

Masarykova univerzita
Fakulta sociálních studií
Katedra mediálních studií a žurnalistiky

Reprezentácia vojny v Iraku v amerických audiovizuálnych médiách

Návrh projektu disertačnej práce

Mgr. Lenka Davis
Školiteľ: prof. PhDr. Jiří Pavelka, CSc.

Cieľom nášho budúceho výskumu bude popísať a analyzovať reprezentáciu vojny v Iraku vybranými americkými (USA) audiovizuálnymi médiami vo významných obdobiach prípravy a realizácie vojny v Iraku.

Preskúmanie mediálneho obrazu Irackej vojny v krajine, ktorá inváziu vykonala, v česko-slovenskom akademickom priestore chýba. Napríklad na Masarykovej univerzite sa téma Irak na humanitných odboroch objavuje v legislatívnom, politickom, historickom aj mediálnom diskurze. Mediálne spracovanie vojny je predmetom viacerých záverečných prác. Obsahujú však len analýzu českého spravodajstva (v denníkoch Lidové Noviny, Právo, v televíznom spravodajstve, etc). Na ostatných slovenských a českých univerzitách (podľa vyhľadávania v registri *theses.cz*) sa tiež neobjavuje analýza irackého konfliktu z perspektívy médií USA. Unikátnosťou nášho výskumu bude skúmanie médií v krajine, kde sa o vojne rozhodovalo, a kde mala mienka recipientov najväčší význam pre formovanie vojenskej agendy USA pre intervencie do Iraku. V danej krajine však už výskum problematiky existuje. Hlavným prínosom práce bude profil amerických médií, ktoré v kľúčovom období formovali verejný konsenzus s vojnou (zároveň formovali vzťah k inakosti Iraku a moslimskej kultúry vôbec), ich mediálnych emitátov a tiež porovnanie nemediálnych verzií vojny v opozícii s mediálnymi.

Teoretické rozhranie práce sa bude opierať o východiská teórie mediálnej konštrukcie reality. Dôležitým postulátom tejto teórie je, že myšlienky, či praktiky (aj tie mediálne) získavajú v procese sociálnych výmen postupne status reality. Opierať sa budeme aj o Van Dijkovu teóriu ideologického štvorca, ktorá popisuje, akým spôsobom je reprezentovaná vlastná a vonkajšia skupina (tu USA verzus Irak). Bude nás zaujímať najmä skutočnosť, akým spôsobom je aplikovateľná na vysielanie jednotlivých médií.

V práci ďalej použijeme aj koncept orientalizmu, cez ktorý budeme hodnotiť ideologickú reprezentáciu irackej kultúry. Pre tému dizertácie považujeme za relevantný aj politicko-ekonomický prístup, ktorý môže odôvodniť pozície a stratégie troch vybraných médií v spektre amerických audiovizuálnych médií.

Keďže „masové médiá sú považované za nevyhnutný predpoklad úspešnej vojenskej propagandy, pretože sú jediným kanálom, ktorý spoľahlivo zasiahne celú verejnosť“¹, ako sme mali možnosť pozorovať v prípade „vojny proti terorizmu“ prebiehajúcej paralelne s vojnou v Iraku (2003 - 2010), a vojnová udalosť ako taká je „do značnej miery v záujme samotných médií, pretože spĺňa požiadavky na spravodajskú hodnotu a neustály prístup

¹ McQuail, D. 2009. *Úvod do teórie masové komunikácie*. Praha: Portál, s. 547

informácií,² považujeme za vhodné doplniť prácu o teoretické východiská modelu propagandy, ako ho zachytili Herman a Chomsky, vrátane jeho politicko-ekonomických aspektov.

Základná výskumná otázka praktickej časti práce, znie: ako informovali vybraní predstavitelia mainstreamových, štátnych a alternatívnych audiovizuálnych médií v USA o vojne v Iraku (2003-2010)? Na túto základnú otázku nadväzujú vedľajšie výskumné otázky, ktoré súvisia s použitou metodológiou.

Pri voľbe metodológie sme sa rozhodli kombinovať kvantitatívnu techniku, konkrétne obsahovú analýzu s kvalitatívnou metódou. V oblasti kvalitatívnej metodiky považujeme za vhodný prístup diskurzívnej analýzy (analýzy diskurzu).

Tradičná obsahová analýza predstavuje podľa Berelsonovho vymedzenia „výskumnú techniku pre objektívny, systematický a kvantitatívny popis manifestného obsahu komunikácie“.³ Touto technikou sa získavajú informácie o povahe textu pomocou klasifikácie a sčítania definovaných jednotiek. Pomocou kvantitatívnej obsahovej analýzy budeme v jednotlivých médiách skúmať a porovnávať zhodu mediálnej informácie s pravdivosťou faktov, ktoré boli overené neskôr, informačnú konzistentnosť (t. j. či médiá o rovnakej udalosti informujú zhodne s postupom času), uvádzanie informácií o Iraku a jeho predstaviteľoch s pozitívnou, negatívnou konotáciou (resp. v spojení s výrazmi, ktoré sú nositeľmi takejto konotácie), a tiež pôvod citovaných zdrojov (t.j. aké vojenské, politické, náboženské, etnické presvedčenie reprezentujú a ich označovanie). Ďalej budeme skúmať proporčnosť vlastnej investigatívy a kontroly informovania ostatných médií v tematickom rozhraní Irackej problematiky.

Pri voľbe vzorky obsahovej analýzy (z ktorej neskôr vyberieme typických alebo významných reprezentantov pre kvalitatívnu analýzu) sme zohľadnili hlavné atribúty amerického mediálneho trhu. Nájdeme tu zástupcov mediálneho mainstreamu, verejnoprávne médium aj alternatívne médium. Skúmať budeme televízne spravodajstvo a publicistiku.

Reprezentantom mainstreamu je pre nás televízia Fox a televízia CNN. Televízia Fox News Channel patrí spoločnosti News Corp Ruperta Murdocha, ktorá v roku 2009 vykázala tretí najvyšší finančný obrat spomedzi všetkých mediálnych korporácií v Spojených štátoch⁴.

² McQuail, D. 2009. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, s. 547

³ Berelson, B. 1952. *Content analysis in communication research*; (cit. podľa Ferjenčík, J. (2000). *Úvod do metodologie psychologického výzkumu*. Portál.

⁴ *Ownership Chart: The Big Six*. [online] 2010. [cit: 2010-11-20] Dostupné z: <http://www.freepress.net/ownership/chart/main>

Sledovať budeme ich večerné správy *Fox Report*. Televízia CNN patrí spoločnosti Time Warner, najväčšiemu mediálnemu konglomerátu na svete⁵. Spomedzi programov prinášajúcich spravodajstvo sme vybrali prime-timový program *International Desk*. V ostatných kategóriách je stanovené len jedno médium ako zástupca skupiny, v tomto prípade sme však zohľadnili charakter vysielania televízie FOX, hlásiacej sa ku konzervatívnej ideológii⁶, ktorú by malo vyvážiť spravodajstvo CNN, ktoré sa profiluje ako stredoprúdové.

Verejnoprávnosť reprezentuje televízia PBS (Public Broadcasting Service – Verejná vysielacia služba), analyzovať budeme večerný spravodajský program *PBS Newshour*.

Zástupcom alternatívnej žurnalistiky je program *Democracy Now!*, ktorý súčasne prenáša niekoľko technológií: televízia, rádio aj internet. Spoločnosť *Democracy Now!* nemá korporátny charakter, ide totiž o neziskovú organizáciu financovanú výlučne cez individuálne dotácie a granty nadácií⁷.

Skúmať budeme spravodajstvo, ktoré sa vzťahuje k významným momentom prípravy, priebehu a ukončenia vojny (zvolili sme si teda stratégiu „intenzity“ vo výbere, pretože dané obdobia budú informačne bohaté): 11. -14. 9. 2001 (toto časové obdobie zodpovedá útokom na Svetové obchodné centrum); 6. -7. 2. 2003 (vystúpenie Colina Powella pred OSN, pri ktorom zdôvodňoval potrebu útoku na Irak); 17. -25. 3. 2003 (zahájenie invázie Iraku); 1. - 2. 5. 2003 (vystúpenie prezidenta Georga Busha, v ktorom oznámil úspešné „ukončenie“ vojny, tzv. *Mission Accomplished*); 8. - 29. 11. 2004 (útoky na Iracké mesto Fallúdža), 1. - 2. 1. 2007 (poprava Saddáma Husajna), 20. 8. -10. 9. 2010 (ukončenie vojny).

Pri voľbe metodológie sme sa zmienili, že texty vyžadujú aj kvalitatívnu analýzu. Tu považujeme za vhodný prístup diskurzívnej analýzy, ktorej cieľom bude analyzovať v americkom televíznom spravodajstve a publicistike použité stratégie a prvky, ktoré americko-iracký diskurz vytvárali. Budeme skúmať, aký obraz jednotlivých aspektov irackej problematiky (reprezentácia vlastnej skupiny - amerických architektov vojenskej invázie v opozícii voči druhej skupine: osoba Saddáma Husajna, obraz irackej armády, irackých povstalcov, irackých občanov) médiá reprezentovali. Pomocou diskurzívnej analýzy sa ďalej pokúsime opísať profil diskurzívneho prístupu pre predstaviteľov rôznych názorových

⁵ *Ownership Chart: The Big Six*. [online] 2010. [cit: 2010-11-20] Dostupné z: <http://www.freepress.net/ownership/chart/main>

⁶ Takto ju vnímajú jej vlastní recipienti i recipienti iných televízií: Porov. Pew Research Center. *Fox News Viewed as Most Ideological Network*. [online] Október 2010. [cit: 2010-11-20] Dostupné z: <http://peoplepress.org/report/559/>

⁷ *Donate!* [online] 2010. [cit: 2010-11-20] Dostupné z: http://www.democracynow.org/get_involved/donate

stanovísk. Budeme analyzovať či a ako sa prispôbil mediálny diskurz, aby bol prijateľný pre sociálne vedomie. Obzvlášť výnimočnú pozornosť budeme venovať povahe kritiky vojny v Iraku. Vo všetkých spomenutých bodoch budeme sledovať aj ich longitudiálny vývoj.

Výskumnú vzorku kvalitatívnej analýzy budú tvoriť vybrané mediálne prejavy spomedzi vzorky kvantitatívnej analýzy, ktoré po jej vyhodnotení budú vykazovať typické alebo mimoriadne významné črty pre dané médium v danom období.

Časový rámec

1. – 2. semester

Štúdium odbornej literatúry a iných relevantných zdrojov s cieľom vypracovania teoretickej problematiky. Kontakt s redakciami jednotlivých programov, stiahnutie programov a ich počítačová analýza.

3. – 4. semester

Ukončenie teoretického štúdia problematiky, kvalitatívna a kvantitatívna analýza zozbieraných dát.

5. – 6. semester

Ukončenie kvantitatívnej aj kvalitatívnej analýzy, spracovanie dát, štúdium súvisiacej odbornej literatúry.

7. - 8. semester

Finalizácia dizertačnej práce.

Základná literatúra

Berger, A., A. 1998. *Media and Communication Research Methods*. Thousand Oaks: SAGE.

Berger, A., A. 1998. *Media Analysis Techniques*. Thousand Oaks: SAGE.

Berger, P., L., Luckmann, T. 1999. *Sociální konstrukce reality (pojednání o sociologii věděni)*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.

Chomsky, N. 2003. *Hegemony or Survival: America's Quest for Global Dominance*. New York: Metropolitan Books.

- Chomsky, N. 2003. *Preventive War 'the Supreme Crime'*. [online]. August 2003. [cit:20010-04-05]. Dostupné z: <http://www.chomsky.info/articles/20030811.htm>
- Disman, N. 2002. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum.
- Fairclough, N. 2003. *Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research*. London, New York: Routledge.
- Ferjenčík, J. 2000. *Úvod do metodologie psychologického výzkumu*. Praha: Portál.
- Gilman, S. 1985. „The Deep structure of stereotypes.“ Pp. 284-285 in Hall, S. 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying practices*. London: Sage.
- Hendl, J. 2008. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metodz a aplikace*. Praha: Portál.
- Krippendorff, K. 2003. *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology*. Sage Publications.
- Herman, E., S.; Chomsky, N. 2002. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Pantheon.
- Kull, S. a kol. 2003. *Misperceptions, the Media and the Iraq War*. [online pdf]. Október 2003. [cit: 2009-11-15]. Dostupné z: http://www.worldpublicopinion.org/pipa/pdf/oct03/IraqMedia_Oct03_rpt.pdf
- Lippman, W. 1990. *Public Opinion*. New Brunswick: Transaction.
- McChesney, R. W. 2009. *Problém médií: Jak uvažovat o dnešních mediích*. Grimmus.
- McChesney, R. W. 2008. *The Political Economy of Media: Enduring Issues, Emerging Dilemmas*. Monthly Review Press.
- McQuail, D. 2009. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.
- Pickering, M. 2001. *Stereotyping*. Basingstoke: Palgrave.
- Solomon, N., Erlich, R. 2003. *Target Iraq: What the News Media Didn't Tell You*. New York: Context Books.
- Trampota, T., Vojtěchovská, M. 2010. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál.
- van Dijk, T. A. 1987. *Communicating Racism: Ethnic Prejudice in Thought and Talk*. London: Sage.
- van Dijk, T. A. 1995. „Discourse analysis as ideology analysis.“ Pp. 17–33 in: Schäffner, C. – Wenden, A. (eds.), *Language and Peace*, Aldershot: Dartmouth Publishing.

van Dijk, T. A. 1995. „*Ideological discourse analysis*.“ Pp. 135–161 in: *New Courant*: English Dept, University of Helsinki, Vol. 4.

van Dijk, T. A. 1988. *News as Discourse*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

van Dijk, T. A. 2000. „New(s) Racism: a Discourse Analytical Approach.“ in Cottle, S. *Ethnic Minorities and the Media*. Buckingham, Philadelphia: Open University Press.

Van Dijk, T. A. 1993. „*Principles of Critical Discourse Analysis*.“ Pp. 249 – 283 in *Discourse & Society*, Vol. 4, No. 2.