

## MÉDIA V "OMEZENÉ" VÁLCE: SIMULOVANÝ KONFLIKT V PERSKÉM ZÁLIVU

*V průběhu války se lež stává určitou vlasteneckou povinností, ne-li dokonce ctností.*  
Carl von Clausewitz (Vom Kriege, 1832)

Jaromír Volek

**Válka už není to, co bývala. Lité boje dvou šiků, odehrávající se tváří v tvář na jednom palouku, jsou minulostí. V průběhu uplynulého století se výrazně změnila podoba válečné strategie a zdá se, že s vynálezem nukleárních, mezikontinentálních raket odzvonilo takzvané totální válce. Od roku 1945 neproběhl v západním světě žádný konflikt tohoto typu. Rakety odpalované ze vzdálenosti stovek kilometrů, z letadel či lodí, činí ze stávajících válečných konfliktů spíše chirurgické operace. Žijeme v době "omezených" válek, jejichž základním cílem není boj za přežití národa či za národní sebeurčení, ba ani totální vítězství. Válka se pomalu přesouvá do oblasti symbolického.**

Informační válka, zdá se, vytěsňuje válku "totální", i když sama má též totální povahu. Dnešní "omezené" války tak nejsou ani fatální, ani hrdinské. Jsou spíše nepřehledné, vzdálené, zdánlivě sterilní, ale ve skutečnosti stejně nečisté jako všechny předchozí. Chris Hables Gray (1997) hovoří v dané souvislosti o věku "nedokonalé" či postmoderní války.

Existuje ovšem stále patrná snaha zatemňovat hranice mezi "totální" a "omezenou" válkou. Mnoho problémů týkajících se komunikace mezi médiem a státem ve válečné situaci vyplývá dnes de facto z nekompatibility očekávání spojených s kulturou "totální" války a politickou realitou války "omezené", ve které jde stále více o ovládnutí informačního systému nepřítele. Bojištěm se tak postupně stává kyberprostor. Kontrola masových médií má klíčový význam pro výsledek celého konfliktu, a to i proto, že povaha "omezené" války oslabuje patriotismus novinářů, v míře pro totální válku nemyslitelné.

Masová média jsou dnes schopna díky vyspělým komunikačním technologiím zásadně ovlivnit výsledek celé operace, což poprvé předvedla ve vietnamské válce. Tato zkušenost ovlivnila zásadním způsobem postoj armádních i politických složek vůči médiím. V době mezi vietnamskou válkou a konfliktem v Perském zálivu došlo k radikální proměně válečné komunikační strategie. De facto již od počátku osmdesátých let se žádný vojenský střet neodehrál tak, aby měla média podobně volný přístup k "bojišti" jako ve Vietnamu. To platí jak pro britskou válku o Falklandy (1982), americkou intervenci na Grenadě a v Panamě (1983/1989), tak i pro francouzskou přítomnost v Čadu (1988). Zdá se, že se s touto změnou svého postavení doposud masová média nedokázala zcela vyrovnat. Poslední válečný konflikt v Afghánistánu je toho důkazem. Zdá se tak, že základní komunikační strategie užitá při pokrytí války v Perském zálivu mají povahu "ideálně typické" prázdné struktury, o jejíž naplnění média stále usilují.

V tomto textu se proto pokusíme naznačit a ilustrovat alespoň základní strategie typické pro chování médií v "omezené" válce. Vyjdeme přitom z mediálního pokrytí konfliktu v Perském zálivu jako doposud nepřekonaného příkladu naprostého ovládnutí a zneužití masových médií pro politické cíle.

**Vietnamské poučení: válku přenášenou v televizi nelze vyhrát**

Americká vojenská účast ve vietnamské válce hraje stále významnou roli v uvažování vojenských strategií, kteří se ve své většině shodují v tom, že neomezené mediální pokrytí daného konfliktu ovlivnilo neúspěch celé akce. Vietnamská zkušenost byla pro Američany šokující. Porazila je vlastní média. Klíčovou roli zde sehrála poprvé v historii televize, jejíž záběry bombardované Kambodže a Laosu, respektive obrazy civilních i vojenských obětí, posilovaly odmítavé reakce veřejnosti.

Podobu mediálního pokrytí vietnamské války ovlivnily dva následující faktory: Za prvé — více než polovina amerických reportérů působících v tomto konfliktu nedosahovala třiceti let a je zřejmé, že jejich mládí s sebou neslo nejen poněkud kritičtější vztah k válečné realitě, ale nejspíše vedlo i k vyhledávání co nejsenzačnějších událostí. Mladí američtí žurnalisté ve Vietnamu ovšem postupně odmítli fungovat jako pasivní zrcadlo odrážející "objektivní válečnou realitu" a přiklonili se k filozofii novináře jako "aktivního hráče, který se pokouší učinit svět lepším". Ve Vietnamu tak de facto počíná éra investigativního žurnalistiky vrcholící o několik let později aférou Watergate.

Druhým významným faktorem ovlivňujícím mediální podobu celé války byla skutečnost, že se v šedesátých letech stala hlavním zdrojem informací televize. Vietnamská válka se tak stala prvním konfliktem, ve kterém sehrály klíčovou roli tvůrců mínění televizní novinářské celebrity, a to především moderátor zpravodajství CBS<sup>1</sup> Walter Cronkite, "nejdůvěryhodnější muž ameriky".

Výsledek celého konfliktu ukázal, že v situaci "omezené" války nelze spoléhat na patriotismus žurnalistů, ale že je třeba veškeré informace pečlivě selektovat. Tato zkušenost či poučení našlo svou doposud nejdokonalejší realizaci při konfliktu v Perském zálivu. Zde již nešlo jen o pasivní komunikační strategii opírající se o striktní cenzuru, ale bylo využito i aktivního přístupu spočívajícího v produkci a distribuci vlastních verzí o průběhu boje.<sup>2</sup>

### **Konflikt v Perském zálivu: globální "omezená" válka**

Válka v Perském zálivu je jedním z milníků v historii válečné žurnalistiky a liší se výrazně od předcházejících "omezených" válek v Koreji a ve Vietnamu, a to už tím, že šlo o mnohonárodnostní konflikt posvěcený rezolucí číslo 678 vydanou OSN 29. listopadu 1990. Koalice, která vystoupila proti iráckému režimu, čítala 31 států z pěti kontinentů. Operace Desert Shield, respektive Desert Storm, měla od samého počátku globální rozměr.

Výjimečnost celé akce byla dána několika faktory. Za prvé šlo o její rychlost. Vlastní osvobození Kuvajtu trvalo pouhých sto hodin. Druhou klíčovou charakteristikou byla existence živých reportáží z hlavního iráckého města Bagdádu, jejichž autory byli žurnalisté pocházející z tábora nepřítele. Tento "průnik" na nepřátelské území se odehrál v historii moderních válek v dané intenzitě a technické "kvalitě" poprvé.<sup>3</sup> Třetím faktorem byla do té doby nevídaná závislost novinářů na oficiálních zdrojích. Existuje řada studií jasně dokazujících, že média v Perském zálivu zcela ztratila svou tvář a jejich chování bylo

---

<sup>1</sup> Když Cronkite 27. února 1968 prohlásil, že Amerika stojí ve Vietnamu na mrtvém bodě, reagoval na jeho vystoupení prezident Lyndon Johnson poznámkou "kdo ztratí Cronkita, ztratil Ameriku" a stáhl svou prezidentskou kandidaturu na druhé funkční období.

<sup>2</sup> Z vietnamské války se poučila i druhá strana konfliktu. Saddám Husajn se též domníval, že vietnamská válka byla ztracena "v amerických obývacích", a proto se pokoušel poskytovat především americkým médiím materiál dokládající brutalitu jejich vojáků. I on počítal s tím, že americká veřejnost bude odmítavě reagovat na mrtvé civilisty.

<sup>3</sup> V době letecké války působil na iráckém území nejen Peter Arnet ze CNN nazývaný kritiky jako Husajnov Goebbels, ale i John Simpson z BBC (přejmenované na Bagdad Broadcasting Corporation) či Bend Sadler z ITV. CNN měla v Bagdádu dokonce pronajatou vojenskou komunikační trasu za 15 000 dolarů týdně.

jednoznačně ve vleku armádní a politické režie (např. Fialka 1991, Smith 1992). Celý konflikt tak bývá některými kritiky označován jako simulovaná válka. Francouzský filozof Jean Baudrillard (1991) hovoří v této souvislosti "o válce, která nebyla".

### **Boj o média: kontrola mediální agendy v Perském zálivu**

Boj o kontrolu médií hraje v době "omezených" válek klíčovou roli. Rozhodující je v daném smyslu míra závislosti na oficiálních zdrojích, respektive politická kontrola chování masových médií. Ta bývá realizována prostřednictvím následujících strategií:

- 1) iniciací a kontrolou událostí
- 2) regulací a kontrolou toku informací
- 3) mobilizací podpory politických elit

**Iniciace a kontrola válečných událostí** bývá realizována tak, aby podporovala takovou verzi příběhu, jakou vyžaduje dominantní "politická agenda". Jde o to, kdo bude slyšet, respektive kdo bude určovat "válečnou agendu".

Situaci v Perském zálivu charakterizovala především skutečnost, že Spojené státy a jejich spojenci nikdy neztratili jasnou kontrolu nad celým válečným konfliktem. Byli to spojenci, kteří načasovali a spustili informační válku, stejně jako samu vojenskou akci i její skončení. Jejich drtivá vojenská převaha znamenala nejen dominanci na vlastním bitevním poli, ale i ve veřejném informačním prostoru. Tento stav zabezpečoval tvůrcům válečného PR komfortní podmínky, respektive možnost efektivně plánovat jednotlivé kroky informační či spíše dezinformační kampaně. Celá situace umožňovala spojencům plánovat několik týdnů dopředu různé typy příběhů, které budou použity v jednotlivých fázích kampaně a "nabídnuty" médiím. Například pro první fázi operace označované poeticky "Desert Shield" byl připraven materiál o nejnovější letecké technologii, takzvaných inteligentních bombách, a současně se již vytvářely portréty některých jednotek účastnících se následné pozemní operace "Desert Storm". Spojenci tak byli jen zřídka překvapeni jak skutečným děním na bojišti, tak i mediálním pokrytím celého konfliktu. Detailní přípravu simulace celého konfliktu potvrzuje například "play list" či dramaturgie tiskových konferencí, které byly s předstihem cíleně tematizovány — jednou jako příběh o hořícím Kuvajtu, jindy jako zděšení nad znečištěním Perského zálivu či nad krutým mučením válečných zajatců v Iráku apod. Spojenci neměli sebemenší problém s pokrytím celého konfliktu. To dokazuje například obsahová analýza Lichtera a Lichtera (1991), podle které dominovalo v médiích po celou dobu střetu téma americké armády, která byla bezkonkurenčně nejmedializovanějším subjektem války. Její aktivity byly součástí pětadevadesáti procent zpravodajství o daném střetu. Spojencům se tak dařilo velice efektivně nastolovat "mediální agendu" a současně i poskytovat interpretační klíč k jednotlivým kauzám. Novináři byli v Perském zálivu naváděni na cíl s větší efektivitou než americké inteligentní bomby.

**Regulace a kontrola toku informací** směřuje k omezení autonomie médií a ke znemožnění jejich kontaktu s nepřítelem. Spojenci se v Perském zálivu opírali jak o přímé, tak o nepřímé metody kontroly toku informací. Všechny kontakty novinářů byly realizovány a centralizovány prostřednictvím JIB (Journalist Information Bureau).<sup>4</sup> Žurnalisté akreditovaní k

---

<sup>4</sup> V Saudské Arábii bylo akreditováno 1 700 novinářů, což je počet, který vysoce překročil množství žurnalistů přítomných ve Vietnamu v době nejvyšší mediální pozornosti celého konfliktu (ofenziva Vietkongu — únor 1968). Žurnalisté zde byli rozděleni do dvou skupin. Ti, kteří měli lepší kontakty (velká šestnáctka složená z nejvýznamnějších elektronických a tištěných médií) a měli v rámci tzv. MRT (media reporting team) přístup k jednotkám umístěným v poušti, samozřejmě pod dozorem americké nebo britské armády. Přijetí do této elitní skupiny bylo podmíněno souhlasem s velmi striktními pravidly, jejichž porušení znamenalo ukončení akreditace. Ostatní žurnalisté nepatřící k tzv. elitním národům, tj. Američanům, Britům a Francouzům, byli ubytováni v

Perském zálivu museli podepsat tzv. dohodu o utajovaných skutečnostech (secrecy agreement), která obsahovala zákaz zveřejnit bez povolení cenzora fotografie zraněných či mrtvých amerických vojáků apod.<sup>5</sup> Všechny materiály, které měly být publikovány, musely dostat požehnání od vojenského cenzora. Pentagon se též všemi silami snažil zabránit tomu, aby nebyl vtažen do "statistiky mrtvých", která sehrála velmi negativní roli ve Vietnamu. Většinu informací poskytovala armáda na tiskových konferencích pořádaných v Rijádu a Dzahránu. Zde též poskytovala i pečlivě připravený filmový materiál "z bojiště". Ten pak velmi rychle obletěl prostřednictvím televizního zpravodajství celý svět. V dané souvislosti je ovšem třeba přiznat, že vysoká efektivita kontroly toku informací byla dána též geografickou pozicí konfliktu. Velikost válečné zóny měla negativní vliv na schopnost žurnalistů pokrýt celý konflikt a posilovala jejich závislost na vojenských zdrojích.

Přes extrémně silnou kontrolu toku informací se přece jen některým médiím podařilo informační bariéru prolomit. Svou roli v této souvislosti sehrály především situační proměny, a to zvláště pak přenesení válečného konfliktu ze vzduchu na zem.<sup>6</sup> Pro spojence byla nepřijemná především ztráta kontroly nad mediálním pokrytím tří následujících událostí. Prvním případem bylo bombardování továrny na kojeneckou stravu, druhým destrukce protiletadlového krytu v Amiriya a třetím bombardování "tzv. silnice smrti", na níž byl zničen spojeneckým letectvem vojenský konvoj, jehož součástí byly i civilní autobusy. Na silnici zůstalo po několikahodinovém bombardování více než tisíc vraků vojenských vozidel a nespočet mrtvých Iráčanů.

V každé z uvedených kauz se mediální interpretace diametrálně lišila od oficiálního výkladu. Zvláště v posledním případě se média soustředila na krutost útoku na bezbranné irácké vojáky a civilisty. Do té doby odevzdaná irácká propaganda poprvé výrazněji "zabodovala" u světové veřejnosti až v souvislosti s touto událostí.

Podle časopisu Newsweek se americký prezident Bush obával, že by další podobné obrázky mohly snížit podporu veřejnosti, a proto se objevily dohady, že právě tyto záběry zastavily americkou armádu při postupu na Bagdád. Jde ovšem o jedinou mediální kauzu, která se výrazněji promítla do průběhu celého střetu.

**Mobilizace podpory politických elit** směřuje k nastartování domácí i zahraniční podpory, respektive k dosažení shody o povaze konfliktu. V případě války v Perském zálivu se ukázalo, jak média citlivě reagují na postoje amerických politiků. Tuto skutečnost dokládá například výzkum publikovaný Gannett Foundation (1991). Tato analýza televizního zpravodajství hlavních amerických stanic ukazuje značně odlišné pokrytí celé kauzy před souhlasem senátu s vojenským angažmá v daném konfliktu a po něm. Ukazuje se, že reakce politických elit, respektive konsenzus, který po hlasování nastal, ovlivnil i postoje médií. Ta ještě tři týdny před rozhodnutím senátu zdůrazňovala především problematičnost celé operace. Po schválení zásahu se tento poměr radikálně změnil ve prospěch vojenské akce. Uvedená data jasně ukazují, že postoje politických elit měly v daném případě silný vliv na zpravodajská média, respektive do značné míry jim diktovala, jak se mají chovat.

### **Boj o výklad: tři strategie rámcování válečných konfliktů**

Masová média fungují jako veřejní interpreti i jako symbolická aréna ideologického boje mezi soupeřícími stranami. Zpravodajství o válečném konfliktu je sociální konstrukcí, pro níž je

---

luxusních hotelech v saudskoarabském Rijádu a Dzahránu. Zde pak měli možnost navštěvovat několikrát denně tiskové konference spojenců, kde nezdědky vystupovaly vojenské špičky typu generála Schwarzkopfa.

<sup>5</sup> Jedním z argumentů pro toto opatření byla obava, aby se příbuzní nedozvídali o případných obětech z médií, tedy před tím, než poskytnou tuto informaci pozůstalým armáda.

<sup>6</sup> Podobný fenomén bylo možné zaznamenat i ve Vietnamu, kde bombardování Laosu a Kambodže dostalo mnohem méně publicity než pozemní střety, a to přesto, že tyto vzdušné útoky byly mnohem silnější.

charakteristická převaha některých interpretačních rámců. Abychom byli schopni popsat mechanismus konstrukce mediálního obrazu války v Perském zálivu, musíme věnovat pozornost "boji o válečný diskurs", respektive snaze jednotlivých stran konfliktu opanovat informační/mediální prostor, a dosáhnout tak monopolní pozice pro zarámování či interpretaci konfliktu.

Existují tři základní strategie rámcování válečných konfliktů, které můžeme poněkud zjednodušeně charakterizovat následujícími třemi otázkami:

- 1) Jak byl daný konflikt pokryt v minulosti, jakou má mediální historii?
- 2) Jaká je zpravodajsky nejvýznamnější událost daného konfliktu?
- 3) Kdo jsou kladní hrdinové, na čí straně je pravda?

V prvním případě je nejstandardnějším postupem reprodukce již existujícího interpretačního rámce, tedy konstrukce, která je známá a bude publiku srozumitelná. Druhá otázka má klíčový význam pro vlastní sběr informací. Ovlivňuje místo, kam poslat reportéry, koho interviewovat, jaké otázky položit, co vyfotografovat či natočit apod. Odpověď na třetí otázku umožňuje událost kontextuálně ukotvit. Současně je třeba rozhodnout, kdo porušil status quo a zda byl jeho postup legitimní. Platí zde jednoduchá rovnice: čím násilí je užito, tím je větší důvod pro média, aby hledala viníka. Základní metodou pro identifikování "zla" je označení obětí. Jejich odlišení od agresora je součástí většiny pokusů o vysvětlení kořenů konfliktu. Označení viníka a identifikace oběti tvoří klíčovou část procesu zarámování a významně ovlivňuje, která strana konfliktu bude mít převahu v procesu "boje o význam".

### **Konstrukce obrazu nepřítele: krize, démonizace, zvěrstva**

Mediální konstrukce obrazu války pracuje s velmi jednoduchým interpretačním schématem či algoritmem stereotypně se opakujících kroků. První etapa: krize; druhá etapa: démonizace vůdce, respektive nepřátelské armády; třetí etapa: zvěrstva.

Zatímco v první fázi jde o to morálně připravit veřejnost na válečný konflikt, ve druhé a třetí fázi je třeba připsat vůdci nepřátel, respektive jeho ozbrojeným složkám, negativní charakteristiky. Toho lze nejnadhěji dosáhnout pomocí zpráv o údajné brutalitě nepřátel.

Informační válka v Perském zálivu začala mediální identifikací "sil zla", "nepřátel demokracie", respektive popisem iráckého režimu jako skutečného vojenského, ideologického a ekonomického ohrožení, které je třeba potlačit ve jménu "mezinárodní spravedlnosti" a "světového míru". Ve Spojených státech se dokonce objevovala argumentace, že nadcházející konflikt bude "bojem za americký způsob života".

V rámci mechanismu démonizace nepřítele byl Irák vykreslován jako extrémně vojensky silný, jako klíčová mocnost Středního východu. Média spekulovala o tom, zda vlastní jaderné zbraně. Kuvajť byl naopak charakterizován jako "znásilněná země" pustošená iráckými vojsky. Současně ale spojenci potlačovali negativní informace týkající se vládnoucí rodiny Al-Sabah, respektive jejich autokratické vlády, která je velmi vzdálená od "amerického životního stylu". Zato v případě Saddáma Husajna byla užita univerzální nálepka "nového Hitlera".<sup>7</sup> Současně byl využit i osvědčený mechanismus manipulativní historické asociace konfliktu s tématem "mnichovanství". Média se shodovala na tom, že se svět nesmí zachovat jako v případě Československa v roce 1938. Obecně byla celá akce ospravedlňována americkými národními zájmy. Významnou roli sehrála při zabezpečování morální průchodnosti operace

---

<sup>7</sup> Devadesát procent sdělení týkajících se osoby Saddáma Husajna bylo v americkém mainstreamovém televizním zpravodajství negativních (Morrison, 1992).

spolupráce s PR agenturou Hill and Knowlton,<sup>8</sup> cudně představovanou jako poradce na poli "veřejné diplomacie".

Klíčovou roli sehrála v situaci rozhodování o vstupu USA do války zpráva, podle níž iráčtí vojáci vyřadili v Kuvajtu z provozu inkubátory s novorozenci.<sup>9</sup> Toto sdělení bylo poprvé publikováno v ráčijovém Daily Telegraph. Protože však šlo o nepotvrzené sdělení, jelikož neexistovaly žádné televizní záběry ani rozhovory, byla jeho hodnověrnost na počátku nízká. Uvedená zpráva postrádala především individuální lidskou dimenzi. Tento nedostatek velmi rychle napravila zmíněná americká PR agentura Hill and Knowlton. Před kongresovým Výborem pro lidská práva již v říjnu 1990 vystoupila patnáctiletá kuvajtská dívka Najirah, která potvrdila verzi o odstavených inkubátorech. Její emotivní vystoupení se neminulo účinkem. Televizní zpravodajství ukazovalo hněv ve tvářích kongresmanů, americký prezident náležitě celou kauzu vytěžil v následujících týdnech, když ji zmiňoval jako příklad bestiality iráckého režimu. Velmi rychle se tak v politické a mediální agendě objevilo téma "zabíjení nemluvnat vypínáním inkubátorů". Toto zarámování mělo nepochybně vliv na vlastní rozhodnutí o intervenci americké armády v Perském zálivu.<sup>10</sup> Podle Johna MacArthura (1993) bylo zveřejnění této zprávy rozhodujícím krokem při přípravě americké veřejnosti na válečný střet. Po dvou letech se ovšem ukázalo, že celý příběh byl zcela vymyšlený. Vystoupení Najirah, dcery kuvajtského velvyslance ve Spojených státech, připravili pracovníci firmy Hill and Knowlton.

### **Mediální zarámování války: zákon a pořádek versus bezpráví a výzva k boji**

Interpretační mediální rámce jako velmi stabilní vzorce výkladu sociální reality vždy podléhají širšímu tlaku sociálních a politických symbolů, jejichž prostřednictvím se rutinně organizuje verbální i vizuální diskurs válečného zpravodajství. Média vytvářejí výkladové rámce vždy tak, aby posílila přitažlivost vlastního zpravodajství. Vycházejí přitom z předpokladu, že lidé zacházejí s novými informacemi tím způsobem, že je spojují s již existujícími představami. Staré, existující výkladové schéma tak slouží coby organizátor informací nových. Celý proces směřuje k rutinizaci nového. To platí zvláště pro silné "příběhy", které nabízí válečný konflikt. Jeho konvenční zarámování jako boje dobra proti zlu vždy spouští u občanů pocit důvěrně známého, srozumitelného, respektive odkazuje na hlubinnější psychické, archetypální struktury, které s podobnými polaritami pracují. Práci žurnalistů, a to zvláště ve válečném konfliktu, tak charakterizuje skutečnost, že většinu času tráví vyhledáváním informací, které jsou v souladu s existujícími výkladovými rámci.

Konflikt v Perském zálivu je typickou ilustrací situace, kdy mainstreamová média zcela nekriticky přijala oficiální zarámování celé události jako příběhu o boji za "zákon a pořádek". Zcela přitom odmítla či ignorovala jiné verze výkladu konfliktu. Klíčová slova "zákonosti" a "pořádku" pomohla Bushově administrativě mobilizovat domácí i mezinárodní podporu a současně se tvůrcům válečného PR spojenců podařilo rozmělnit zásadní konflikt mezi Spojenými státy a Irákem, a to poukazem na ochranitelskou roli Američanů vůči Kuvajtu.

Samozřejmě že i druhá strana konfliktu se pokoušela vnutit médiím svůj výklad. Jeho esenci lze nalézt v klíčovém vystoupení Saddáma Husajna z 20. února 1991, v němž je patrná především snaha interpretovat celý konflikt jako důsledek amerického imperialismu a sionismu, vůči němuž je třeba bojovat.

---

<sup>8</sup> Agentura byla najata organizací "Občané za svobodný Kuvajt" financovanou kuvajtskou vládou v exilu. Celý kontrakt dosáhl výše deseti milionů dolarů a firma Hill and Knowlton se v něm zavazovala "bojovat za americkou vojenskou intervenci, respektive za odchod Iráku z Kuvajtu".

<sup>9</sup> Není bez zajímavosti, že již v první světové válce obvinila britská propaganda Němce z toho, že házejí belgická nemluvnata do vzduchu a zachycují je na bodácích svých bajonetů.

<sup>10</sup> Není bez zajímavosti, že o americké vojenské intervenci rozhodla většina pěti hlasů.

<i>Dva typy výkladu konfliktu v Perském zálivu</i>		
<b>meta-rámec:</b>	<b>zákon a pořádek</b>	<b>bezprávi a výzva k boji</b>
<b>základní výkladový rámec:</b>	irácká agrese nesmí, zůstat bez trestu; Irák musí opustit Kuvajt, nebo bude poražen	americký imperialismus a sionismus podrobující si malé národy; Kuvajt je integrální částí Iráku a byl od své mateřské země uměle odtržen
<b>nejčastěji užívané metafor:</b>	tyran	Džihád; Matka všech válek; prozápadní arabští vůdci jako velbloudi
<b>historické příklady:</b>	druhá světová válka	Vietnam; sionistická okupace Palestiny
<b>hesla:</b>	nové světové uspořádání	bůh je velký; hrdý irácký národ
<b>popis:</b>	masový vrah Husajn jako Hitler versus hrdinní američtí vojáci	Bush jako Hitler; spojenci zabíjející civilní obyvatelstvo versus Irák jako obránce arabské cti
<b>zobrazení konfliktu:</b>	inteligentní bomby; američtí piloti; rakety Scud mířící na Irák	obrazy Saddáma Husajna se svými vojáky; civilní oběti
<b>důvody krize:</b>	Husajnova touha ovládnout Kuwait a Saudskou Arábii	Americko-židovské spiknutí s cílem zničit Irák a ovládnout Střední východ
<b>důsledky:</b>	mezinárodní chaos; ztráta ropných ložisek	likvidace Iráku; americká dominance světa

(upraveno podle Wolfsfeld, G.: 1993)

V boji o výklad celého konfliktu sehrála média klíčovou roli a přispěla tak k drtivému vítězství spojenců. Irácký vůdce se setkal s ohlasem pouze v některých zemích třetího světa, ale byl velmi neúspěšný při prosazování vlastní verze konfliktu u západních médií, jak dokazuje například studie Mowlana, Gerbnera a Schillera (1991). Tento úspěch spojenců můžeme nejlépe vysvětlit ve vztahu k výše zmíněným strategiím rámcování válečných konfliktů.

Spojenecká *story* o irácké agresi disponovala třemi základními charakteristikami, které dobře rezonovaly s kritérii žurnalistické práce. Šlo o příběh, který byl dramatický, jednoduchý a veřejnost jej přijímala jako "známý". Spojenci osvobodili Kuvajt od ďábelského, mocného diktátora, který se tuto malou zemi pokusil využít pro své politické cíle.

Příběh o americkém imperialismu jako interpretační rámec prosazovaný iráckou stranou byl příliš složitou konstrukcí, která vyžadovala některé základní informace a porozumění konfliktu mezi bohatými a chudými národy. Navíc kritika imperialismu vyšla v západním světě poněkud z módy.

### **Mediální simulace konfliktu: cenzura bez cenzury**

V případě konfliktu v Perském zálivu můžeme hovořit o existenci dvou válek. O samém střetu mezi spojenci a iráckou armádou a o válce zobrazené či spíše konstruované médií. Klíčovou roli zde sehrála především televize, která je často diváky vnímána jako okno otevřené do

světa. Tato otevřenost či schopnost zprostředkovat vnější svět je ovšem v případě válečného konfliktu značně omezena stále propracovanější strategií filtrování a distribuce informací. Ta se ovšem zásadním způsobem liší od cenzury, jak ji známe z první nebo druhé světové války. Ze "statistického" pohledu nebyla v Perském zálivu de facto žádná cenzura. Počet "zpráv", které "neprošly", byl minimální, respektive nedosáhl ani procenta z celkového počtu mediovaných sdělení. Celý systém kontroly informací byl nastaven jako řada informačních filtrů. Cenzor zde měl de facto anonymní identitu, respektive nebyl identifikovatelný pouze s jedním úřadem. V době "omezených" vojenských konfliktů tak zvláště televize přestává být oknem otevřeným do světa a funguje spíše jako zrcadlo odrážející obrazy, které vytvářejí oficiální strážci veřejného mínění.

### **Válka v CNN: "triumf humánních zbraní"**

V tomto smyslu sehrála v Perském zálivu klíčovou roli americká zpravodajská televize CNN, která učinila z celého válečného konfliktu globální televizní žánr, jímž oslovovala čtyřicet hodin denně diváky ve stovce zemí po celém světě. Způsob, jakým o celé události referovala, byl typickou ukázkou simulace válečné reality. Takzvané živé zpravodajství z Kuvajtu či Iráku zahrnovalo pouze minimum skutečně "živého" materiálu. Z obsahových analýz vyplývá, že zcela dominovala studiová prezentace či dotáčky mimo vlastní bojové situace. Živé pokrytí války reprezentovaly především záběry na letící rakety. Pouze tři procenta odvysílaného materiálu se týkala skutečné vojenské akce. Pouze jedno procento pokrývalo vizuálně smrt či zranění (Mowlana, Gerbner, Schiller, 1991). Deklarovaná aktuálnost, přesnost a především nezávislost zpravodajství byla spíše přáním jeho tvůrců. Televize tak konstruovala velmi specifickou realitu. Typickým příkladem byla prezentace dokonalosti amerických "inteligentních bomb", která prochází jako leitmotiv celým zpravodajstvím z Perského zálivu. Této "chytré technologii" připsala CNN hodnoty dobra, rozumu a morálky. Byl tak vytvořen dojem humánnosti amerických vojáků, kteří používají pouze takové zbraně, jež s milimetrovou přesností ničí strategické cíle, ale nezkríví vlásek na hlavě žádné civilní oběti. Realita byla ovšem poněkud jiná. Pouze sedm procent použitých bomb bylo inteligentních. Deset procent z nich se navíc minulo cílem. Celkem nenašlo svůj strategický objekt sedmdesát procent všech použitých bomb. Irák byl podroben kobercovému bombardování, jehož tonáž byla vyšší než v případě celé druhé světové války. Sto padesát tisíc Iráčanů zahynulo, milion bylo zraněno (Mowlana, Gerbner, Schiller, 1991).

Technologizace války ve dvacátém století intenzifikovala nejen nové formy masového zabíjení, ale umožnila oddělit lidská těla od reprezentace moderního, industriálního vojenského konfliktu. Jinými slovy, podařilo se do jisté míry zatemnit vztah mezi smrtí a válkou. Ta tím získala nový rys, jakousi "estetickou dimenzi". Obrázky mrtvých vojáků se v tomto kontextu stávají strategickým zbožím, které je třeba opatrně dávkovat, aby nedošlo k "vietnamskému vyhoření". Člověk nesnese příliš mnoho reality, a proto je třeba "dezinfikovat" zvláště drastické obrazy, které by s vysokou pravděpodobností vedly k protiválečným postojům. Televizi se tak doposud nepodařilo zcela znečitlivět své konzumenty produkcí fiktivních smrtí. Je zajímavým paradoxem, že diváci stále uhýbají před tzv. reálným násilím, zatímco akceptují fiktivní zobrazení války pracující s nevidaným realismem.

Zdá se, že v průběhu dvacátého století docházelo současně k distancování občanů od válečných konfliktů a současně k posilování jejich role svědka-voyeuera. Sám akt sledování televize má v sobě zakomponován i mechanismus odstupu. Noční záběry z Perského zálivu tak sice fascinovaly či upoutaly pozornost, ale v konečném důsledku spíše vytěsnilly jakoukoliv kritickou diskusi o daném tématu.

Tuto skutečnost potvrzuje i komunikační strategie CNN, která de facto nevysvětlovala příčiny daného konfliktu, ale soustředila se především na dokonalou zbraňovou technologii a její "humánní potenciál". Nejvýznamnější kritici války Noam Chomsky či Edward Said se objevili na televizních obrazovkách pouze okrajově, a to v záběrech, kde souhlasili s

ekonomickými sankcemi OSN proti Iráku, aniž by dostali příležitost vysvětlit svou pozici komplexněji. Zcela zamlčen byl fakt, že Saudská Arábie a Kuvajt snižovaly před iráckou okupací ceny ropy, a tak ohrožovaly ekonomickou stabilitu Husajnova režimu. Podobně tabu byly i zmínky o nedemokratických režimech v Kuvajtu a Saudské Arábii.

Konflikt v Perském zálivu tak demonstroval komunikační limity televize v "omezené válce". Záplava permanentně produkovaných informací jen hysterizovala publikum, respektive vytvářela pouze dojem informovanosti. V celém zpravodajství ze Zálivu chyběl jeden podstatný prvek — samotný válečný střet. To, co televize komunikovaly, byla abstraktní krize. Televizní pokrytí války tak nebylo výrazem hrůzy či šílenství války, ale prázdnoty mainstreamového televizního zpravodajství.

### **Závěrem: média jako "cheerleaders" oficiálních autorit**

Válka v Perském zálivu je jedním z nejjasnějších příkladů naprostého politického ovládnutí většiny relevantních médií, respektive jejich válečné agendy. Veškeré analýzy ukazují, že základní výběr informací a jejich tok směřoval od oficiálních vládních zdrojů k médiím. Míra kontroly informačního toku byla umocněna mimo jiné i vysokou poptávkou po čerstvých zprávách z konfliktu, respektive potřebou naplnit vysílací schéma. Jinými slovy, byla to sama média, která se do jisté míry připravila o nezávislost a fungovala spíše jako "cheerleaders" oficiálních autorit. Opět se ukázalo, že neviditelná ruka trhu reguluje chování médií tak, že podporuje pokrytí událostí bez jakékoliv korekce informační hodnoty sdělení. Nezamýšleným důsledkem tohoto postupu byl mediální obraz války v Perském zálivu řízený a editovaný z Pentagonu či Bílého domu.

Svou významnou roli zde sehrálo i oživení klasického hollywoodského modelu zlých/dobrých hrdinů, což jen potvrzuje konstatování francouzského filozofa Guy Deborda (1983) o tom, že byl veřejný život v moderní společnosti redukován do spektaklu, pro který je typická autokratická vláda tržní ekonomie a neschopnost kritického odstupu na straně konzumentů.

Mediální pokrytí konfliktu v Perském zálivu vycházelo z předpokladu, že veřejnost může konzumovat jen to, co jí neuškodí. To je čistý příklad konzumerské strategie, v jejímž rámci byli diváci redukováni do podoby voyeurů a žurnalisté vystupovali v nejlepším případě v roli nepřímých svědků. Bombastické ohlášení počátku bombardování Bagdádu v CNN bylo pouhým virtuálním cvičením v nekomunikaci. Parodií Lasswellova komunikačního modelu.

Válka v Perském zálivu, respektive její mediální pokrytí, tak reprezentuje historický triumf propagandy, která se ovšem již nemusela obtěžovat "gumováním" nevhodných informací, ale mohla se cele spolehnout na "tvůrčí potenciál" masových médií ochotně přijímajících rady a informace od svých politických patronů. V tomto smyslu můžeme hovořit o učebnicové ukázce mediálního klientelismu.

Doposud v žádném válečném konfliktu nedošlo k vytvoření tak dokonalé iluze informovanosti, aniž by přitom média měla tak minimální přístup k válečné realitě. V tomto smyslu bylo zvláště televizní pokrytí konfliktu v Perském zálivu čistě ideologickou strategií v althuserovském pojetí ideologie jako reprezentace imaginárních vztahů individuů k jejich reálným podmínkám existence (Althusser, 1971). Média se tak nestala prostorem veřejné diskuse, ale nástrojem dezinformační masáže převyšující efektivitu manipulativní praxe totalitárních režimů.

## Literatura

- Althusser, L. (1971): *Ideology and Ideological State Apparatuses*. In: *Lenin and Philosophy and Other Essays*. N.Y., Monthly Review Press.
- Baudrillard, J. (1991): *La guerre du Golfe n'a pas eu lieu*. Paris, Galilée.
- Debord, G. (1983): *Society of the Spectacle*. Detroit, Black and Red.
- Fialka, J. (1991): *Hotel Warriors: Covering the Gulf*. The Woodrow Willson Centre Gannett Foundation; (1991): *The media at war: the press and Persian Gulf conflict*. Columbia University.
- Gray, Ch. (1997): *Postmodern War: The New Politics of Conflict*. London, Routledge.
- Lichter, R. — Lichter, J. (1991): *The instant replay war television news coverage of the Persian Gulf war*. Media Monitor, 5 no. 4, 1–4.
- MacArthur, J. (1993): *Second Front: Censorship and Propaganda in the Gulf War*. University of California Press.
- Morrison, J. (1992): *Television and the Gulf War*. John Libbey.
- Mowlana, H. — Gerbner, G. — Schiller, H. (1991): *Triumph of the image" the media's war in the Persian Gulf — global perspective*. Boulder.
- Smith, H. (ed) (1992): *The media and the Gulf war: the press and democracy in wartime*. The Seven Lock Press.
- Wolfsfeld, G. (1993): *The role of the news media in unequal political conflicts: from the intifada to the Gulf War and back again*. Harvard University.