, komunikácia stanovísk ich vlád, vyjednávanie a uzatváranie medzinárodných zmlúv a dohôd, zhrňovanie informácií o krajinách, v ktorých pôsobia a formulovanie doporučení svojim vládam. V dnešnej dobe informačnej a technologickej revolúcie sú však diplomati ako sprostredkovatelia kritických informácií postupne **nahradzovaní modernými masmédiami, ktoré fungujú ako nové a rýchle zdroje informácií.**⁶¹

Jednou z ďalších vlastností takýchto správ je ich **emocionálne zafarbenie**, ktoré môže sprostredkovať vizuálne zobrazenie udalostí. Prípadne dramatizovanie udalostí, ktoré je možné pozorovať prostredníctvom živého vysielania, má väčší priestor pre vytváranie nátlaku napríklad na vlády a na ich rozhodnutia. Diplomacia správa jednoducho takýto emocionálny efekt nemá.

Predstavitelia diplomacie v tomto kontexte stoja pred dilemou ako efektívne konkurovať živému vysielaniu bez toho aby kompromitovali svoje profesionálne štandardy analýzy a doporučení. Na jednej strane je nutné nevydávať unáhlené doporučenia bez patričných informácií a analýzy, ale zároveň s predlžovaním doby vypracovania správy, sa tá stáva menej relevantnou v prípade, že je nutná rýchla reakcia politických činiteľov.

⁶¹ Gilboa E., Foreign Policymaking in the Age of Television, 2003, s.121-122.

2.4.3.3 Diplomatická manipulácia

Globálne masmédiá môžu byť zneužívané pre šírenie nepravdivých informácií alebo iné formy diplomatickej manipulácie. V niektorých prípadoch boli využívané ako prostriedky komunikácie „významného vyhlásenia“, ktoré malo neutralizovať plány politických oponentov.

Ako jeden z príkladov môžeme uviesť moment z vojny v Perzskom zálive. Tesne pred zahájením pozemných akcií Saddam Husein vydal vyhlásenie, podľa ktorého bol údajne pripravený akceptovať podmienky spojeneckej koalície, ktoré by viedli k ukončeniu konfliktu. Globálne televízne stanice sa tohto vyhlásenia chytili a začali navrhovať, že koniec vojny sa blíži. Bush, ktorý tento údajný mierový plán považoval za falošný a snažil sa čo najskôr komunikovať americké stanovisko, odmietnuť irácky návrh a zabrániť rozpadu koalície. Bushova administratíva sa pre komunikácie svojho stanoviska rozhodla použiť stanicu CNN, ako najrýchlejší prostriedok, ktorý bol dostupný vo všetkých angažovaných krajinách koalície a vysielal v reálnom čase.⁶²

2.4.3.4 Štandardy žurnalistiky

Globálna komunikačná revolúcia zasiahla tiež reportérov a editorov a vytvorila pre nich nové profesionálne prekážky.⁶³

Od reportérov sa vo všeobecnosti očakáva, že nepodávajú len správy o tom čo vidia, ale zároveň aj chápu a dokážu vysvetliť svetovému publiku jednotlivé udalosti v príslušnom čase.

S dnešnými modernými technológiami **sa zvyšuje mobilita reportérov** a znižuje náročnosť samotného prenosu reportáží, takže v priebehu niekoľkých minút je možné pripraviť živé vysielanie. Je ale otázne do akej miery toto spravodajstvo zahrňuje pravdivé informácie a ako bol pochopený celkový kontext daných udalostí. Môže sa stať, že novinári častokrát nemajú dostatočnú príležitosť sa hlbšie zoznámiť s celkovou problematikou a špecifickým pozadím nejakej udalosti (a to niekde v zahraničí). Je to prípad hlavne nerezidentých novinárov. Ako už bolo naznačené v predchádzajúcej časti tejto kapitoly, vďaka znižovaniu nákladov a rušeniu zahraničných spravodajských divízií, rastie práve tento typ novinárov. Zvyšuje sa tak riziko neúplných a častokrát

⁶² Gilboa E., Foreign Policymaking in the Age of Television, 2003, s.123

⁶³ Gilboa E., The Global News Networks and U.S. Policymaking in Defense and Foreign Affairs, 2002, s.22.

klamlivých reportáží, ktoré môžu byť príliš jednostranné. Tie sú samozrejme v rozpore s neutralitou a profesionalitou, ktoré by mali byť atribútmi novinárov.

Jedným z ďalších novodobých trendov, ktorý je podporovaný rozvojom komunikačných technológií, je vytváranie vlastných nahrávok rôznych udalostí verejnosťou a možnosť ich nasledovného zverejnenia prostredníctvom globálnych masmédií. Niektoré veľké satelitné spoločnosti vytvorili špeciálne sekcie na svojich internetových stránkach, kde je verejnosti umožnené nahráť svoje príspevky.⁶⁴ Niekedy takíto „amatérski novinári“ majú možnosť živého vstupu v rámci živého spravodajského vysielania, kde sa môžu vyjadriť k danej situácii a popísať ju, čím získava takéto spravodajstvo ešte ďalší emocionálny podtext.

⁶⁴ Napríklad stanica CNN na svojich internetových stránkach vytvorila sekciu „ireport“, kde môže každý pridať svoje príspevky. <http://edition.cnn.com/ireport/>
Tieto zábery môžu byť buď vo forme fotografií alebo videí. V dnešnej dobe s rozvojom telekomunikačných technológií je možné takéto zábery urobiť i napríklad pomocou mobilných telefónov.

3 Masmédiá na Blízkom východe

Masmédiá na Blízkom východe prešli od začiatku 90.rokov 20.storočia významnými zmenami. Príchod a rozšírenie nových technológií ako satelitnej televízie a internetu rozšírili možnosti dosahu až za lokálne, národne, ba dokonca regionálne hranice. V dnešnej dobe je len veľmi málo pravdepodobné, že režimy v tomto regióne dokážu svoje národné masmédiá a obyvateľstvo úplne a natrvalo ochrániť pred rastúcim vplyvom globalizácie a jej sprievodných procesov a efektov. Masmédiá v priebehu histórie zohrali významnú úlohu aj v tejto oblasti.⁶⁵

Medzinárodný tok informácií umožnil niektorým spotrebiteľom, hlavne tým, ktorí majú prístup k novým technológiám a masmédiám, aby sa zapojili do globálneho diania a vyhli sa tak aspoň čiastočne cenzúre informácií autoritatívnych režimov.

Od vojny v Perzskom zálive v roku 1991, keď sa obyvateľom na Blízkom východe naskytla možnosť **prístupu k novým zdrojom informácií** o prebiehajúcom konflikte a to prostredníctvom **CNN**, je mediálna mapa v tejto oblasti definovaná nielen internými, ale aj externými faktormi.

Jedným z významných nepriamych účinkov, ktoré spôsobil vstup zahraničných médií na tento trh je nárast počtu masmédií a zakladanie nových satelitných televízií a rádiových sietí ako napríklad Middle East Broadcasting System (MBC), Al-Arabíja alebo **Al-Jazeera** s veľkou základňou poslucháčov v arabsky hovoriacom svete. Stalo sa tak predovšetkým vďaka tlaku, ktoré začali štáty v tejto oblasti pociťovať, následkom čoho bola deregulácia niektorých štátnych monopolov a lákanie súkromných investorov, ktorí by vytvorili národné alternatívy zahraničnej satelitnej televízií a rádiovému vysielaniu.

Prístup k externým masmédiám nie je dostatočným prostriedkom k zavedeniu politických a sociálnych zmien. Myslieť si, že samotný prístup k zahraničným médiám pomôže revolucionalizovať arabské masy a spoločnosti na Blízkom východe a následne sa zbaviť autoritatívnych vlád a tradičného spôsobu života, je až príliš zjednodušujúce. Zahraničné externé médiá, i typu BBC Arabic Services, ktoré sa každodenne zaoberajú udalosťami tohto regiónu a získali si široké publikum, taktiež nemôžu dostatočne

⁶⁵ Pre viac informácií ohľadne úlohy nových masmédií a informačnej revolúcií v oblasti Blízkeho východu viz napr. Ghareeb, E., New Media and the Information Revolution in the Arab World, 2000.

substituovať domáce médiá v tvorbe verejnej mienky a úspešnej komunikácie medzi spoločnosťou a štátom.⁶⁶

Okrem toho tu stojí ešte stále celá rada prekážok, ktoré znemožňujú, aby široké masy boli vystavené vplyvu zahraničných médií. Mimo technických a finančných prekážok sú tu veľké jazykové a kultúrne bariéry, takže k týmto masmédiám majú prístup prevažne len elity týchto spoločností, zatiaľ čo väčšina obyvateľstva konzumuje „pôvodné“ programy.⁶⁷

Zároveň je otáznou či obsah a kvalita týchto zahraničných programov má nejaký skutočný dopad na vývoj na Blízkom východe. Západné médiá sa len veľmi zriedkavo zaoberajú udalosťami tohto regiónu, samozrejme pokiaľ sa nejedná o obdobie nejakej krízy apod.. Aj keď predstavujú významný alternatívny zdroj informácií, existuje tu značný skepticizmus ohľadne kvality zahraničných správ a obrazu islámu.

V takomto kontexte sa do popredia dostala stanica Al-Jazeera, ktorá sa v súvislosti s nedávnymi konfliktami a jej formou spravodajstva stala mediálnym fenoménom tejto oblasti.

Celkovo situáciu na Blízkom východe nemôžeme generalizovať, pretože situácia je v niektorých krajinách odlišná a je môžeme pozorovať pozitívne trendy, ktoré smerujú k budovaniu modernej informačnej spoločnosti.

3.1 Historická úloha masmédií na Blízkom východe

Odhliadnúc od tradičných zábavnej a čiastočne informačnej funkcie masmédií už tradične patrili k jedným z hlavných nástrojov, ktoré boli používané na rozpútavanie, konsolidáciu a propagandu revolúcií v arabskom svete. Nešlo samozrejme vždy o jeden typ masmédií, ale s priebežným technologickým vývojom sa postupne vyvíjala aj forma, ktorou boli revolučné myšlienky šírené a sprostredkované.

3.1.1 Noviny a rozhlas

Prvé nacionalistické myšlienky boli šírené hlavne prostredníctvom tlačných médií. Postupom času, ako napríklad v prípade Násirovho nacionalistického režimu v Egypte

⁶⁶ Havez K., Mass media, politics & society in the middle east, 2001, s.448-450

⁶⁷ Jedným z najväčších problémov zostáva zároveň fakt, že nižšia stredná vrstva – t.j. študenti, učitelia, štátni predstavitelia, armáda, ktorí na základe svojho členstva v nacionalistických a v poslednej dobe islamistických hnutiach mali značný vplyv na novodobú históriu regiónu, sú ešte stále konzumentami tzv. „pôvodných“ médií.

sa do centra politického záujmu a propagandy dostal rozhlas. Vďaka rozhlasovej stanici Hlas arabov, ktorú používal pre šírenie svojich nacionalistických myšlienok a vývozu revolúcie, sa Násirovi podarilo zabezpečiť postavenie v arabskom svete.

Ďalším príkladom v histórii arabských masmédií sa stala islámska revolúcia v Iráne, ktorá prebehla koncom 70.rokov. Niekedy o nej hovoríme aj ako o tzv. „kazetovej revolúcii“, kde sa prostredníctvom masového šírenia magnetofónových kaziet so záznamom prejavov ajatoláha Chomejního, podarilo formovať dostatočne revolučnú východziu situáciu, ktorá pomáhala aktivizovať a radikalizovať moslimov a následne viedla k zosadeniu šáha a nastoleniu nového režimu.

3.1.2 Satelitná televízia

V súčasnej dobe je jedným z najlepších príkladov využívania novodobých masmediálnych prostriedkov televízna satelitná spoločnosť Al-Jazeera, ktorá sa preslávila predovšetkým vďaka nahrávkam so záznamami Osama bin Ládina a jeho výzvam smerovaným k radikalizácii.⁶⁸

Al-Jazeera zaviedla nový televízny formát (nový a netradičný pre arabská svet) a jej úspech sa stal inšpiráciou pre mnohé arabské satelitné stanice vysielajúce politické názory a snažiace sa presadiť. Na tomto trhu dochádza k vysokej konkurencii, predovšetkým medzi saudskou stanicou MBC, libanonskou LBC, al-Hayat, Al-Manar⁶⁹, Abu Dhabi TV a niektoré iné, ktoré sa snažia vymeniť Al-Jazeera a získať jej vedúce postavenie.

Aby sa medzi sebou tieto stanice rozlíšili, niektoré sa vybrali cestou budovania seriózneho imagu alebo získavaním atraktivity u kozmopolitných obchodníkov. Iné sa rozhodli skôr pre „senzacionalistický“ prístup, ktorý preferuje šokujúce zábery a radikálne názory. Abu Dhabi TV, ktorá zvolila počas vojny v Iraku práve prvý smer, bola úspešnejšia.⁷⁰

3.2 Súčasné trendy na Blízkom východe

Podľa komparatívnych analýz globálneho masmediálneho vývoja sú mediálne systémy na Blízkom východe považované za jedny z najviac uzatvorených a kontrolovaných na

⁶⁸ Bureš J., Globální informační revoluce a role médií v arabském světě, 2006, s.9.

⁶⁹ Táto stanica patrí do sféry vplyvu hnutia Hizballáh.

⁷⁰ Lynch, M., Taking Arabs seriously, 2004, s.85.

svete.⁷¹ Nie je však možné tieto súčasné vývojové trendy (vo vlastníctve médií a slobode slova) ako i samotné mediálne systémy jednoducho generalizovať, keďže situácia sa v jednotlivých arabských krajinách a na Blízkom východe líši.

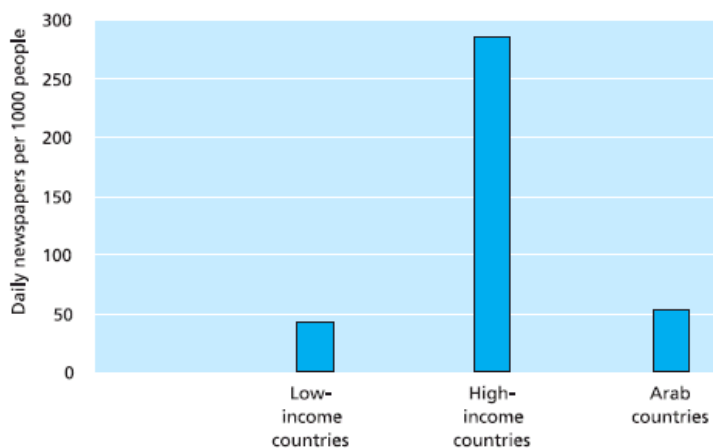
3.2.1 Charakteristika súčasneho stavu masmédií

3.2.1.1 Prístup k obyvateľstvu k masmédiám

V prípade masmédií na Blízkom východe, analýze ich štruktúry, obsahu a prístupu narážame na niekoľko závažných nedostatkov, ktoré bránia vytváraniu modernej spoločnosti. Medzi hlavné prekážky patrí **obmedzený prístup** verejnosti k informáciám.

Priemer informačných masmédií na populáciu je v arabských krajinách nižší ako je to v porovnaní so svetovým priemerom.⁷² Tento veľký rozdiel sa dá vysvetliť na základe hlavne dvoch skutočností:

- Na jednej strane arabské krajiny nemajú dostatočnú čitateľskú základňu, čo je spôsobené predovšetkým **nízkou gramotnosťou** a príliš vysokou cenou novín v porovnaní s finančnými príjmom obyvateľstva.
- Na druhej strane **sa znižuje kvalita, nezávislosť a profesionalita** arabských novín, ktoré v takomto stave vôbec nepriťahujú široké vrstvy.

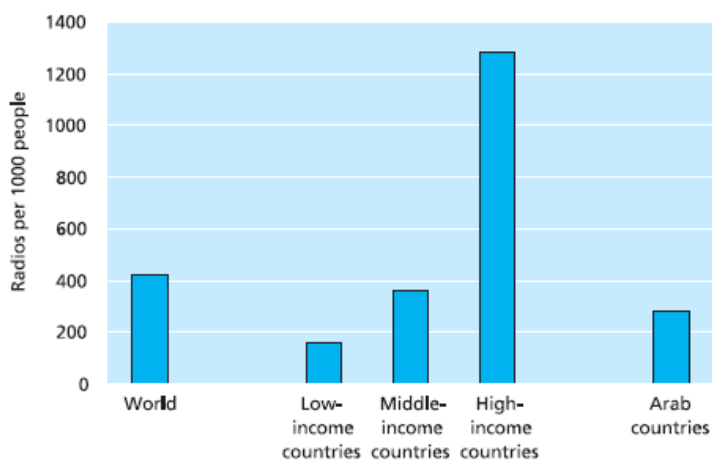


Graf.1. Počet denníkov na 1000 obyvateľov v arabských krajinách a ostatných regiónoch sveta, 1998
Zdroj: Arab Human Development Report, 2003

⁷¹ Hafez, K., Mass media, politics & society in the middle east, 2001, s.4.

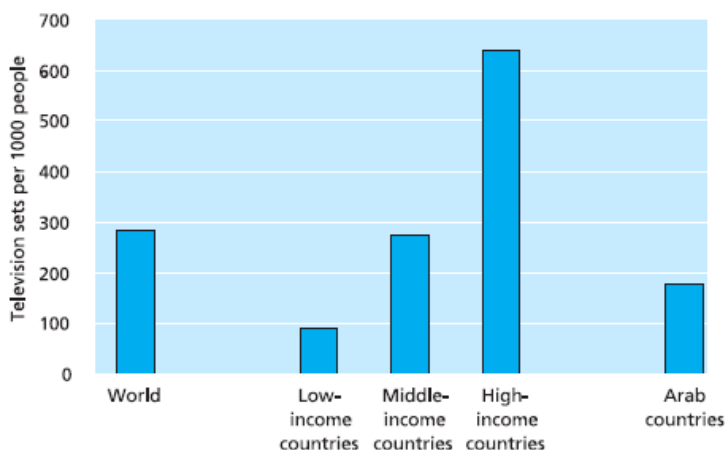
⁷² Myslí sa tým množstvo novín, rádiových a televíznych prijímačov na 1000 obyvateľov.

Čo sa týka dostupnosti rádia alebo televíznych prijímačov, sú arabské štáty celkovo stále hlboko pod svetovým priemerom



Graf.2. Počet rádioprijímačov na 1000 obyvateľov v arabských krajinách a ostatných regiónoch sveta, 2000

Zdroj: Arab Human Development Report, 2003



Graf.3. Počet televíznych prijímačov na 1000 obyvateľov v arabských krajinách a ostatných regiónoch sveta, 2000

Zdroj: Arab Human Development Report, 2003

Napriek zaostávaniu za svetovým priemerom sa počet satelitných kanálov pomaly zvyšuje. V súčasnej dobe v tejto oblasti môžeme hovoriť o približne 120 kanáloch, ktoré sa vysielať prostredníctvom satelitov Arabsat a Nilesat. Viac ako 70% týchto kanálov sú v štátnom vlastníctve a vysielať v arabštine.

Asi 15% z celkového počtu satelitných staníc, vysielať v arabštine a v súkromnom vlastníctve, vysiela z miesta mimo regiónu a približne asi 10% súkromných staníc

vysielajúcich taktiež v arabštine vysielala priamo z tohto regiónu. Len veľmi malý počet staníc vysielala v cudzích jazykoch.⁷³

3.2.1.2 Dostupnosť informačných zdrojov pre samotné masmédiá

Jedným z ďalších problémov, s ktorými sa masmédiá v tomto regióne stretávajú(deje sa tak v rozličných stupňoch), je **nedostatočný prístup** k informáciám, dokumentom, oficiálnym i neoficiálnym spravodajským zdrojom.

- Autority sa údajne častokrát odvolávajú na národnú bezpečnosť – v mnohých krajinách sú vytvorené zoznamy zakázaných tém, z dôvodu potencionálneho ohrozovania bezpečnosti.
- Masmédiám v arabských krajinách chýbajú dodatočné, rozmanité a nezávislé zdroje informácií.

Tento nedostatok riešia hlavne preberaním informácií a spravodajstiev zo zahraničných agentúr (teda predovšetkým „zo západu“), napriek tomu, že všetky arabské krajiny majú vlastné národné spravodajské agentúry. Tie sú však v štátnom vlastníctve a orientujú sa na propagáciu politiky štátu.

Národné spravodajské agentúry taktiež narážajú na nedostatok finančných, technologických prostriedkov a ľudských prostriedkov a v mnohých prípadoch nedisponujú ani zahraničnými spravodajcami.

Jednými z mála výnimiek predstavujú niektoré satelitné televízie, ktoré sa stali exkluzívnymi spravodajmi niektorých významných udalostí ako je tomu napríklad v prípade televízie Al-Jazeera a vojny v Afganistáne. Niektoré ďalšie satelitné kanály začali posilovať kontingent svojich zahraničných spravodajcov mimo tento región (napr. Abu Dhabi, MBC a Al-Arabíja).⁷⁴

Vo všeobecnosti arabské spravodajské kanály majú celkovo nedostatok špecializovaných agentúr, ktoré by zabezpečovali pokrývanie problematických spravodajských tém ako je napríklad oblasť ekonomiky, vedy, zdravotníctva, práv žien, atď.

⁷³ Arab Human Development Report, 2003, s.60-62.

⁷⁴ tamtiež, s. 63

3.2.1.3 Problémy mediálneho obsahu

Na základe výzkumov rôznych programov bolo zistené, že väčšina mediálneho obsahu sa venuje tzv. „*light*“ resp. nenáročnej zábave, predovšetkých s povrchným obsahom, ktorý sa neustále opakuje a propaguje hodnoty konzumnej spoločnosti, podryva úlohu a význam práce a podporuje šírenie vidiny jednoduchého zbohatnutia.

S nástupom satelitných televízií ako napríklad Al-Jazeera, Al-Arabija alebo Al-Manar sa tento mediálny obsah rozšíril o nové formy. Ako príklad môžeme uviesť vysielanie voľných diskusných programov. Práve týmto spôsobom podnietili niektoré televízne a satelitné kanály poskytovanie širšieho priestoru pre vyjadrenie rozličných myšlienok a názorov, prekonávanie bariér tabuizovaných tém a podporovanie väčšej slobody prejavu ohľadne mnohých politických, sociálnych a kultúrnych problémov a záležitostí.⁷⁵

Jednou z dilem, ktorým však musia arabské masmédiá naďalej čeliť je neustály konflikt medzi snahou a hľadaním slobody a nezávislosti a na druhej strane impulzom ochraňovať národné záujmy⁷⁶.

3.2.1.4 Charakteristika spravodajského vysielania

Dôvera v masmédiá je do veľkej miery ovplyvnená rozličným stupňom spravodajského pokrývania v jednotlivých masmédiách. Napriek snahe zlepšiť spravodajské služby (hlavne vďaka tlaku konkurencie medzi spravodajskými satelitnými kanálmi a rozvojom komunikačných technológií), trpí spravodajstvo naďalej niektorými nedostatkami, ktoré naväzujú na predchádzajúce problémy. Sú to hlavne:

- zameriavanie sa predovšetkým na oficiálne správy a politických činiteľov;
- prevaha určitých spravodajských hodnôt - preferovanie celebrít, výstrednosti, humor a konflikty;
- potlačovanie niektorých správ, napriek ich významu;
- zdržanlivé vyjadrovanie;

⁷⁵ Samozrejme nemôžeme si myslieť, že len na základe zvýšenia počtu takýchto televíznych debát, je možné dospieť k okamžitej radikálnej zmene v arabskej mediálnej sfére. Zvyšovanie „povedomia“ (*awareness*) publika môže ale z dlhodobého hľadiska poskytovať zdravý základ na vytvorenie kultúry dialógu a pluralizmu.

⁷⁶ Preto obsah masmédií je častokrát charakterizovaný ako:

- **autoritatívny**: authority do veľkej miery kontrolujú masmédiá a presadzujú obsah podľa vlastných preferencií, hodnôt, atď.
- **nedimenzionálny**: vyhýbajú sa protikladným názorom
- **oficiálny**: väčšina arabských médií nie je schopná pokrývať udalosti, správy, bez oficiálneho povolenia vlády, aj v prípade, keď sa jedná o dôležitú udalosť, ktorá má určité dlhodobjšie trvanie.

In Arab Human Development Report 2003, s.61.

- deskriptívna a hovorová forma správ, namiesto investigatívnej alebo analytickej formy (ktorá by pôsobila profesionálnejšie);
- správy zobrazujú skôr izolované udalosti, namiesto ich zasadenia do širšieho kontextu a hlbšej analýzy.

Takáto forma spravodajstva samozrejme nemôže prispievať k lepšiemu pochopeniu situácií a udalostí bežného obyvateľstva, ktoré by zvýšilo ich povedomie a znalosti, alebo aby si vytvorili informovaný postoj k regionálnym, národným alebo medzinárodným záležitostiam.

3.2.1.5 Legálne prostredie masmédií

Nanešťastie legálne reštrikcie slobody tlače a prejavu zostávajú stále na každodennom poriadku v tejto oblasti.

Tlačené médiá sú vystavené každodennému riziku možného prevzatia, konfiškácie alebo uzavretia. Novinári nemajú dostatočné záruky na slobodné vykonávanie ich práce, sú vystavovaní riziku uväznenia, rôznym pokutám a niekedy dokonca ohrozovaniu života.

Samozrejme samotné reštrikcie sú úmyselne vytvárané už pri zakladaní nových masmédií. V prípade nových televíznych kanálov majú tieto reštrikcie zvyčajne formu nepraktických požiadavkov – ako napr. vysoké kapitálové vklady alebo odmedzovanie vlastníctva televíznych kanálov len na satelitné stanice.

3.2.1.6 Kontrola šírenia informácií

V jednotlivých štátoch na Blízkom východe máme odlišné stupne autoritárstva, založené na šírení informácií zhora dole, kde vlády kontrolujú buď priamo alebo nepriamo šírenie informácií a masmédiá prostredníctvom licencií, finančnej pomoci resp. udeľovaním rôznych monopolných výsad (napr. pre distribúciu).⁷⁷

⁷⁷ V roku 1979 William Rugh rozlíšil medzi tromi rozličnými typmi arabskej tlače a ich kontroly:

- „**mobilizovaná tlač**“, ktorá je charakterizovaná takmer celkovému podriadeniu mediálneho systému politickému systému a je kontrolovaná revolučnými vládami (Alžírsko, Egypt, Irak, Líbya, Sýria, Yemen a Sudán)
- „**loajalistická tlač**“, ktorá je v privátnom vlastníctve a v niektorých prípadoch ani nie je vystavená štátnej cenzúre, ale napriek tomu podporuje dané režimy, hlavne pretože tie kontrolujú ich zdroje a stíhajú novinárov (Bahrajn, Jordánsko, Qatar, Saudská Arábia, Tunisko, UAE)
- „**diverzifikovaná tlač**“, kde tlač je slobodná (Maroko, Libanon, Kuvajt), aj keď niektoré majú „loajalistické črty“

Čiastočne sa tento model začal používať aj na rozlíšenie novodobých médií, mimo tlač, ale v niektorých prípadoch už nie je možné používať toto rozdelenie.

- V niektorých krajinách majú médiá **mobilizačnú funkciu** (Líbya, Sýria, Sudán a Irak do roku 2003). Korene tejto stratégie je nutné hľadať v antiimperialistickom a antikolonialistickom sentimente z dôb národnej oslobodenia.
- Druhá skupina krajín (krajiny Rady pre spoluprácu zemí Zálivu a Palestína) sú typické tým, že **štát vlastní rozhlas a televíziu**, zatiaľ čo tlač je v súkromných rukách. Politické strany nehrajú takmer žiadnu úlohu.
- Tretiu skupinu tvoria menej autoritatívne štáty (Jemen, Libanon, Kuvajt, Maroko), ktoré sa vyznačujú **určitou mierou slobody prejavu**. Úloha vlády v mediálnej sfére je menšia a je presadzovaná zákonnými prostriedkami.
- V Egypte, Jordánsku, Tunisku a Alžírsku je hlavne tlač kontrolovaná vládou, ale zároveň existujú i menej významné publikácie politických strán a jednotlivcov. Vláda používa zákonné prostriedky ku kontrole, ako napríklad prostredníctvom súdnych rozhodnutí.
- Okrem týchto štyroch skupín je v **súčasnosti Irak**, kde existuje v súčasnej dobe značná sloboda slova a tlače, ktorá sa prejavu **veľkou pestrosťou** mediálnej skladby.⁷⁸

V súčasnej dobe globalizácie sa do popredia dostáva otázka, či vôbec štátom vlastnené masmédiá majú vôbec šancu na prežitie a či sú samotné vlády schopné udržať si monopol na informácie v dnešnom modernom svete voľných informácií. To by mohlo viesť k rozširovaniu slobody masmédií a posilneniu ľudských práv.

Niektorí arabskí predstavitelia sa však obávajú, že sprístupnenie mediálneho trhu a odsunutie štátu do úzadia, by hralo v prospech expanzívnej politiky veľkých nadnárodných spoločností.

3.2.2 Hlavné bariéry nezávislosti masmédií na Blízkom východe

Veľký technologický pokrok v oblasti masmediálnej komunikácie a informačných technológií umožňuje masmédiám zastávať dôležitú úlohu pri budovaní vedomostnej spoločnosti, ako je tomu vo vyspelých krajinách.

V krajinách Blízkeho východu však narážame na veľké bariéry, ktoré znemožňujú masmédiám prevziať aj v tejto oblasti úlohu šíriteľa vedomostí, informácií a platformy slobody prejavu. Vysoké náklady, politická kultúra, sociálny kontext a ekonomická

⁷⁸ Bureš, J., Globální informační revoluce a role médií v arabském světě, 2006, s.11.

slabosť pôsobí proti rozširovaniu vedomostí, ktoré by nové a moderné technológie mali podporovať. Ako už bolo naznačené v prechádzajúcich časti kapitoly medzi hlavné prekážky patrí:

- **nedostatočný prístup** obyvateľstva k mediálnym a informačným technológiám (v porovnaní so svetovým priemerom a v proporcii k svojej populácii);
- **verejnoscť** pristupuje k masmédiám skôr ako **pasivný príjemca** namiesto aby sa aktívne zapojovala;
- je tu **nízka úroveň organizácie, nedostatok informácií**, dokumentov, vysoká centralizácia, nedostatočná znalosť trhu príjemcov – predovšetkým mimo miest a centier;
- sociálne a intelektuálne benefity masmédií sú potlačované rôznymi **reštrikciami** vlád na obsah a taktiež tržných preferencií obsahu nízkej kvality;
- masmédiá sú pod **kontrolou politických činiteľov** a vládnych inštitúcií;
- masmédiá sú využívané pre **politickú propagandu**;
- **štátne vlastníctvo** – predovšetkým rádiových a televíznych staníc;⁷⁹

Medzi ďalšie problémy prameniace hlavne z ekonomickej slabosti väčšiny krajín tejto oblasti patria:

- **nízka čitateľská základňa** a málo **rozšírená komerčná inzercia**, ktorá je potom následne spojená aj s neschopnosťou pokryť zvýšené náklady. Týka sa to hlavne tlačených masmédií. Preto väčšina informačných médií je závislá na štáte, následne silne politizovaná a nie je možné v nej prezentovať a šíriť opozičné názory.
- **rozdrobenosť** mediálnej sféry v tomto regióne. Distribúcia novín je poväčšine obmedzená na jeden štát. Tiež satelitné televízne kanály sú sústredené v jednej krajine.
- Väčšina média sa taktiež sústreďuje hlavne do **mestských centier**, kde sa sústreďuje ekonomický, politický a kultúrny život a je tu dostatok čitateľov, v hlavne predovšetkým z radov inteligencie.
- Okrem týchto problémov, ktoré nijak neprispievajú k úspešnému budovaniu komunikačnej základne, aj samotná **kredibilita** a **prestíž** žurnalistiky je spochybňovaná. Kvôli nízkym platom, sa v tejto sfére zvyšuje riziko poberania

⁷⁹ Arab Human Development Report, 2003, s.60-65.

úplatkov, ktoré sa potom následovne premietajú do nízkej kritičnosti novinárov, ktorí sú takto politicky a ekonomický závislí na vláde.

Samozrejme je dôležité si uvedomiť, že nie je možné celkovú situáciu generalizovať, pretože jednotlivé krajiny sa od seba odlišujú a to nielen s ohľadom na ekonomickú základňu, ale aj odlišné kultúrne a historické podmienky, zavedené mediálne mechanizmy, čo bráni okrem spomínaných problémov vo vytvorení jednotného arabského komunikačného systému.

3.3 Úloha Al-Jazeera v regióne

Al-Jazeera zastáva jednu z najvýznamnejších pozícií v oblasti masmédií na Blízkom východe. Je to **prvá satelitná televízna stanica**, ktorá sa stala **výlučne spravodajskou** stanicou v arabskom svete. V súčasnej dobe je to jedna z najrýchlejšie rastúcich sietí v rámci arabskej spoločnosti a medzi arabsky hovoriacim publikum po celom svete.

Do pozornosti svetového publika sa Al-Jazeera dostala po prvý krát počas operácie Desert Fox v roku 1998. Ale do širšieho povedomia vstúpila so zverejnením nahrávok Usama bin Ládina tesne po útokoch 11.septembra 2001 a neskôr počas konfliktov v Afganistáne a Iraku. Jej rozšírené spravodajstvo a pokrytie týchto konfliktov úspešne konkurovalo ďalším staniciam. Niekedy ich aj dokonca prebehla, hlavne pri vysielaní spravodajstva o ničivom dopade vojny na životy ľudí z konfliktných oblastí.

Objektivita Al-Jazeera je diskutabilná a nachádza sa v centre protichodných názorov. Na jednej strane si získala chválu za necenzúrovaný formát a vysielanie rozhovorov s americkými a izraelskými predstaviteľmi, ako aj s arabskou opozíciou rigidných arabských vlád. Na druhej strane si vyslúžila kritiku zo strany USA a ďalších krajín za nedostatok objektivity pri pokrývaní spomínaných konfliktov ako aj aktivít teroristickej siete Al-Káida. Predstavitelia spoločnosti Al-Jazeera na túto kritiku reagujú tvrdením, že iba zobrazujú arabskú nespokojnosť s americkou zahraničnou politikou na Blízkom východe.

Názory na vplyv Al-Jazeera na ostatné arabské masmédiá na Blízkom východe sa líšia a jej celkový dopad na ne zostáva nejasný. Je však možné považovať, že niektoré stanice sa ňou inšpirovali a aspoň čiastočne upravili formát a obsah svojich programov, do ktorých sa snažia zahŕňať viac spravodajských a diskusných relácií.

K jednej z najnovších arabských spravodajských sietí, ktoré sa čiastočne inšpirovali Al-Jazeera patrí Al-Arabíja, so sídlom v Dubai Media City.⁸⁰

Hoci niektoré iné arabské masmédiá sa tiež tešia veľkému publiku, je to práve Al-Jazeera, ktorá sa dostala do povedomia svetovej verejnosti a býva informačným zdrojom nielen pre arabskú verejnosť, ale aj politickú elitu v tomto regióne a dokonca i americkú administratívu.

3.3.1 Založenie Al-Jazeera

Al-Jazeera (v arabskom preklade “polostrov” resp. “ostrov”) je najväčšia a najkontroverznejšia arabská spravodajská stanica v oblasti Blízkeho východu, ktorá ponúka 24-hodinové spravodajstvo z celého sveta. Už od svojho založenia šokuje celý arabský svet a stala sa časom práve jednou zo staníc, ktoré si už vlády a politici nemôžu dovoliť len tak jednoducho ignorovať.

Táto spoločnosť bola založená v roku 1996, s hlavným sídlom v Dohe v Katare, potom čo nový emír Shaykh Hamad bin Khalifa Al-Thani odkúpil práva divízie Arabic TV od BBC News Services.⁸¹ Katarská monarchia sa snažila vydať smerom určitej limitovanej politickej liberalizácie a modernizácie arabských masmédií, ktoré považovala za vitálnu súčasť nutných reforiem.⁸²

Al-Jazeera bola vytvorená podľa modelu západných spravodajských staníc ako BBC a CNN. Ukázalo sa, že to bol úspešný krok a stanica si následne získala popularitu a loajalnosť publika práve predovšetkým na základe programového vysielania zameraného na spravodajstvo⁸³, analýzy, diskusné programy, interviews a búranie tabu.

Napriek formátu prebraného od stanice CNN, ju ale jej tvorcovia chceli výrazne odlíšiť od západných masmédií. Príliš jednostranné pokrytie vojny v Perzskom zálive v roku 1991 prostredníctvom CNN, ktoré nevenovalo príliš pozornosti potrebám a záujmom

⁸⁰ <http://www.allied-media.com/ARABTV/AlarabiyaHIST.htm>

⁸¹ Britská BBC sa v tejto dobe snažila o založenie silnej tradície objektívneho spravodajstva v arabskom jazyku prostredníctvom svojho World Service Radio siete. Následne podpísala dohodu s Orbit Communications (v tej dobe vo vlastníctve Saudskej Arábie) o zabezpečovaní arabských rozhlasových i televíznych správach pre hlavný kanál Orbitu na Blízkom východe. BBC a jej snaha o zavedenie editorskej nezávislosti však narazili na odpor vlády Saudskej Arábie, ktorá nebola ochotná dopustiť necenzúrované kontroverzné reportáže.

⁸² Sharp, J, The Al-Jazeera News Network, 2003, s.2.

⁸³ V arabských krajinách malo publikum možnosť získať správy len prostredníctvom štátom kontrolovaných masmédií alebo niektorých satelitných arabských staníc, ktoré vysielali zároveň spravodajstvo a zároveň zábavné programy. Takéto správy častokrát spadali pod cenzúru a kontrolu štátu.

arabskej spoločnosti, inšpirovalo jej tvorcov k snahe vytvoriť alternatívu k americkým a britským masmédiám.

3.3.2 Základná charakteristika



Obr.1.Zábery televíznej stanice Al-Jazeera

Zdroj: <http://www.allied-media.com/aljazeera/JAZhistory.html>

V dnešnej dobe má Al-Jazeera viac ako 30 kancelárií a desiatky korešpondentov v štyroch častiach sveta. Jej spravodajstvo sleduje približne 40 miliónov divákov. Poskytuje svojim divákovi nové a odlišné perspektívy. Ako prvá arabská televízna stanica porušila nepísané pravidlo, ktoré zakazuje kritiku iného arabského režimu. To uvítali jej diváci, ktorí sú zvyčajne presýtení provládnu propagandou.

3.3.2.1 Ciele Al-Jazeera

Jej cieľom je pýtať sa na otázky a zaoberať sa záležitosťami, ktoré stoja stranou. Aby bolo možné tento cieľ dodržať, snaží sa umožniť každému slobodu slova a prejavu, podporuje rôzne debaty, názory a protinázory. Taktiež sa zároveň snaží o aktívne zapojenie sa publika do spravodajstva a procesu tvorby správ.⁸⁴ Od iných arabských televíznych spoločností sa prvotne odlišila práve vďaka programom ako je „*The Opposite Direction*“, „*Without Borders*“, „*The Other Opinion*“ a „*Open Dialogue*“. Objavuje sa v nich zvyčajne známy moderátor, ktorý moderuje živé diskusie, do ktorých je možné zapájať sa napríklad telefonicky⁸⁵.

3.3.2.2 Založenie stanice Al-Jazeera International

V dnešnej dobe sa snaží Al-Jazeera prekonávať aj jazykové bariéry a orientovať súčasne aj na anglicky hovoriace publikum a získať publikum na západe a v Ázii.

⁸⁴ <http://www.allied-media.com/aljazeera/JAZhistory.html>

⁸⁵ Práve tieto diskusné programy bývajú často kritizované, pretože sú zvyčajne veľmi emotívne a dochádza v nich často ku konfrontáciám, keď sa v nich stretnú hostia s opačnými názormi. Preto sa považujú za príliš senzacionalistické a vznetlivé.

V máji 2006 spustila svoju anglickú verziu Al-Jazeera International. Tá sa tak stala prvou anglickou globálnou spravodajskou stanicou so sídlom na Blízkom východe.⁸⁶

Do svojho tímu sa zapojili profesionáli, ktorí predtým pôsobili napr. v BBC, APTN, CNN, atď.⁸⁷

3.3.2.3 Popularita Al-Jazeera u arabského publika

Svojmu úspechu a popularite vďačí Al-Jazeera hlavne za to, že vysiela slobodné a živé debaty, ponúka aktuálne správy, dokonca rozhovory s izraelskými predstaviteľmi a umožňuje kritiku arabských režimov.

Tom Friedman z New York Times považuje Al-Jazeera nielen za jeden z najväčších mediálnych fenoménov, ktoré sa objavili v arabskom svete od vynájdenia televízie, ale je to podľa neho aj jeden z najväčších politických fenoménov.⁸⁸ Oceňuje sa jej živé a aktuálne spravodajstvo, pluralita názorov a snaha od odbúravanie niektorých v arabskom svete tabuizovaných tém.

Al-Jazeera má veľmi výrazný prístup k spravodajstvu v regióne, kde je väčšina ľudí nespokojná s ďalšími médiami. Mnohí z arabského publika považujú túto stanicu ako liberálny a spoľahlivý zdroj informácií a správ v porovnaní s cenzúrovanou verziou arabskými vládami kontrolovaných televíznych staníc.

Zameriava sa nielen na diskusie a analýzu citlivých tém. Často kritizuje aj USA, Izrael a zároveň rôzne arabské vlády. S niektorými režimami, pre ktoré je kritika neprípustná, je práve preto v rozpore. Patria sem napríklad Saudská Arábia, Iraq, Kuvajt, Bahrajn, Egypt, Jordánsko a Palestínska Autorita.

3.3.3 *Kontroverznosť a kritika Al-Jazeera*

Kritika na Al-Jazeera paradoxne prichádza z rôznych smerov.

Na jednej strane ju niektoré **arabské štáty** zatracujú kvôli **otvorenej kritike ich režimov** a poskytovaniu možnosti izraelským a americkým predstaviteľom účastniť sa diskusných programov apod.

Na strane druhej, je kritizovaná práve týmito predstaviteľmi a to kvôli **nedostatku objektivity**, ktoré neodpovedá americkým a spojeneckým politickým záujmom. Mnohí západní analytici ju obviňujú z prílišného prikláňaniu sa pan-arabským a pan-

⁸⁶ <http://english.aljazeera.net/NR/exeres/DE03467F-C15A-4FF9-BAB0-1B0E6B59EC8F.htm>

⁸⁷ <http://www.allied-media.com/aljazeera/>

⁸⁸ Friedman, T., „Glasnost in the Gulf“, 27.01.2001.

islámskym názorom, podpore a propagande. V roku 2003 sa v britských novinách objavila správa, že Al-Jazeera bola infiltrovaná iráckou spravodajskou službou a mala v nej agentov, ktorí tam údajne pracovali.⁸⁹

Jedným z ďalších hlavných bodov kritiky Al-Jazeera je jej tzv. „senzáciečnosť“ a príliš emotívny tón, ktorý využíva hlavne pri vojnovom spravodajstve z konfliktných zón.⁹⁰ V snahe získať senzácie sa nebráni ani poskytovať mediálny priestor pre násilnicke skupiny a teroristické organizácie⁹¹. Na obhajobu Al-Jazeera niektorí autori uvádzajú, že všetky noviny a stanice do určitej miery zastávajú určitý názor a nie sú úplne objektívne a Al-Jazeera stále umožňuje rôznym stranám konfliktu sa prezentovať.

„Samozrejme, správy, ktoré získavame v arabskom svete sú predpojaté“, priznáva Hussein Amin, riaditeľ katedry žurnalistiky a masovej komunikácie Americkej univerzity v Káhire. „Tým istým spôsobom ako prijaté správy v USA bývajú zkreslené.“

Niektorí jej kritici však spochybňujú celkovo jej schopnosť podávať nezaujaté spravodajstvo a to predovšetkým na základe nejasnosti ohľadne úlohy vlády Kataru a prípadnej cenzúry ohľadne spravodajstva týkajúcej sa Kataru.⁹² Z dôvodu neustálej **závislosti na finančnej podpore katarskej vlády** sa Al-Jazeera niekedy považuje za jeden z nepriamych nástrojov zahraničnej politiky Kataru.⁹³ Al-Jazeera, napriek snahám o finančnú samostatnosť, je ešte stále financovaná katarskou vládou a venuje len minimálny záujem a kritiku katarskej politike. Počiatočný plán, podľa ktorého sa finančné dotácie katarskej vlády mali postupne celkom odbúrať a vytvoriť z Al-Jazeera ziskovú spoločnosť, sa doposiaľ nepodarilo realizovať. Experti za príčiny tejto situácie považujú hlavne vplyv nepriaznivého vývoja na trhu reklamy na Blízkom východe a obavy veľkých arabských koncernov zo straty ich možných podnikateľských záujmov, na základe umiestňovania svojej reklamy prostredníctvom Al-Jazeera, ktorá práve nemá najlepšie vzťahy s arabskými vládami.

⁸⁹ Sharp, J, The Al-Jazeera News Network, 2003, s.6.

⁹⁰ Používa pritom príliš „vznetlivé“ typy správ, ktoré obsahujú rôzne formy násillia z oblastí ako je Irak, Afganistán alebo Palestína. Tieto reportáže sú charakterizované veľmi provokujúcimi zábermi, zameranými hlavne na ľudské utrpenie a zvýšení emotívneho náboja.

⁹¹ Al-Jazeera vyslúžila kritiku zo strany „západných médií“, keď bola označená za hovorca Usama Bin Ladína a Al Kájdy.

⁹² Khurma, M., Up Next: Al-Jazeera in English, 2003, s.1.

⁹³ Katar patrí v oblasti Blízkeho východu k jednému z najstabilnejších krajín. Jeho image ako perspektívnej, stabilnej a modernej spoločnosti je práve podporovaný Al-Jazeerou, ktorá je kritizovaná za svoj otvorený a málo kritický spravodajský prístup voči Kataru.

Napriek tomu, že pozadie a praktiky Al-Jazeera sú kontroverzné, patrí v tomto regióne k významným hráčom na politickej scéne a nie je možné ju ignorovať, čo zistila aj americká administratíva, ktorá ju necháva monitorovať. Taktiež má veľký potenciál zohrať v tejto oblasti v budúcnosti ešte významnú úlohu.

3.4 Pozitívne zmeny a príležitosti na Blízkom východe

V posledných rokoch sa ani tento svetový región nevyhol úplne pozitívnym zmenám, ktoré sú charakteristické pre budovanie modernej informačnej spoločnosti. Blízky východ naďalej zostáva ešte hlboko za svetovým priemerom. Samozrejme je nutné sa vyhnúť úplnému generalizovaniu všetkých krajín.

3.4.1 Zabezpečovanie technickej infraštruktúry

Jedným z hlavných predpokladov úspešného a plného využitia širokého výberu aplikácií komunikačnej revolúcie je vybudovanie funkčnej komunikačnej infraštruktúry, ktorá tak tvorí základ pre využívanie technologických poznatkov.⁹⁴ Jedným z najdôležitejších pilierov vybudovania moderných informačných diaľnic a indikátorov informačnej dostupnosti je **vybudovanie telefónnych sietí**. Situácia v arabských krajinách je rozdielna. Niektorým štátom sa v súčasnosti podarilo túto informačnú štruktúru úspešne vytvoriť.

V oblasti satelitnej komunikácie je to moderná sieť Arabsat, ktorá zabezpečuje prenos obsahu z rôznych zdrojov v arabskom svete. Tento systém doručuje veľké portfólio mediálnych a informačných produktov a služieb do všetkých arabských krajín a aj do niektorých častí Európy.⁹⁵

3.4.2 Liberalizácia masmédií

Hoci sféra masmédií na Blízkom východe patrí medzi najmenej rozvinuté, môžeme v posledných rokoch hovoriť o postupnom zlepšovaní celkovej situácie, ak ju porovnáme so stavom, ktorý tu panoval predtým. Čoraz častejšie môžeme v tomto regióne pozorovať zvýšenie konkurencie, rozvoj nových masmédií a postupnú liberalizáciu.

⁹⁴ Takáto infraštruktúra v sebe zahŕňa vybudovanie telefónnych sietí, televíznych káblov, satelitných inštalácií, liniek optických vlákien, počítačov a obvodov, informačných sietí a mediálnych a kultúrnych odvetví atď.

⁹⁵ Arab Human Development Report, 2003, s.64.

3.4.2.1 Zvýšení konkurence a rozvoj nových masmédií

Napriek prítomnosti jednostranných a oficiálnych mediálnych kanálov už môžeme rozlišovať zvýšenie konkurencie. Noviny a iné spravodajské médiá, ktoré využívali doteraz svoje monopolné postavenie, začínajú byť do určitej miery ohrozované zo strany nových masmédií. Nová konkurencia sa vyznačuje kvalitnou žurnalistikou a profesionalitou. Taktiež disponujú väčšiou slobodou v porovnaní s oficiálnymi štátnymi masmédiami.

V oblasti tlače sem patria niektoré arabské noviny tlačené predovšetkým v zahraničí ako napríklad Al-Hayat, Asharq Al Awsat, atď. a tamojšie tlačené noviny ako napríklad Annahar a Al-Khalej.⁹⁶ Niektoré noviny sa posunuli o krok ďalej a snažia sa prekonať cenzúru a rôzne ďalšie bariéry využívaním internetu na ich zverejňovanie.

Takéto zmeny sa však netýkajú len oblasti novín, ale aj televíznych kanálov. Aj v tejto sfére došlo k významným zmenám. To bolo možné do určitej miery pozorovať v prípade poslednej vojny v Iraku⁹⁷, kde sa ukázalo, že súkromné arabské satelitné stanice boli schopné konkurovať v spravodajstve najsilnejším medzinárodným televíznym spoločnostiam.

Podľa niektorých autorov sa v budúcnosti bude význam arabských médií postupne zvyšovať. Niektorí dokonca špekulujú, že napriek tomu, že spojenecké vojska vyhrali vojnu ako takú v Iraku, Arabi možno vyhrali práve vojnu informačnú.

Jedným z ďalších krokov vopred liberalizovaným, pokrokovejším a pluralitnejším masmédiám by bola podpora vzniku a šírenia arabských internetových novín.

3.4.2.2 Čiastočná liberalizácia zákonov

Liberalizujú sa hlavne tlačové zákony (samozrejme len do určitej miery a tak, aby neohrozovali stabilitu režimu) a objavujú sa čoraz častejšie súkromné televízne stanice. Štáty ako Maroko a Jordánsko dokonca ukončili štátny monopol pozemného televízneho vysielania.⁹⁸

V poslednom období sa v arabskej oblasti aktivizujú aj nevládne organizácie v rámci euro-stredomorskho partnerstva, ktoré v roku 2004 vydali tzv. Alexandrijskú

⁹⁶ Arab Human Development Report 2003, s.65.

⁹⁷ Napríklad CNN International sa neskôr počas konfliktu rozhodla využívať niektoré zábery Al-Jazeera vo svojom spravodajstve.

⁹⁸ Bureš, J., Globální informační revoluce a role médií v arabském světě, 2006, s.11.

deklaráciu, v ktorej sa snažia o presadzovanie liberalizácie tlače a masmédií od akýchkoľvek foriem vládneho vplyvu.⁹⁹

3.4.2.3 Zmena štruktúry vlastníctva masmédií

Jedným z ďalších pozitívnych trendov je zmena v štruktúre vlastníctva, na ktoré vplývali predovšetkým tri faktory a ktoré viedli k demonopolizácii vlastníctva médií v niektorých krajinách ako napr. v Egypte:

- konkurencia zo strany globálnych zahraničných predovšetkým „západných“ satelitných programov;
- konkurencia stimulovaná ambíciami niektorých štátov na Blízkom východe rozšíriť sféry svojho vplyvu v tomto regióne a zaujať tak čo najväčšie masy mimo svoje územie.¹⁰⁰;
- nátlak zo strany Medzinárodného menového fondu a Svetovej banky zvýšiť ochotu vlád na Blízkom východe, aby zapojili mediálny sektor do svojich ekonomických privatizačných programov.¹⁰¹

Nástup regionálnej konkurencie významne prispel k diverzifikácii vlastníctva a k privatizácii, čo je samozrejme pozitívny jav. Avšak s vysokou koncentráciou privátneho kapitálu, predovšetkým saudského pôvodu, je nutné upozorniť, že tu dochádza k vysokému riziku, že štátne arabské monopoly sa menia viacmenej na privátne oligopoly. V takom prípade privatizácia nebude zárukou liberalizácie a privátne masmédiá budú naďalej inklinovať k podpore štátu a vlády a odporovať ďalšej liberalizácii a demokratizácii.

Havez vo svojej práci zhrňuje, že súkromné vlastníctvo nevedie nevyhnutne hneď k liberalizácii a štátne vlastníctvo neznamena automaticky cenzúru a kontrolu informácií, ako je možné pozorovať zo skúseností s BBC. V prípade arabského sveta a Blízkeho východu, kde takmer väčšina vlád sa bráni demokratizácii, je však privatizácia vlastníctva médií považovaná za jeden z predpokladov slobody médií.¹⁰²

⁹⁹ Bureš, J., Globální informační revoluce a role médií v arabském světě, 2006, s.11.

¹⁰⁰ Čo je prípad Saudskej Arábie, ktorá vybuďovala obrovské mediálne impérium určenom pre arabský trh a s početnými satelitnými stanicami

¹⁰¹ Hafez, K., Mass media, politics & society in the middle east, 2001, s. 8.

¹⁰² tamtiež, s.9.

3.4.3 Zakladanie tzv. „Media Free Zones“

Niektoré arabské krajiny pokročili tým, že podnikli značné pokroky v rozvoji komunikačných technológií a zdigitalizovali značné množstvo svojich sietí.

Spolu s ďalšími ekonomickými reformami a rozširovaním obchodu v niektorých krajinách viedol tento trend v priebehu polovice 90. rokov dokonca k vytvoreniu tzv. zón voľných masmédií resp. tzv. „mediálnych miest“ (*media free zones*).

Významnú rolu a hlavnú motiváciu predstavovala snaha znížiť náklady na arabské satelitné vysielanie a prilákať zahraničných investorov do tejto oblasti.

Prvé mediálne mesto bolo založené v Egypte. Do povedomia vstúpilo ako „Egyptské mesto mediálnej produkcie“ resp. „*Egyptian Media Production City*“ (EMPC). Stalo sa tak v roku 1995 a malo určitú formu daňového raja, kde sa zároveň egyptská vláda musela zaručiť, že nepripustí cenzúru v tejto zóne. V roku 2000 sa tu usídlili stanice ako Al-Jazeera a Orbit. V roku 2001 bola založená ďalšia takáto zóna v Ammáne.

Medzi ďalšie významné mílniky v histórii komunikácie v arabských krajinách patrí založenie **Dubai Internet City**¹⁰³ v roku 1999 a neskôr aj **Dubai Media City** (DMC), ktoré dnes patrí medzi najvýznamnejšie voľné mediálne zóny.

Spojené arabské emiráty demonštrovali veľký progres v ICT oblasti a budovania vyspelých a moderných arabských masmédií. DMC už prilákal významné televízne stanice ako CNN, MBC, Al Arabija, Reuters, atď.¹⁰⁴

Predpokladá sa, že Dubai sa v najbližších rokoch stane hlavným mediálnym centrom na Blízkom východe. Okrem nízkych nákladov na prevádzku sa snaží lákať mediálne spoločnosti aj garanciou relatívne najširších slobôd slova a prejavu, ktoré je obmedzované len kultúrne-spoločenskými zvláštnosťami. Samotný Dubai a Spojené arabské emiráty sa stali v posledných rokoch jedným z najvýznamnejších obchodných centier na Blízkom východe.

3.4.4 Internet

V niektorých klasických prácach modernizačných teórií vystupuje masová komunikácia ako jedna z podmienok k socioekonomickým zmenám, ktorá napomáha

¹⁰³ <http://www.dubaiinternetcity.com/>

Dubai Internet City je strategickou základňou pre spoločnosti, ktoré sa chcú zameriavať na rastúce trhy širokého pásma regiónu, ktorý zahŕňa Blízky východ, indický subkontinent, Afriku a SNS krajiny. Toto pásmo zahŕňa 2 miliardy ľudí s HDP \$ 6.7 biliónov.

¹⁰⁴ <http://www.dubaimediacity.com/>

k výmene a obohacovaniu vedomostí v širokom rozsahu a predstavuje pre nich jeden z nástrojov pre rozvoj predovšetkým krajín tretieho sveta.¹⁰⁵

Internet je považovaný za práve jeden z takýchto prostriedkov, ktorý by umožnil zapojiť ľudí do politických, spoločenských a kultúrnych procesov. Je to zatiaľ, ale len skôr predstava, keďže realita v mnohých arabských štátoch je úplne odlišná.¹⁰⁶

Internet má veľký **potenciál** stať sa hlavným komunikačným prostriedkom využívaným nielen opozíciou a nevládnymi organizáciami, ale aj širokými vrstvami verejnosti. Samozrejme jednotlivé možnosti jeho využívania sa v jednotlivých krajinách líšia. Niektoré krajiny vedú liberálnejšiu politiku voči nemu ako ostatné. Internet so sebou prináša celú radu pozitívnych trendov. Umožňuje nielen prístup k rôznym informáciám, ale poskytuje aj príležitosti pre rôzne diskusie a lepšie porozumenie kultúrnych odlišností.

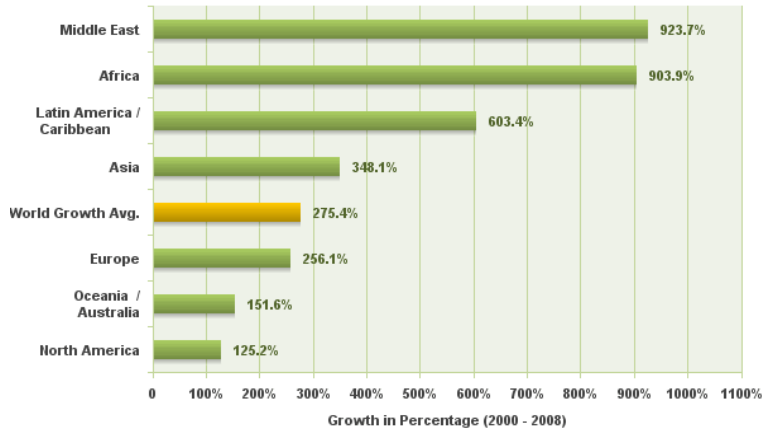
Podľa Jaroslava Bureša, internet okrem funkcie šírenia informácií predstavuje taktiež „*nástroj posilovania islámskej nadnárodnej identity v globalizovanom svete v procese vytvárania fiktívnej islámskej ummy*“ ako protiváha súčasného procesu westernizácie, ale bol zneužitý radikálmi pre misijnú aj teroristickú činnosť.¹⁰⁷

¹⁰⁵ Hafez, K., Mass media, politics & society in the middle east, 2001, s. 251.

¹⁰⁶ Pre podrobné informácie o internetových užívateľoch v jednotlivých krajinách viz <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm>

¹⁰⁷ Bureš, J., Globální informační revoluce a role médií v arabském světě, 2006, s.10.

Internet Users Growth in the World Between 2000 and 2008

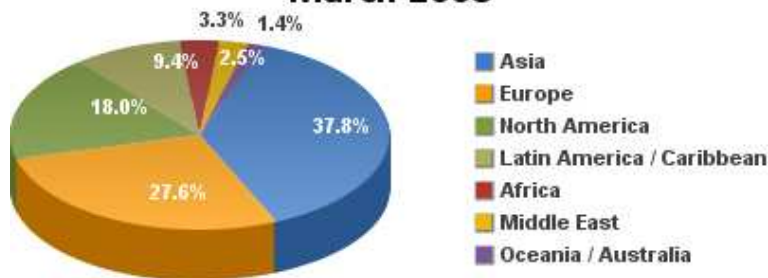


Graf č.4. Rast užívateľov internetu vo svete medzi rokmi 2000 a 2008

Zdroj: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

V porovnaní s ostatnými regiónmi dochádza podľa štatistík k najväčšiemu nárastu užívateľov internetu práve na Blízkom východe.

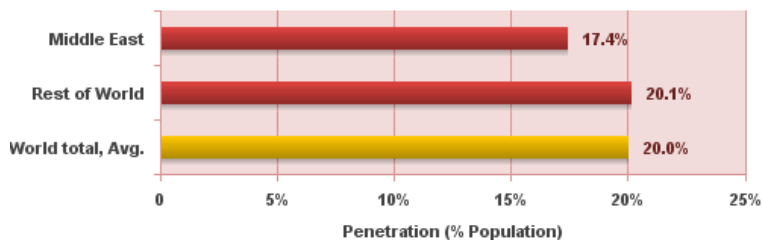
World Internet Users March 2008



Graf č.5. Užívateľovia internetu vo svete, Marec 2008

Zdroj: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Internet Penetration in Middle East December 2007



Graf č.6. Prienik internetu na Blízkom východe, December 2007

Zdroj: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Ako je možné pozorovať z tohto grafu, celkový prienik na Blízky východ ešte zaostáva za svetovým priemerom.

Nárast internetových užívateľov v tejto oblasti **sa zvyšuje** a v porovnaní so svetovým priemerom a ostatnými regiónmi, ako je možné pozorovať na grafe č.4, je dokonca najväčší na svete. V porovnaní, ale celkového počtu, ale hlavne za prienikom na trh je stále pod svetovým priemerom.

Tento nízky počet užívateľov internetu je výsledkom kombinácie niekoľkých faktorov či už politického alebo ekonomicko-sociálneho charakteru.

Medzi hlavné faktory patrí **nízka ekonomická vyspelosť**; chudoba, ktorá znemožňuje kvôli vyšším nákladom prístup k potrebnej technike; nerozvinutý arabský software; počítačová a internetová nevedomosť; ešte stále **vysoká negramotnosť** v niektorých krajinách, hlavne u žien. V mnohých prípadoch je prístup a používanie internetu limitované na anglicky hovoriace vyššie stredné a vyššie vrstvy, ktoré sú prozápadne orientované a komerčne úspešné.

Medzi ďalšie inhibítory patria obavy zo strany vlád pred šírením radikálnych názorov a kultúrne nevhodných informácií, ktoré by mohli oslabiť stabilitu ich režimov. Tie následne situáciu riešia napríklad monopolizovaným poskytovaním telekomunikačných a internetových služieb alebo prostredníctvom cenzúry internetu, ktorá sa v jednotlivých krajinách odlišuje.

Prístup k počítačom je jedným zo základných predpokladov, podľa ktorého je možné merať prístup k informačným technológiám a novým médiám. V nasledovnom grafe môžeme pozorovať značné zaostávanie vo všetkých arabských krajinách.

Napriek modernizačným trendom a orientácii na nové technológie netreba zabúdať ani na tradičné formy komunikácie. Ako už bolo spomínané jednotlivé krajiny sa medzi sebou líšia. Niektoré sú metropolitné a vzdelané, iné majú vysoký stupeň nevzdelanosti a sú skôr agrárne. Aj keď sa tradičné formy komunikácie spájajú predovšetkým so šírením konzervatívnejších politických názorov a moderné média s modernými názormi, práve v mnohých agrárnych oblastiach je tradičná forma komunikácie práve jedným z najbežnejších, najdostupnejších a najdôležitejších prostriedkov pre šírenie politických myšlienok.

3.4.5 Vytváranie a aktivizácia novej verejnej sféry

Jedným z veľmi dôležitých elementov, ktoré sa dostávajú do povedomia je doteraz nevidaný prístup obyčajných ľudí k informáciám a vedomostiam o náboženstve a iných

oblastiach spoločnosti. Situácia sa samozrejme v jednotlivých krajinách a spoločnostiach opäť líši, ale niektorí odborníci predpokladajú, že jednotlivé vlády budú mať v budúcnosti čoraz väčšie problémy s kontrolou a monopolizáciou vedomostí a informácií.¹⁰⁸

Masmédiá v súčasnom modernom svete napomáhajú zvyšovaniu povedomia o tom, čo je nové a takisto vytvárajú priestor pre diskusie o smerovaní a tradíciách v moslimskom svete. do ktorých sa začína zapájať čoraz viac ľudí. Dale Eickelmann zdôrazňuje, že predovšetkým rozširovanie masmédií a prostriedkov komunikácie má hlboký vplyv na to, ako ľudia a verejnosť rozmýšľajú o politike a náboženstve.¹⁰⁹

Celková arabská verejná mienka je však relatívne dosť komplexný jav, v ktorom v súčasnej dobe čoraz väčšiu úlohu hrá konsenzus medzi verejnou mienkou elít a hlavne strednej vrstvy v rámci celého arabského sveta.¹¹⁰

Marc Lynch predpokladá, že k rozvoju novej formy arabskej verejnej mienky došlo až v niekedy v polovici 90.rokov a to práve s rozvojom satelitnej televízie a vysielania, ktoré zlúčili rôznorodé debaty lokálneho charakteru v jednotlivých arabských štátoch a arabskej diaspóry v relatívne koherentnú a spoločnú verejnú diskusiu, ktorá je prístupná takmer každému.

Lynch taktiež navrhuje, že napriek tomu (resp. možno práve preto), že arabské režimy sa sústredili na kontrolu lokálnych masmédií, medzinárodným masmédiám sa podarilo vytvoriť alternatívu pre otvorenú politickú debatu. Zatiaľ čo vysielanie bolo v priebehu 50.rokov v službách národných štátov, nové masmédiá sa snažia získať image ako hovorcovia arabskej verejnej mienky, ktorá je frustrovaná arabskými režimami.

Elitným arabským novinám, ktoré majú svoje sídlo predovšetkým v Londýne, sa podarilo vyhnúť priamej vládnej kontrole a zároveň lákajú novinárov a autorov z celého sveta. Pravidelné spravodajské prehľady vysielané na nových satelitných stanicích a zvyšujúca sa dostupnosť novín na internete (aj keď pre malú, ale rozrastajúcu sa mladú skupinu čitateľov) sa postupne dostáva k širšiemu publiku. Národné a štátom

¹⁰⁸ Eickelman, D., *The Coming Transformation in the Muslim World*, 2000, s.16

¹⁰⁹ Napriek tomu, že pochopenie ako jednotlivé typy masmédií (vrátane tlače, rádii, satelitného a televízneho vysielania) ovplyvňujú skupiny a jednotlivcov je zatiaľ ešte len v počiatočných štádiách, je možné už načrtnúť základné charakteristiky.

¹¹⁰ Marc Lynch v článku *Taking Arabs Seriously* zdôrazňuje, že je to práve v tejto časti verejnej sféry, kde sa bojuje o plány, reformy a vzťahy s USA. Pre viac informácií ohľadne aktivizácie arabskej verejnosti viz Lynch, M., *Voices of the new Arab Public: Iraq, al-Jazeera, and Middle East Politics Today*, 2007.

regulované televízne stanice na základe toho začali postupne strácať svoj podiel na trhu a politický význam.¹¹¹

V literatúre sa veľmi často stretáme s príkladom Al-Jazeera, ako nového a úspešného masmédiá, ktoré pomáha aktivizovať arabskú verejnosť. Al-Jazeera sa považuje (ako bolo načrtnuté v predchádzajúcej časti kapitoly) za jeden z novodobých masmediálnych kontroverzných fenoménov, ktoré vysielajú v arabskom jazyku. Vysokú sledovanosť a popularitu si získala práve netradičným prístupom a novou formou obsahu.

Niektoré talk shows ako napríklad „The Opposite Direction“ zahŕňajú živé diskusie o veľmi citlivých témach ako je napríklad postavenie žien v spoločnosti, polygamia, Palestínski utečenci, sankcie Iraku, demokracia a dodržiavanie ľudských práv v arabskom svete.



Obr. č.2. Záber z talk show „Opposite Direction“.

Zdroj:Eickelman, D., The Coming Transition in the Muslim World,2000.

Záber z talk show „Opposite Direction“ Egypťská predstaviteľka náboženského konzervatizmu Safinez Kadhim (stojaca napravo), obviňuje Toujan Faisal (naľavo), prvú ženskú predstaviteľku Jordnánskeho parlamentu z rúhačstva a to počas živého vysielania talk show vo vysielaní stanice Al-Jazeera z roku 1997.

V prípade štátom riadených televíznych staníc v mnohých arabských režimoch by nebolo možné odvysielat' podobné programy. Zdá sa, že v súčasnosti sa vďaka satelitnej technológii a videokazetám začínajú rozširovat' možnosti ako tieto prekážky prekonať.

¹¹¹Lynch, M., Taking Arabs Seriously, 2003,s.3.

Al-Jazeera poukazuje na fakt, že ľudia v arabskom svete chcú participovať na otvorených diskusiách o témach, ktoré ovplyvňujú ich život.¹¹²

Samozrejme má Al-Jazeera veľa kritikov a mnohí sú skeptickí ohľadne jej revolučného potenciálu. Je ale dôležité si uvedomiť, že ako jedna z hlavných priekopníkov tohto odvetvia dala na prvé miesto politiku a nie programy nízkej obsahovej kvality.

Zdá sa, že v tomto regióne konečne naštartoval proces pozitívnych trendov, ktoré majú potenciál demokratizovať, liberalizovať krajiny Blízkeho východe. Budeme musieť, ale predpokladať, že celkový priebeh a zavŕšenie týchto pozitívnych trendov je otázkou dlhšieho časového horizontu, hlavne v súčasnom veľmi dynamickej dobe.

¹¹² Eickelmann, D., *The Coming Transition in the Muslim World*, 2000, s.18.

4 Globálne masmédiá a konflikty na Blízkom východe

“V dobe vojny je pravda tak cenná, že musí byť vždy sprevádzaná a chránená skupinou ľudí.”

Winston Churchill ¹¹³

V priebehu 20.storočia sa kontrola a manipulácia masmédií stala jedným zo strategickým záujmov armád. Súčasťou takejto kontroly môžu byť všetky aktivity, ktoré v sebe zahŕňajú organizáciu mediálnych stretnutí, denných tlačových konferencií alebo organizáciu prístupu do vojnových zón.

Z perspektívy armády je informačná vojna ďalšou dimenziou konfliktu, kde je nutné zvíťaziť. Je dôležité kontrolovať tok informácií nielen smerom voči nepriateľovi, ale získať a zachovať si podporu aj domácej a svetovej verejnosti.

Americká armáda po druhej svetovej vojne začala zdokonaľovať v rámci svojich strategických operácií aj oblasť propagandy a kontroly informácií. Tie v prípade USA poznáme skôr pod názvom informačné operácie resp. „*Information Operations*” (IO) a ako psychologické operácie „*Psychological Operations*” (PSYOP), ktoré sú podkategóriou informačných operácií.¹¹⁴

Účelom psychologických operácií ako ďalších medzinárodných informačných aktivít je vzbudiť alebo posilniť zahraničné názory, správanie a podporu, ktoré sú priaznivé pre národné a strategické ciele USA. PSYOP sú charakteristické doručovaním informácií tzv. „pre efekt“, ktoré sú používané počas mieru i konfliktu so zámerom informovať a ovplyvňovať.¹¹⁵

4.1 Masmédiá a vojna v Perzskom zálive

Vojna v Perzskom zálive a predovšetkým spravodajské pokrytie tohto konfliktu sa považuje za jeden z hlavných medzníkov vývoja svetových masmédií, ktoré následne

¹¹³ V originálnom znení: “In wartime, truth is so precious that she should always be attended by a bodyguard of lies.”

Winston Churchill In Beelman,S., The Dangers of Disinformation in the War on Terrorism, 2001, s.16.

¹¹⁴ Súčasťou PSYOP jednotiek je:

- ovplyvňovanie zahraničného publika
- consulting veliteľom ohľadne psychologických efektov akcií a operácií
- poskytovanie verejných informácií zahraničnému publiku
- pôsobenie ako nástroj komunikácie veliteľa smerom k zahraničnému obyvateľstvu
- pôsobenie proti nepriateľskej propagande.

¹¹⁵ Doctrine for Psychological Operations In: Rohm F., Mergin Information Operations and Psychological Operations, 2008,s.2.

spustilo reakčný mechanizmus, ktorému sa samozrejme nevyhla ani oblasť Blízkeho východu a arabské masmédiá v nej aktívne.

Vojna v Perzskom zálive sa často spája s nástupom CNN ako nového faktora na scéne mezinárodnej politiky. Od tejto doby sa v súvislosti so CNN začal používať výraz „efekt CNN“¹¹⁶ a uvažovať o možnom vplyve masmédií na tvorbu medzinárodnej politiky.

Niektoré výskumy sa prikláňajú skôr k opačnému názoru a vojnu v Perzskom zálive považujú práve za **totálne zlyhanie** masmédií a konflikt, v ktorom došlo k úspešnému ovládnutiu masmédií a ich zneužitiu pre politické účely.

Na základe lekcí z vojny vo Vietname¹¹⁷, predchádzala tejto operácii rozsiahla príprava v oblasti plánovania komunikačných stratégií a kontroly informácií vládou a armádou USA a západných spojencov, ktorej cieľom bola získať podporu domácej a svetovej verejnej mienky na svoju stranu a zabrániť masmédiám narušiť chod vojenskej operácie.

Tento konflikt býva tiež niekedy označovaný ako jedna z globálnych „obmedzených“ a „informačných“ vojen charakterizovaných neprehľadnosťou, relatívnou vzdialenosťou a sterilitou.¹¹⁸

Výnimočnosť celkového konfliktu spočíva v niekoľkých charakteristikách. Za prvé to bola jeho **rýchlosť** a existencia **živých reportáží**.¹¹⁹ Za druhé to bola doposiaľ nevídaná **závislosť novinárov** na informáciách vládnych zdrojov.

4.1.1 Strategická úloha masmédií

Masmédiá v prípade novodobých „obmedzených“ vojen zohrávajú jednu z hlavných úloh, a to ako nástroj kontroly zdrojov informácií a chovania masmédií.

Takáto politická kontrola sa realizuje väčšinou prostredníctvom nasledujúcich **stratégií**:

- podnet a kontrola udalostí
- mobilizácia podpory politických elít
- regulácia a kontrola toku informácií¹²⁰

¹¹⁶ Pre viac informácií viz. Kapitola 2.4.1.

¹¹⁷ Vojna vo Vietname sa často nazýva aj „prvá televízna vojna“. Aj keď sa názory na úlohu masmédií vo Vietname líšia, tento tzv. „Vietnamský syndrom“ sa stal súčasťou vojenských stratégií, ktoré v súčasnosti zahŕňajú tvorbu komunikačných plánov vojenských operácií.

¹¹⁸ Volek, J., Média v "omezené" válce, 2001, s.1.

¹¹⁹ Živé reportáže bolo sprostredkované prostredníctvom CNN.

¹²⁰ Volek, J., tamtiež, s.3.

4.1.1.1 Podnet a kontrola udalostí

V prípade prvej stratégie sa dá zhodnotiť, že USA a spojenci vlastne nikdy nestratili kontrolu nad situáciou a boli to práve oni, kto spustil a aj ukončil vojenské operácie ako aj tzv. informačnú vojnu. Podarilo sa im získať kontrolu nielen na bitevnom poli, ale aj vo verejnej informačnej sfére. Takáto situácia umožnila efektívne plánovať mediálnu agendu informačnej kampane a propagandy.

4.1.1.2 Mobilizácia podpory politických elít

Mobilizácia podpory zo strany elít slúži pre zaktivizovanie domácej ako aj zahraničnej podpory. Jaromír Volek sa vo svojej práci odvoláva na výskum publikovaný Gannett Foundation, podľa ktorého sa médiá začali zaoberať celým konfliktom potom ako bol najprv v senáte schválené angažmá v tomto konflikte. Ale práve pri mobilizácii súhlasu Bushova administratíva závisela značne na širokej spolupráci amerických masmédií s jej stratégiami, ktoré všetky zahrňovali tradičné techniky vojenskej propagandy ako napríklad:

- **Konštrukcia obrazu nepriateľa – kríza, démonizácia a zverstvá**

Jednou z týchto techník bola démonizácia Saddáma Hussajna, ktorý sa stal stelesnením „zla“ a „nového typu Hitlera“.

Pre zefektívnenie tejto propagandy bola démonizácia doprevádzaná ukázkami o zverstvách a často umelo nafúknutými príbehmi. Jeden už dnes z klasických príkladov je údajné odpojenie niekoľko sto detských inkubátorov v kuvajstských nemocniciach počas okupácie.

- **Konštrukcia mediálneho obrazu - kríza**

Jednou z ďalších dôležitých súčastí vládneho programu bolo umiestnenie veľkej americkej základne do Saudskej Arábie a iných oblastí na Blízkom východe. To koncentrovalo pozornosť masmédií na vojenské manévry, čiastočne pod zámienkou, že Irak plánoval napadnúť aj Saudskú Arábiu a súčasne odpútal pozornosť od skutočných udalostí a pripravovalo verejnosť na vojnu.¹²¹

¹²¹ Herman, E., The Media's Role in U.S. Foreign Policy, 1993, s.40.

4.1.1.3 Regulácia a kontrola informácií

V oblasti kontroly informácií sa spojenci opierali o niekoľko metód. Počas vojny bol prístup k armáde kontrolovaný prísny systémom, v ktorom boli reportéri vyberaní a organizovaní do tzv. „pools“ a tak mohli sprevádzať vojenské jednotky.

Všetky kontakty novinárov boli centralizované a realizované prostredníctvom *Journalist Information Bureau*.

Okrem toho akreditácia novinárov bola podmienená taktiež podpisom dohody o tzv. „utajovaných skutočnostiach“ (*secret reality*), ktoré zakazovali zverejňovať fotografie mŕtvých alebo zranených vojakov“ bez povolenia cenzora.

Zároveň väčšina informácií a takisto filmový materiál pre televízne reportáže boli poskytované armádou na tlačových konferenciách v Rijáde, apod.¹²²

Cieľom bolo sústrediť pozornosť masmédií hlavne na armádnú výstroj americkej armády, udržať image „čistej“ vojny, minimalizovať zábery „ľudského utrpenia“ a podporiť dojem, že spojenci majú konflikt a situáciu pod kontrolou.¹²³

Výsledkom bolo jedna z najúspešnejších prípadov vojenskej propagandy, kde vládna kontrola informácií, v ktorých masmédiá „vytvorili pre armádu neskutočné PR, zaplavovaním krajiny zábermi vojny a vyspelej armádnej techniky celé mesiace, zatiaľ čo brutalita vojny bola normalizovaná a takmer idealizovaná nekritickým spravodajstvom.“¹²⁴

4.1.2 CNN počas vojny v Perzskom zálive

Vojna v Perzskom zálive znamenala jeden z významných mílnikov vo vývoji súčasných masmédií a to prostredníctvom americkej televíznej spoločnosti CNN.¹²⁵

Tá práve z tohto konfliktu vytvorila globálny televízny žáner, ktorý prinášal divákovi po celom svete informácie a zábery v 24hodinovom cykle a zabezpečil jej prestíž a rastúci profit. Hoci sa televíznemu spravodajstvu venovalo aj niekoľko najväčších amerických televíznych staníc ako NBC, ABC, CBS, bola to práve CNN, ktorej sa podarilo sprostredkovať živé vysielanie a spravodajstvo, hneď po spustení Operácie

¹²² Volek, J., Média v „omezené“ válce, 2001, s.6.

¹²³ Herman, E., The Media's Role in U.S. Foreign Policy, 1993, s. 41.

¹²⁴ Kellner, D., 1992. In: Herman, E., The Media's Role in U.S. Foreign Policy, 1993, s. 42.

¹²⁵ Informácie o CNN – jej americké vysielanie bolo zahájené v roku 1980, o päť rokov neskôr poskytovala medzinárodný servis. V súčasnosti má približne 100 miliónov divákov vo viac ako 200 krajinách a regiónoch sveta. Má 10 spravodajských kancelárií v USA a 27 medzinárodných. Bola to zároveň prvá stanica, ktorá sa špecializovala na správy a začal vysielat' nepretržite v 24-hodinovom cykle. Pre viac informácií o CNN viz napr. Vacková, B., Globálni médium alebo výnosné podnikání, 2002.

Desert Storm a to vďaka technickému vybaveniu, ktoré umožnilo toto vysielanie.¹²⁶ Reportér CNN Peter Arnett sa tak načas stal jediným americkým reportérom, ktorý mal povolenie pobytu v Bagdáde. CNN tak získala možnosť pokrývať udalosti priamo z Iraku, čo upevnilo jej postavenie ako jednej z najdôležitejších televíznych staníc a posilnilo myšlienku 24 hodinového spravodajského vysielania.

Niektorí autori však spochybňujú mieru do akej bolo práve toto „živé“ vysielanie skutočné.¹²⁷ Podľa ich obsahových analýz dominovali živému vysielaniu štúdiová prezentácia; živé zábery tvorili predovšetkým obrazy letiacich rakiet a len tri percentá sa týkali skutočných vojenských operácií. Taktiež len jedno percento pokrývalo vizuálne utrpenie alebo smrť. Podarilo sa tak oddeliť utrpenie od moderného vojenského konfliktu, kde bolo potlačené spojenie smrti a vojny a celý konflikt dostal skôr abstraktný rozmer.

4.1.3 Vojna v Perzskom zálive a arabské masmédiá (vplyv CNN)

Tento konflikt zároveň naštartoval aj zmeny, ktoré v priebehu 90. rokov zasiahli sféru masmédií na Blízkom východe. Pre mnohých Arabov, vrátane arabských novinárov, tento konflikt aktivizoval frustráciu a nespokojnosť so stavom, kde väčšina vojnového spravodajstva bola vytvorená malým počtom „západných“ reportérov, ktorí sa skôr zameriavali na vyspelosť západných technológií a špičkovej vojenskej techniky a ignorovali utrpenie iráckeho civilného obyvateľstva.

Takéto nálady a zároveň nedôvera vo vládne spravodajstvo a masmédiá viedli k vytvoreniu vhodných podmienok pre vytvorenie a hlavne zvýšenie popularity staníc ako Al-Jazeera a podobných spoločností, ktoré fungovali na princípe západných masmédií a boli relatívne slobodné a stali sa alternatívnymi zdrojmi informácií.¹²⁸

¹²⁶ CNN sa prezieravo podarilo získať povolenie od iráckej vlády nainštalovať do svojej kancelárie špeciálne permanentné audio obvody, ktoré umožnili pokračovať vo vysielaní, aj keď boli odpojené telefónne linky v Bagdáde, teda zároveň i ostatných zahraničných reportérov.

¹²⁷ Mowlana, H - Gerbner, G.- Schiller, H, 1991. In: Volek, J., Média v „omezené“ válce, 2001, s.8.

¹²⁸ Ghareeb, E., New Media and the Information Revolution in the Arab World, 2000, s.11.

4.2 Masmédiá a vojna v Iraku

“Musíme si pamätať, že v čase vojny, to čo je povedané na nepriateľskej strane frontu je vždy propaganda, a čo je povedané na našej strane je vždy pravda, spravodlivosť, humánnosť a výprava za mier.”

Walter Lippman, bývalý poradca prezidenta Wilsona¹²⁹

Vďaka dramatickému pokroku informačných technológií americká armáda zároveň vytvorila nový štýl vedenia vojny, ktorá sa zameriava na rýchle víťazstvo s minimálnymi stratami na oboch stranách. Jej charakteristickými znakmi je rýchlosť, manévra, flexibilita a prekvapenie. Je preto značne odkázaná na precíznu palebnú silu, špeciálne jednotky a psychologické operácie.¹³⁰ Tento spôsob boja bol uplatnený aj v prípade vojny v Iraku v roku 2003.

Je možné konštatovať, že nebolo pochyb o jasnej prevahe spojeneckej armády v tomto konflikte. O to dôležitejší sa stal boj na úrovni informačnej vojny a psychologických operácií, ktorý bol v kontexte novodobých masmédií v porovnaní s vojnou v Perzskom zálive náročnejší a pre USA bolo nutné získať na svoju stranu svetovú verejnú mienku.

Poučený z minulých konfliktov a v dôsledku zmien v arabskom mediálnom svete, aj prístup Iraku k masmédiám sa stal rafinovanejší. Zdá sa však, že úspech americkej propagandy bol vyšší doma ako v zahraničí a hlavne v prípade Iraku, kde sa USA naďalej snaží o získanie „srdca a mysle“ arabskej verejnosti.

V porovnaní s vojnou v Perzskom zálive to bol konflikt, kde do hry vstúpili ďalšie aj novodobé arabské satelitné spoločnosti ako Al-Jazeera, alebo Al-Arabíja a americká administratíva sa musela prispôbiť novým podmienkam a situácii, ktorá tu v posledných rokoch vznikla.

4.2.1 Podnety a mobilizácia podpory

Tento konflikt sprevádzala jedna z najväčších propagandistických kampaní americkej zahraničnej politiky. Pre ilustráciu si môžeme za príklad zobrať postavenie obrovského pódia na základni v Katare (za dvestotisíc dolárov a navrhnuté hollywoodským dizajnérom) a prenajatie veľkých PR agentúr pre koordináciu informačnej kampane.

¹²⁹ V originálnom znení: “We must remember that in time of war what is said on the enemy's side of the front is always propaganda, and what is said on our side of the front is truth and righteousness, the cause of humanity and a crusade for peace”

Dostupné z: <http://www.globalissues.org/HumanRights/Media/Military.asp>

¹³⁰ Boot, M., *The New American Way of War*, 2003, s.41.

O novinárov sa staralo približne 500 pracovníkov odbore pre mediálne vzťahy.¹³¹

Súčasťou propagandy bola **štandardizácia** určitých pojmov. Už vojna proti terorizmu bola začiatkom štandardizácie pojmov ako „zbrane hromadného ničenia“, „osa zla“, „vojna za oslobodenie“ apod., ktoré boli často skloňované v masmédiách v prípravnej fáze vojny.¹³²

4.2.1.1 Snaha o legitimizáciu vstupu do vojny

Čo sa týka Iraku, Bushova administratíva stála pred špecifickou výzvou ako legitimovať vstup do vojny. Keďže Spojené štáty neboli vystavené žiadnej priamej a otvorenej hrozbe namierenej proti USA alebo ich záujmom, a zároveň táto vojna nebola schválená Radou bezpečnosti OSN, hájila americká administratíva svoje konanie na základe potencionálnej hrozby. Pre toto odôvodnenie a získanie verejnej podpory šírila Bushova administratíva domienky ako boli tvrdenia, že Irak vlastnil a vyrábala zbrane hromadného ničenia, poskytoval značnú podporu teroristickej skupine Al-Kájda a dokonca bol podozrivý z potencionálneho priameho spojenia s útokmi z 11. septembra.

Tieto tvrdenia sa neskôr stali späťnou výzvou pre americkú administratívu, keďže neboli počas okupácie potvrdené a nebolo možné nájsť dostatočné dôkazy.¹³³

4.2.1.2 Podpora americkej verejnosti

Aj keď väčšina svetovej verejnosti bola už na začiatku proti vojne v Iraku, veľká časť americkej verejnosti si vytvorila skreslené predstavy o motívoch vstúpiť do vojny a podporovala Bushovu administratívu pri zahájení konfliktu, a dokonca aj po vojne, keď neboli preukázané dostatočné dôkazy o tvrdeniach, ktoré boli primárnym motívom intervencie. Ako z analýzy programu PIPA/Knowledge vyplýva, veľká časť americkej verejnosti verila, že:

- Irak bol priamo zapojený do útokov z 11. septembra¹³⁴
- boli nájdené dôkazy spojenia medzi Irakom a Al-Kájdou¹³⁵

¹³¹ Mediálni propagandisti ako prostriedok války, 26.03.2003. Dostupné z:

http://www.bbc.co.uk/czech/svet/030326_media_war_pckg.shtml

¹³² Pre posilnenie tohto odkazu a stratégie si Pentagon prenajal renomovanú PR firmu Rendon Group. In: The Prop-Agenda at War, 27.06.2004. Dostupné z:

<http://www.infowarmonitor.net/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=1051>

¹³³ Misperception, Media and the War. Dostupné z:

http://65.109.167.118/pipa/pdf/oct03/IraqMedia_Oct03_rpt.

¹³⁴ Pred vojnovou výzkumy uvádzajú, že až 20% respondentov si myslelo, že „Irak bol priamo zapojený do septembrových útokov“, a 36%, že „Irak poskytol značnú podporu Al-Kájde, ale sa priamo nepodieľal na týchto útokoch. Po vojne sa však podľa výzkumu tieto čísla nijak výrazne nezmenili.

- boli nájdené zbrane hromadného ničenia (dokonca boli použité počas vojny)¹³⁶
- svetová verejná mienka schválila a podporovala vstup USA do vojny s Irakom.¹³⁷

Tieto skreslené predstavy hrali hlavnú úlohu pri schválení a súhlasom s touto vojnou.

4.2.1.3 Konštrukcia obrazu nepriateľa tvorba rámca konfliktu

Na dosiahnutia širokej podpory sa ani v tejto informačnej kampani americká administratíva nevyhla používaniu typických techník propagandy ako zdôrazňovanie krízy; démonizácia Saddáma Hussajna; popisu páchaných zverstiev a zasadenie konfliktu do rámca boja medzi „dobrom“ a „zlom“. Podľa historika Philipa Taylora Spojené štáty sa snažili vytvoriť rámec, v ktorom dochádza zároveň k odlíšeniu medzi „dobrými“ a „zlými“.¹³⁸

4.2.1.4 Propaganda v Iraku

Jedným z cieľou americkej propagandy bolo získať podporu iráckej verejnosti. Súčasťou tejto kampane bola pred začiatkom pozemných operácií masívna propaganda pomocou rôznych letákov, rádiového vysielania, faxov, e-mailov a iných prostriedkov, ktoré vyzývali Irácke jednotky, aby nebojovali.¹³⁹

Saddám Hussajn samozrejme tiež využíval masmédiá pre svoju stranu propagandy a vytvoril vlastnú kampaň psychologických operácií. Bolo jasné, že vojensky nebol Irak schopný odolávať USA a vojensky uspieť. Snažil sa preto pomocou masmédií apelovať na medzinárodnú verejnú mienku a získať ju na svoju stranu proti vojne a zároveň podporovať svojich ľudí v boji. Jeho televízne stanice vysielali napr. zábery amerických vojnových zajatcov, ako aj irácke civilné obeť, ktoré boli údajne výsledkom leteckých útokov koalície. Postupne však irácka propaganda prestala byť efektívna a úplne sa odklonila od reality.¹⁴⁰

¹³⁵ V tomto prípade sa jedná o jednej z najprekvapujúcejších pozorovaní. Až 45-52% respondentov tvrdilo, že sa takáto evidencia našla.

¹³⁶ Pred vojnou bola veľmi rozšírená predstava, že Irak vlastní zbrane hromadného ničenia – „*weapons of mass destruction*“ (WMD), tá bola, ale rozšírená aj medzi spravodajskou službou. Čo je však zarážajúce, že po vojne si naďalej v priemere približne 22% respondentov myslelo, že USA sa podarilo nájsť WMD.

¹³⁷ 31% amerických respondentov sa domnievalo, že svetová verejnosť podporuje vstup do vojny, zároveň ďalších 31%, že svetová verejnosť je rovnomerne rozdelená vo svojej podpore.

¹³⁸ Taylor, P. In: Mediální propaganda jako prostředek války. BBC Czech.26.03.2003. Dostupné z: http://www.bbc.co.uk/czech/svet/030326_media_war_pckg.shtml

¹³⁹ Boot, M., The New American Way of War, 2003.

¹⁴⁰ tamtiež

4.2.2 *Kontrola informácií*

Na základe úspešných skúseností z vojny v Perzskom zálive sa americká armáda rozhodla uplatniť nové metódy kontroly prístupu novinárov k zdrojom informácií. Pentagon chcel z tejto vojny vytvoriť najlepšie pokrytý konflikt nedávnej histórie a vytvoril za týmto účelom plán o pričlenení až 500 novinárov k bojovým jednotkám.¹⁴¹ Bola vybratá skupina tzv. „pričlenených“ („*embedded*“) novinárov, ktorí boli celý čas sprevádzaní armádnymi jednotkami. Táto nová metóda vyšla z dielne PR agentúr, ktorá umožnila masmédiám a ich divákovi prístup k detailným a „fantastickým“ záberom. Podľa tohto plánu predstavovali novinári pre armádu možnosť kontroly informácií, ktoré sa mohli dostať k publiku. Kritici tohto systému varujú, že nastáva riziko, že takíto novinári majú tendencie stať sa predpojatými a prikláňať sa v prospech americkej strany vo svojich reportážiach. V prípade, že by tak nekonali, hrozila by im strata výhod a spolupráce.¹⁴² Tento systém „pričlenených“ novinárov v prvých línách sa stal jedným z mílnikov spravodajského pokrývania konfliktov.

Celkovo s novým systémom pričleňovania novinárov, tlaky 24-hodinového spravodajstva, vojenské dezinformácie, spoliehanie sa na armádne informácie a brífingy vplyvajú na presnosť faktov a neutralitu reportáží.¹⁴³

4.2.3 *Al-Jazeera a Operácia Irácka sloboda*

Al-Jazeera na sebe upozornila viacmenej po prvý krát prostredníctvom jej spravodajstva irácko-americkej konfrontácii, známej pod názvom Desert Fox v roku 1998..¹⁴⁴ Do celosvetového centra pozornosti však vstúpila predovšetkým po útoku z 11. septembra potom ako odvysielala nahrávky s odkazom Osama bin Ládina islámskemu svetu. Dá sa počas vojny v Iraku iba posilnila svoje postavenie a stala sa obdobným fenoménom ako CNN počas vojny v Perzskom zálive. To si USA uvedomili a nechávajú monitorovať.

¹⁴¹ Campagna, J., Will Pentagon leave the media cover the war, 19.03.2003

¹⁴² Beelman, M., The Dangers of Disinformation in the War on Terrorism, s.17.

¹⁴³ Burt, T., BBC hits back at Critics and Commits to War Coverage, 31.3.2003

¹⁴⁴ **Al-Jazeera a Desert Fox**

Hovorí sa, že jedným z prvých významných momentov, prostredníctvom ktorého sa spoločnosť Al-Jazeera dostala do širšieho povedomia a etablovala sa, bol rok 1998 a irácko-americká konfrontácia kvôli odsunu inšpektorov OSN z Iraku ohľadne zbraní hromadného ničenia. Al-Jazeera v tej dobe využila včasné rozmiestnenie svojich spravodajcov v Iraku, ešte predtým než USA a Veľká Británia zahájila vzdušné útoky v rámci operácie Desert Fox. Takisto získala exkluzívne interview s iráckym prezidentom Saddámom Hussejnom, ktorý chcel jednať práve so stanicou, pomocou ktorej mal možnosť prístupu k širokému arabskému publiku.

Počas vojny bola Al-Jazeera obviňovaná z pro-iráckych postojov, vysielania Hussajnovej propagandy a porušovania medzinárodného práva. Do americkej vojenskej a masmediálnej agendy nezapadala už na začiatku na základe formy svojho spravodajstva. Americká administratíva si predstavovala rýchlu a „čistú“ vojnu, kde sa pozornosť zameria na modernú techniku, minimálne straty a utrpenie a oslavu amerických jednotiek ako osloboditeľov Iraku a nie na ničivé následky a ľudské utrpenie. Zvláštne postavenie si Al-Jazeera získala hlavne vďaka prístupu k informáciám a práve kritizovanému štýlu a formy spravodajstva.

4.2.3.1 Prístup k informáciám

Na základe skúseností z predchádzajúcich konfrontácií, jednou z výhod, ktoré Al-Jazeera uplatnila voči iným televíznym a spravodajským spoločnostiam, bol jej prístup k informáciám v Iraku.

Ešte počas Hussajnovho režimu Al-Jazeera využívala reportérov, ktorí boli irácki občania obišli tak problémy s vízovou politikou Iraku voči zahraničným novinárom.

USA grantovala pre Al-Jazeeru štyri miesta v rámci konvoja „*embedded*“ novinárov, ale viacmenej reportéri Al-Jazeera ostali mimo americkú armádu.

Práve vďaka ponechaniu niekoľkých reportérov a televíznych štábov na niektorých miestach v Iraku, bola Al-Jazeera schopná dodávať živé vysielanie počas konfliktu, ešte v počiatkovej fáze.

4.2.3.2 Porušovanie medzinárodného práva

Zo strany USA si Al-Jazeera vyslúžila kritiku hlavne kvôli vysielaniu záberov nepríjemných udalostí a následkov krvavých stretov¹⁴⁵, ako napr. mŕtvych amerických vojakov alebo “ponižujúcich záberov” amerických vojnových zajatcov. Následne bola Al-Jazeera obvinená z podporovania iráckej propagandy a porušeniu medzinárodného práva o zaobchádzaní s vojenskými zajatcami.

4.2.3.3 Zaujaté spravodajstvo

Ako už bolo niekoľkokrát spomínané, Al-Jazeera sa ani počas tohto konfliktu nevyhla svojmu pracovnému štýlu. Bola obviňovaná až z príliš emocionálneho a

¹⁴⁵ Takéto spravodajstvo sa úplne odlišovalo od spravodajstva, o aké mala USA záujem. Odporoval imagu vzdialenej a čistej vojny.

„poburujúceho“ („*inflammatory*“) spravodajstva, ktoré skôr uprednostňovalo zábery obetí vojny, namiesto oslavy odchodu Saddáma Hussajna.

Ako zdroj informácií bola podľa nálad verejnosti na Blízkom východe uprednostňovaná Al-Jazeera (v porovnaní so CNN). Hoci si Al-Jazeera znepriatelila národy ako je Kuvajt do takej miery, že jej reportéri tam nemajú prístup, zdá sa, že arabské publikum oceňuje jej snahu prezentovať viac rôznych uhlov pohľadu.¹⁴⁶

Časti jej spravodajstva boli od určitého momentu preberané dokonca inými spravodajskými spoločnosťami. Dokonca CNN sa rozhodla prebrať časť spravodajstva Al-Jazeera.¹⁴⁷

4.2.3.4 Bombardovanie kancelárie Al-Jazeera v Bagdáde

Jedným z incidentov medzi stanicou Al-Jazeera a USA bol útok na kanceláriu stanice v apríli 2003, pri ktorej bol zabitý jeden z reportérov. Podľa vyhlásenia americkej vlády, však Al-Jazeera nebola terčom.¹⁴⁸ Bol to už ďalší takýto incident. USA sa podarilo podarilo zasiahnuť redakciu Al-Jazeera v Kábule v roku 2001 počas vojny v Afganistáne.

4.2.4 Informácie ako nová zbraň vo vojne

V tejto vojne, tak ako aj v predchádzajúcich konfliktoch bola využívaná propaganda na obidvoch stranách. Ako sa vyjadril austrálsky novinár Phillip Knightley:

„*Prvou obeťou každej vojny je pravda*“.¹⁴⁹

V každom konflikte bolo možné pozorovať určité spoločné črty a vzory, ktoré boli využívané v propagačnej kampani ako napríklad demonizácia protivníka, demoralizácia protivníka apod. Vlády robia všetko, aby získali podporu a výhodu nad druhou stranou. Je preto dôležité si uvedomiť, že zároveň verzie, v ktorých sú konflikty predstavované

¹⁴⁶ Cohn, L., Al-Jazeera: In an Intense Spotlight, 27.03.2003.

¹⁴⁷ Vojna v Iraku však len zvýraznila rozdiely medzi jej americkou a medzinárodnou sieťou - a to U.S.CNN a CNN International. Počas vojny v Perzskom zálive, CNN ešte podávala jednotné spravodajstvo určené pre celý globálny trh a predstavoval pohľad na konflikt z amerického uhlu pohľadu. V priebehu ďalších rokov sa CNN diverzifikovala a prispôsobila regionálnemu obecnstvu a inzerentom. Americká verejnosť prostredníctvom U.S.CNN pozorovala značne odlišné spravodajstvo ako mali možnosť pozorovať iné regióny vo svete prostredníctvom CNN International. Týka sa to hlavne záberov vojnových obetí, názorov ostatných arabských elít na vojnu v Iraku, ako aj rozsiahlejšiu problematiku Blízkeho východu.

Pre viac informácií viz Flint, J., A Global Journal Report: CNN Gives U.S., World Audiences Different Views, 11.04.2003

¹⁴⁸ Al-Jazeera hit by missile, 08.04.2003, http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/2927527.stm,

¹⁴⁹ Knightley, P. In: Peterson, T., Bombarded by War on TV, 26.03.2003

publiku sa značne odlišujú, podľa toho či ste v Európe, Amerike alebo na Blízkom východe.

Invázia do Iraku zároveň vstúpi do histórie ako *“konflikt, kde sa informácie stali jednou zo zbraní vo vojne”*¹⁵⁰. a ktorá bude ovplyvňovať stratégie v budúcich konfliktoch, kde *“udržiavanie morálky ako aj dominancie nad informáciami sa stane rovnako dôležitou úrovni ako fyzická ochrana”*.¹⁵¹

Táto informačná dominancia má byť dosiahnutá práve pomocou už spomínaných informačných operácií a ktorá v sebe zahŕňa dva základné komponenty.

Jedným z nich je vytváranie a chránenie priaznivých informácií a druhým je degradácia a ničenie nepriaznivých a nepriateľských informácií. V kontexte Iraku bolo zo strany USA pričleňovanie novinárom práve prvým prípadom a kritika a boj proti Al-Jazeera ako prípad druhý.

Zameriavanie sa na tzv. nepriateľské informácie je zároveň dôležitou súčasťou rekonštrukcie krajiny v postkonfliktnej fáze a nemala by sa podceňovať.

4.3 Masmédiá v postkonfliktnej fáze

Masmédiám je dôležité venovať patričnú pozornosť i po ukončení konfliktu. Sú dôležitou súčasťou a jedným z nástrojov pri rekonštrukcii a budovaní demokracie a stabilizácie regiónu. Ale bez riešenia súčasných pretrvávajich problémov v oblasti masmédií bude americká zahraničná politika narážať stále na ďalšie komplikácie, čo môže byť zdrojom nových konfliktov v budúcnosti resp. neumožní riešiť efektívne súčasnú situáciu na Blízkom východe.

Vo vzťahu k zahraničnej politike USA, jedným z takýchto problémov, ktorý sa za posledné roky zhoršil a ktorý musí USA riešiť nielen v Iraku, ale aj v celom blízkovýchodnom regióne, sú silné antiamerické nálady a sentiment.¹⁵²

4.3.1 Antiamerikanizmus v arabsky hovoriacich masmédiách

Antiamerikanizmus výrazne prispieva do celkovej komplexnosti problematiky riešenia vzájomných vzťahov medzi USA a krajinami na Blízkom východe a je jedným

¹⁵⁰ Allard, K. In: Miller, D., The Domination Effect, 08.01.2004.

<http://www.guardian.co.uk/world/2004/jan/08/usa.iraqandthedia>

¹⁵¹ tamtiež

¹⁵² Zlyhanie najsť dôkazy ako WMD, ktoré boli jedným z dôvodov pre vstup USA do vojny s Irakom, zdvihlo po tomto konflikte vlnu debát ohľadne skutočných motívov. Podľa arabských predstaviteľov šlo USA hlavne o upevnenie ich svetovej a regionálnej nadvlády.

z dôležitých faktorov, ktoré ovplyvňujú tvorbu americkej zahraničnej politiky, verejnej diplomacie v tomto regióne a týka sa oboch strán. Existujú tu, ale rozličné názory na jeho korene a príčiny.

4.3.1.1 Forma a prejavy antiamerikanizmu v masmédiách

Odborníci medzi hlavné prejavy považujú:

- selektívne zobrazovanie negatívnych obrazov o USA (Amerike) vo filmoch, literatúre a novinách
- selektívna frazeológia a titulky nadpisov
- zveličovanie a používanie zavádzajúcich titulkov bez podložených faktov
- selektívne spravodajstvo a zvýrazňovanie negatívnych správ – napr. o kriminalite, vraždách apod.
- používanie rôznych karikatúr s veľmi silným doprovodným textom
- selektívne a upravované preklady zahraničných správ a analýz, ktoré sú skôr negatívne voči USA
- atď¹⁵³

4.3.1.2 Príčiny antiamerikanizmu

Nepriateľstvo voči USA nie je novým fenoménom, je ale dosť obťažne nájsť jeho pravé a skutočné príčiny. Abdel Mahdi Abdallah vo všeobecnosti zdôrazňuje tri základné dôvody pre arabskú nenávisť a antipatiu voči Amerike.

Za prvé, je to politická, ekonomická a vojenská pomoc Izraelu, ktorá umožňuje Izraelu porážať Arabov a „okupovať ich územie“. Táto pomoc je považovaná práve za hlavnú príčinu protiamerických nálad v tejto oblasti.

Za druhé, je to „agresívna“ americká politika, ktoré v sebe zahŕňa americké vzdušné nálety a sankcie voči niektorým arabským krajinám a ich okupácia Iraku.

Za tretie, je to americká ekonomická a vojenská podpora niektorých nedemokratických arabských režimov a svojich vojenských základní. Podpora týchto režimov umožňuje ich nepretržitú vládu a potlačovanie vlastného ľudu, namiesto toho, aby sa USA zamerali na podporu rozvoja, demokracie a zlepšovanie sociálneho a ekonomického blahobytu obyvateľov týchto krajín.

¹⁵³Darwish, A., *Antiamericanism in Arabic Language Media*, s.44-45.

Podľa niektorých kritikov sem prispievajú niektoré americké kampane, ktoré sú vnímané ako nástroje zamerané proti islámu a vlastným občanom arabského a islámskeho pôvodu.¹⁵⁴

V literatúre sa stretneme aj so silne proamerickým postojom, ktorý využíva argumentáciu, podľa ktorej, antiamerikanizmus nie je výsledkom súčasnej americkej zahraničnej politiky, ale pramení z manipulácie rôznymi skupinami arabskej spoločnosti, ktoré využívajú silný antiamerikanizmus na odpútanie pozornosti domáceho publika od omnoho dôležitejších domácich problémov.^{155 156}

V súvislosti s antiamerikanizmom sú to práve masmédiá, ktoré predstavujú jeden z účinnějších nástrojov šírenia a podporovania antiamerických nálad a odpútavanie pozornosti od domácich kríz.

Napriek vyššie udávaným príčinám silného antiamerikanizmu, ktorými by sa USA mali zaoberať a snažiť sa ich vyriešiť, tu existuje, ale ešte celá rada problémov, faktorov, ale zároveň i príležitostí, ktoré by mohli USA pomôcť pri riešení už spomínaných problémov a budovania vzťahov s krajinami Blízkeho východu z dlhodobého hľadiska. A práve masmédiá by pri tom mohli zohrať určitú úlohu.

4.3.2 Budovanie dialógu s arabskými masmédiami

Jedným z faktorov, ktorý neprispieva k pozitívnemu image USA, bol práve štýl, v akom boli jednotlivé politiky sledované a ktorý viacmenej ignoroval arabskú verejnú mienku. Preto jedným z prvých krokov by malo byť pochopenie ako efektívne osloviť a komunikovať s arabským publikom, ktoré by následne mohlo pomôcť k znižovaniu antiamerikanizmu.

¹⁵⁴Jedným z kľúčových aspektov zostáva pretrvávajúca frustrácia veľkej časti arabského obyvateľstva nad súčasným status quo.

Podľa Abdel Mahdi Abdallaha, nie sú arabské postoje nemeniteľné alebo statické a takisto nie sú iracionálne. Sú skôr primárnym výsledkom americkej podpory Izraela a nepriateľskej politiky voči arabskému svetu. Abdel Mahdi Abdallah navrhuje, že vyriešením arabsko-izraelského konfliktu, ukončením americkej okupácie Iraku, uzatvorením svojich vojenských základní v arabskom svete, ukončením vojenskej pomoci niektorým arabským autoritárskym režimom a tlaky na demokratizáciu v arabskom svete by ukončili antiamerikanizmus v tomto regióne.

Pre viac informácií viz Abdallah, A.M., *Causes of Anti-Americanism in the Arab World*, 2003.

¹⁵⁵Rubin, B., *The Real Roots of Arab Anti-Americanism*, 2002.

¹⁵⁶Namiesto toho, aby tieto vlády reagovali na požiadavky demokratizácie a ľudských práv, zvyšovanie životného štandardu, znižovania korupcie, obviňujú práve USA za nedostatky ich spoločnosti, distancujú sa od americkej zahraničnej politiky a považujú ich za potencionálnu hrozbu. Protiamerický odpor sa tak stal užitočným nástrojom v rukách radikálnych panovníkov, revolučných hnutí a dokonca aj umiernených režimov, ktoré si pomocou neho budujú domácu podporu, manipulujú domácu verejnú mienku, aby sledovali regionálne ciele, odkladali reformy a prípadne vydierali Washington o zvýšenie pomoci.

USA vyvinula celú radu aktivít, ktoré by mali pomáhať šíreniu priaznivejšieho obrazu USA, buď prostredníctvom vystupovania niektorých amerických predstaviteľov v arabských masmédiách alebo priameho šírenie pozitívneho obrazu USA dotovanými masmédiami (napr. prostredníctvom Rádio Sawa alebo televíznou stanicou Al-Hurra).¹⁵⁷

Efektívna komunikácia by však mala podľa názoru niektorých odborníkov spočívať vo vytvorení priameho dialógu medzi oboma stranami a to prostredníctvom už existujúcich medzinárodných arabských masmédií. Práve medzi takéto masmédiá patrí Al-Jazeera (a jej podobné stanice), ktorá bola doposiaľ viacmenej kritizovaná za štýl svojho spravodajstva.

4.3.2.1 Zmena prístupu

K tejto spolupráci však treba pristupovať konštruktívne a efektívne. Nestačí len posielat' viac amerických predstaviteľov do rôznych televíznych diskusných debát. Tie majú niekedy skôr opačný efekt a publikum sa iba utvrdzuje vo svojich predsudkoch voči USA. Táto činnosť musí byť doplnená radou ďalších aktivít a hlavne zmenou prístupu a uvedomenia si citlivosti arabského publika na niektoré témy.¹⁵⁸

Tento nový prístup voči regiónu by mal byť charakterizovaný snahou o vytvorenie rovnocenného partnerstva a zamedzeniu manipulácie a komunikácie smerom k arabskému publiku. Tá sa zvyčajne okamžite identifikuje ako propagandu a je samozrejme odmietaná.¹⁵⁹

Taktiež napriek doporučeniu autorov komunikovať smerom k politicky významným skupinám ako je mládež¹⁶⁰, by sa mala americká vláda snažiť zapojiť do tohto dialógu predovšetkým arabskú elitu intelektuálov, novinárov a politikov, ktorí majú možnosť ovplyvňovať arabskú verejnú mienku a snažiť sa o vytvorenie modernej demokracie a inštitucionalizáciu vlády zákona.

¹⁵⁷ Už v roku 1998 USA založili Rádio Slobodný Irak ako súčasť Rádía Slobodná Európa. V roku 2002 bolo založené Rádio Sawa, ktoré sa zameriava hlavne na mládež.

¹⁵⁸ Jedným z veľmi nesenzitívnych momentov, ktoré sa uvádza ako príklad, bolo vyhlásenie prezidenta G. Busha počas konfliktu na Západnom brehu Jordánu v roku 2002. Ten sa o A. Sharonovi vyjadril ako o „mužovi mieru“, čo samozrejme nebolo uvítané v ostatných krajinách Blízkeho východu.

¹⁵⁹ Lynch, M., *Taking Arabs Seriously*, 2003.

¹⁶⁰ Knights, M., *The Role of Broadcast Media in Influence Operations in Iraq*, 2003.

4.3.2.2 Podpora lokálnych masmédií

Medzi ďalšie aktivity by mala byť podpora nezávislých lokálnych masmédií hlavne v krajinách so silnou cenzúrou a nedostatkom slobodných alternatív. To znamená nezávislých aj zo strany USA a kde bude možné viesť otvorený dialóg, aj v prípade, že diskusie a kritika nebude priaznivá voči americkej zahraničnej politike. Pod touto podporou sa myslí nielen finančná podpora, pomoc s vytvorením technickej základne legislatívnym rámcom pre masmédiá, ale i trénovaním a vzdelávaním novinárov.

Finačná pomoc je veľmi dôležitá ako je možné pozorovať na súčasnom príklade Iraku. V prípade Iraku, kde masmédiá boli pod kontrolou štátu sa za posledné roky situácia výrazne zmenila a irácka verejnosť má v súčasnosti k dispozícii široký výber novín, televíznych staníc a rádiových vysielaní. Napriek širokému výberu sa tu vyskytlo niekoľko závažných problémov, ktoré pôsobia práve proti stabilizácii a budovaniu demokracie. Okrem problému bezpečnosti, rýchla deregulácia a snaha vstúpiť na relatívne obmedzený trh vytvára nové finančné tlaky na novovzniknuté masmediálne spoločnosti, ktoré buď bankrotujú alebo sa pripájajú k svojim konkurentom. Prípadne tento problém riešia podporou zo strany rôznych náboženskými alebo politických skupín.¹⁶¹ To v kontexte budovania a stabilizácie krajiny predstavuje pre spojencov ohrozovanie záujmov, bezpečnosti a potencionálne konflikty.

Otázka, či takéto „nezávislé masmédiá“ nemôžu byť zneužitie rôznymi islámskymi, politickými a teroristickými skupinami, už viacmenej bola zodpovedaná.

Jedným z ďalších príkladov nutnosti podpory nezávislosti lokálnych masmédií je libanonská televízia Al Manar. Al Manar je tradične spájaná s hnutím Hizballáh. Je však dôležité poznamenať, že na túto televíziu sa obracia aj obyvateľstvo, ktoré nie nevyhnutne sympatizuje s Hizbaláhom. Je to skôr aj z dôvodu, že Al Manar poskytuje kvalitnejšie spravodajstvo a vyššiu profesionalitu v porovnaní s mnohými lokálnymi stanicami.¹⁶²

Preto je dôležité venovať pozornosť aj vzdelávaniu a vychovaniu lokálnych novinárov a žurnalistov, ktorí by získali skúsenosti s medzinárodnými žurnalistickými štandardami a mohli vytvárať kvalitné spravodajstvo a zastávali by umiernennejšie názory.

¹⁶¹ Metcalf, S., Analysis: Iraqs Media three years after, 06.04.2006.

http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/4884246.stm

¹⁶² Hoffman, D., Beyond Public Diplomacy, 2002.

Celkovo z dlhodobého hľadiska je však nevyhnutné aktívne riešiť problémy a vzťahy v tomto regióne, ktoré sú zdrojmi konfliktov, ale súčasne do tohto procesu integrovať nezávislé a dôveryhodné masmédiá.

Masmédiá sú jedným z nástrojov tvorby medzinárodnej politiky a v budúcnosti budú hrať určite ešte významnejšiu úlohu. Je otázne či budú slúžiť ako efektívny nástroj propagandy alebo budú využívané ako nástroj pre budovanie efektívneho dialógu medzi krajinami Blízkeho východu, USA a zvyškom sveta.

Záver

Cieľom mojej diplomovej práce bolo analyzovať vplyv globálnych masmédií a ich úlohu pri tvorbe medzinárodnej politiky so zameraním sa na vybrané konflikty na Blízkom východe.

Bližšie som sa zaoberala otázkou, do akej miery môžu masmédiá ovplyvňovať podmienky a proces tvorby medzinárodnej politiky na Blízkom východe, resp. byť nástrojom v rukách hlavných aktérov tejto politiky, predovšetkým USA.

V kontexte globalizácie, ktorá vplýva zároveň na charakter masmédií na Blízkom východe a ich možnosti využitia na poli medzinárodnej politiky, som sa sústredila na analýzu:

- (1) súčasných vývojových trendov v oblasti globálnej komunikácie a masmédií,*
- (2) dopadov globalizácie na masmédiá a ich potencionálny vplyv pri tvorbe medzinárodnej politiky,*
- (3) súčasného stavu masmediálnej mapy na Blízkom východe a možnosti jej využitia,*
- (4) úlohy masmédií ako nástroja propagandy vo vojne v Perzskom zálive (1991) a vojne v Iraku (2003) v rukách administratívy USA.*

Ad (1) Súčasná situácia na trhu globálnej komunikácie a masmédií je podmienená hlavne technologickým pokrokom, vzájomnou závislosťou medzinárodných politických, obchodných a kultúrnych vzťahov poháňaných globalizáciou a v neposlednej rade s významnými udalosťami na poli medzinárodnej politiky ako sú útoky z 11. septembra alebo vojna proti terorizmu.

Tento vývoj ovplyvňuje zároveň formu zahraničného spravodajstva, ktoré je prostredníctvom globálnych masmédií sprostredkovateľom informácií a vedomostí a môže byť využité pri formovaní verejnej mienky a podpory napríklad pri vstupe do konfliktu.

Medzi základné vývojové trendy, ktoré charakterizujú a ovplyvňujú súčasnú globálnu komunikáciu patrí **technický rozvoj** spravodajských masmédií, **zvýšená koncentrácia vlastníctva** masmédií, boj medzi vyspelými a rozvojovými krajinami o medzinárodnú

reguláciu masmédií, **monopolizácia** medzinárodného toku informácií a vplyv globalizácie na masmédiá.

Spravodajské masmédiá sú dôležitými prostriedkami šírenia informácií, ale zároveň i propagandy. Medzi najefektívnejšie sa stále považuje televízia, ktorá hlavne vďaka satelitnému vysielaniu nie je výlučne limitovaná lokálne a môže dosahovať väčšie publikum. V súvislosti so zahraničným spravodajstvom takisto umocňuje jeho medzikultúrne pôsobenie.

Globalizácia zahraničného spravodajstva sa postupne začala rozvíjať so zakladaním prvých spravodajských agentúr v polovici 19. storočia a s „**komodifikáciou**“ správ určených pre medzinárodný obchod. Význam zahraničného spravodajstva po studenej vojne klesol, ale zdá sa, že v posledných rokoch opäť narastá.

V dnešnej dobe majú viacmenej zahraničné správy štandardizovanú a univerzálnejšiu podobu, založenú na určitých spravodajských hodnotách a to vďaka tvorbe a distribúcii medzinárodnými spravodajskými agentúrami ako je napríklad agentúra Reuters a pod.

Jedným z najzávažnejších problémov, ktoré môžu pri selekcii správ medzinárodnými agentúrami nastať, je zhromažďovanie správ bez hlbšej analýzy, ktoré v prípade zlyhania iných spravodajských kanálov (napr. diplomacie) môžu spôsobiť chybné odhady rôznych situácií (napr. konfliktov). V prípade chýbajúcich informácií a kontextu môže byť publikum efektívne vystavené rôznym formám propagandy (problém rozvojových krajín).

Rozvojové krajiny vyvinuli úsilie o vytvorenie medzinárodných pravidiel pre reguláciu takejto formy komunikácie. Najznámejší prípad je hnutie za **NWICO**. Všetky pokusy dopadli viacmenej neúspešne. Dôležitejšie je však sa zaoberať reguláciou národnou, kde v prípade regulácie krajín Blízkeho východu, sa jedná hlavne o politické dôvody a snahy zamedziť prístup k určitým informáciám.

Ad (2) Globalizácia je jedným z najvýznamnejších trendov, ktoré hlboko a výrazne zasiahli celkový medzinárodný tok informácií a masmédií - hlavne na úrovni ekonomickej (a), kultúrnej (b) i politickej (c).

Ad (a) V dôsledku privatizácie, rušenia štátnych monopolov a koncentrácie vlastníctva v rukách obrovských medzinárodných masmediálnych spoločností a snahy o znižovanie nákladov nastala vlna racionalizácie, ktorá zasiahla predovšetkým zahraničné spravodajské pobočky a zahraničné spravodajstvo.

V súčasnej dobe moderných komunikačných technológií sa zvyčajne do zahraničia vyšle tým spravodajcov priamo na miesto podľa potreby. Tí sú schopní sprostredkovať priame vysielanie z akéhokoľvek miesta na svete. Pri takejto forme spravodajstva však hrozí strata kontextu daného problému a zvyšuje sa možnosť manipulácie informácií napr. **pre účely propagandy**. Zároveň prístup spravodajcov k informáciám môže byť regulovaný a **kontrolovaný autoritami** (či už vládami alebo armádou) ako bolo možné pozorovať počas konfliktov na Blízkom východe. Najnovšie tento prípad nastal počas vojny v Iraku prostredníctvom tzv. „**pričlenených**“ (*embedded*) novinárov, ktorí boli závislí na armáde.

Ad(b) V súčasnosti sa čoraz častejšie v súvislosti s masmédiami stretávame s diskusiou ohľadne vytváraní globálnej masmediálnej kultúry. Niektorí vidia v globalizovaní kultúry možnosti rozvoja demokracie a moderného spôsobu života. Iní sa obávajú tzv. „**kultúrneho imperializmu**“, prílišného vplyvu a tlaku zo strany dominantného centra a šírenia jeho hodnôt na úkor lokálnej kultúry. Spája sa predovšetkým s USA. Hodnotenie vplyvu globálneho mediálneho toku na rozličné lokálne kultúry je však náročné. Ak je nejaký masmediálny obsah pochopený napríklad ako potenciálna hrozba alebo propaganda, môže mu byť zámerne kladený odpor s cieľom takejto propagande nepodľahnúť.

Ad (c) Globálnym masmédiám sa vo všeobecnosti pripisuje veľký význam a ich vplyvy v politickej oblasti sa tiež nespochybňujú. Miera a povaha týchto vplyvom a dopadov však už nie sú predmetom konsenzu.

Pri štúdiu vplyvu masmédií na medzinárodnú a zahraničnú politiku sa často stretávame s tzv. „**efektom CNN**“. Spoločnosť sa ním začala zaoberať hlavne v posledných desaťročiach, keď sa na scéne medzinárodnej politiky objavili nové globálne spravodajské masmédiá ako CNN a v súvislosti s diskusiami o potenciáne vplyve masmédií na zahraničnú politiku (hlavne zahraničné intervencie). Jednou z udalostí, ktoré inšpirovali výzkum „CNN efektu“ bola vojna v Perzskom zálive v roku 1991. Počas nej sa CNN etablovala ako globálny aktér medzinárodnej politiky a jej spôsob vysielania inšpirovalo masmédiá i na Blízkom východe.

V súčasnom období sa začína spochybňovať schopnosť masmédií pôsobiť na proces tvorby zahraničnej a medzinárodnej politiky. Stretávame sa skôr s opačným smerom ovplyvňovania a to zo strany tvorcov politiky a armády na masmédiá. To znamená, že sa masmédiá stávajú **nástrojom propagandy**.

Propaganda sa stala štvrtým rozmerom a plnohodnotným politickým nástrojom zahraničnej politiky štátov (vedľa diplomacie, vojny a obchodu). Vďaka novej forme spravodajského vysielania sa masmédiá stali relatívne ľahko zraniteľnými a manipulovateľnými zo strany politikov a armády (hlavne v krízových momentoch vojenskej intervencie).

V medzinárodnej politike je propaganda aktivitou, ktorá narúša suverenitu iného štátu a obracia sa na jeho verejnosť a prostredníctvom nej potom i na nositeľa suverenity čiže štátnu mocenskú elitu. V dobe konfliktov podmieňuje propagandu špecifická oblasť cieľov a momentov, do ktorej zaradujeme: **tajné plánovanie, démonizáciu vodcu nepriateľskej strany, destabilizáciu cieľového režimu, hľadanie legitímnosti vlastných akcií a výber preferovaných novinárov**. Zároveň sa využívajú rôznych taktiky, pri ktorých masmédiá hrajú kľúčovú úlohu.

USA a jej spojenci už od čias vojny vo Vietname vykonávali vojenské operácie s veľkým ohľadom na efektívnu propagandu. Snažili sa získať čo najväčšiu kontrolu nad informáciami, spravodajským obsahom a zabezpečiť si tak aspoň tolerantnú podporu.

Do akej miery bude propaganda úspešná závisí na niekoľkých faktoroch. Predovšetkým musí dosiahnuť **správnu cieľovú skupinu** a byť prijatá. Prijatie závisí hlavne na **reputácii mediálneho zdroja, absencii alternatívnych objektívnych informácií, dôveryhodnosti, emocionálnom a ideologickom náboji** danej správy. Efektivita propagandy zároveň nezáleží len na obsahovej stránke, ale aj rýchlosti a technickom zázemí.

Kazdopádne v súčasnej dobe sa úloha globálnych masmédií ako nástroja propagandy neustále zvyšuje a stáva sa súčasťou informačných vojen.

Odhládnuť od skúmania „trojuholníkového vzťahu“ (medzi masmédiami, vládami resp. štátmi a verejnou mienkou) je možné analýzu komplexnosti tejto problematiky doplniť o vplyvy masmédií na tvorbu medzinárodnej politiky prostredníctvom jej činiteľov ako sú diplomati, štátni predstavitelia a novinári.

Medzi tieto vplyvy masmédií môžeme zahrňovať:

- **nátlak na rýchle rozhodnutie** - časový nátlak na štátnych činiteľov, ktorý môže oplyvňovať, urýchľovať a manipulovať politické rozhodovanie.

- **vytesňovanie expertov a diplomatov** - ako sprostredkovateľov kritických informácií a ich nahradzovanie masmédiami.
- **diplomatickú manipuláciu** - tj.zneužívanie masmédií pre šírenie nepravdivých informácií, napr.pre neutralizovať plány politických oponentov. Je vlastne podobná propagande, ale v tomto prípade sa zvyčajne nejedná o systematickú aktivitu.
- **zmeny v žurnalistických štandardoch.** – ako napr. zvyšovanie mobility reportérov, ale možná strata kontextu udalostí a informácií, možná strata neutrality apod.

Ad (3) Masmédiá na Blízkom východe prešli od začiatku 90.rokov 20.storočia významnými zmenami a zdá sa, že z dlhodobého časového horizontu sa ani táto oblasť nevyhne vplyvu globalizácie a šíreniu nových technológií.

V krajinách Blízkeho východu však ešte stále narážame na veľké bariéry, ktoré zatiaľ znemožňujú masmédiám rozširovať vedomosti a stať sa platformou pre slobodu prejavu., ktoré by nové technológie mohli podporovať. Medzi hlavné prekážky patria:

- **nedostatočný prístup** obyvateľstva k mediálnym a informačným technológiám;
- nízka úroveň organizácie, nedostatok informácií, dokumentov, vysoká centralizácia;
- rôzne **reštrikcie** vlád na obsah a preferencie obsahu nízkej kvality;
- masmédiá sú pod **kontrolou politických činiteľov** a vládnych inštitúcií;
- masmédiá sú využívané pre **politickú propagandu**;
- **štátne vlastníctvo** – predovšetkým rádiových a televíznych staníc;
- **nízka čitateľská základňa** a málo rozšírená komerčná inzercia;
- rozdrobenosť mediálnej sféry v tomto regióne;
- sústredenie prevažne len do mestských centier;
- nízka **kredibilita** a **prestíž** žurnalistiky a politická a ekonomická závislosť novinárov na vláde.

Samozrejme je dôležité si uvedomiť, že nie je možné celkovú situáciu generalizovať, pretože jednotlivé krajiny sa od seba odlišujú.

Jedným z hlavných momentov nedávneho obdobia, ktoré ovplyvnil súčasnú podobu mediálnej mapy bola vojna v Perzskom zálive (1991) a nástup staníc ako CNN na scénu. V snahe vytvoriť vhodnú alternatívu jednostranného spravodajstva (aj keď

predstavovalo nový zdroj informácií) a zároveň prilákať nových investorov do oblasti, začali niektoré štáty pociťovať tlaky. Následkom toho bola deregulácia niektorých štátnych monopolov na informácie.

V takomto prostredí vznikla v roku 1996 aj katarská satelitná stanica **Al-Jazeera**. Stala sa stala **prvou arabskou spravodajskou** stanicou a v súčasnosti patrí k najvýznamnejším a najrýchlejšie rastúcim masmédiám v rámci arabskej spoločnosti. Svojím štýlom spravodajstva a diskusných programov inšpirovala aj ďalšie stanice v oblasti a stala sa informačným zdrojom politickej elity v regióne a zároveň i americkej administratívy.

Al-Jazeera sa samozrejme za svoj **kontroverzný prístup k spravodajstvu** a diskusným reláciám dostala do centra pozornosti a kritiky z rôznych strán. Na jednej strane si získala chválu za necenzúrovaný formát a vysielanie rozhovorov s americkými a izraelskými predstaviteľmi ako aj s arabskou opozíciou rigidných arabských vlád (čo viedlo k znepriatelaniu si mnohých arabských vlád a rigidných autoritatívnych režimov). Na druhej strane si, ale vyslúžila kritiku i zo strany USA a ďalších krajín za nedostatok objektivity pri pokrývaní nedávnych konfliktov, jej príliš emocionálne spravodajstvo, senzáciečtivosť a odvysielanie nahrávok teroristickej skupiny Al-Kájda.

Každopádne stále zostáva významné postavenie a nie je možné ju ignorovať.

Okrem nástupu Al-Jazeera, región Blízkeho východu zaznamenal aj **ďalšie pozitívne trendy** v niektorých krajinách tejto oblasti. Patrí sem postupné budovanie telekomunikačnej infraštruktúry, liberalizácia masmédií a zákonov, zvyšovanie konkurencie, čiastočné zmeny vlastníctva, zakladanie tzv. „*media free zones*“, rozvoj nových masmédií (okrem satelitných staníc, je to hlavne internet) a hlavne vytváranie a **aktivizácia novej verejnej arabskej sféry**.

Ad (4) V priebehu 20.storočia sa kontrola a manipulácia masmédií stala jedným zo strategických záujmov armád a stretávame sa s pojmom psychologické operácie (tj.propaganda– termín preferovaný USA). V súčasnosti sa tzv. „informačná vojna“ stala novou dimenziou konfliktov. V nej je dôležité nielen kontrolovať tok informácií smerom voči nepriateľovi, ale zároveň si získať podporu domácej a svetovej verejnosti.

Vojna v Perzskom zálive (1991) sa stala jedným z novodobých mílnikov histórie masových komunikačných prostriedkov a ich využitia v medzinárodnej politike. Je síce spájaná s nástupom efektu CNN (ako faktora na scéne medzinárodnej politiky), niektorí

odborníci ju ale považujú za **totálne zlyhanie masmédií**, ktoré boli úspešne ovládnuté a zneužitú pre politické účely a ciele vojenskej propagandy.

Výnimočnosť celého konfliktu spočíva v niekoľkých charakteristikách. Za prvé to bola jeho rýchlosť a **existencia živých reportáží** (sprostredkované vďaka CNN). Za druhé to bola doposiaľ nevídaná **závislosť novinárov** na informáciách vládnych zdrojov (prostredníctvom tzv. „pools“).

Celková politická kontrola, ktorá bola priamo či nepriamo podporovaná masmédiami, bola realizovaná predovšetkým nasledovnými stratégiami: iniciáciou a kontrolou udalostí; mobilizáciou podpory politických elít; reguláciou a kontrolou toku informácií.

Vojna v Iraku (2003) iba potvrdila nutnosť boja na úrovni informačnej vojny, ktorá v porovnaní s vojnou z roku 1991 bola náročnejšia. Spojené štáty boli nútené legitimizovať inváziu a získať na svoju stranu svetovú i domácu verejnú mienku.

Tento konflikt sprevádzala jedna z **najväčších propagandistických kampaní** americkej zahraničnej politiky. Boli do nej zapojené i rôzne PR agentúry. Samozrejme boli využívané aj tradičné techniky propagandy ako démonizácia nepriateľa, šandardizácia určitých pojmov, apod.

Na základe úspešných skúseností s kontrolou informácií počas vojny v Perzskom zálive sa americká armáda rozhodla uplatniť nové metódy a zároveň vytvoriť z tejto vojny jeden z najlepšie „pokrytých“ konfliktov. Za týmto účelom bol vytvorený plán o **pričlenení** („*embedding*“) až 500 novinárov k bojovým jednotkám. Tento systém sa uplatnil a bude pravdepodobne využívaný aj v budúcich konfliktoch. Kritici varujú, že nastáva riziko predpojatosti, jednostrannosti a nepresnosti spravodajstva.

Celková situácia sa pre americkú administratívu skomplikovala potom ako nebolo možné zaistiť dôkazy, ktoré by potvrdzovali pôvodné domienky, ktoré boli použité pre legitimizáciu vstupu do vojny.

Okrem toho tu na rozdiel od vojny v Perzskom zálive začali byť aktívne nové arabské masmédiá ako **Al-Jazeera**. Al-Jazeera nezapadala celkovo do americkej vojenskej agendy a komunikačnej stratégie. Administratíva si predstavovala rýchlu a „čistú“ vojnu, kde sa pozornosť zameria na modernú techniku, minimálne straty a oslavu amerických jednotiek ako osloboditeľov Iraku, a nie na ničivé následky a ľudské utrpenie.

Vo vyššie spomenutých konfliktoch bolo možné pozorovať, že masmédiá zohrali úlohu ako nástroj v rukách politických aktérov, ktorí boli zapojení do týchto konfliktov. Vlády robia všetko preto, aby získali podporu a výhodu nad druhou stranou a zaistili si **informačnú dominanciu**. Práve v zaistení tejto dominancie budú hrať masmédiá v budúcnosti kľúčovú úlohu.

V prostredí Blízkeho východu však masmédiá môžu zohrať dôležitú úlohu nielen ako nástroj propagandy, ale aj ako nástroj pri rekonštrukci a budovaní demokracie. Pre zaistenie úspešnosti by tomu mala najprv predchádzať snaha o **budovanie efektívneho dialógu** medzi USA, arabskou verejnou sférou a masmédiami, snaha o riešenie problému antiamerikanizmu, využitie pozitívnych trendov tejto oblasti, podpora lokálnych masmédií a pomoc s prekonávaním súčasných bariér.

Zoznam použitých skratiek

ABC	American Broadcasting Company
AFP	Agence France Presse
ALESCO	Arab League Educational, Cultural and Scientific Organization
AP	Assosiated Press
APTV	Associated Press TV News
BBC	British Broadcasting Company
CNN	Cable News Network
DIC	Dubai Internet City
DMC	Dubai Media City
DPA	Deutsche Press Agentur
EMPC	Egyptian Media Production City
ICANN	Internet Corporation for Assigned Names and Numbers.
ICT	Information and Communications Technology
IO	Information Operations
ISESCO	Islamic Educational, Scientific and Cultural Organization
ITAR-TASS	Information Telegraph Agency of Russia
ITU	International Telecommunication Union
LAS	League of Arab States
LBC	London Broadcasting Company
MBC	British Broadcasting Company
NWICO	New World Information and Communication Order
NYSE	New York Stock Exchanges
PSYOP	Psychological Operatons
SNS	Spoločenstvo nezávislých štátov
UAE	United Arabic Emirates
UN	United Nations
UNESCO	United Nations Educational
UPI	United Press International
WIPO	World Intellectual Property Organization
WMD	Weapons of Mass Destruction
WTN	Worldwide TV News
WTO	World Trade Organizaton

Použitá literatúra a zdroje

Monografie, príspevky do monografie:

1. **BOYD BARETT, O.**, 2001. In: **McQUAIL, D.** *McQuail's mass communication theory*. Los Angeles: Sage Publ., 2005.s.250. ISBN-1-4129-0371-8
2. **CAREY, J.W.** American Journalism on, before and after September 11. In: **ZELIZER, B. –ALLAN, S.** *Journalism after September 11*. London: Routledge, 2002, s.71-90. ISBN- 0-415-28799-5
3. **FLEW, T.- McELHINNEY, S.** Globalization and the Structure of New Media Industries. In: ed.**LIEVROUW, L.-LIVINGSTONE, S.** *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs*. London: SAGE Publ., 2006, s.287-306. ISBN-1-4129-2122-8
4. **HAFEZ, K.** Mass media, politics & society in the middle east. New Jersey: Hampton Press, 2001. ISBN-1-57273-304-7
5. **JIRAK, J.- KÖPPLOVÁ, B.** *Média a spoločnosť: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2003. ISBN- 80-7178-697-7
6. **KREJČÍ, O.** *Mezinárodní politika*. Praha: Ekopress, 2007, 3.vydanie, s.416-422. ISBN-978-80-86929-21-7
7. **KUNCZIK, M. – ZIPFEL, A.**, 2001, s.137. In **JIRAK J.- KÖPPLOVÁ B.** *Média a spoločnosť: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2003.s.34. ISBN- 80-7178-697-7
8. **LIPPMAN, W.** Public Opinion, 1965, s.203. In **JIRAK, J.- KÖPPLOVÁ, B.** *Média a spoločnosť: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2003. s.77. ISBN- 80-7178-697-7
9. **LYNCH, M.** *Voices of the new Arab public: Iraq, al-Jazeera, and Middle East Politics Today*. New York: Columbia University Press, 2007. ISBN-0231134495
10. **McCHESNEY, R.** September 11 and Structural Limitations of US Journalism. In: **ZELIZER, B. –ALLAN, S.** *Journalism after September 11*. London: Routledge, 2002. s.91-100. ISBN- 0-415-28799-5
11. **McQUAIL, D.** *McQuail's mass communication theory*. Los Angeles: Sage Publ., 2005. ISBN-1-4129-0371-8
12. **McQUAIL, D.** *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2002. ISBN-80-7178-714-0

13. **ROBINSON, S.** *The CNN effect: the myth of news, foreign policy and intervention.* London: Routledge, 2002. ISBN-0-415-25904-5
14. **STUHLÍK, J.** Globalizace a média. In: **LEHMANNOVÁ Z.** *Aktuální otázky globalizace.* Praha: Oeconomica, 2003, s.373-407. ISBN-80-245-0621-1
15. **THOMPSON, J.B.** *Média a modernita: sociální teorie médií.* Praha, Karolinum, 2004. ISBN-80-246-0652-6
16. **TUNSTALL, J.** A Media Industry Perspective, 1991. In: **McQUAIL, D.** *McQuail's mass communication theory.* Los Angeles: Sage Publ., 2005. s.231. ISBN-1-4129-0371-
17. **WINSTON, B.** *Media Technology and Society, A History: From the Telegraph to the Internet.* London: Routledge, 2003. ISBN-0-415-14229-6
18. **ZELIZER, B. – ALLAN, S.** *Journalism after September 11.* London: Routledge, 2002. ISBN- 0-415-28799-5

Odborné publikácie, odborné články a výskumné práce:

19. **ABDALLAH, A.M.** Causes of Anti-americanism in the Arab World: A Socio-political Perspective. *Middle East Review of International Affairs Journal.* 2003, roč. 7, č.4, s. 52-73. Dostupný i z: <http://meria.idc.ac.il/journal/2003/issue4/jv7n4a6.html> (10.1.2008)
20. Arab Human Development Report 2003. *Building a Knowledge Society.* Oxford University Press, 2004. ISBN-92-1-126157-0
21. Arab Human Development Report 2004: *Towards Freedom in the Arab World.* Stanford University Press, 2005. ISBN-92-1-126165-1
22. **BEELMAN, M.** The Dangers of Disinformation in the War on Terrorism. In: *Nieman Reports: Coverage of Terrorism.* The Nieman Foundation for Journalism at Harvard School, 2001, roč.55, č.4., s.16-18.
23. **BOOT, M.** The New American Way of War. *Foreign Affairs.* New York: Jul/Aug 2003, roč.82, č.4; s.41-58. ISSN-00157120
24. **BUREŠ, J.** Globální informační revoluce a role médií v arabském světě. *Mezinárodní politika.* Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2006, roč.32, č.7, s.8-11.
25. **CARLSSON, U.** The Rise and Fall of NWICO – and Then? *Information Society: Visions and Governance.* EURICOM Colloquium in Venice 5-7 May, 2003. Dostupné z: <http://www.bfsf.it/wsis/cosa%20dietro%20al%20nuovo%20ordine.pdf> (12.01.2008)

26. **DARWISH, A.** Anti-americanism in the Arabic Language Media. *Middle East Review of International Affairs Journal*. 2003, roč.7, č.4, s.44-52. Dostupné i z: <http://meria.idc.ac.il/journal/2003/issue4/jv7n4a4.html> (03.12.2007)
27. **EICKELMAN, D.F.** The Coming Transformation in the Muslim World. *Current History*; Philadelphia, 2000, roč.99, č.6, s.16-20.
28. Field Manual, Doctrine for Psychological Operations, 2003. In **Rohm, F.** Merging Information Operations and Psychological Operations. *Military Review*. Fort Leavenworth, 2008, roč. 88, č.1, s.108-112.
29. **GHAREEB, E.** New media and the information revolution in the Arab world: An assessment. *The Middle East Journal*. Academic Research Library, Summer 2000; roč.54, č.3; s.395-418.
30. **GILBOA, E.** Global Communication and Foreign Policy. *Policy Journal of Communication*. 2002; roč.52, č.4; s.731-748.
31. **GILBOA, E.** Foreign Policymaking in the Age of Television. *Georgetown Journal of International Affairs*. 2003, s.119-126.
32. **GILBOA, E.** *The Global News Networks and U.S. Policymaking in Defense and Foreign Affairs*. The Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy. Harvard University. Spring 2002.
33. **GILBOA, E.** The CNN Effect: The Search for a Communication Theory of International Relations. *Political Communication*. Taylor & Francis Inc, 2005, č.22, s.27-44. ISSN:1091-7675
34. **HERMAN, E.S.** The Media's Role in U.S. Foreign Policy. *Journal of International Affairs*. Summer 1993, roč.47, č.1., s.23-45.
35. **HOFFMAN, D.** Beyond Public Diplomacy. *Foreign Affairs*. New York. March/April 2002, roč.81, č.2. ISSN-00157120
36. **JAKOBSEN, S.V.** Focus on the CNN Effect Misses the Point. *Journal of Peace Research*. London: Sage Publications, 2000, roč.37, č.2, s.131-143.
37. **KALATHIL, S.- BOAS, T.C.** The Internet and State Control in Authoritarian Regimes. *First Monday*. Carnegie Endowment for International Peace, 2001, roč.6, č.8. Dostupné z: http://www.firstmonday.org/ISSUES/issue6_8/kalathil/ (15.10.2007)
38. **KELLNER, D.** The Persian Gulf War. 1992, s.421 **HERMAN, E.S.** The Media's Role in U.S. Foreign Policy. *Journal of International Affairs*. Summer 1993, roč.47, č.1., s.42.
39. **KHURMA, M.** Up Next: Al-Jazeera in English. Policy. The Washington Institute for Near East Policy. Policy Watch č.708, 07.02.2003.

40. **LIVINGSTON, S.** *Clarifying the CNN Effect: An examination of media effects according to type of military intervention* (Research paper R-18) Cambridge: Harvard University, June 1997.
41. **LYNCH, M.** Taking Arabs Seriously. *Foreign Affairs*. New York: Sep./Oct 2003, roč.82, č.5, s.81-94. ISSN-00157120
42. **McCHESNEY, R.** *Global Media Giants*. 2007. Dostupné z: <http://www.fair.org/index.php?page=1406> (15.10.2007)
43. **MOWLANA, H - GERBNER, G.- SCHILLER, H.** Television and Gulf War, 1992. In: **VOLEK, J.** Média v "omezené" válce: simulovaný konflikt v Perském zálivu. *Revue pro média*, vyd.Host, 2001, č. 2, s.8. Dostupné na internete na: http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Revue02/esej_volek_02.htm (03.02.2008)
44. OECD. Communications Outlook .1999.In: **FLEW, T.- McELHINNEY, S.** *Globalization and the Structure of New Media Industries*.2006, s.295. ISBN-1-4129-2122-8
45. **ROBINSON, S.** Theorizing the Influence of Media on World Politics. *European Journal of Communication*. London:Sage Publ., 2001, roč.16, č.4, s.523 – 544.
46. **RUBIN, B.**The Real Roots of Arab Anti-Americanism. *Foreign Affairs*. New York. Nov/Dec 2002, roč.81, č.6; s.73. ISSN-00157120
47. **RUGH, W.** 1979 In **BUREŠ, J.** Globální informační revoluce a role médií v arabském světě. *Mezinárodní politika*. Praha:Ústav mezinárodních vztahů, 2006,č.7., s.11.
48. The PIPA/Knowledge Networks Poll. *Missperceptions, the Media and the Iraq War*.October 2, 2003.Dostupné z: http://65.109.167.118/pipa/pdf/oct03/IraqMedia_Oct03_rpt.pdf (03.02.2008)
49. **SHARP, J.** *The Al-Jazeera News Network:Opportunity or Challenge for U.S. Foreign Policy in the Middle East?* CRS Report for Congress, Congressional Research Center, July 23,2003. Dostupné z: <http://fpc.state.gov/documents/organization/23002.pdf> (10.10.2007)
50. **VOLEK, J.** Média v "omezené" válce: simulovaný konflikt v Perském zálivu. *Revue pro média*, vyd.Host, 2001, č. 2. Dostupné na internete na: http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Revue02/esej_volek_02.htm (03.02.2008)
51. **WOO, W.F.** Reporting International News in Serious Way. In *Nieman Reports: Coverage of Terrorism*. The Nieman Foundation for Journalism at Harvard School.Winter 2001. roč.55, č.4., s.24-25.
52. **THAYER, N.** Freelancer's Vital Role in International Reporting. In *Nieman Reports: Coverage of Terrorism*. The Nieman Foundation for Journalism at Harvard School.Winter 2001. roč.55, č.4., s.28-31.

53. **VACKOVÁ, B.** Globální médium nebo výnosné podnikání. *Revue pro média*, vyd.Host, 2002, č. 4. Dostupné z:
http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Revue04/profil_cnn_rpm04.pdf (03.02.2008)
54. **KNIGHTS, M.** The Role of Broadcast Media in Influence Operations in Iraq, The Washington Institute for Near East Policy, Policy Watch, č.758, 19.05.2003.

Denná tlač

55. **BURT, T.** BBC hits back at Critics and Commits to War Coverage, *Financial Times*. 31.3.2003.
56. **CAMPANA, J.** Will Pentagon leave the media cover the war, *Boston Globe*. 19.03.2003. ISSN- 07431791
57. **CARLSSON, S.** In the Line of Fire. *The Washington Post*. 03.04.2003. ISSN-0190-8286
58. **COHN, L - POSTLEWAITE, S.** Al-Jazeera: In an Intense Spotlight, *Businessweek online*. 27.03.2003. ISSN- 0007-7135.
59. **FLINT, J.** A Global Journal Report: CNN Gives U.S., World Audiences Different Views. *Wall Street Journal*. 11.04.2003. ISSN-00999660
60. **FRIEDMAN, T.** „Glasnost in the Gulf. *The New York Times*. 27.02, 2001
ISSN- 03624331
61. **HARMAN, D.-MURPHY, D.** World and America watching different wars. *Christian Science Monitor*; Roč. 95 Issue 82, 25.03.2003. ISSN-0882-7729
62. **NELSON, E.** Camera Angles: Battle for Viewers Colors TV Picture Coming From Iraq. *Wall Street Journal*. 04.04.2003. ISSN-00999660
63. **PETERSON, T.** Bombarded by War on TV, *Businessweek online* 26.03.2003. ISSN-0007-7135
64. **SOUHEILA, A.** Does Al-Jazeera belong in the USA? *USA Today*. 19:12:2007
ISSN:0734-7456

Články z internetových zdrojov:

65. Mediální propaganda jako prostředek války – BBC Czech. 26.03.2003.
Dostupné z: http://www.bbc.co.uk/czech/svet/030326_media_war_pckg.shtml
(03.02.2008)
66. **TAYLOR, S.** In: Mediální propaganda jako prostředek války. BBC Czech. 26.02.2003. Dostupné z:
http://www.bbc.co.uk/czech/svet/030326_media_war_pckg.shtml
(03.02.2008)
67. **GUITIERREZ, M.** The Prop-Agenda at War. 27.06.2004. Dostupné z:
<http://www.infowarmonitor.net/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=1051>
(03.02.2008)
68. **METCALF, S.,** Analysis: Iraqs Media three years after, BBC News. 06.04.2006. Dostupné z: http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/4884246.stm
(20.02.2008)

Ostatné internetové zdroje:

69. Definícia správ.
<http://www.thefreedictionary.com/news> (15.10.2007)
70. Aktuálny stav a informácie o vybraných spoločnostiach na newyorskej burze NYSE.
<http://www.nyse.com/> (15.5.2007)
71. On-line verzia CNN.
www.cnn.com (14.4.2008)
72. On-line verzia stanice Al-Jazeera.
<http://english.aljazeera.net> (01.02.2008)
73. Prehľad arabských masmédií vytvorené mediálnou agentúrou Allied Media.
<http://www.allied-media.com/> (10.01.2008)
74. Citácia **LIPPMAN, W.** Dostupné z:
<http://www.globalissues.org/HumanRights/Media/Military.asp> (03.02.2008)