

Jak fungují české mediální agentury pro průzkum veřejného mínění?

Exkluzivní výpověď zaměstnance o praktikách, spin doctoringu, plánování výsledků průzkumů, prefabrikace volebních preferencí, ovlivňování nerozhodnutých voličů, opakování průzkumu, pokud výsledek nedopadl podle představ a další machinace!

Redakce AE News přináší exkluzivní rozhovor s vrcholovým manažerem renomované agentury pro průzkum veřejného mínění v Česku. Exkluzivní rozhovor, šokující svědectví, bez cenzury a natvrdo. Jelikož je osoba u této agentury stále zaměstnána, upravili jsme rozhovor takovým způsobem, aby byla zaručena bezpečnost a anonymita tohoto whistleblowera, jehož výpověď nemá v historii české žurnalistiky obdoby. Svědectví je natolik závažné, že jsme velice vděčni za to, že můžeme tyto informace publikovat exkluzivně právě u nás.



[FOTO] Česká televize jako novodobá „propaganda machine“...

Popravdě, pro nás jsou informace z rozhovoru známými fakty, ovšem je to poprvé, kdy někdo vystoupil se svědectvím přímo zpoza informační barikády těchto agentur. Redakce si ověřila tuto osobu, i skutečnost, že opravdu u agentury působí. Jméno osoby jsme na její žádost v textu změnili. Po poradě s naším právníkem jsme se rozhodli neuveřejnit jméno agentury, kvůli zachování korektního rozměru článku, neboť kontaktováním agentury s žádostí o vyjádření se k informacím bychom informátora vystavili riziku odhalení ze strany jeho zaměstnavatele. Nemáme možnost tedy ověřit validitu jednotlivých informací a událostí, poskytujeme zde pouze publikační prostor lidem, kteří chtějí přinést svá svědectví. Cílem článku není obvinění konkrétní agentury z něčeho nekalého, ale jde nám o svědecký pohled na podivné praktiky v českých mediálních agenturách. Finální verze a redakční úpravy článku byly odsouhlaseny po vzájemné dohodě.

Mediální propaganda pohledem zevnitř agentury

Petře, můžete našim čtenářům říct něco bližšího o sobě?

Pracuji pro agenturu už velmi dlouho, počet let nechci kvůli identifikaci uvádět. Vystudoval jsem zahraniční politologii a mediální vztahy, stejně jako někteří moji kolegové a v agentuře pracuji na manažerské pozici. O rodině bych nerad hovořil, nerad bych je nějak ohrozil nebo identifikoval sám sebe v médiích. Nabídl jsem anonymní

rozhovor i jedné komerční české televizi, ale odmítli mne bez udání důvodu. Rozhodl jsem se tedy informace uveřejnit anonymně na internetu a AE News mi přišlo jako vhodná platforma, protože umožňujete publikování informací od anonymních whistleblowerů. O vás jsem se dozvěděl teprve nedávno v souvislosti s kauzou červených lístků proti prezidentovi Zemanovi. Nastal čas, aby někdo udělal to, co je nutné. Aby lidé věděli, jak je s nimi manipulováno ze strany médií.

Proč jste se rozhodl promluvit?

Poslední události okolo tendencí a snah o svržení českého prezidenta jsou plně v souladu s tím, na čem jsme v agentuře pracovali i ve spolupráci s Českou Televizí a poslední vývoj v tomto veřejnoprávním médiu je opravdu neskutečný převrat, se kterým nikdo z dozorových institucí nechce nebo spíš neumí nic udělat a já nehodlám nečinně přihlížet. Ty informace, které o nich máme, jsou v podstatě v té poloze, že z České Televize se stala neřízená střela, neovladatelné těleso, kterého se zmocnili bývalí aktivisté okolo vůdců známého „spacákového povstání“, tedy lidé z okolí bývalého prezidenta Václava Havla a Jana Rumla.

Chcete říct, že současná kampaň proti Zemanovi je řízena z Kavčích Hor tzv. Havlisty?

Není odtamtud řízená, je odtamtud pouze medializována. Zato ale velmi intenzivně. Řízena je však odjinud.

Počítám, že oba víme, kdo ji řídí.

Ano, ta kampaň pochází přímo od amerických mediálních poradců ministerstva zahraničí Spojených států amerických a od jejich detašovaných pracovišť na ambasádách, od lidí, kteří řídili rozvrat v Kyjevě na konci minulého roku. Jsou to stejní lidé, kteří dnes řídí prefabrikaci průzkumů veřejného mínění v České Republice, kteří financují tyto průzkumy a pomáhají logisticky zajišťovat hlavní *eventy* v ulicích.



[FOTO] Mediální prostor na ČT, zde v podobě diskusní platformy Hydepark

Co to je prefabrikace?

To je předpříprava mediálního mínění odvozeného od plánovaného předpokladu průzkumu občanských postojů a názorů. Je to hlavní model ovlivňování myšlení

obyvatelstva v západních zemích a USA. Skrze prefabrikaci lze rozpoutat revoluci nebo i válku, zvrátit výsledek voleb na poslední chvíli, dostat neparlamentní stranu do sněmovny, zajistit rezoluci rady OSN, prakticky cokoliv.

To zní opravdu děsivě, jak to funguje?

V principu jde o Machiavelismus implementovaný do mediálního prostoru 21. století. Funguje to tak, že mediální agentura, která dělá průzkum veřejného mínění, podsuně veřejnosti nejprve prefabrikát. To znamená uměle vytvořený konstrukt, který veřejnost velmi rychle pojme v podvědomí za svůj vlastní názor. V tom spočívá princip a největší síla. Dokonalým prefabrikátem se stala tragédie letu MH17 na Ukrajině. Média bez jediného důkazu nebo stanoviska vyšetřovatelů posunula veřejnosti pohotovými prefabrikáty o vině Ruska a pro-ruských separatistů. Tyto prefabrikáty jsou ihned vzápětí testovány v průzkumech veřejného mínění. Pokud se prefabrikát uchytí, začne se s ním pracovat jako s nezvratným faktem, pravdou, a následně média a tiskové agentury začnou prefabrikát šířit do médií.

V Česku jste pracoval na nějakém prefabrikátu?

Ano, byla to předvolební kampaň hnutí ANO. V podstatě šlo o to, abychom pomohli vytvořit v očích nerozhodnutých voličů prefabrikovanou představu o tom, že neznámé hnutí ANO v preferencích roste a že představuje alternativu vůči zavedeným stranám v době, kdy o hnutí nikdo ještě nevěděl.

Jak to probíhalo?

Nejprve jsme museli analyzovat vzorek našich vybraných respondentů, které na projekt použijeme z naší databáze. Většina veřejnosti si totiž myslí, že průzkum probíhá na ulici nebo náhodným telefonováním na různá náhodná čísla. I když i to se někdy používá, je to jen zcela výjimečně, protože z náhodných dotazů náhodných osob nelze tak snadno sestavit reprezentativní vzorek. Veřejnost si myslí, že při průzkumu se používá faktor náhody.

A tak to nefunguje?

Kdepak. Na průzkumech se podílí vzorek tzv. „vybraných respondentů“. To jsou osoby, které s naší agenturou spolupracují. My o nich máme sociologický a profesní profil, známé jejich rodiny, přátele, zaměstnání, rodinný příjem a vše ostatní, abychom mohli respondenta zařadit do určité sociální skupiny. Množina těchto respondentů potom vytvoří tzv. reprezentativní vzorek, se kterým se dále pracuje.

Počkat, takže to znamená, že vy víte, jak kdo bude na jaké otázky přibližně odpovídat?

Ano, víme to s velmi vysokou přesností. Obecně můžeme říct, že známe dopředu reakci respondenta na určité téma s přesností převyšující 90% pravděpodobnosti. Dokážeme tedy naplánovat výsledek zadaného průzkumu klienta, aniž bychom zfalšovali jediný checkbox. Toto je tedy nezbytné pro agenturu a její přežití.

Proboha, ale to znamená, že ten průzkum je zfalšovaný, ne?

To právě není. Je pouze prefabrikovaný. Nikdo nefalšuje odpovědi respondentů. My pouze zajistíme, že otázky budou položeny na stůl vybraným respondentům, o kterých bezpečně víme, že odpoví podle našich představ, resp. podle představ zadavatele.

Většina zadavatelů nechce zjistit názor veřejnosti, ale chce potvrdit svůj předpoklad. To se mnohdy rozchází s výsledky průzkumů, a potom klient chce buď průzkum opakovat, anebo od nás odejde ke konkurenci, kde mu vyjde lepší výsledek průzkumu. Možná vás to překvapí, ale většina průzkumů je placena až v okamžiku, kdy je klient o něčem přesvědčen a očekává pouhé potvrzení z průzkumu. Že by nám někdo dal zakázku bez představy, jak výsledek dopadne, to se stává jen málokdy.



[FOTO] Když informace nezapadá do zpravodajského rámce ČT, editoři vystříhnou i jméno oligarchy z projevu prezidenta...

Takže průzkumy slouží spíš jako podklad pro nějaké teze nebo tvrzení?

V devíti z deseti případů jde o tzv. konfirmační průzkumy, tedy jak název napovídá, průzkumy, které mají něco zadavateli potvrdit. Pokud nepotvrdí, je problém. A to se potom průzkum obvykle opakuje, třeba i několikrát, dokud se výsledek nedostaví. Empirických průzkumů, tedy těch, které nic dopředu nepředpokládají ze strany zadavatele, těch je opravdu znatelná menšina a každým rokem jich je méně.

Kdo si u vás objednává prefabrikované výsledky?

Různé subjekty. Od politických stran mimo i uvnitř poslanecké sněmovny, přes média až po soukromé firmy. Např. Česká Televize si zažádá o průzkum na téma soužití Čechů s menšinami. Ta otázka na respondenty zní: „Bydleli byste s Romy v jednom domě?“ a když my uděláme průzkum, ten výsledek je takový, jaký asi sami tušíte, a nám přijde potom z České Televize reakce, že ten průzkum chtějí udělat znovu, protože „výsledek průzkumu nezapadl do konceptu jejich zpravodajství“. Takže oni nám pošlou novou upravenou otázku a ta zní: „Jak hodnotíte soužití s menšinami?“.

A ten výsledek vyjde podruhé jinak?

Jistě. Však otázka je podruhé již zcela neutrální. V televizi se to ale potom interpretuje tak, že čeští občané mají od minulého roku lepší pohled na spolužití s etnickými menšinami a Romy zejména. Někdy děláme průzkum pro klienta i 4x po sobě, než je konečně spokojen. Platí ale pochopitelně jen za jeden průzkum, ten, který mu vyhovuje. Agentura si nemůže dovolit o klienta přijít.

Byl tohle důvod obrovských rozporů v průzkumech před volbami do parlamentu v roce 2010?

Ano, ČSSD tehdy chtěla výsledky za každou cenu materializovat v průzkumech, neměli čas na prefabrikaci postojů občanů, to vyžaduje čas a peníze v mediálním prostoru. Prostě nabídli peníze jenom na průzkumy a chtěli výsledek. Když nebyl podle jejich představ, šli ke konkurenci. ČSSD tehdy měla přitom dost času zainvestovat do finančně náročnějšího spin doctoringu a přetavit ty „zdoctorované“ průzkumy v reálný výsledek.

Co je to spin doctoring?

To je technika předvolebního boje, kdy donutíte média postavit otázku veřejné volební diskuse okolo jediného a mnohdy banálního zástupného tématu. Vezmete si téma, ve kterém je vaše strana nejsilnější a váš největší soupeř nejslabší. Prefabrikovaný průzkum veřejného mínění, o který se postaráme my, potom ukáže, že toto téma zajímá voliče nejvíc. Najednou to spustí lavinu a pár takovýchto průzkumů změní výsledek voleb. A také změnil.

Takže se přiznáváte, že jste potopili Jiřího Paroubka v roce 2010?

Okolo Jiřího Paroubka se podařilo pravici roztočit *spin doctoring* poslední měsíc před volbami v roce 2010. Strany TOP09 a ODS si objednávaly desítky prefabrikovaných průzkumů, které měly za cíl vyvolat dojem, že Jiří Paroubek škodí ČSSD. Ve skutečnosti to bylo jinak, on byl pro ČSSD jejich nejsilnější postava, ale spin zafungoval a veřejnost tomu začala opravdu věřit, najednou se začaly ozývat hlasy i zevnitř ČSSD, že Paroubek není dobrý lídr. Byl to jeden z nejlepších spinů posledních 20 let, pravici se podařilo pomocí tohoto spinu zlikvidovat předsedu nejsilnější politické strany v té době. ČSSD měla spoustu munice, jak tehdy oslabit pravici, ale neschopným managementem volební kampaně ČSSD ze strany pana Tvrdíka to dopadlo pro Jiřího Paroubka katastrofálně.



[FOTO] Katastrofální propad ČSSD při volbách v roce 2010 měl na svědomí Jaroslav Tvrdík jako šéf kampaně

Zmínil jste protesty proti Zemanovi. Jde také o spin?

Ano, ale to není česká práce. To je řízené ze zahraničí. Cílem spinu okolo Zemana je vytvořit mediální prefabrikát, který pojme česká veřejnost za svůj názor, že český prezident škodí této zemi a že, když lidé vyjdou do ulic, aby měli pocit, že je to jejich volba a jejich rozhodnutí, že tam jsou. Stále ale tvrdím, že bez 17. listopadu by nikdy nevyšlo do ulic tolik lidí. V tomto ohledu pouze spin využil příležitost tohoto svátku naakumulovat co nejvíce lidí do průvodu. Průvod s peticí na Pražský Hrad před několika dny měl už potom pouze nějakých 200 až 500 lidí. Čili, jak vidíte, nejde o národní hnutí proti prezidentovi, jde o mediální spin.

Jsou protesty proti Zemanovi legitimní?

Nejde o to, jestli jsou legitimní, jde o to, že jsou zcela absurdní. Miloš Zeman je totiž široko daleko v Evropě jediný politik, který hájí národní zájmy své země při návštěvách v cizině jako lev, o Zemanovi víme, že je národní patriot a kdyby takovým patriotem býval třeba Václav Havel, těžko by dnes stála jeho busta v hlavním městě USA, ale byla by v Česku, nejlépe někde na Václavském náměstí. To, že k tomu nedošlo a že na tom Václaváku jeho busta nebo socha není, to je znamením, že Václav Havel se netěší oblibě u české veřejnosti, tedy rozhodně ne u většiny. Miloš Zeman je terčem velmi agresivního spinu, který jsem ještě nezažil. Já tomu říkám „majdanizace“ českého mediálního prostředí. Zeman jako nepřítel č. 1, podobně jako Janukovyč v Kyjevě počátkem tohoto roku.

Jak se vlastně podsouvá veřejnosti cizí názor? Tedy jak se dělá ta „prefabrikace“? Jak to vypadá krok za krokem?

Tak především je třeba na toto mít peníze. Prefabrikace vyžaduje mediální prostor (noviny, servery a televize) a prefabrikované průzkumy veřejného mínění. Když přijde klient, např. nové politické hnutí, které se chce dostat do sněmovny, tak my jim poradíme spinová témata, doporučíme jim mediální prostor v televizi a připravíme sérii šesti až osmi prefabrikovaných průzkumů, které posílí spinová témata a vyvolají ve veřejnosti představu, že nové hnutí má našlápnuto k dobrému výsledku. To je hlavní motor celého projektu.

Aha, takže oni potom s těmi průzkumy od vás jdou do médií, aby jim tam dali prostor?

Ano. Pokud průzkumy ukazují růst preferencí strany, v médiích tomu uvěří a voliči tomu také věří a média je pustí do vysílání. A nerozhodnutí voliči mají tendenci takovou stranu vyzkoušet a hlasovat pro ní. Politická základna nerozhodnutých voličů je v ČR obrovská. Jsou to lidé, kteří rádi experimentují, ale zároveň neradi dávají hlas někomu, kdo se do sněmovny nedostane. My tedy připravíme podmínky k tomu, aby byli přesvědčeni, že nové hnutí má trvalý růst a určitě se do sněmovny dostane. V případě Věcí Veřejných a hnutí ANO se nám to povedlo.

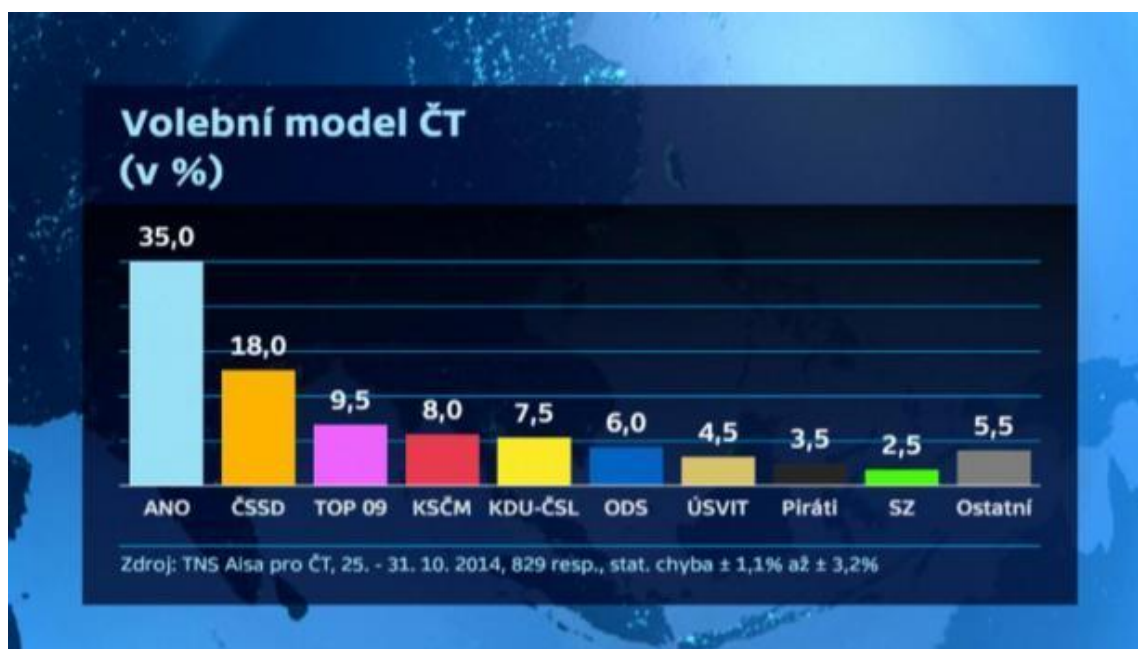
Často se hovoří o začarovaném kruhu pro nové politické subjekty, že nemají mediální prostor...

Tak přesně pro tohle zde jsou mediální a průzkumové agentury, aby ten kruh rozsekly. Do médií se dostanete pouze v případě, že máte šanci na zajímavý výsledek ve volbách. Abyste ale měli šanci na zajímavý výsledek, musíte se dostat do médií, aby se o vás voliči vůbec dozvěděli. Ale protože do médií se dostanete teprve až poté, co získáte dostatek voličů, tak to znamená, že se pohybujete v kruhu. My dokážeme ten kruh prolomit, že zajistíme prefabrikované průzkumy ukazující růst preferencí díky spinovým

tématům, které posuneme sami do médií a položíme rovnítko mezi spinové téma a nový politický subjekt, který se s tímto spinovým tématem umí nejlépe vypořádat.

Hnutí ANO Andreje Babiše je tedy produktem prefabrikátů a spinu?

Samozřejmě, však ANO si rezervovalo průzkumy u mnoha agentur, už rok před volbami, v době, kdy ještě nikdo netušil, že vůbec nějaké předčasné volby na podzim v roce 2013 proběhnou. My jsme dostali do ruky průzkum na jaře 2013, kde figurovalo tehdy neznámé hnutí ANO s preferencemi postupně od 3 do 11%, a já sám jsem netušil, odkud se to exotické hnutí vzalo a bylo mi jasné, že se dívám na prefabrikovaný průzkum od konkurence. Už tehdy totiž běžel u konkurence spin a prefabrikovaný průzkum, ústředním bodem Babišova spinu bylo „zatočení s korupcí“ a „Babiš má tolik peněz, že nebude v politice krást“. Lidé tomu uvěřili. Poté, co Agrofert zakoupil Mafru, tak začala doslova tsunami mediálního spinu a průzkumy vyráběly obraz rostoucích preferencí hnutí ANO, které ještě tehdy ve skutečnosti ale nerostly. Byl to jen prefabrikát. Podílela se na tom i ČT s průzkumy, které brala od nás a od kolegů z konkurence. Prefabrikace ANO začala fungovat v poctivých empirických průzkumech na přelomu srpna a září 2013. Veřejnost tehdy konečně vzala růst prefabrikovaných preferencí ANO za svůj názor a lidé opravdu pro ANO nakonec hlasovali.



Prefabrikovaný volební model nebo empirika? Člověk mimo agenturu jedno od druhého nerozezná...

Samotný prefabrikovaný průzkum probíhá jak?

Vybereme z naší databáze respondenty, kteří sebe definují jako nerozhodnuté voliče a mají tendenci zkoušet nové perspektivní strany. Vzorek respondentů konfrontujeme se vzorkem bez prefabrikace. Tím ověřujeme skutečnost a radíme klientovi, co by měl udělat a změnit, aby se prefabrikát začal přetavovat v realitu v empirice.

Čili to je doslova vaření výsledků voleb na objednávku?

Ano, je to technika převzatá z amerických volebních kampaní. Tam jsou průzkumové agentury doslova závislé na spinech a na výrobě výsledků voleb. Ten level je tam úplně někde jinde. Koneckonců, kde jinde než v USA by si lidé zvolili do svého čela neznámého politika, o kterém nikdy v životě neslyšeli, který je černoš a který nebyl nikdy politickým matadorem a pomáhal v kanceláři charity na předměstí Chicaga. Spinové téma „Change“ a „Yes, We Can!“ srovnalo republikánskou kampaň se zemí. V Česku byl předmětem spinu i Jan Švejnar a Jan Fischer při prezidentské kandidatuře,

ale jejich americky řízené kampaně dojely na zoufale nízkou volební disciplínu mladých voličů, kteří dlouhodobě chodí k volbám ve větších počtech jenom v Praze a Brně, zbytek republiky válčují voliči nad 45 let věku. Spinová témata v Česku přitom oslovují hlavně prvovoliče, starší osoby mnohem méně. Čím starší ročník, tím menší pravděpodobnost, že podlehne spinu.

Mládež nakonec hlasovala hlavně pro Karla Schwarzenberga, ne?

Ano, ta kampaň byla povedená, kníže s čírem jako pankáč oslovil mladé voliče, díky své jadrné mluvě (*hovno, prdel, neposrat se z toho...*), která mladým lidem u Karla Schwarzenberga nevadí, na rozdíl od prezidenta Miloše Zemana, což mne dodnes udivuje, že ti lidé nemají trochu sebereflexe.

Kdo bude podle vás zvolen prezidentem po Miloši Zemanovi v roce 2018?

Pokud se nestane v Česku něco na způsob kyjevského Majdanu, bude to opět Miloš Zeman. Na to si můžete i vsadit. Česká veřejnost nemá na výběr jiného kandidáta, na kterém by byl volební konsenzus a který by nabídl více, než může nabídnout Miloš Zeman. Existují tu ale dvě hrozby: zrušení přímé volby prezidenta a odvolání prezidenta pro neschopnost výkonu funkce.

Opravdu podle vás hrozí svržení prezidenta?

Američané ho nechťejí na hradě. A nechce ho tam ani Brusel. Tady na AE News jsem o tom četl od vás článek, který vyvolal v českých médiích rozruch, pro mne to není překvapení, tohle je standardní práce amerického velvyslanectví, stejně takto řídili i demonstrace v Berlíně proti Merkelové minulý rok, načež Merkelová obrátila svůj vstřícný postoj vůči Rusku o 180 stupňů, a to jistě nebyla náhoda. Německé i české neziskovky používají stejné scénáře a prvoplánové šablony při demonstracích, anglické transparenty, anglicky mluvící poradce, není to nic, co bychom u nás v agentuře neznali. Američané nejsou příliš dobří s utajením v těchto záležitostech, jim to ale nevadí. Oni vydají např. dementi a tím to pro ně končí. Pokud jsem si všiml, dementovali i váš článek. Ale to nic neznamena. Oni vydávali dementi i o tom, že nijak nezasahují do politiky Íránu před vypuknutím Íránské revoluce, přičemž těmto dementi nevěřili potom ani samotní američtí zákonodárci.



[FOTO] Bizarní výzva cizích státních příslušníků k fyzické likvidaci prezidenta nebo užiteční idioti?

A to zrušení přímé volby?

To je věc, kterou jsme dostali na stůl minulý týden. Jedná se o průzkum názorů, jestli by občané souhlasili se zrušením přímé volby prezidenta.

Kdo si tento průzkum žádal?

To nemohu sdělit, jenom prozradím, že nejde o domácí zakázku, ale je to zahraniční klient z USA, který si podobnou zakázku zadal i u konkurence.

Znamená to něco konkrétního o dalším spinu z USA?

Nemusí to znamenat nic, mnoho průzkumů se zadává přes prostředníky, zahraniční firmy, český klient třeba nechce odhalit identitu, pro koho se průzkum zadává, takže to posune přes zahraničního prostředníka, třeba z USA. Ale je to vypovídající fakt o tom, že politické strany v ČR litují přímé volby prezidenta. Miloš Zeman má obrovský silný mandát mezi nejsilnějším volebním elektorátem s nejsilnější volební disciplínou v ČR, u lidí mezi 50 až 65 lety. Ať už stojí proti Zemanovi kdokoliv, musí nejprve odstranit tento jeho elektorát. A protože to vypadá, že to asi ani nepůjde, tak zřejmě se někdo chystá na plán B a chce přijít rovnou se zrušením přímé volby.

A to by podle vás prošlo?

Určitě, pomocí vhodného spinu. Sprostý prezident, každý den nový článek proti Zemanovi na hlavních serverech, každý den reportáž proti Zemanovi v České Televizi a série průzkumů veřejného mínění, které se postaví tak, že větší spokojenost obyvatelstva byla s prezidenty v době, kdy nebyli voleni přímo. Taková hezká mediální zkratka, že? A když už jsme u toho, mediálně se to pokryje v České Televizi diskusním pořadem o politické kultuře, že tady existuje reálná hrozba, že si lidé příště zvolí díky své nezodpovědnosti a neuvědomělosti nějakou osobu ještě horší, než je Miloš Zeman a to by mohlo být bezpečnostní riziko pro Českou republiku. Nakonec proti zrušení přímé volby nebude ani nikdo protestovat, jak už jste psali v jednom vašem článku, to bylo výstižné. Podle mne je to reálná možnost, že Česko příště už prezidenta přímo volit nebude, pokud současná koalice zjistí, že se jí nepodaří dosadit na Hrad svého člověka po (nebo proti) Zemanovi.

Koho chce na Hrad současná koalice?

Pravděpodobně to ještě ani sami neví. Vědí, že nechtějí Zemana, ale nemají kandidáta, který by vyhrál přímé volby u občanů. To je ten největší problém pro koalici. Američané by rádi viděli někoho z dua Švejnar – Schwarzenberg, ale ti nemají v konkurenci s Milošem Zemanem šanci. Pokud by ale Zeman již nekandidoval, situace by se změnila, ta šance by u obou dramaticky vzrostla, a to i na úkor takových kandidátů, jako Bohuslav Sobotka nebo Andrej Babiš. Konkrétně Babiš je takový černý kůň případné prezidentské volby, ale on chce být primárně příštím premiérem, aby mohl kontrolovat mocensko-ekonomický business ve státě. To by z pozice prezidenta nemohl.

Je pravda, že Američané chtějí Babiše na Hradě?

Američané chtějí v té pozici někoho, s kým se domluví, kdo jim bude umět kývat na jejich představy a kdo tyto představy pojme za své vlastní. Nemyslím si ale, že se nějaký takový politik tohoto profilu podruhé najde, Václav Havel byl výjimka, natolik významná, že mu odhalili i bustu v americkém kongresu. Babiš je ale oligarcha na český způsob a s těmito lidmi se umí Američané domluvit vždycky. A prezident Babiš by posloužil Američanům lépe než premiér Babiš, protože Američané potřebují ovládat prezidenta jako nejvyššího představitele státu ve vztahu navenek. Premiér je důležitá pozice směrem dovnitř státu a to Američany moc nezajímá. Oni neuznávají historický systém premiérů evropských vlád, nerozumí tomuto systému a proto je i zcela běžné, že když přijede premiér nějaké evropské země do USA, prezident USA ho vůbec nepřijme, není-li

to nezbytně nutné. Snad jedinou výjimkou je britský premiér a německá kancléřka, ale ani jeden z nich není typickým premiérem, jejich pravomoci jsou na rozdíl od běžných premiérů evropských zemí obrovské.



[FOTO] Mediální spinová reklama hnutí ANO

Zemana na Hradě tedy nechce ani Brusel? Ten byl ale z jeho volby původně nadšený, ne?

To nadšení vyprchalo v okamžiku, kdy se Zeman začal chovat více jako prezident České Republiky a méně jako panevropský hodnostář stříhu pana Rompuye. Zemanův silný tlak na posilování ekonomických vazeb českých podniků s východními trhy způsobil v Bruselu nejprve zdvižená obočí a po jeho vstřícných slovech směrem ke zrušení sankcí proti Rusku i doslova zděšení. Zeman ale pořád představuje pro Brusel politika, který má velmi silné pro-evropské a pro-unijní smýšlení a dokud toto zůstane, Brusel bude za Zemana vděčný. Kdykoliv se ale objeví možnost jeho výměny za někoho více protiruského a alespoň stejně pro-evropského, tak nebudou váhat a Zemana potopí.

Když se podíváme na průzkumy třeba v médiích, jak má člověk poznat, že jde o prefabrikát?

Pokud to poznáte, tak to znamená, že jde o velmi špatný prefabrikát. Ale i těch je mnoho. Takovými nepovedenými prefabrikáty jsou třeba různé průzkumy pro některé orgány Evropské Unie a různé neziskové organizace, kde je explicitně poptávka po prefabrikátech za každou cenu. Např. průzkum toho, jestli jsou lidé šťastní, který stát představuje pro naši zemi největší hrozbu, jestli jsou lidé spokojeni se svojí životní úrovní, jestli se lidem žije lépe dnes než před rokem 1989 a mnohé další průzkumy, kterým prefabrikace čouhá z obalů, že to nejde přehlédnout. Takové průzkumy ale nemají žádný potenciál, nemají žádný „impact“ na společnost.

Proč nemají žádný dopad?

Protože nemají vypovídací hodnotu. Když udělá agentura takový průzkum, tak dostane pokaždé jiný výsledek. Dnes jsou respondenti šťastní, protože si našli báječnou partnerku. Za týden se s ní rozejdou a hodnotí svůj život jako nešťastný. V televizi uvidí respondent dvě reportáže o ruské agresi na Ukrajině a do dotazníku napíše, že největší hrozbou pro naši zemi je Rusko. Za týden je hlavním tématem v televizi Islámský stát a ten samý respondent napíše, že největší hrozbou pro Česko je nestabilní Sýrie a Irák. Tyto průzkumy jsou zcela zavádějící a slouží více jako propaganda než jako seriózní materiál s nějakou vypovídající hodnotou. Přesto je však o tyto průzkumy velký zájem. Hlavně ze strany médií a televize.

Znamená to tedy, že mainstream vědomě šíří propagandu a podkládá ji průzkumy stejného ražení?

Já nemám rád slovo propaganda, protože to slovo je posunuté úplně do jiné polohy, než ve které by mělo být. Pokud se snažíte někomu posunout informaci a ta informace má určitý tvar a strukturu, tak to samo o sobě může být vnímáno jako propaganda a přitom jste neudělali nic špatného. Jenom jste vzali informaci vyskytující se v bodě A a přesunuli jste ji do bodu B. Tímto úkonem, jakkoliv se zdá neškodný, vzniká velmi často propaganda, nebo alespoň to, jak ji dnešní média nazývají.

Můžete uvést příklad?

Takovým příkladem je např. kauza Pussy Riot. To je modelový příklad. Ta děvčata provedla výtržnost v kostele a policie je logicky zatkla, zcela korektně, jak by se stalo v každé západní zemi, v USA nebo i u nás. Zahraniční média tu informaci z ruských médií vyzvedla a přenesla ji na hlavní stránky západních novin a serverů ve vyznění, že ruský režim uvěznil disidentskou skupinu. Ty články jsem četl, byly doslova přeložené z ruštiny, bez jediného změněného slova, ale přesto vyznění těch článků v západním tisku byla hotová surová propaganda, která de facto vysvětlovala, že pokud nemůže člověk v kostele svobodně skákat po oltáři a tancovat za doprovodu zvukové aparatury divoké tance, tak je to projevem totalitního režimu a diktatury a nesvobody.

Ano, tak nějak to uváděla i česká média.

Nejenom, že to uváděla česká média. Česká média to slovo do slova převzala od zahraničních tiskových agentur, tuším od Reuters pocházela ta originální zpráva.

Když mluvíme o těchto agenturách, jaké máte s nimi zkušenosti?

Ty velké zpravodajské agentury, to jsou mediální kolosy, kde nejde o novinářinu. Oni novinářinu ani nedělají, ale spíš fungují jako agregátory informací. Fungují de facto jako rádiové vysílače, které přenášejí pouze signál, ale ten signál obsahuje informace, které vznikají mimo tiskové agentury. A problém těchto agentur je v tom, že do svého přenosového pásma pouštějí pouze úzkou skupinu vstupních zdrojů. Přebírají informace od velkých novin, velkých serverů, jak se říká, od mainstreamu. Ale i od VIP bloggerů. A neznámých subjektů s akreditací a tiskových odborů vlád a zpravodajských služeb. A protože mainstream je v soukromých rukách, mnohdy v nadnárodních svazcích, tak najednou začnete zjišťovat, že všechny tyto agentury šíří jeden typ informací, což je velmi nebezpečné pro svobodu a demokracii v západních zemích, protože ne všechno, co se do přenosového pásma těchto agentur dostane, je zpravodajství.



[LOGO] Velká trojka, tiskové agentury AP, AFP a Reuters

Platí stále ona poučka, že jakákoliv propaganda a lež, kterou posvětil velká trojka, se stává pravdou?

Samozřejmě, platí to stále a vlastně dnes to platí více, než tomu bylo kdykoliv předtím. Agentury AP, AFP a Reuters tvoří 99% všech mediálních zpráv v EU a v USA, každou minutu chrlí tisíce zpráv, které okamžitě přebírají národní tiskové agentury jednotlivých zemí a od nich noviny, média a televize. Když půjdete hluboko zpětně po původu těchto zpráv, tak se nedozvíte, kdo je napsal, kde vznikly, kdo je certifikoval jako validní. Dnes stačí zkrátka certifikace toho, že informace vypadla z jedné z těchto tří agentur a tím pátrání po původu informace končí. V tom je obrovská hrozba pro informační integritu v médiích. A když se podíváte, jaký propagandistický étos šíří třeba Česká televize, a to je velmi malá lokální ryba, jaký dopad asi musí mít informace chrlené z těchto tří zpravodajských agentur, které nikdo nekontroluje a neověřuje jejich vstupy?

Jsou tedy informace na alternativních serverech pravdivější?

Propaganda jede na plné obrátky na celé mediální frontě. Také alternativní média publikují často věci za horizontem toho, co bych se já odvážil nazývat pravdou. Ovšem na rozdíl třeba od mainstreamu probublává v alternativních médiích na povrch nezkráslá pravda, ta zásadní pravda bez příkras a nějakého vylepšování. Čtenář má možnost se dozvědět pravdu a dát si jí do konfrontace s informačními produkty mainstreamu. To vidím jako pozitivní věc a světlo na konci tunelu.

Čtete AE News pravidelně?

Občas přijdu a přečtu si nějaké články, na můj vkus jsou příliš dlouhé a obsáhlé, nemám moc času, ale je fajn, že píšete o událostech v širokých souvislostech, o kterých my víme třeba v agentuře, ale do médií se nic takového nedostává. Práce, kterou děláte, může být z určitého pohledu i lehce nebezpečná, protože otevíráte hnisavé rány současné západní mediokracie, mluvíte o vlivech amerických tajných služeb na dění v ČR, o kterém my víme, že se děje v neskutečném měřítku a rozsahu, je ale dobře, že tyto informace zaznívají.

Co byste závěrem vzkázal čtenářům?

Aby neposuzovali zprávy v médiích podle mustru typu „říkali to v televizi, tak to bude pravda,,“ nebo „psali to na nejserióznějším zpravodajském serveru, bude to pravda,,“, protože v dnešní době je pravda velmi křehké, vzácné a výbušné zboží, které se do mainstreamových médií mnohdy ani nedostane. Přemýšlejte nad mediálními zprávami, zdali se nestáváte obětí spinu.

Děkuji Vám za rozhovor.

-VK-