

# Krizová komunikace vlády ČR týkající se pandemie Covid – 19 a postoje obyvatelstva

Karolína Kovaříková

---

Bakalářská práce  
2021



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ústav marketingových komunikací

Akademický rok: 2020/2021

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Karolína Kovaříková**  
Osobní číslo: **K18173**  
Studijní program: **B7202 Mediální a komunikační studia**  
Studijní obor: **Marketingové komunikace**  
Forma studia: **Kombinovaná**  
Téma práce: **Krizová komunikace vlády ČR týkající se pandemie Covid-19 a postoje obyvatelstva**

### Zásady pro vypracování

1. V teoretické části proveďte rešerši relevantní literatury k téme bakalářské práce.
2. Stanovte cíl bakalářské práce, formulujte výzkumné otázky, výzkumnou metodu, výzkumný soubor.
3. Zrealizujte výzkum.
4. Analyzujte výzkumná data, interpretujte výsledky.
5. Na základě zjištěných výsledků zodpovězte výzkumné otázky, stanovte doporučení a zhodnoťte přínosy práce.

Forma zpracování bakalářské práce: **Tištěná/elektronická**

**Seznam doporučené literatury:**

TOMANDL, Jan, Jaroslav ČUŘÍK, Kristýna MARŠOVSKÁ a Tereza FOJTOVÁ. Krizová komunikace: principy, zkušenosti, postupy. Brno: Masarykova univerzita, 2020, 221 s. Promedia. ISBN 978-80-210-9636-3.  
BEDNÁŘ, Vojtěch. Krizová komunikace s médii. Praha: Grada, 2012, 183 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 9788024737805.  
VYMĚTAL, Štěpán. Krizová komunikace a komunikace rizika. Praha: Grada, 2009, 176 s. Psyché. ISBN 9788024725109.  
JURÁŠKOVÁ, Olga. Budování značky prostřednictvím Public relations. Zlín: VerBuM, 2015, 68 s. ISBN 9788087500637.  
ALVAROVÁ, Alexandra. Průmysl lži: propaganda, konspirace a dezinformační válka. Praha: Stanislav Juhaňák – Triton, 2017, 247 s. ISBN 9788075534927.

Vedoucí bakalářské práce: **doc. PhDr. Blandína Šramová, Ph.D.**  
Ústav marketingových komunikací

Datum zadání bakalářské práce: **29. ledna 2021**

Termín odevzdání bakalářské práce: **23. dubna 2021**



---

**doc. Mgr. Irena Armutidisová**  
děkanka

**Mgr. Josef Kocourek, PhD.**  
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 6. dubna 2021

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

### Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

### Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: 21. dubna 2021

Jméno a příjmení studenta: Karolína Kovaříková

podpis studenta

## **ABSTRAKT**

Tato bakalářská práce se zabývá krizovou komunikací vlády ČR během pandemie Covid – 19 a postoji veřejnosti k jejímu zvládnutí. Teoretická část se opírá o odbornou literaturu a definuje pojmy krize, krizová komunikace, pandemie. Dále obsahuje základní informace o Public relations a s ním spojenou krizovou komunikaci, komunikaci s médii a metodu výzkumu obsahovou analýzu. Praktická část analyzuje konkrétní prohlášení v krizové komunikaci představitelů vlády ČR a postoje obyvatel během pandemie Covid – 19.

Klíčová slova: Komunikace, krize, Public relations, krizová komunikace, mediální komunikace, pandemie, Covid – 19, vláda ČR, obsahová analýza

## **ABSTRACT**

This bachelor thesis deals with the crisis communication of the Czech government during the Covid - 19 pandemic and the public 's attitude to managing it. The theoretical part is based on professional literature and defines the concepts of crisis, crisis communication, pandemic. It also contains basic information about public relations and related crisis communication, communication with the media and a research method of content analysis. The practical part analyzes a specific statement in the crisis communication of the representatives of the Czech government and the attitudes of the population during the Covid - 19 pandemic.

Keywords: Communication, crisis, Public relations, crisis communication, media communication, pandemic, Covid - 19, government of the Czech Republic, content analysis

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé práce doc. PhDr. Blandíně Šramové, Ph.D. za její pomoc, cenné rady, věcné připomínky a čas, který mi věnovala. Dále své rodině za trpělivost a v neposlední řadě spolužákům za povzbuzení a psychickou podporu.

*„Komunikujte s lidmi jako se sobě rovnými. Povzbudte je, aby se ptali“*

Bernd Geropp

*„Nemusíte (a nemůžete) vždy říkat vše. Ale to, co řeknete, musí být pravda“.*

Emil Antušák

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>10</b>
<b>1 KRIZE</b> .....	<b>11</b>
1.1 CHARAKTERISTICKÉ ZNAKY KRIZE .....	11
1.2 MIMOŘÁDNÁ UDÁLOST .....	12
1.3 KRIZOVÁ SITUACE .....	13
1.4 NOUZOVÝ STAV.....	13
1.5 EPIDEMIE A PANDEMIE .....	14
<b>2 KOMUNIKACE</b> .....	<b>16</b>
2.1 ZÁKLADNÍ MODELY KOMUNIKACE .....	16
2.2 TYPY KOMUNIKACE.....	17
2.3 VERBÁLNÍ KOMUNIKACE .....	18
2.4 NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE.....	19
<b>3 PUBLIC RELATIONS</b> .....	<b>20</b>
3.1 DRUHY A TECHNIKY PR .....	20
3.1.1 Krizová komunikace .....	22
3.1.2 Politické PR.....	22
3.1.3 Media Relations .....	23
<b>4 MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE</b> .....	<b>24</b>
4.1 PRINCIPY MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE .....	24
4.2 ZÁJMY MÉDIÍ .....	25
4.3 MORÁLKA, ETIKA A VLIV MÉDIÍ .....	25
4.4 MÉDIA A KRIZOVÁ KOMUNIKACE .....	26
4.4.1 Tiskové zprávy, tiskové konference a brífink .....	27
4.5 TYPICKÉ MEDIÁLNÍ PROBLÉMY.....	27
<b>5 METODOLOGIE</b> .....	<b>29</b>
5.1 VÝZKUMNÝ PROBLÉM .....	29
5.2 CÍL PRÁCE .....	29
5.3 VÝZKUMNÉ OTÁZKY .....	29
5.4 METODY PRÁCE.....	30
5.5 KRITÉRIA PRO OBSAHOVOU ANALÝZA.....	30
5.5.1 Persony .....	31
5.5.2 Sledované kategorie .....	31
5.5.3 Hodnocení .....	32
5.5.4 Posuzovaná období.....	33
5.5.5 Zprostředkovatel sdělení .....	33

<b>II PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>34</b>
<b>6 KRIZOVÁ KOMUNIKACE V DOBĚ PANDEMIE COVID – 19.....</b>	<b>35</b>
6.1 KOMUNIKACE BĚHEM 1. VLNY PANDEMIE V ČR (3/2020) .....	35
6.1.1 Hodnocení komunikace – 1. vlna.....	38
6.2 KOMUNIKACE BĚHEM 2. VLNY PANDEMIE COVID – 19 v ČR (8 – 10/2020).....	41
6.2.1 Hodnocení komunikace 2. vlna.....	47
6.3 KOMUNIKACE BĚHEM 3. VLNY PANDEMIE COVID – 19 (12/2020 – 1/2021).....	51
6.3.1 Hodnocení komunikace 3. vlna.....	54
<b>7 POSTOJE OBYVATEL BĚHEM PANDEMIE COVID – 19 .....</b>	<b>57</b>
7.1 PRŮZKUMY VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ BĚHEM 1. VLNY PANDEMIE .....	57
7.2 PRŮZKUMY VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ PO ROCE ŽIVOTA V PANDEMII COVID – 19 .....	59
<b>8 VÝZKUM A ROZBOR ANALÝZY .....</b>	<b>63</b>
8.1 CÍL VÝZKUMU .....	63
8.2 SBĚR DAT .....	63
8.3 ANALÝZA VÝZKUMU .....	63
8.3.1 Krizová komunikace vlády ČR .....	64
8.3.2 Postoje veřejnosti během pandemie Covid – 19 .....	67
8.4 ZODPOVĚZENÍ VO.....	67
8.5 NÁVRH A DOPORUČENÍ.....	69
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>71</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>72</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>78</b>
<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>79</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>	<b>80</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>81</b>



## ÚVOD

Komunikace je nedílnou součástí našich životů. Již od narození, aniž bychom si to uvědomovali, se o ni snažíme. Pro někoho může být komunikace velmi snadná, nemá zábrany a může se zdát, že je to rozený řečník. Na opačném konci může být někdo, pro koho je komunikace stresující, ocitá se díky ní v nekomfortní zóně a nevyhledává ji. I přesto je komunikace považována za něco tak automatického, že si bez ní nedokážeme život ani představit. A tak jako je nedílnou součástí našich životů komunikace, jsou jimi i krize, s kterými se během života setkáváme. Ať už se jedná o jakoukoliv krizi, je velmi důležité umět během ní komunikovat. Krizí většina z nás chápe jako něco neočekávaného, negativního, nevyžádaného a komplikujícího náš běžný život. Během krize jsme nuceni vystoupit ze své komfortní zóny a naučit se komunikovat. Stejně tak může krize zasáhnout jakoukoliv firmu, organizaci nebo veřejnou správu. A nyní přichází na řadu krizová komunikace, která má svá přesná pravidla, dá se nazvat jakousi disciplínou, kterou je důležité umět aplikovat a zvládnout tak, aby dopady krize byly co nejmenší.

Takovou neočekávanou krizí prochází právě nyní celá naše společnost, a to nejen v naší republice, ale na celém světě. Pandemie nového koronaviru ukazuje, jak která země ovládá krizovou komunikaci, díky níž se snaží zvládat tuto neočekávanou situaci. Krizová komunikace vlády a její boj s pandemií má také velký vliv na postoje veřejnosti, které se díky ní během krize mění.

Jelikož je pandemie Covid - 19 a krize s ní spojená v současnosti něčím novým, s nímž se nikdo z nás v minulosti nesetkal, stala se pro tuto práci zajímavým tématem.

Práce se bude zabývat analýzou krizové komunikace vlády ČR během pandemie Covid – 19 a postoji veřejnosti, jak se vládě v boji s pandemií daří.

V teoretické části bakalářské práce jsou popsány základy komunikace, vymezení pojmů týkajících se krize, všeobecné definice PR, až po zásady krizové komunikace a komunikace s médii. Následuje metodický postup a stanovení výzkumných otázek. Praktická část obsahuje podklady potřebné k provedení obsahové analýzy a průzkumy veřejného mínění, které budou následně posouzeny. V závěru práce budou vyhodnoceny cíle a zodpovězeny výzkumné otázky. Na základě zhodnocení krizové komunikace, její kvality a možný vliv na postoje veřejnosti, budou dána doporučení do budoucna.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 KRIZE

Tato kapitola je zaměřena především na vymezení pojmů týkajících se krizí, mimořádných událostí, postupů a stavů vedoucích k ochraně obyvatelstva, majetku a bezpečnosti v souvislosti s tématem práce. Podle Zapletalové (2012) je krizí označen stav, kdy je narušena rovnováha zaběhlých a běžných systémů a přestává fungovat jejich daný řád.

Vymětal (2009, s. 15) krizi definuje takto: „můžeme ji chápat jako postoj okolního prostředí k danému systému. U každého krizového jevu můžeme vysledovat časově ohraničené fáze, které tvoří tzv. životní cyklus krize“. Podle Juráškové (2015) nemusí každý jednotlivec krizi chápat stejným způsobem. Proto je důležité vytvořit si v souvislosti s tím vlastní definici a zajistit, aby ji všichni členové krizového managementu chápali stejně. Za nejjednodušší význam krize lze označit neočekávanou negativní publicitu. Ta bude pravděpodobně velmi často směřovat k velkému množství potíží. Krize může ale také představovat příležitost, díky níž má podnik možnost ukázat svoji schopnost komunikovat, podávat pravdivé informace, prokázat zodpovědnost a bezúhonnost.

### 1.1 Charakteristické znaky krize

„Krizi má rovinu reálnou – tedy samotný problém – a rovinu mediální – tedy svůj odraz ve zpravodajství a publicistice, případně na sociálních sítích. Obě roviny se nemusí vždy nutně překrývat“ (Tomandl a kol., 2020, s. 18).

Jak uvádí Ventr (2016) krize se liší příčinou, intenzitou, svým průběhem, dopadem, ale zejména svou podstatou. Pro správnou krizovou strategii je velmi důležité určit již v jejím začátku o jaký typ krize se jedná. Všechny krize se vždy vyznačují společnými znaky:

- rozkladným charakterem – až do vyřešení krize pozastavuje všechny činnosti podniku
- negativním průběhem – všechny aktivity směřují mimo běžné úkoly a má negativní vliv na soustředěnost při práci, má za následek napjatou atmosféru v prostředí, způsobuje nedůvěru a pochybnosti vůči dané společnosti
- rozdělením organizace – všichni zaměstnanci se přiklání ke straně, kterou si volí na základě svých preferencí, zájmů svých nebo společnosti

- vyvolání zkreslených dojmů – vyvolaný dojem může být u zainteresovaných jednotlivců považován za reálný a podporovat v nich negativní nálady
- překvapujícím charakterem – nastává téměř vždy, a to i v případech, kdy je management na určitá rizika připraven

„Životní cyklus krize zahrnuje z pohledu zájmu veřejnosti následující tři fáze:

1. Erupce – vznik krize, roste zájem veřejnosti a médií. Je nutné kontrolovat šíření informací, zabránit panice a nepromyšleným reakcím.
2. Vyvrcholení – opadávání zájmu, veřejnost je informacemi již přehlčena.
3. Ztráta zájmu – dochází k úpadku zájmu, krize již není hlavním tématem médií.

Následně je nutné obnovit dříve dosaženou důvěru a přátelství. Součástí je také identifikace situace dle časového charakteru a situaci řešit“ (Vintr, 2016).

## 1.2 Mimořádná událost

Mimořádná událost označuje složitou situaci, která působením svých sil ovlivňuje větší množství lidí. Může být vyvolána činnostmi člověka, přírodními vlivy nebo havárií ohrožující život, zdraví, majetek nebo životní prostředí. Často se jedná o katastrofy nebo hromadná neštěstí. Vyžaduje provádění záchranných a likvidačních prací (Šenovský, Adamec, 2004, s. 38).

Podle Vymětala (2009, s. 18) se jedná o obtížnou životní situaci, která se týká zpravidla větší skupiny osob, je nebezpečná, těžko zvladatelná, ohrožující život a zdraví, téměř vždy je za hranicí běžné lidské zkušenosti a mívá nedozírné následky. Může se jednat o katastrofu nebo hromadné neštěstí. Mimořádná událost představuje riziko, které však může být určeno už ve svém začátku a mohou tak být realizována účinná opatření, která vedou k jeho zmírnění. Mezi mimořádné události patří živelné pohromy, technologické a provozní havárie, závažné dopravní nehody, rozsáhlé požáry a inverzní stavy, epidemie a migrace, závažné ohrožení bezpečnosti a veřejného pořádku.

Svozilová (2008) uvádí následující: „problematiku mimořádných událostí a likvidaci jejich následku řeší přednostně Integrovaný záchranný systém prostřednictvím svých složek ve spolupráci s obcemi, vyššími územně správními celky – kraji a dalšími orgány. Pokud je

možné mimořádnou událost vyřešit v tomto rámci, hovoříme o havarijním plánování. Jsou-li předpokládány následky mimo tento rámec, hovoříme o krizovém řízení. Krizové řízení se odehrává při krizových situacích za vyhlášeného krizového stavu“.

### 1.3 Krizová situace

Krizová situace je typ mimořádné události, důsledkem které, je vyhlášení stavu nebezpečí, nouzového stavu, ohrožení stavu či válečného stavu. V průběhu krizové situace jsou veškerým hrozbám vystaveny důležité hodnoty, zájmy a statky podniku, zainteresovaných stran a státu. Hrozící nebezpečí nelze odvrátit a způsobené škody nelze odstranit běžnou činností orgánů veřejné moci, ozbrojených sil a bezpečnostních sborů, záchranných sborů, havarijních a jiných služeb, právnických a fyzických osob (Vymětal, 2009, s. 16).

Jak uvádí Šenovský a Adamec (2004, s. 40) jen těžko se dá předvídat její vývoj, jsou narušeny stavy důležitých systému, které byly až doposud v rovnováze (přírodních, ekonomických, společenských, sociálních atp.). Pro správná východiska a zvládnutí krizových situací nejsou obvyklé pravomoci a dovednosti manažerů a dostupné zdroje zcela dostačující.

„V podobných situacích se nikdo nevyhne komunikaci, a to především prostřednictvím médií. Cílovým publikem však nejsou sami novináři (ti slouží pouze jako zprostředkovatelé), ale klíčové zájmové skupiny, stakeholdeři, od zaměstnanců přes obchodní partnery, investory, akcionáře až k široké veřejnosti, jejíž názor nelze dlouhodobě přehlížet v žádném oboru lidské činnosti“ (Tomandl a kol. 2020, s. 19).

### 1.4 Nouzový stav

Vymětal (2009, s.20) nouzový stav definuje takto: „nouzový stav je stav vyhlášený vládou ČR, popř. předsedou vlády ČR v případě živelných pohrom, ekologických nebo průmyslových havárií, nehod nebo jiného nebezpečí, které ve značném rozsahu ohrožují životy, zdraví, majetkové hodnoty nebo vnitřní pořádek a bezpečnost“. V ČR se vyhlášení nouzového stavu řídí ústavním zákonem č. 110/1998 Sb., o bezpečnosti České republiky (Ministerstvo vnitra ČR, © 2020).

Nouzový stav nemůže být vyhlášen z důvodu stávkové akce vedené na ochranu práv a oprávněných hospodářských a sociálních zájmů. Je-li nebezpečí z prodlení, může vyhlásit nouzový stav předseda vlády. Jeho rozhodnutí vláda do 24 hodin od vyhlášení schválí nebo zruší. Vláda o

vyhlášení nouzového stavu neprodleně informuje Poslaneckou sněmovnu, která může vyhlášení zrušit. Nouzový stav se může vyhlásit jen s uvedením důvodů na určitou dobu a pro určité území. Současně s vyhlášením nouzového stavu musí vláda vymezit, která práva stanovená ve zvláštním zákoně a v jakém rozsahu se v souladu s Listinou základních práv a svobod omezují a které povinnosti a v jakém rozsahu se ukládají. Podrobnosti stanoví zákon. Nouzový stav se může vyhlásit nejdéle na dobu 30 dnů. Uvedená doba se může prodloužit jen po předchozím souhlasu Poslanecké sněmovny. Nouzový stav končí uplynutím doby, na kterou byl vyhlášen, pokud vláda nebo Poslanecká sněmovna nerozhodnou o jeho zrušení před uplynutím této doby (Sbírka zákonů, 1998).

## 1.5 Epidemie a pandemie

Epidemie je neobvykle vysoký výskyt infekčního onemocnění (nákazy) osob na omezeném území během definovaného časového úseku. Označuje se tak situace, kdy je výskyt určitého onemocnění výrazně vyšší než obvykle očekávaný výskyt tohoto onemocnění v závislosti na místě a čase. Termín "výrazně převyšuje" se v různých státech světa definuje různě (Pandemie, © 2016–2021):

Lze totiž sledovat různé ukazatele:

- úmrtnost
- počet nových onemocnění
- počet pracovních neschopností
- množství prodaných léků

Slovo pandemie je odvozeno z řeckých slov pan (všichni) a demos (lidé), jak už název napovídá jedná se o epidemii, která se šíří u lidí napříč státy i kontinentům. Infekční onemocnění, které se šíří všude je velmi nebezpečné a ohrožuje miliony lidí. Pandemie musí být infekčního charakteru. Proto i když rakovina nebo infarkt myokardu zabíjí miliony lidí napříč kontinenty, nejedná se zde o pandemii. Pro vznik pandemie je často nutný nový typ patogenu, se kterým se organismus ještě nesetkal a nemá proti němu vytvořeny žádné protilátky. Díky tomu se nemoc rychle šíří mezi kontinenty. Imunitní systém člověka dokáže driftované viry rozpoznat, avšak jen částečně, tzn. že člověk může opakovaně onemocnět,

ale bez závažných následků. Šíření driftovaných virů může způsobovat sezónní epidemie, nemá však obvykle pandemický průběh (Pandemie, © 2016-2021).

„Genetický shift představuje náhlou a výraznou změnu v genetické informaci viru. Dojde při ní k záměně jednoho nebo obou povrchových znaků haemaglutininu (H) či neuramini-dázy (N). Genetický shift je možný jen u chřipky typu A. Antigenní shift je nutnou, nikoli postačující podmínkou vzniku pandemie. Druhou podmínkou pro vznik pandemie je vysoká nakažlivost viru v lidské populaci. Ta předpokládá přenos vzduchem formou kapénkové infekce, případně osobním kontaktem nebo předměty, které jsou kontaminovány sekrety nemocného člověka“ (Kolektiv autorů, 2006).

## 2 KOMUNIKACE

Mezi základní potřeby v našem životě patří schopnost dorozumívat se. Již od narození, aniž bychom si to uvědomovali, se snažíme komunikovat. Na počátku je hlavním prostředkem ke komunikaci zvuk, postupně se přidávají gesta a řeč. Účel komunikace je jednoduchý, od základních potřeb jako jsou ty nezbytné pro život (potřeba jídla a pití) a ochranné až po společenské. Díky komunikaci dosahujeme vyšších cílů, seberealizace a postavení ve společnosti. Umění komunikovat má velký vliv na náš život, ať už se jedná o komunikaci verbální nebo neverbální.

Jak uvádí Bayer (2014) ve své práci: „Samotný pojem komunikace pochází z latiny, konkrétně z communis, tj. ve významu společný, pospolitý, obecný, resp. slovesa communicare, které se překládá jako „radit se“ nebo „sdílet“. K ekvivalentům termínu communicare patří i participare ve významu spolupodílet se s někým o něco. Významově tedy předpokládá vzájemnou komunikaci za účelem dorozumívání, koordinace aktivit či vzájemného ovlivňování se mezi jednotlivci či skupinami.“

Základem komunikace, ať už verbální či neverbální, je sdělování neboli přenos jakékoliv informace ze strany jedné na stranu druhou, kde je konečný příjemce. (Foret, 2011, s.17).

Podle Antušáka a Kopeckého (2005, s.9) lze komunikaci chápat jako: „zprostředkované sdílení – základem je řeč, prostřednictvím které je možné reflektovat a vysvětlovat rozpoložení a pocity jedince a sdělování informací prostřednictvím artikulovaných slov – východiskem je soubor informací sdělených subjektem vůči svému okolí, zahrnuje sdělování, směnu informací a jejich sdílení v sociálním prostoru.“

### 2.1 Základní modely komunikace

„Počátky teorie komunikace bývají kladeny do let těsně následujících po konci druhé světové války a jsou spojovány s rozvojem kybernetiky. V roce 1948 vydal americký matematik Norbert Wiener práci *Kybernetika: řízení a komunikace v živých organismech a ve strojích*. Podle Wienera, který bývá pokládán za zakladatele kybernetiky, řízení jiné osoby v principu znamená nic víc než s ní komunikovat. Ve stejném roce se procesem komunikace zabýval americký politolog a teoretik komunikace Harold Dwight Lasswell, který ve svém schématu



popsal komunikaci jako jednostranný a přímý tok informací od komunikátora směrem k příjemci“ (Foret, 2011, s. 17).

Podle Bayera (2014) je nejčastějším modelem komunikace v dnešní době přímá komunikace dvou subjektů. Nejdříve je informace komunikátorem zakódována do určité formy (verbální, neverbální, písemné či obrazové), aby ji příjemce byl schopen dekodovat a porozuměl sdělení. Jakmile k tomu dojde, může dát odesílateli zpětnou vazbu. Při tomto procesu může docházet k nežádoucímu stavu (šumu), který vzniká různými vlivy. Vnějšími, které jen těžko můžeme ovlivnit, jako je např. špatný signál, hluk, rozmazaný text a vnitřními, mezi které můžeme zařadit např. rozdílné dovednosti (čtení, rozdílný jazyk, inteligence), neporozumění, rozdílné názory a nepochopení. To však nemusí být jen chybou příjemce sdělení, ale už v jeho samotném počátku, např. špatně zvoleným příjemcem, nezájem, absence motivace zasílat zpětnou vazbu. K těmto nedorozuměním a šumům dochází velmi často. Je to způsobeno množstvím subjektů a sdělení, která přicházejí ze všech stran, z různého prostředí, rozdílného sociálního a kulturního zázemí, odlišného vzdělání. Tento proces je tedy velmi přirozený.

Holá (2011, s. 191) doplňuje: „že ústní komunikace patří mezi nejpoužívanější formu komunikace, která je jen těžko nahraditelná a jako jediná se vyznačuje možností okamžité interakce, vysvětlení možného nedorozumění a potlačení pravděpodobného vzniku informačního šumu. Jestliže je veden otevřený dialog, je její nespornou výhodou okamžitá zpětná vazba“.

## 2.2 Typy komunikace

Obecně v mezilidské komunikaci rozlišujeme určité typy komunikace, podle toho, v jakém prostředí je využívána. Vliv má také společnost, kde zmíněný přenos probíhá.

Podle Jiráka a Köplové (2003, s. 17) rozlišujeme komunikaci ve společnosti na:

1. Intrapersonální
2. Interpersonální
3. Skupinovou
4. Meziskupinovou
5. Institucionální/organizační, celospolečenskou

Antušák a Kopecký (2005, s. 14) definují typy komunikace následovně:

**Intrapersonální komunikace** - představuje komunikaci se sebou samým. Jedná se o vlastní myšlenky, které mohou, ale nemusí být zaznamenány např. formou poznámek, psaním deníku, textů apod.

**Interpersonální komunikace** - probíhá v přímém kontaktu s ostatními účastníky komunikačního procesu. Příjemcem může být jednotlivec, skupina nebo široká veřejnost.

**Veřejná komunikace** - je směřována k široké skupině obyvatel, rozdílných názorů, postojů např. voličů, kteří mezi sebou většinou nemají žádné osobní vazby. Komunikace probíhá mezi jedním šířitelem sdělení a širokým publikem, a to v daný čas a místo.

**Masová komunikace** - představuje druh sociální komunikace, kdy je sdělení šířeno masovými médii a míří k široké veřejnosti.

**Mediální komunikace** - je specifický typ masové komunikace prostřednictvím médií (televize, rozhlas, internet, tisk atp.). Základní formou jsou tiskové konference, tiskové zprávy, rozhovory s médii, prezentace, mediální kampaně a spolupráce se specializovanými novináři.

Podle Halady (2015, s. 69) jsou v současné době stále více využívána tzv. *nová média*. Jedná se především o internet, a to především pro svou interaktivitu, časovou nezávislost, možnost komunikovat odkudkoliv a s neomezeným počtem účastníků.

### 2.3 Verbální komunikace

Verbální komunikace patří k nejsrozumitelnější formě komunikace. Díky písemné, grafické a zvukové stopě dochází k minimalizaci nejasností během přenosu sdělení a jeho obsah, je tak jasný a srozumitelný (Hrubošová, 2011, s. 20).

„Verbální komunikace má velký význam v životě jedince, ale i lidstva, a právě z tohoto důvodu se verbální komunikace stala předmětem studia mnoha vědních oborů. Nejznámějším oborem je lingvistika neboli jazykověda, vedle lingvistiky lze vyjmenovat například filologii neboli vědu o lidské řeči, zahrnující gramatiku, etymologii, rétoriku, literární kritiku

atp., dále pak filosofii řeči, fonologii a fonetiku, ale také etymologii, která se zabývá sledováním historického vývoje slov“ (Křivohlavý, 1988, s. 113).

Dalším druhem verbální komunikace je komunikace písemná. Tato forma má většinou vyšší váhu, protože existuje písemný doklad o realizaci komunikace (Antušák a Kopecký, 2005, s. 14).

## 2.4 Neverbální komunikace

Neverbální komunikací rozumíme komunikaci beze slov, která tvoří 55 % účinku komunikačního aktu. Umožňuje přenášet postoje a emocionální stavy, někdy může vystupovat i samostatně. Je do značné míry neuvědomovaná. Většina signálů neverbální komunikace je naučená, zejména v rámci socializace (procesu začleňování člověka do společnosti). Neverbální komunikace probíhá většinou tváří v tvář. Existují tři zdroje komunikačních podnětů neverbální komunikace – verbální (slova), hlasové (výška, tón a zabarvení hlasu) a výrazy v obličeji. Podle výrazů v obličeji a dalších gest lze rozpoznat náladu, rozpoložení a pravdivost účastníků komunikace. Za komunikující tedy hovoří řeč těla (Vintr, 2016).

„Neverbální vyjadřování emocí se stalo předmětem mnoha výzkumů, které ve většině případů odhalily, že výrazy obličeje mají všeobecný význam, jsou u všech lidí stejné, tudíž vrozené“ (Nakonečný, 2009, s. 171).

### 3 PUBLIC RELATIONS

„Public relations (PR) jsou součástí integrované marketingové komunikace, jsou součástí komunikačního mixu. Volně přeloženo jsou to vztahy s veřejností. Nejrozšířenější definicí public relations je ta, která byla přijata v roce 1978 Institutem Public Relations: *Public relations je záměrné, plánované a dlouhodobé úsilí vytvářet a podporovat vzájemné pochopení a soulad mezi organizacemi a veřejností.* Nástroje PR slouží k hledání příležitostí pro komunikaci, kdy správným a efektivním způsobem komunikovaná událost vede k pochopení vzniklé situace. Pochopení pak vede k porozumění dějům a rozhodnutím, která jsou komunikována v rámci PR. A pokud nás ti, ke kterým komunikujeme, pochopí a porozumí nám, pak může vzniknout důvěra, která je vrcholem práce v PR, nejvyšším bodem efektivní komunikace. Tento postup je nazýván sociálně-psychologickým modelem PR“ (Jurášková, 2015, s. 5).

PR jsou dlouhodobou a oboustrannou komunikací, jejímž cílem je vytvoření a udržení dobré image, vztahů a komunikace s cílovými skupinami. Na rozdíl od klasické reklamy, která využívá ke komunikaci zásadně masmédiá, využívají PR ke komunikaci s veřejností jiné prostředky (Public Relations, ©2011). „Veřejností rozumíme jakoukoliv skupinu, která má skutečný nebo potencionální zájem o společnost, případně vliv na její schopnost plnit své cíle. Public relations čili vztahy s veřejností zahrnují pestrou škálu aktivit podporujících nebo bránících image společnosti či jejích jednotlivých výrobků“ (Kotler a Keller, 2013, s. 567).

#### 3.1 Druhy a techniky PR

Jak uvádí Jurášková (2015, s. 6) Public relations je sociálně komunikační aktivita, která organizaci pomáhá zprostředkovat způsob, jak bude vnímána veřejností nejen navenek (zákazníci, distributoři, vláda, zainteresované skupiny, sdělovací prostředky, instituce, obecná veřejnost), ale také uvnitř (zaměstnanci, vedení firmy, odbory, pobočky). Při účinné komunikaci je nezbytné uvědomit si, že správně nastavená komunikace uvnitř organizace, je základem pro efektivní vnější komunikaci.

##### **Druhy public relations**

*Public affairs* – aktivity zaměřené na do nevýrobní a neziskové sféry

*Press relations* – práce s tiskem a médii

*Government relations* – vztahy s vládními institucemi

*Investor relations* – vztahy k akcionářům, investorům

*Community relations* – spolupráce s blízkými organizacemi

*Employee relations* – vztahy s vnitřní veřejností

*Industry relations* – vztahy s odvětvovými partnery

*Minority relations* – vztahy s menšinovými skupinami

PR aktivity ve vztahu k veřejnosti většinou realizují prostřednictvím sdělovacích prostředků. Zásadní věcí v PR je stanovení cílů s ohledem na stanovenou strategii organizace a firemní filozofii.

Podle Vymětala (2009) do strategických cílů patří dlouhodobější záměry (např. zlepšení image organizace v očích veřejnosti). Do komunikačních kanálů PR patří: osobní komunikace, tisková média (deníky, časopisy, publikace) elektronická média (rozhlas, TV), venkovní reklama, výstavy a veletrhy, internet, elektronické a jiné nosiče informací. Při řešení krizových situací je klíčová rychlá reakce PR pracovníků dané organizace s využitím předem připraveného scénáře pro krizovou komunikaci.

Krizová komunikace se pro firmy a organizace stává životně důležitou záležitostí v případě, že dojde ke vzniku jakékoli krizové situace. Je velmi důležité, jak zmíněné subjekty na tyto události reagují. Je totiž zcela zřejmé, že především média a veřejnost mohou měnit a ovlivňovat průběh krize-k lepšímu nebo k horšímu-v mnoha případech tak např. negativně ovlivnit kariéry managerů, snížit ceny akcií nebo mít katastrofický dopad na jejich reputaci. Za „starých časů“ (což není tak dávno) měly komunikační týmy a vedení nějaký čas na to, aby se dohodli, jak situaci řešit a co říci veřejně. Některé učebnice hovoří o tzv. „zlaté hodině“ a vysvětlují, že pro plánování a přípravu komunikační strategie by měla být bezesbýtku využita první hodina po vzniku krizové události. S rozvojem sociálních médií však již tento „luxus“ není prakticky možný, neboť zprávy o takové události se téměř okamžitě objevují na Facebooku nebo Twitteru. Ihned poté veřejnost a média očekávají vaše oficiální zprávy a posuzují, jak reagujete a jaké jsou vaše priority. Pokud nereagujete okamžitě a ihned neposkytnete odpovědi na nevyřčené otázky, bude na vás pohlíženo jako na ty, kteří se jim vyhýbají. Tím se vytvoří vakuum, které ostatní zaplní, a proto je nanejvýš vhodné, aby byla komunikace s médii a veřejností zahájena co nejdříve. Zveřejněním zprávy na Facebooku

nebo tweetováním několika slov krátce poté, co se něco stalo, dáváte najevo, že vy a vaše společnost budete primárním poskytovatelem relevantních a objektivních informací (Braataas, 2018, s. 77).

### 3.1.1 Krizová komunikace

Pro oblast řízení vztahů s veřejností není primárně krizí událost, které se stala, ale to, co si okolí myslí, že se stalo. Zásadní sdělení jsou ta, které okolí očekává, ne ta, která jsou považována za vhodná (Jurášková, 2015, s. 30).

Ať už se krizová komunikace odehrává v jakékoliv situaci, je důležité, aby všechna vyjádření prozařovalo několik základních poselství. První důležitý vzkaz pro veřejnost zní: Nic neskrýváme! Účinnost krizové komunikace stojí a padá s tím, zda je pro cílové publikum důvěryhodná. Jediná nepravda, kterou se veřejnosti nebo médiím podaří odhalit, může zhatit celé komunikační úsilí. Působit transparentně je tedy žádoucí i v situaci, kdy nemůžeme říct celou pravdu (Tomandl a kol., 2020, s. 50).

Krizovou komunikaci lze obecně definovat jako shromažďování, zpracování a zprostředkování informací potřebných pro řešení krizové situace. Krizová komunikace představuje sběr a zpracování informací pro rozhodování krizového managementu a šíření krizových zpráv veškerým zainteresovaným subjektům (Vintr, 2016).

### 3.1.2 Politické PR

Ať má politická strana, či konkrétní politik, jakékoliv postavení na „politickém“ trhu, musí vyvíjet snahu o veřejnou podporu, podporu voličů, musí prezentovat sám sebe, svoje názory, postoje. Vědomé a cílené využívání nástrojů PR je v současné době pro politiky a politické strany nutností, která může vést k vytvoření jejich pozitivního obrazu. Všechny politiky postihuje problém „důvěryhodnosti“. Je to velmi často v osobnosti politika, v jeho schopnosti komunikace, sebeprezentace, v otevřenosti, mediálním talentu, ale i v lidskosti, přístupu k řešení problému. Využití nástrojů PR, zejména media relations, budování pozitivních vztahů se zástupci médií, využívání sociálních médií, otevřená komunikace a „dostupnost“ politika jsou základními kameny jeho image (Jurášková, 2015, s. 44).

Podle Bayera (2014): „politické soupeření a snaha zaujmout veřejnost a média vede k tomu, že se řada zvolených, i těch, kteří chtějí být zvoleni, vyjadřuje k jednotlivým projektům. Jde samozřejmě o přirozenou součást správy věcí veřejných a soupeření stran a hnutí, nicméně v těchto

případech dochází k cílenému předkládání negativních agend médiím. Svou roli zde mohou sehrát i osobní antipatie volených představitelů, změny v mocenském rozložení politických stran a hnutí, kdy se občas jednotlivé proudy snaží tyto změny zdůvodnit právě činností organizace. Leckdy dochází i k zjevnému i skrytému napadání představitelů jedné strany či hnutí“.

### 3.1.3 Media Relations

Media relations (někdy také pressrelations) tvoří jednu z nejdůležitější součástí public relations aktivit. Jejich úkolem je vytvářet a posilovat pozitivní vztahy se zástupci médií, které Vám dokáží ušetřit čas a peníze při prosazování vlastních informací. A nejen to. Jakmile se Vám jednou podaří zkrotit sílu médií, poznáte, že mohou ve vhodný okamžik doslova zachránit situaci, například tehdy, když se objeví problém, který by byl za normálních okolností nad vaše síly (Media-relations, 2021).

Moc médií sahá daleko za hranici reklam. Média rozhodují, o kterých tématech se bude mluvit a která pozornosti uniknou. Určují trendy, přispívají k celospolečenským náladám a formují veřejné mínění. Kdo není v médiích, jako by nebyl, kdo s nimi neumí jednat, obrátí se proti němu. Schopnost budovat a udržet dobré vztahy s novináři, tzv. media relations, patří k bezpodmínečné výbavě vrcholových manažerů. Od poskytování tiskových informací po komentáře a veřejná prohlášení (LIGS University, ©2021).

Jak uvádí Jurášková (2015, s. 10) media relations jsou nedílnou součástí PR, která se prolíná do všech jejích dalších aktivit. Aby vzájemná spolupráce s médii byla co nejlepší a úspěšná, je potřeba v oblasti media relations dodržovat tato pravidla:

1. Spolehlivost a důvěra
2. Odbornost
3. Zajímavost tématu
4. Dlouhodobý vztah

## 4 MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE

Podle Bednáře (2012, s.10) „komunikace s médii není pouze věcí PR specialistů, ale umění se v ní orientovat by mělo být základní kompetencí každého manažera, politika, vedoucího pracovníka nebo jakkoliv jinak aktivního člověka. Krizová komunikace je nejdůležitější disciplínou této kompetence. Mnoho skutečně vážných mediálních problémů totiž vzniká jako důsledek nedorozumění mezi nimi a lidmi o nichž píše“.

Pokud mají být PR a krizová komunikace úspěšná je nezbytná znalost médií a toho, jak žurnalisté přemýšlí, včetně jejich rutiny, jak pracují. Média hrají velmi důležitou roli v šíření informací o krizi široké veřejnosti. Díky tomuto kanálu se k cílovým skupinám dostávají také stanoviska, která organizace, firma nebo stát ke krizi zaujímá (Tomandl a kol., 2020, s. 155).

Vymětal (2009, s. 42) se domnívá, že sdělovací prostředky hrají klíčovou roli zejména během mimořádných událostí, jejich průběhu a v informovanosti a přípravě veřejnosti při řešení následků, které jsou u mimořádných událostí vždy její součástí. Je tedy velmi důležitá spolupráce se zástupci médií už při vzniku krizových plánů a scénářů. Aby byla tato spolupráce přínosná, musí se řídit základními principy, jako je důvěra, partnerství, dbát na potřeby médií, zachovávat kulturu, zákony a normy, kterými jsou média limitována.

### 4.1 Principy mediální komunikace

„Existují různé typy médií. A stejně tak existuje celá řada různých způsobů, kterými jsou média klasifikována. Do médií obecného zpravodajství a publicistiky patří deníky, společenské a politické časopisy poskytující pravidelné zpravodajství a publicistiku, televizní a rozhlasové stanice poskytující totéž a zakládající svou funkci na informování nerozlišeného publika. Přesněji řečeno tedy média, která mají velmi širokou cílovou skupinu. Odbornými médii rozumíme ta, která se koncentrují na určitý problém či výseč reality. Všechna tato média, společně s analogickými webovými servery, televizemi a rozhlasovými stanicemi mají společné to, že nabízí informace na vysoké věcné a faktické úrovni skupině příjemců, která je dovede využít, přičemž základem existence média není tato skupina, ale obsah, který médium poskytne“ (Bednář, 2012, s. 15).



Jak uvádí Jiráček a Köpplová (2009, s. 21) díky novým technologiím a možnostem zvyšovat počty sdělení masovou komunikací, se dostávají k masovému publiku a je nepodstatné, zda média daná sdělení vytváří sama nebo je přebírají odjinud.

## 4.2 Zájmy médií

Různá média mají různé zájmy a jsou v podstatě dvojího typu (Bednář, 2012, s. 16):

1. Soukromá média - hlavním zájmem je uspokojit cílovou skupinu, získat a udržet publikum, dlouhodobě poskytovat kvalitní, publikem oceňovaný a žádaný obsah, dosáhnout a udržet obchodní úspěch, zájem inzerentů, abonentů a konkurence.

2. Veřejná média - plnit roli, která je definována statutem média, poskytovat obsah, který je po médiu vyžadován v rámci prostředků a možností, které jsou k dispozici. Být vnímavý k publiku, ale zachovávat si také pozornost vůči minoritním názorům (zde je jeden z největších rozdílů oproti soukromým majitelům).

„Zástupci médií od svého zdroje obvykle požadují informace včasné, přesné, pravdivé, podložené důkazy, pravidelně aktualizované, krátké, stručné, zhuštěné. Dále očekávají transparentnost, zaujetí, poskytnutí informací „z první ruky“. Spolupráce se sdělovacími prostředky v tematické mimořádných událostí je limitována určitými faktory, které vyplývají z jejich povahy, zájmů a činností“ (Vymětal, 2009, s. 44-45).

Média jsou velmi různorodá. Patří sem nejen klasická či tradiční masová média typu tisk, rozhlas, televize, ale rovněž online média a v širším pojetí i sociální sítě všeho druhu. Právě sociální sítě jako Facebook, Twitter, Instagram a podobně, mají dnes obrovský vliv na rychlé šíření velmi rozmanitých informací. Vznik tohoto typu žurnalistiky umožnily technologie, díky internetu lze nově kombinovat v minulosti odlišná média nebo platformy (Kolodzy, 2006, s. 6).

Pokud chceme s médii pracovat, je důležité je nejdříve pochopit a umět je používat, a to tak, jak si to vyžaduje daná situace či událost (Bednář, 2012, s. 18).

## 4.3 Morálka, etika a vliv médií

Bednář (2012, s. 29) píše: „množství a povaha informací, se kterými novináři pracují, je reálně nutí vytvářet postupy, jimiž samostatně regulují svou práci. Takto vznikají morální

zásady a etické kodexy médií. Pro jejich tvorbu neexistuje žádná univerzální norma a v českém prostředí mají tato média v tomto směru takřka úplnou svobodu vlastního rozhodnutí. Média, která jsou zřízena jako veřejná (v České republice je to Česká televize, Český rozhlas a Česká tisková kancelář), mají kodexy svého fungování, jež jsou pro ně závazné, zapsány do zakládacích dokumentů. Kodexy, jsou-li stanoveny, většinou obsahují velmi silně zakotvenou *společenskou odpovědnost média vůči jeho publiku*, dále pak, velký důraz na zachování jeho základních zásad a pravidel vůči elementárním, tedy sdíleným zásadám a vůči zásadám, které se od média společensky očekávají. Mezi hlavní zásady patří *objektivita a vyváženost zpravodajské práce a výstupů*, férová práce, dodržování zákonů a ochrana zdrojů“.

Trampota a Vojtěchovská (2010, s. 228) tvrdí, že za změnou našich postojů, názorů, případně i hodnot a chování mohou stát právě média a jejich působení, která nás mohou ovlivňovat v našem jednání. Podle Vymětala (2009, s. 48) si veřejnost vytváří svůj vlastní postoj k rizikům dle informací, které k nim proudí nejrůznějšími sdělovacími prostředky či kanály. Na základě provedených analýz mediálních zpráv bylo zjištěno, že média zprostředkovávají sdělení o rizicích aktivně a dynamicky.

„Samozřejmě, že různá média mají na publikum různý vliv, především v závislosti na tom, jaká je jejich prestiž, jak velkou skupinu a jakých čtenářů nebo diváků oslovují a na tom, nakolik je tato skupina manipulovatelná. Je třeba si také uvědomit, že mediální vliv nepůsobí jen lineárně a pouze krátkodobě. Dlouhodobý efekt jeho dopadů může být mnohem závažnější než krátkodobý“ (Bednář, 2012, s.37).

#### 4.4 Média a krizová komunikace

Jak uvádí Vymětal (2009, s. 9), abychom mohli mluvit o krizové komunikaci, musí jí předcházet jakákoliv krizová situace nebo mimořádná událost. Krizová komunikace patří v současné době k základním tématům, kterými se zabývá psychologie mimořádných událostí. Tato aplikační oblast psychologie se zaměřuje především na zájmy člověka, skupin a populace během krizí, katastrof a hromadných neštěstí.

Komunikace s médii je proces, kterému se nevyhne žádná organizace, firma, ani veřejně známá osoba. Média všeho druhu hrají v krizích velmi zásadní roli, protože zejména jejich prostřednictvím se šíří informace, což je někdy i podstatou krize. Média ovšem potřebujete

také k tomu, aby se informace o vás, o vaší činnosti, například o vašem stanovisku ke krizi, k jejímu řešení, dostala k veřejnosti (Tomandl a kol., 2020, s. 175).

Podle Vymětala (2009, s. 67) je při mimořádných událostech nutná komunikace směrem k veřejnosti, seznámit je o rizicích, která plynou z charakteru vzniklé situace, zavedených opatřeních, možnými následky a způsobem chování. Úkolem představitelů způsobilých vedením mimořádných událostí je představit zvolenou strategii při řízení krize a vhodnou krizovou komunikací informovat veřejnost.

#### 4.4.1 Tiskové zprávy, tiskové konference a brífink

Rychlé, efektivní, levné – takové jsou tiskové zprávy, které i přes rozvoj sociálních sítí zůstávají základní formou práce s médii (Tomandl, 2011, s. 74).

Jak uvádí Bednář (2012, s. 69) krizové tiskové zprávy i prohlášení je dobré číslovat a hierarchicky publikovat tak, aby bylo možné je kdykoliv dohledat, a to i zpětně. Ideálním prostředkem k tomu je web, i když můžeme používat také jiné metody komunikace. Média tiskové zprávy a prohlášení používají obvykle tehdy, jedná-li se o krizovou komunikaci, jako sekundární zdroj (to je rozdíl oproti běžným tiskovým zprávám, které mohou být beze změny přetiskovány). Primárním zdrojem informací jsou z jejich perspektivy vlastní zjištění případně další informace, které mají z jiných zdrojů.

Typickými a nejčastějšími způsoby, jak se organizace a firmy během krizových situací obrací na žurnalisty jsou tiskové zprávy, tiskové konference a brífinky (Tomandl a kol. 2020, s. 118).

Podle (Juráškové, 2015, s.12) by: “tisková zpráva měla být zaslána do médií včas, před uzavěrkou a správné osobě. Tisková konference má smysl pouze v případě, kdy chceme vyvolat dialog s novináři, kdy máme velmi aktuální a zajímavé téma, kdy informace není možné pouze zaslat prostřednictvím tiskové zprávy“.

#### 4.5 Typické mediální problémy

„Podcenění síly médií může mít katastrofické následky. Při komunikaci se sdělovacími prostředky je nutné mít vždy na paměti, co chceme a co nechceme říct. Neexistují zde nikdy

„věci mimo záznam“. Všechno, o čem se sdělovacími prostředky komunikujeme, se stává záležitostí veřejnou. Pro komunikaci se sdělovacími prostředky platí pravidlo, že krizové sdělení musí být krátké a často opakované“ (Vymětal, 2009, s. 129).

**Poplašné zprávy a Fake news** – problémem posledních let jsou falešné zprávy (fake news) a falešná videa (deepfake) šířená na sociálních sítích, která jsou stále kvalitnější a tím pádem jen těžko rozeznatelná od těch skutečných. Nepodléhají žádným pravidlům, kterými se řídí profesní žurnalisté. To je zásadní rozdíl mezi sociálními sítěmi, kde v podstatě může publikovat každý cokoliv, na rozdíl od klasických médií, kde publikují novináři s ohledem na kodexy a žurnalistická pravidla (Tomandl a kol., 2020, s. 157).

Podle Alvarové (2017, s. 229) je: „mediální výchova sice dlouho omílaný bod vzdělávací politiky státu, zatím však na školách zcela neúčinný. Jestliže mládež nedokáže prověřit zdroj informace, rozeznat emocionální manipulaci, znát největší šířitele falšovaných zpráv v zemi, pak je mediální výchova zcela zbytečná a neplní svou roli“.

## 5 METODOLOGIE

### 5.1 Výzkumný problém

V praktické části bakalářské práce bude provedena obsahová analýza krizové komunikace vlády ČR prostřednictvím ČT. Výsledky této analýzy mohou být do budoucna doporučením ke krizové komunikaci v období pandemie. Jako zprostředkovatel informací přes masmédiá bude v analýze využita komunikace veřejnoprávní televize.

Jelikož je pandemie Covid – 19 dlouhodobý stav na celém světě, budou postoje veřejnosti ke zvládnutí krizové komunikace vlády ČR mapovány během období od počátku pandemie u nás až po třetí vlnu, tedy během období od března 2020 do února 2021. Bude zajímavé sledovat, jak a zda se postoje veřejnosti měnily v souvislosti s krizovou komunikací a zvládnutí pandemie vládou ČR.

Pro analýzu k danému problému budou vybrány tyto subjekty:

- Úřad vlády ČR (premiér vlády, ministr zdravotnictví a ministr vnitra)

Zástupce masových médií jako zprostředkovatel komunikace:

- Česká televize (vzhledem k objektivním a důvěryhodným informacím byla vybrána veřejnoprávní televize)

Jestliže má být analýza krizové komunikace objektivní a relevantní, budou zvoleny stejné časové úseky pro všechny vybrané subjekty komunikace a nastaveny kategorie hodnocení

### 5.2 Cíl práce

Hlavním cílem bakalářské práce je analýza krizové komunikace vlády ČR během pandemie Covid – 19 a její úspěšné či naopak neúspěšné zvládnutí. Jak komunikuje vláda ČR směrem k veřejnosti a jaké postoje zaujímala veřejnost na základě krizové komunikace vlády ČR během celého sledovaného období pandemie Covid – 19.

### 5.3 Výzkumné otázky

**VO 1:** Jakým způsobem komunikuje vláda ČR během pandemie Covid - 19?

**VO 2:** Jaké jsou postoje veřejnosti ke krizové komunikaci vlády ČR během pandemie Covid -19 a jejímu zvládnutí?

## 5.4 Metody práce

V teoretické části bakalářské práce jsou vymezeny pojmy související s krizí a popsány základní teorie až po konkrétní zásady a úskalí krizové a mediální komunikace, které jsou potřebné pro uvedení do dané problematiky a nápomocny při zpracování praktické části, jejímž hlavním tématem je krizová komunikace. Jelikož byla využita kvantitativní metoda (obsahová analýza), byli vybráni tři zástupci vlády ČR (persony) a jejich komunikace prostřednictvím České televize v předem stanovených časových úsecích. Tato metoda obsahové analýzy by měla poukázat na skutečnosti, které negativně ovlivňují obraz subjektu či jej naopak vylepšují. Byly zvoleny kategorie, které objektivně pomohou zhodnotit styl, obsah a úspěšnost krizové komunikace. Dále se praktická část opírá o sekundární data (průzkumy veřejného mínění) týkající se postojů veřejnosti, které jsou nedílnou součástí zhodnocení celkového problému. Analýza by měla také zjistit, zda krizová komunikace vlády ČR měla vliv na postoje veřejnosti. Výsledkem práce by mělo být zhodnocení krizové komunikace vlády ČR během pandemie Covid – 19 a vyvození případných doporučení, jak během krize komunikovat v budoucnu.

Obsahová analýza se řadí mezi kvantitativní metody výzkumu a její princip spočívá v tom, že si: „výzkumník vymezí reprezentativní vzorek nějakého typu mediálního sdělení, pojmenuje jeho jednotlivé části, a pak spočítá, kolik se mu ocitlo položek pod jednotlivými pojmenováními“ (Burton a Jiráček, 2001, s. 41).

Podle Buriánka (2018): „obsahová analýza spočívá:

1. ve zjištění obsahu a příp. formy, způsobu sdělení (co a jak se sděluje)
2. v odhalení příčiny sdělení (kdo a s jakým záměrem vstupuje do komunikace)
3. v určení pravděpodobných efektů sdělení (komu je určeno, jaký účinek je očekáván)

Při zkoumání obsahu a formy sdělení se nejdříve stanoví kvalitativně *obsahové jednotky* a kategorie, které se pak vyjadřují v kvantitativních proporcích a relacích. Ty pak společně s posouzením motivace sdělení a charakteristik příjemce vstupují do závěrečné interpretace“.

## 5.5 Kritéria pro obsahovou analýzu

Jelikož je tématem bakalářské práce krizová komunikace vlády ČR během pandemie Covid – 19, byli vybráni zástupci úřadu vlády z resortů s největším vlivem (dle svých pravomocí)

při řízení pandemie. Dále byly zvoleny kategorie, které budou posuzovány u všech zástupců v jejich prezentaci komunikovaného sdělení. Aby bylo hodnocení objektivní, bude každá kategorie u všech zástupců bodována, a to během celého sledovaného období. Bude tak možné, podle získaného počtu bodů, sledovat úspěšnost prezentace zástupců nejen během jednotlivých časových úseků, ale také jak se jim vedlo během celého období.

Bodový systém byl zvolen od 1 do 3 bodů. Čím vyšší bodový zisk, tím úspěšnější komunikace.

### 5.5.1 Persony

Označení person bylo zvoleno následovně:

**P1:** Premiér Andrej Babiš

**P2:** Ministr vnitra Jan Hamáček

**P3:** Ministr zdravotnictví Adam Vojtěch 13.12.2017 – 21.9.2020 (vzhledem k personálním změnám během pandemie a výměně ministrů zdravotnictví, jsou zástupci rozšířeni o další persony, tak, jak byli jmenováni během 2. vlny pandemie)

**P4:** Ministr zdravotnictví Roman Prymula 21.9.2020 – 29.10.2020

**P5:** Ministr zdravotnictví Jan Blatný 29.10.2020 – 7.4.2021

### 5.5.2 Sledované kategorie

Sledované kategorie podrobené obsahové analýze spojené s krizovou komunikací vlády:

- 1. Srozumitelnost a způsob sdělení** (co a jak se sděluje)
- 2. Vystupování a styl komunikace prostřednictvím médií** (forma)
- 3. Pravdivost prohlášení**
- 4. Racionalita vydaných opatření**
- 5. Efektivita sdělení** (komu je určeno, s jakým očekáváním)

### 5.5.3 Hodnocení

K hodnocení jednotlivých kategorií bude využit bodové hodnocení od 1 do 3. Čím vyšší skóre, tím lepší výsledek. Hodnocení bude podloženo komentáři odborníků a zčásti vlastním úsudkem autorky práce, která se bude snažit o co největší objektivitu.

#### **Srozumitelnost a způsob sdělení**

3 = jasné a věcné

2 = nejednoznačné, nutné dovysvětlení

1 = chaotické, těžko srozumitelné a pochopitelné

#### **Vystupování a styl komunikace prostřednictvím médií**

3 = slušné vystupování, empatie, klidný tón hlasu

2 = formální vystupování, neosobní, důrazný tón

1 = formální vystupování, útočný až agresivní tón

#### **Pravdivost prohlášení**

3 = pravdivé, ověřené informace

2 = nepravdivé, převzaté, vlastní omluva, uvedení na pravou míru

1 = lživé, opakující se, nepřiznání vlastní viny

#### **Racionalita vydaných opatření**

3 = racionální, dostatečně vysvětlená, odůvodněná

2 = diskutabilní, těžko pochopitelná

1 = absolutně neracionální, zmatečná

#### **Efektivita sdělení**

3 = prosby a žádosti o přijetí a dodržování opatření

2 = nařízení opatření, jejich zdůvodnění

1 = zpříšňování pod pohružkou při nedodržování



#### 5.5.4 Posuzovaná období

Sledovaná období jsou zvolena dle historických událostí následovně:

- **1. vlna pandemie v ČR (3/2020)**
- **2. vlna pandemie v ČR (8-10/2020)**
- **3. vlna pandemie v ČR (12/2020 - 1/2021)**

#### 5.5.5 Zprostředkovatel sdělení

Zvoleným subjektem, prostřednictvím kterého vláda ČR komunikuje, byla vybrána Česká televize, a to zejména ze dvou hlavních důvodů:

1) jako veřejnoprávní televize, která je považována za důvěryhodný zdroj informací a svým objektivním postojem k dané situaci

2) patří mezi nejvíce zastoupená masmédiá v oblasti předávání informací široké veřejnosti

Česká televize byla zřízena ke dni 1. ledna 1992 zákonem o České televizi jako televize veřejné služby. Statutární orgán: generální ředitel jmenovaný Radou České televize na šestileté období. Kontrolní orgán: Rada České televize. Organizační části ČT v Praze, TS Brno a Ostrava.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 6 KRIZOVÁ KOMUNIKACE V DOBĚ PANDEMIE COVID – 19

Nový typ koronaviru se začal šířit na začátku prosince 2019 z čínského města Wu-chan. Po třech měsících je jím ve světě nakaženo přes 87 tisíc lidí v 64 zemích. Téměř tři tisíce osob nákaze podlely. Nejvíce nemocných v Evropě je v Itálii. Ta je považována za ohnisko nákazy. V době prvních výskytů nového koronaviru ve světě a u nás byl ministrem zdravotnictví ČR Adam Vojtěch.

### 6.1 Komunikace během 1. vlny pandemie v ČR (3/2020)

#### Březen 2020

První případy obyvatel s podezřením na nákazu nového koronaviru v ČR se objevily 1. března 2020. Na tiskovém brífinku tuto informaci potvrdil ministr Adam Vojtěch.

#### 1.3.

**P3:** „V České republice máme první tři případy nemoci COVID-19, jsou to případy, které byly potvrzeny v rámci Národní referenční laboratoře. Jsou to tedy zatím suspektní případy, pro potvrzení posíláme vzorky do laboratoře v Berlíně, ale s největší pravděpodobností to jsou skutečně tři pozitivní případy.“ (V Česku jsou, 2020)

**P1:** „Není důvod k obavám, jsme připraveni. Budu chtít, abychom dopředu, než jsou výsledky vzorků, věděli, kde člověk byl, s kým se stýkal, úplně podrobně. I když se může ukázat, že to nebude pozitivní, tak abychom měli časový náskok. Vyšetřovat to následně se mi nelíbí.“ (V Česku jsou, 2020)

odkaz na brífink viz příloha 1

#### 7.3.

Ke kuriozní situaci došlo při sobotní tiskové konferenci k šíření koronaviru. Premiér Andrej Babiš se po dotazu novinářky vložil do odpovědí ministra zdravotnictví Adama Vojtěcha (za ANO) a donutil ho říci, od koho dostal chybné informace v případě lékařky, jež se po odběru vzorků pacientovi měla ocitnout v karanténě. Lékařce se Vojtěch již předtím omluvil.

**P3:** „Byla to chybná informace, já se za ní omlouvám, omluvu jsem sdělil paní doktorce.“

**P1:** „Nebud'te slušný, řekněte pravdu. Kdo vám to řekl? Který úředník? Jste moc hodný.“

**P3:** „Dostal jsem tu informaci.“

**P1:** „Od koho?“

**P3:** „Ze Státního zdravotního ústavu.“

**P1:** „Jméno?“

**P3:** „Od paní doktorky Mackové.“

**P1:** „No tak, tak to řekněte. Paní redaktorka vás tady trénuje...politická odpovědnost. Dostal tu informaci od státního úředníka.“ (Jméno? Řekněte to, 2020).

Odkaz na tiskovou konferenci viz příloha 1

### 10.3.

Česko eviduje k úternímu večeru 61 případů nákazy novým koronavirem. Vláda kvůli šíření nákazy zakázala od úterních 18 hodin akce, kde se sejde více než 100 účastníků. Kabinet zatím neplánuje zavírat restaurace nebo nákupní centra. Opatření bude platit do odvolání. Od středy vláda ruší výuku v základních, středních, vyšších odborných i vysokých školách. Podle ministra zdravotnictví Vojtěcha by se mohlo jednat o dva a více týdnů - podle situace.

**P3:** „Toto, o čem hovoříme a na co se to vztahuje, jsou nějaké jednorázové akce, kde je najednou poměrně velký počet lidí. Nejsou to zařízení, kde se ti lidé mění v čase, procházejí a podobně, jako jsou nákupní centra, wellness centra. Problém je, pokud se lidé koncentrují na jednom místě v rámci plesu, taneční akce, společenské události, sportovní události. Nejsou až takový problém místa, kde lidé korzují.“ (V Česku roste počet případů, 2020).

**P1:** „Chceme, aby lidi chodili do práce. To je základ. Aby ekonomika šlapala, aby se exportovalo, dováželo.“ (V Česku roste počet případů, 2020).

### 12.3.

Kvůli koronaviru vláda vyhlásila ve čtvrtek 12.3.2020 nouzový stav, zrušeny byly mimo jiné kulturní i sportovní akce, od soboty jsou zavřené obchody, služby a restaurace. Některé podniky nabízejí možnost rozvážení jídla. Obchodů s potravinami, lékáren, drogerií, benzínových pump a dalších výjimek se uzavření netýká. Vláda zakázala s účinností od půlnoci z neděle na pondělí od 16. března do 24. března 6:00 kvůli šíření nového typu koronaviru volný pohyb lidí po celé České republice. Tento zákaz se nevztahuje na cesty do zaměstnání, nezbytné cesty za rodinou, pro základní životní potřeby nebo do zdravotnických zařízení. Na tiskové konferenci po jednání vlády to řekl premiér Andrej Babiš (ANO). Od půlnoci také podle dřívějších opatření nesmí Češi překročit hranice a cizinci zase nemohou do tuzemska (Volný pohyb osob, © 1996 - 2021).

Ministr vnitra Jan Hamáček (ČSSD) důrazně vyzval obyvatele, aby uvažovali hlavou a dělali všechno pro to, aby Česko nenásledovalo Itálii.

**P2:** „*Pokud budou všichni poslouchat to, co jsme teď odhlasovali, tak máme obrovskou šanci, že se to nestane. Pokud nebudou poslouchat, tak do toho spadneme jako Itálie.*“ (Volný pohyb osob, © 1996 - 2021).

Odkaz na tiskovou konferenci viz příloha 1

### 14.3.

Po propuknutí nákazy v březnu 2020 zase předseda vlády tvrdil, že všude je dost ochranných prostředků.

**P1:** „*Není pravda, že zdravotníci nemají pomůcky, mají je... Všude respirátory dostali, kdo říká opak, lže. Není pravda, že by naši zdravotníci neměli respirátory. Tak mi řekněte kde, a já jim to dnes osobně rozvezu*“ (Adam Vojtěch: Roušky skutečně budou, 2020).

Už o pár hodin později, kdy se zvedla vlna odporu z nemocnic, byl nucen vystoupit ministr zdravotnictví Adam Vojtěch a přiznat, že roušky a respirátory zkrátka nejsou.

**P3:** „*Bezesperu se bavíme o stovkách tisíc respirátorů, které potřebujeme sehnat, možná až kolem milionu respirátorů, které bychom potřebovali skutečně získat.*“ (Adam Vojtěch: Roušky skutečně budou, 2020).

### 17.3.

**P1:** *“Všem se omlouváme, myslím si, že jsme udělali maximum. My se omlouváme. Měli jsme slíbeno pět milionů roušek, měli jsem špatnou informaci,“ . „Omlouváme se. Já nevím, kdo rozhodl, že ve Státních hmotných rezervách je jen 10 tisíc respirátorů, a ne dva miliony. My se všem omlouváme, ale celá planeta chce roušky a Číňani jsou jediní na světě, kteří jsou schopni to vyrobit. Když celá planeta chce roušky, je to tak, jak to je. Děláme maximum, prosíme veřejnost o pochopení, je to horší než válka.“ (Babiš: všem se omlouváme, 2020).*

**P1:** *„Těch nabídek je strašně moc, ale je obrovská bitva. Máme nabídky z Indie, Vietnamu a teď je to v podstatě jak na burze. Je potřeba okamžitě objednat, zaplatit a je to samozřejmě úplně nová situace.“ (Volný pohyb osob, © 1996 - 2021).*

**P2:** *„Těm lidem hrozí to, že někoho nakazí a on pak umře a jim to bude celý život líto. To je to nejhorší, co jim hrozí.“ (Vopálenská, 2020).*

#### 6.1.1 Hodnocení komunikace – 1. vlna

**1. Srozumitelnost a způsob sdělení** (co a jak se sděluje)

**2. Vystupování a styl komunikace prostřednictvím médií** (forma)

**3. Pravdivost prohlášení**

**4. Racionalita vydaných opatření**

**5. Efektivita sdělení** (komu je určeno, s jakým očekáváním)

„Babiš se nezdráhal v přímém televizním přenosu podrobit skoro policejnímu výslechu svého ministra a vypeskovat ho jako školáka, který má prozradit, kdo ho navedl k lumpárně, u níž ho přistihli. Přičemž jde o ministra, který má být aktuálně garantem maximálně účinného postupu proti ohrožení koronavirem“ (Moláček, 2020).

„Hamáčkově oblečení, které na tiskových konferencích kontrastuje s obleky ostatních členů vlády, v očích mnohých doplňuje jeho schopnost vystupovat uprostřed koronavirové krize srozumitelně, lidsky, ale důrazně, čímž možná některé lidi překvapil“ (Vopálenská, 2020).

**P1:**

1. V začátcích pandemie jsou sdělení srozumitelná, dobře odůvodněná. **3 b**
2. Během prvních tiskových konferencí a brífinků je styl komunikace zpočátku klidný, slušný, tón hlasu odpovídá závažnosti sdělení, informace o opatřeních a jejich důvody jsou vysvětleny a doplněny prosbou o spolupráci celé veřejnosti, na dotazy novinářů odpovídá věcně a jasně, udržuje oční kontakt, ostatním zástupcům z jiných resortů nechává volný prostor na prezentaci vlastních prohlášení. Jakmile vyjde najevo, že informace, které byly prezentovány jsou nepravdivé, je tón útočný. Pozornost se snaží přesouvat na ostatní, vyhýbá se konkrétním odpovědím. Vstupuje do komunikace, útočí „zezadu“, projevuje neprofesionalitu. **1b**
3. Téměř od samého začátku vydává nepravdivá prohlášení a komentáře, neověřené informace navíc považuje za pravdivé a stojí si za svým sdělením, osočuje ze lži resorty, kterých se prohlášení týká, později je pod nátlakem donucen se omluvit, vinu však popírá. Rád používá osobních zájmen „my“, nikoliv „já“, čímž své pochybení automaticky přesouvá na celý kabinet. **1b**
4. Opatření jsou vydávána v souladu se situací, která se neustále vyvíjí, jsou konzultována s odborníky a odpovídají vzniklé situaci. **3b**
5. Sdělení je směřováno k široké veřejnosti a je očekáváno, že se veřejnost spojí a bude dodržovat všechna doporučení a opatření automaticky. **2b**

**P2:**

1. V začátcích pandemie jsou sdělení srozumitelná, dobře odůvodněná. **3b**
2. Vystoupení během tiskové konference je srozumitelné, informace jsou jasné, důvody opatření vysvětlena, svým vyjádřením k situaci používá rázný tón s důrazem na emoce, snaží se vyvolat v občanech pocit viny, pokud nebudou dodržovat opatření a chovat se neracionálně. Zvolil jako jediný neformální oděv, a to červený svetr, který se stal jakýmsi symbolem krizové komunikace během první vlny pandemie u nás. Tento krok může u některých občanů vyjadřovat jakýsi prvek sounáležitosti a vyjádření, že se to týká všech. **2b**
3. Své kroky provedené v souvislosti se zabezpečením dostatečného množství ochranných pomůcek obhájí podloženými argumenty. **3b**

4. Opatření jsou vydávána v souladu se situací, která se neustále vyvíjí, jsou konzultována s odborníky a odpovídají vzniklé situaci. **3b**

5. Sdělení je směřováno k široké veřejnosti a je očekáváno, že se veřejnost spojí a bude dodržovat všechna doporučení a opatření. Klade důraz na spojení všech sil a sounáležitost. V opačném případě se situace bude jen zhoršovat. Používá zastrašovací techniky a vzbuzuje tak v občanech strach a pocit viny. **1b**

### P3:

1. V začátcích pandemie jsou sdělení srozumitelná, dobře odůvodněná. **3b**

2. Projev je velmi klidný, přesto je znát závažnost situace, slušné vystupování je vždy spojeno s prosbami i následným vyjádřením díky za dodržování opatření a ohleduplnost. **3b**

3. I přes nepravdivé informace vydané jiným zástupcem vlády, se omlouvá, nesnaží se o výmluvy, ale uvedení informací na pravou míru. Stále udržuje dekorum a slušnost. **2b**

4. Opatření jsou vydávána v souladu se situací, která se neustále vyvíjí, jsou konzultována s odborníky a odpovídají vzniklé situaci. **3b**

5. Sdělení je směřováno k široké veřejnosti, kterou žádá o dodržování všech doporučení a opatření. I přes závažnost situace svým projevem nevyvolává paniku a strach, které by mohl přenášet na veřejnost. **3b**

Tabulka 1 Komunikace během 1. vlny – hodnocení (zdroj vlastní)

První vlna pandemie	Body	Body	Body	Body	Body
Persony	P1	P2	P3	P4	P5
Srozumitelnost a způsob sdělení	3	3	3	x	x
Vystupování a styl komunikace	1	2	3	x	x
Pravdivost prohlášení	1	3	2	x	x
Racionalita vydaných opatření	3	3	3	x	x
Efektivita sdělení	2	1	3	x	x
<b>Celkový počet bodů</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>x</b>	<b>x</b>
<b>Průměrný počet bodů</b>	<b>2</b>	<b>2,4</b>	<b>2,8</b>	<b>x</b>	<b>x</b>



## 6.2 Komunikace během 2. vlny pandemie Covid – 19 v ČR (8 – 10/2020)

### Srpen 2020

Ústav zdravotnických informací v údajích pro vládu odhaduje reprodukční číslo viru v hodnotě 1,26. To značí nebezpečný nárůst počtu nakažených v následujících měsících. Ministr zdravotnictví Adam Vojtěch (ANO) nařizuje nošení roušek ve vnitřních prostorech. Premiér Andrej Babiš opatření vzápětí ruší a přebírá za to politickou zodpovědnost (Bartoníček a kol., 2021).

Druhá vlna pandemie v ČR byla poznamenána několika zásadními událostmi. Tou nejvýraznější byla rezignace ministra zdravotnictví Adama Vojtěcha, který se tak rozhodl pod tíhou okolností a silících hlasů pro jeho odvolání. Dalším výrazným znakem druhé vlny bylo odvolání nového ministra zdravotnictví Romana Prymuly, ke kterému došlo pouhý měsíc po jeho zvolení. K tomuto kroku se rozhodl premiér Andrej Babiš na základě ministrova hrubého porušení vládních opatření, která navíc inicioval on sám a neustále kladl důraz na jejich dodržování. Došlo tak k jmenování dalšího ministra zdravotnictví, kterým se na konci druhé vlny stal Jan Blatný. Během pěti týdnů tak vláda ČR vystřídala hned tři ministry zdravotnictví. Neméně výrazným rysem druhé vlny je také opakovaná absence premiéra na tiskových konferencích pořádaných po jednání vlády ohledně důležitých kroků vedoucích k úspěšnému boji s pandemií a tím znemožnění odpovídat na otázky s novináři.

### 1.8.

Premiér Andrej Babiš na sociálních sítích oznamuje, že odjíždí na dovolenou do Řecka. Podle něj mu kolegové říkají, že už je nesnesitelný a má vypadnout.

**P1:** *Čau lidi. Koukám do křišťálové koule a vidím, že musím na dovolenou. Všichni kolegové říkají, že už jsem nesnesitelný a mám vypadnout. Nevím, jak na to přišli. Tak jedu. Tady poslední hlášení. A ta koule je z Moseru.*“ (Bartoníček a kol., 2021).

Některým opozičním politikům se odpočinek předsedy vlády nelíbil a argumentují tím, že by měl raději pracovat. Vicepremiér Jan Hamáček v rozhovoru pro Právo není ze znovu rostoucích čísel až tak zneklidněný.

**P2:** *„V březnu bylo šíření plošné, teď zatím plošné šíření nemáme“.* (Bartoníček a kol., 2021).

**P2:** „*Sám jsem po té první vlně říkal, že jestli někde vidím v přístupu vlády nějaké rezervy, tak je to komunikace. Evidentně to platí stále.*“ (Martínek, 2020)

### 19.8.

Ministr zdravotnictví Adam Vojtěch (ANO) oznamuje, že od 1. září pod hrozbou až třímilionové pokuty nařizuje nosit roušky ve všech vnitřních prostorech v Česku.

**P3:** „*Budou to všechny prodejny, obchodní centra, úřady, restaurace, pošty, kadeřnictví, pedikúra a manikúra. Také kostely, divadla, kina a MHD včetně taxislužby.*“ „*Povinnost nošení roušek je naprostým standardem v zahraničí, Česká republika je v tomto směru anomálií*“, „*Podzim pravděpodobně nebude snadný. Nemoc se bude šířit kvůli sociální interakci mezi lidmi, riziko přenosu bude mnohem vyšší než přes léto.*“ (Bartoniček a kol., 2021).

**P1:** „*Vůbec se mi to nelíbí. Proto jsem si pozval pana ministra a celý tým, který o tom rozhoduje.*“ (Bartoniček a kol., 2021).

### 20.8.

Ministr zdravotnictví Adam Vojtěch (ANO) na tiskové konferenci oznamuje, že v restauracích, nákupních centrech či školách se roušky nakonec nosit nebudou. Činí tak po schůzce s premiérem.

**P3:** „*Vyjímáme komerční prostory a školská zařízení. Vnímáme veřejnou debatu, podněty občanů, nejsme hluchí a slepí.*“ (Bartoniček a kol., 2021).

**P1:** „*Situace je dnes jiná, než byla za první vlny na jaře. Tehdy jsme měli, myslím, asi 400 lidí v nemocnicích, dnes jich máme 110. Vir byl agresivnější a nikdo pořádně neví proč.*“ „*Není to pravda. Neříkejte to. Chytrá karanténa funguje. Trasuje se. Funguje a neustále se vylepšuje.*“ (Bartoniček a kol., 2021).

### Září 2020

Hrouť se systém trasování nakažených. Světová zdravotnická organizace (WHO) varuje, že je to klíčový nástroj boje proti viru. Dohledat všechny rizikové kontakty je pro hygieniky už nemožné. Premiér Andrej Babiš (ANO) opozici v jedné z debat ve sněmovně vybízí, aby místo covidu řešila zahrádkářský zákon.

## 2.9.

Hlavní hygieničce Jarmile Rážové testy odhalily koronavirus. Ministr Vojtěch i další zaměstnanci ministerstva zdravotnictví míří do karantény. Premiér Babiš izolaci odmítl.

**P1:** „*Já nosím téměř všude respirátor FFP2, v místnosti bylo větráno, byly tam vysoké stropy.*“. „*Na základě toho paní Jágrová (ředitelka pražské hygienické stanice – pozn. red.) říká, že nemusíme do karantény jít, nemáme žádné rozhodnutí hygieny, že bychom se měli omezovat.*“ (Heller, 2020)

## 3.9.

Vládní zmocněnec pro vědu a výzkum Roman Prymula prohlašuje, že situace je pod kontrolou.

**P4:** „*Zatím nejsou nárůsty exponenciální a dají se odhadovat, jsou téměř lineární. Denní procento nárůstu je někde kolem 1,8 procenta. Situace je pod kontrolou a logicky stále musíme kritické případy trasovat, aby nedošlo k tomu, že se ten vývoj zvedne do exponenciální křivky.*“ (Krýslová, 2020).

## 12.9.

**P3:** „*To, že jsme očekávali, že může dojít k nárůstu po prázdninách, je pravda. Ale faktem je, že jsme asi úplně nikdo nečekal, že to bude takto rychle a že ten nárůst bude během 14 dnů takto masivní.*“ (Bartoníček a kol., 2021).

## 16.9.

Opoziční poslanci neprosadili ve sněmovně kritiku Babiše a Vojtěcha za jejich přístup k opatřením na zamezení šíření koronaviru ani apel, aby vláda zřídila Ústřední krizový štáb. Andrej Babiš na zasedání nebyl. Ministr Vojtěch však přiznal vážnost situace.

**P3:** „*Situace není určitě dobrá, to je nesporný fakt, není třeba to zakrývat, počet pozitivních je velmi výrazný a bude narůstat. Nemůžu souhlasit s tím, že bychom nic nedělali, že bychom se skutečně dívali do zdi a čekali, co přijde. Naopak my jsme se od začátku léta velmi připravovali na aktuální situaci, funguje chytrá karanténa. Není pravda, že nefunguje, dnes*

*jsme schopni i v rámci jednotlivých krajských hygienických stanic vypomoci těm hygienickým stanicím, které mají problémy. Věřím, že se situacelepší.“ (Bartoníček kol. 2021).*

Aniž to kdokoliv tušil, byla to jeho vůbec poslední slova v parlamentu ve funkci ministra.

## 21.9.

Ministr zdravotnictví Adam Vojtěch (ANO) překvapivě rezignoval. O několik hodin později jej nahrazuje dosavadní vládní zmocněnec pro vědu a výzkum Roman Prymula.

**P3:** *„Na ministerstvo zdravotnictví jsem přišel s tím, abych prosadil určité koncepční změny. Nicméně epidemie koronaviru mi je neumožňuje dokončit. Pro zdravotnictví jsem pracoval na maximum. Snažil jsem se udělat vše pro to, aby se zdravotnictví posunulo dopředu. Funkci ministra zdravotnictví jsem dělal srdcem a ze všech sil.“ (Gričová, Králíček, 2020).*

## 25.9.

Nový ministr zdravotnictví Roman Prymula po čtyřech dnech ve funkci přidává svou první zprávu na Twitter, který se stává jeho hlavním komunikačním kanálem.

**P4:** *„Chci požádat všechny naše spoluobčany, aby využili deštivého prodlouženého víkendu k tomu, aby zůstali doma. Četli si knížky, dívali se na filmy a užívali si rodinu.“ (Bartoníček kol., 2021).*

**P4:** *„Myslel jsem, že začneme mírnějšími opatřeními a pak, pokud to bude situace vyžadovat, přidáme opatření tvrdší. Musím se za to omluvit, protože situace, která nastala v těchto dnech, je natolik alarmující, že jsem tuto strategii byl nucen změnit.“ (Bartoníček kol., 2021).*

## Říjen 2020

### 2.10.

**P1:** *„Pražská hygiena je poddimenzovaná, ale byl jsem ubezpečen, že se skluzu snižují. Začalo fungovat i sebereportování, takže doufám, že se během několika málo dní situacelepší.“ (Bartoníček a kol., 2021).*

**8.10.**

„Vláda na mimořádném jednání schválila restriktivní opatření, která před volbami označovala za nepotřebná. Ve dvou vlnách, od 9. a od 12. října, omezila a úplně zakázala mimo jiné sportovní, kulturní a další volnočasové akce, omezila činnost úřadů, škol i otevírací dobu restaurací. Premiér Andrej Babiš (ANO) nepřišel na tiskovou konferenci po jednání vlády. Stejně jako předtím 25. září, 30. září a 5. října. Novináři ho tak nemohou konfrontovat s dotazy ohledně postupu vlády. Ministr zdravotnictví Roman Prymula se omlouvá s tím, že zvolil po nástupu do funkce chybnou strategii mírnějších opatření, od kterých si mylně sliboval zlepšení“ (Bartoniček a kol., 2021).

**P4:** „Myslel jsem, že začneme mírnějšími opatřeními a pak, pokud to bude situace vyžadovat, přidáme opatření tvrdší. Musím se za to omluvit, protože situace, která nastala v těchto dnech, je natolik alarmující, že jsem tuto strategii byl nucen změnit, situace, která nastala v těchto dnech, je alarmující.“ (Bartoniček a kol., 2021).

**P2:** „Kdybychom neudělali nic, tak nám hrozí nekontrolovatelné šíření viru a velmi rychlé dosažení kritických čísel pro naše zdravotnictví. Ted' jde o život a o zdraví.“ (Bartoniček a kol., 2021).

**P4:** „My tato opatření musíme udělat, protože už nemáme další šanci. Jsme nuceni přijmout taková opatření, která by během dvou, maximálně tří týdnů obrátila ten trend, který tady máme, jinak by logicky došlo k přetečení kapacity nemocnic.“ (Bartoniček a kol., 2021).

**23.10.**

Ačkoliv ministr zdravotnictví Roman Prymula neustále apeluje na dodržování opatření, sám byl ve středu večer přistižen při tajné schůzce v restauraci, která měla být tou dobou uzavřená, navíc neměl roušku.

**P4:** "Jednání proběhlo v prostoru vyšehradské kapituly, nejedná se tedy o restauraci. Nic jsem neporušil, proto já sám rezignovat nehodlám.". "Já jsem byl v salonku, neviděl jsem tam, kde to jednání mělo být, přijel jsem na uvedenou adresu. ". "Já ten pocit nemám, ani v tu chvíli jsem ten pocit neměl. Šel jsem prostě na jednání, nebyl zákaz vycházení." (Kde byla schůzka, 2020).

**25.10.**

Ministrovi zdravotnictví Romanu Prymulovi (za ANO) po pouhém měsíci ve funkci zlomila vaz kauza kolem jeho střeďeční schůzky v restauraci, při které ho zachytili fotografové bulvárního deníku Blesk. Prymula nicméně trvá na tom, že nijak nepochybil. Podle svých slov pouze na pár vteřin neměl roušku (Noční schůzka s Prymulou, 2020).

**P4:** *"Na ministerstvu jsme standardně od 6 do 22 hodin. Když jsem dostal pozvání na tuto schůzku, tak bylo celkem jisté, že v parlamentu to nejde, personál na ministerstvu také někdy musí jít domů, proto jsem souhlasil, že se sejdeme na této adrese."* „Dojel jsem na jednání, které tedy bylo v restauraci, v salonku restaurace. Já jsem tam nejel za účelem stravování, ale jednání.“ (Noční schůzka s Prymulou, 2020).

**P1:** *„Musíme jít příkladem. Taková chyba se nedá omluvit. Je mi úplně jedno, co tam pan ministr Prymula s panem Faltýnkem dělali, koho tam zvali a proč. Nemůžeme kázat vodu a pít víno. Myslím, že právě ministr zdravotnictví by měl jít příkladem.“* (Noční schůzka s Prymulou, 2020).

**27.10.**

„Ministr zdravotnictví Roman Prymula již zná svého nástupce. Novým ministrem se stane dosavadní náměstek FN Brno Jan Blatný. Během doby, kdy se vláda pokouší zkrátit pandemii koronaviru, bude třetím šéfem resortu. Novináři ho zaskočili otázkou, zdali podepsal petici spolku Milion chviliek pro demokracii, která požaduje odstoupení premiéra Andreje Babiše. Blatný informaci nechtěl potvrdit. Den nato ale novinářům po jednání vlády svůj podpis přiznal. Komentátoři to označují za nešťastný začátek ministra, který potřebuje důvěru Čechů“ (Pospíšilová, 2020).

**P5:** *„Otázka mě zaskočila a reagoval jsem, jak jsem reagoval. Nebudu nikomu zazlívát, když se na mě za to bude hněvat, kritizovat mě za to. Nejsem lhář, otevřeně říkám, že jsem petici podepsal. Existují snahy situaci politizovat. Přicházím jako odborník a mohu vás ujistit, že má rozhodnutí nebudou motivována stranickými cíli.“* (Pospíšilová, 2020).

**P1:** *„Pana Blatného vnímám jako odborníka ve zdravotnictví. Do vlády se snažím vybírat vždy odborníky a nevybírám je podle sympatií vůči mně. Teď je důležité, abychom společně zvládli tuhle zdravotnickou krizi, která trápí celou Evropu. A to bez ohledu na politickou*

*příslušnost nebo rozdílné politické názory. Na politikaření v této době skutečně není čas.“* (Pospíšilová, 2020)

**P5:** *„Je třeba změna nálady ve společnosti. Pojďme změnit pocit strachu v respekt. Musíme všichni táhnout za jeden provaz. A jestli to máme udělat, musíme vědět proč.“* *„Strach nás paralyzuje, a co je ještě horší, rozděluje. Nemluvím jen o strachu z koronaviru, mluvím také o strachu mnohých z nás o živobytí, budoucnost, o výchovu dětí. Každý z těch strachů je stejně závažný.“* (Bartoniček akol., 2021).

### **30.10.**

**P5:** *„Na to, jestli opatření fungují nebo nefungují, si musíme vždy počkat dva týdny. V žádném případě nebudu kritizovat práci svých předchůdců, ale chci, aby další opatření byla transparentnější, aby byla vyhodnocována.“* (Martínek, 2020).

### **31.10.**

**P5:** *„Je jasné, že opatření, která byla uvedena, pravděpodobně začínají působit. Když říkám pravděpodobně, tak tím myslím, že vidíme, že šíření nákazy začíná zpomalovat. Čísla sice ještě nějakou dobu porostou, ale ten nárůst se snižuje a pro nás by to mohlo být to pomyslné světlo v tunelu. Jestliže bychom ale nyní jakkoli opatření, která jsou teď, uvolňovali, tak bychom to světlo nakonec vůbec nemuseli vidět.“* (Pospíšilová, 2020)

## **6.2.1 Hodnocení komunikace 2. vlna**

- 1. Srozumitelnost a způsob sdělení (co a jak se sděluje)**
- 2. Vystupování a styl komunikace prostřednictvím médií (forma)**
- 3. Pravdivost prohlášení**
- 4. Racionalita vydaných opatření**
- 5. Efektivita sdělení (komu je určeno, s jakým očekáváním)**

„Vojtěcha v čele resortu na podzim postupně vystřídali Roman Prymula a Jan Blatný (oba za ANO). Podle Komínka se největšího počtu chyb v komunikaci dopustili Vojtěch a Babiš, ale premiér je "z přešlapů vlády schopný vždy vybruslit a vinu přenést jinam". "Právě za Vojtěcha, který musel epidemii čelit nejdéle, se často stávalo, že různí ministři vypouštěli do médií chystané plány dříve, než byly oficiálně vyhlášeny, nebo si protirečili. Evidentně neexistoval koordinátor komunikace," upozornil Komínek. Situace se však podle něj příliš nezlepšila ani za Prymulu. "Navíc přispěl k podkopání důvěry občanů ve vládní opatření tím, že je sám nedodržel," připomněl Komínek kauzu fotografií z návštěvy zavřené restaurace, kvůli které Prymula v čele ministerstva skončil. Podle Kopečka se Prymula obrovsky zkompromitoval. "Celá věc má v tuto chvíli i ten zásadní rozměr, že vládní koalice se už fakticky rozložila a vztahy mezi ANO a ČSSD se blíží bodu mrazu. Držet nějakou jednotnou vládní komunikační linii je v takových podmínkách skoro nemožné," dodal. Výsledkem je podle Kopečka zmatenost vládní komunikace, vysoká míra improvizace a neustálé změny omezení. Vláda nejedná jako celek, ale jako nesourodý a vzájemně se někdy popírající sbor sólistů, doplnil. Blatného protiepidemický systém PES podle Komínka pomohl situaci jen částečně. "Protože se ukazuje, že například školy se budou řídit jinými pravidly, což dále snižuje vnímanou schopnost vlády čelit pandemii a vytvářet plány," uvedl. Jako nezvládnutou a selhávající hodnotí odborníci oslovení ČTK letošní komunikaci vlády v souvislosti s epidemií covidu-19. Podle Karla Komínka z Institutu politického marketingu je pro občany složitá pravidla dodržovat, když se z komunikace vlády zdá, že ministři nevědí, co dělají. Politolog Lubomír Kopeček považuje za zásadní, že selhávání krizové komunikace vlády od léta do současnosti se potkalo s neschopností reagovat na dynamiku pandemie a změnu společenské nálady. Komínek ČTK řekl, že vláda komunikaci nezvládla a nepoučila se z příkladů zemí, kde se covid-19 objevil dřív. "Za největší problém bych označil to, že kvůli neexistenci veřejného plánu opatření se zdálo, že žádný takový plán není. Opatření poté přicházela zdánlivě ad hoc," uvedl. Spolu s nekoordinovanou komunikací vládních představitelů a působením tzv. dezinformačních webů to podle něj vytvářelo "nebezpečný mix", ve kterém bylo složité vládě věřit, že ví, co dělá. "To má samozřejmě závažné důsledky v ochotě občanů dodržovat opatření," dodal. Kabinet podle Kopečka podcenil druhou vlnu a nechtěl riskovat, že ztratí popularitu tím, že bude trvat na nepřijemných omezeních. "Komunikace ztratila soudržnost a stala se nedůvěryhodnou. Komunikace premiéra šla někdy přímo proti tomu, co říkal ministr zdravotnictví Adam Vojtěch (za ANO) nebo ministr vnitra Jan Hamáček (ČSSD)," uvedl. Za chybu považuje i to, že vláda neměla zájem a vůli oponovat viditelným hlasům



zpochybňujícím rizika. "Výsledek je, že do druhé vlny šlo Česko s nekonzistentní vládní komunikací a společností, která už nebyla v šoku, ale mnohdy hodně vybuzená proti omezujícím opatřením," dodal“ (Vláda podle odborníků, © Copyright 2021).

**P1:**

1. Sdělení jsou nejednotná, matoucí, neucelená, často se mění **1b**
2. Vystupování na tiskových konferencích a vyjádření přes média jsou chaotická, často vstupuje do řeči ostatních, tón je útočný, rázný, často mění své názory **1b**
3. Svá vyjádření ve velké míře upravuje a tlumočí tak, aby byly zprávy pozitivnější, nedbá na názory odborníků a prezentuje spíše své názory, poslouchá hlasy veřejnosti, v několika případech úplně absentuje na brífincích a nemůže tak neodpovídat na dotazy novinářů **1b**
4. I když by opatření měla být vydávána po souhlasu všech rozhodujících složek a měla by být jednotná, dochází k jejich úpravám, mnohdy již během prezentací, některá jsou zrušena úplně. Opatření jsou složitá, se spoustou výjimek, tudíž pro širokou veřejnost nejednoznačná **1b**
5. Díky zmatečné prezentaci, složitosti nařízení není jednoduché přesvědčit veřejnost o podporu **2b**

**P2:**

1. Sdělení jsou nejednotná, matoucí, neucelená, často se mění **1b**
2. Vystupování je formální, tón je důrazný **2b**
3. Vyjádření jsou vyhýbavá, nedokáže oponovat a stát si za svým **2b**
4. I když by opatření měla být vydávána po souhlasu všech rozhodujících složek a měla by být jednotná, dochází k jejich úpravám, mnohdy již během prezentací, některá jsou zrušena úplně. Opatření jsou složitá, se spoustou výjimek, proto pro širokou veřejnost nejednoznačná **1b**
5. Při vyhlášení opatření se snaží vyvolat pocit strachu a opírá se o data z jiných, těžce postižených zemí a používá zastrašovací techniky **2b**

**P3:**

1. Sdělení jsou nejednotná, matoucí, neucelená, často se mění, nestojí si za svým rozhodnutím, pod nátlakem je mění **1b**
2. Vystupování během tiskových konferencí je slušné, tón je klidný, ale i tak lze vycítit, že situaci nezlehčuje **3b**
3. Prohlášení jsou v určité míře převzatá, neověřená, to má za důsledek nejednoznačnost, často mlží a vyhýbá se odpovědnosti **1b**
4. I když by opatření měla být vydávána po souhlasu všech rozhodujících složek a měla by být jednotná, dochází k jejich úpravám, mnohdy již během prezentací, některá jsou zrušena úplně. Opatření jsou složitá, se spoustou výjimek, proto pro širokou veřejnost nejednoznačná **1b**
5. Díky zmatečné prezentaci, složitosti nařízení není jednoduché přesvědčit veřejnost o podporu, díky tomu, že si nestojí za svým rozhodnutím, objevují se ve větší míře odpírači **2b**

**P4:**

1. Sdělení jsou nejednoznačná, je nutno je vysvětlovat, často se mění **2b**
2. Strojené a formální vystupování, monotónní projev, bez emocí **2b**
3. Prohlášení jsou chaotická, v případě vlastního selhání lživá, neomluvitelná **1b**
4. Zpočátku je situace zlehčována, poté s omluvou dochází ke zpřísnění opatření, jsou zdůvodněna **2b**
5. Vzhledem k situaci s výměnou ministrů a poté porušení opatření jednoho z nich, je velmi složité pro veřejnost dodržovat opatření, má na to vliv i nejednotnost všech resortů zapojených do boje proti pandemii a jejich nesourodá komunikace, nic na tom nemění ani omluvy a prosby **1b**

**P5:**

1. Sdělení jsou nejednotná, matoucí, neucelená, často se mění **1b**
2. Vystupování během tiskových konferencí je slušné, tón je rázný, podtrhuje vážnost situace, vzhledem k tomu, že se nejedná o politiku, je cítit nejistota v projevu a před médii **2b**
3. Informace jsou ověřené, pravdivé **3b**

4. Opatření jsou inovována, přesto opět dochází k jejich změnám, stejně tak systém, podle kterého se mají řídit, vznikají matoucí verze, nutnost neustálého vysvětlování **2b**

5. Vzhledem k neustálému chaosu a absenci ucelené komunikace a náladě ve společnosti v důsledku nedávných událostí s porušováním vládních opatření od představitelů vlády není snadné žádat veřejnost o dodržování opatření a sounáležitost, i přesto na ně ministr apeluje a prosí o vstřícnost **3b**

Tabulka 2 Komunikace během 2. vlny – hodnocení (zdroj vlastní)

<b>Druhá vlna pandemie</b>	Body	Body	Body	Body	Body
Persony	<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>P5</b>
Srozumitelnost a způsob sdělení	1	1	1	2	1
Vystupování a styl komunikace	1	2	3	2	2
Pravdivost prohlášení	1	2	1	1	3
Racionalita vydaných opatření	1	1	1	2	2
Efektivita sdělení	2	2	2	1	3
<b>Celkový počet bodů</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>11</b>
<b>Průměrný počet bodů</b>	<b>1,2</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>	<b>2,2</b>

### 6.3 Komunikace během 3. vlny pandemie Covid – 19 (12/2020 – 1/2021)

V Česku zemřelo od začátku epidemie už více než 10 tisíc lidí. „Průměrně člověk kvůli nemoci covid ztratil 9,5 roku života, jsou to zbytečná úmrtí, kterým se dalo zabránit, naše země epidemii nezvládá, nejsme sice jediní, ale jsme jedni z nejhorších, situace nebude příznivá, třetí vlna nás nemine,“ říká demografka Dagmar Dzúrová z PřF UK (Bartoniček a kol., 2021).

#### Prosinec 2020

Třetí vlna pandemie v ČR se nese v duchu plošného testování a vakcinace. Alespoň tak prezentuje vláda svou strategii v boji s koronavirem.

„Vláda na začátku prosince odmítla i přes silně se zhoršující čísla nakažených výrazněji zpřísnit opatření, která přes varování expertů před Vánocemi uvolnila. Po 14 dnech ale opět

zavřela restaurace. Nedaří se odstartovat kampaň za očkování. Andrej Babiš (ANO) rozhodl, že zmocněnce pro očkování nepotřebuje. Stane se jím sám. Ministr zdravotnictví Jan Blatný (za ANO) trvá na tom, že stát je na aplikaci milionů dávek vakcín připraven“ (Bartoniček a kol., 2021).

#### 14.12.

**P5:** „Pokud lidi přitáhneme k očkování a dostaneme se na nějakých 60 procent, pak ti zodpovědní nakonec ochrání i ty, kteří zodpovědní nejsou.“ (Cikrt, 2020).

#### 15.12.

Komplikace, které doprovázely registraci k očkování proti covidu, systém byl přetížený. Nedostupná byla také linka 1221. Zpozdřovalo se také zasilání potřebných PIN kódů pro registraci. Krátce po osmé hodině ranní pak spadl celý web ministerstva zdravotnictví (Cechtl, Gričová, 2021).

**P1:** „Vše probíhá normálně, to, že vypadl systém. On nevypadl, byl zatížen na pět minut, ale já chápu, že novináři ihned sdělují tyto informace. Hlavně to funguje“. „Jsme rádi, že zájem je velký. Večer to vyhodnotíme podle míst, kde si senioři přejí rezervaci. Znovu opakují, že je to velký nápor a pokud operátoři nestíhají posílat smsky a říkají, že je to jak na Silvestra, tak je třeba si tu situaci uvědomit.“ (Cechtl, Gričová, 2021).

**P5:** „Navzdory tomu, co se píše a co se komentuje, tak rezervace probíhá velmi úspěšně.“ „Nebyla validována rodná čísla, která měla za lomítkem jen tři čísla. „Během 20 minut po spuštění to však bylo vyřešeno.“ (Cechtl, Gričová, 2021).

#### 16.12.

Začíná antigenní testování zdarma. Až do 15. ledna se mohou lidé nechat otestovat na koronavirus, testy platí zdravotní pojišťovny. Výsledek testu je do 15–20 minut. Jedinou podmínkou je, aby se lidé registrovali on-line. Web na špatně zapamatovatelné adrese crs.uzis.cz ovšem po svém spuštění kolabuje. Výpadky má i později (Bartoniček a kol., 2021).

**P2:** „Je snaha postupně navyšovat kapacity tak, abychom se koncem týdne dostali na požadovanou kapacitu, tj. 60 000 antigenních testů denně. Volných míst by mělo přibývat, ale nelze očekávat, že je během několika dnů/týdnů možné otestovat celou populaci. Kapacita 60 000 testů denně je limitem.“ (Bartoniček a kol., 2021).

**P5:** „Žádný strach. Česká republika je na očkování připravena.“ (Bartoniček a kol., 2021)

## 20.12.

„Babiš už od jara zodpovídá dle rozhodnutí vlády za protiepidemická opatření a od léta je i šéfem Rady vlády pro zdravotní rizika, takže řídí i samotný boj proti covidu-19 a chytrou karanténu. Jak si rozdělí úkoly s koordinátorem, který bude mít očkování proti covidu-19 na starosti na ministerstvu zdravotnictví, není jasné. Zatímco Německo s předstihem zřídilo na čtyři stovky očkovačích center, v Česku vláda počítá s tím, že očkovat budou nemocnice. Ty ale doteď žádný očkovačích plán nemají“ (Bartoniček a kol., 2021).

**P1:** „Protože já mám svoje zkušenosti s ministerstvem zdravotnictví, celoroční, takže jsem se rozhodl, že to budu já.“ (Bartoniček a kol., 2021).

## 21.12.

**P5:** „Základní priorita bude proočkování zdravotníků v krizové infrastruktuře. Potom se chceme zaměřit na domovy pro seniory, protože to je místo, které je třeba ochránit naprosto zásadně. To samo o sobě si vyžádá velké množství vakcíny.“ (Dragoun, 2020).

## Leden 2021

Na začátku měsíce Česko zaznamenává dosud nejvyšší počet zachycených případů koronaviru za den – je jich téměř 18 tisíc. Vláda do poloviny února prodlužuje nouzový stav, čelí ale tlaku kvůli několika aférám, zejména ohledně předbíhání v pořadníku vakcíny na Státním zdravotním ústavu.

## 18.1.

V Česku byla prokázána takzvaná britská mutace koronaviru, která je nakažlivější než dosud rozšířená varianta, uvedl Státní zdravotní ústav. Ministr Blatný řekl, že mutace není nebezpečnější pro zdraví člověka, ale šíří se asi o 40 procent rychleji. Ministr dodal, že vakcíny dostupné v Česku fungují i proti britské mutaci (V Česku se potvrdil, 2021).

**P5:** „Je teď několik měsíců, kdy musíme naplno zabrat, abychom situaci zvládli dříve, než ta rychleji se šířící varianta nad tou starší převáží.“ (V Česku se potvrdil, 2021).

### 25.1.

„Šéf Národní sportovní agentury a poslanec ANO Milan Hnilička, bývalý premiér Jiří Paroubek, šéf liberecké krajské policie Vladislav Husák nebo místopředseda Rady České televize Jiří Šlégr se účastnili nelegální oslavy narozenin. Premiér Andrej Babiš jejich chování označil za "nepřijatelné papalášství". Hnilička se omluvil a vzdal se funkce poslance, lukrativnější post šéfa Národní sportovní agentury si ale ponechal. Babiš nejprve žádal jeho odchod z čela agentury“ (Mačí a kol., © 1996–2021).

**P1:** „*Je to nepřijatelné papalášství a hlavně porušení vládních nařízení. Pánové si z nich udělali trhací kalendář. Všichni zúčastnění, včetně hotelu, ve kterém se ta akce konala, za to musí nést následky.*“ (Mačí a kol., © 1996–2021).

**P1:** „*Jeho odvolání považuji za kontraproduktivní, je to slušný člověk, který odpracoval na přípravě a vytvoření agentury spoustu času, omluvil se.*“ (Mačí a kol., © 1996–2021).

### 6.3.1 Hodnocení komunikace 3. vlna

**1. Srozumitelnost a způsob sdělení** (co a jak se sděluje)

**2. Vystupování a styl komunikace prostřednictvím médií** (forma)

**3. Pravdivost prohlášení**

**4. Racionalita vydaných opatření**

**5. Efektivita sdělení** (komu je určeno, s jakým očekáváním)

Česko už dlouho patří k nejpostiženějším státům světa. Místo toho, aby byla opatření přijímána systémově a rychle, byla zaváděna váhavě, pomalu a velmi často vznikal chaos.

Podle politologa Miloše Gregora se stát nedokázal dostatečně připravit na vlny pandemie. Velký důraz klade na poskytování pravdivých informací o pandemii a jejím pravděpodobném vývoji, i kdyby tyto informace neměly být zcela pozitivní. Upřímnou komunikaci považuje za stěžejní. Z hlediska politické komunikace spatřuje Gregor problém také v tom, že se premiér často nechoval jako státník, ale sledoval své politické zájmy. To vláda prokázala

zejména v projevech empatie, kdy upřednostňuje, díky selektivní strategii, důchodce a zaměstnance před živnostníky a dalšími skupinami, které netvoří pevný základ voličů vládní koalice. Na vládní kampaň k očkování se stále čeká, přestože vakcinace už trvá tři měsíce. "V ČR bohužel nedokážeme témata systematicky vysvětlovat," míní Gregor (Vládní komunikace, © 2021).

Během sledovaného období od počátku třetí vlny pandemie (prosinci 2020/ leden 2021) bylo nejdůležitějším tématem plošné testování veřejnosti a počátek vakcinace, proto jsou hlavními aktéry v komunikaci premiér Andrej Babiš a ministr zdravotnictví Jan Blatný. Tyto události upozadily ministra vnitra Jana Hamáčka, proto jsou jeho veřejná vyjádření zastoupena minimálně.

#### **P1:**

1. Sdělení jsou nejednotná, matoucí, neucelená, často se mění **1b**
2. Vystupování na tiskových konferencích a vyjádření přes média jsou chaotická, často mlží, tón je útočný, rázný, často mění své názory **1b**
3. Prohlášení jsou ve velké míře lživá, upravená tak, aby byla pozitivnější, nedbá na názory odborníků a prezentuje spíše své názory, staví se do hlavní role v rozhodování, a to o všem **1b**
4. Opatření jsou složitá, se spoustou výjimek, tudíž pro širokou veřejnost nejednoznačná **1b**
5. Díky zmatečné prezentaci, složitosti nařízení není jednoduché přesvědčit veřejnost o podporu **2b**

#### **P2:**

1. Sdělení jsou složitá, nutnost vysvětlení **2b**
2. Vystupování je formální, tón je důrazný **2b**
3. Vyjádření jsou vyhýbavá, nedokáže oponovat a stát si za svým **2b**
4. Opatření jsou složitá, se spoustou výjimek, proto pro širokou veřejnost nejednoznačná **2b**
5. Při vyhlášení opatření se snaží vyvolat pocit strachu, zastrašovací techniky, vyhrožování zpřísněním v případě nedodržování **1b**

#### **P5:**

1. Sdělení jsou nejednotná, matoucí, neucelená, často se mění **1b**

2. Vystupování během tiskových konferencí je slušné, tón je rázný, podtrhuje vážnost situace, projev je jistý s dávkou empatie **2b**
3. Informace jsou často nepravdivé, neověřené, vyhýbavé **1b**
4. Opatření jsou inovována, přesto opět dochází k jejich změnám, stejně tak systém, podle kterého se mají řídit, vznikají matoucí verze, nutnost neustálého vysvětlování, systémy nefungují **2b**
5. Vzhledem k neustálému chaosu a absenci ucelené komunikace a náladě ve společnosti v důsledku nedávných událostí s porušováním vládních opatření od představitelů vlády nebo veřejně známých osobností není snadné žádat veřejnost o dodržování opatření a sounáležitost, lidem dochází trpělivost **2b**

Tabulka 3 Komunikace během 3. vlny – hodnocení (zdroj vlastní)

<b>Třetí vlna pandemie</b>	Body	Body	Body	Body	Body
Persony	<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>P5</b>
Srozumitelnost a způsob sdělení	1	2	x	x	1
Vystupování a styl komunikace	1	2	x	x	2
Pravdivost prohlášení	1	2	x	x	1
Racionalita vydaných opatření	1	2	x	x	2
Efektivita sdělení	2	1	x	x	2
<b>Celkový počet bodů</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>8</b>
<b>Průměrný počet bodů</b>	<b>1,2</b>	<b>1,8</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>1,6</b>



## 7 POSTOJE OBYVATEL BĚHEM PANDEMIE COVID – 19

Díky průzkumům veřejného mínění lze sledovat různé názory a náladu v celé populaci nebo její konkrétní části. Tento způsob sociologického výzkumu je praktikován pravidelně v mnoha zemích a pomáhá tak mapovat rozsáhlou řadu názorů společnosti nejen na sociální, ale také politické události.

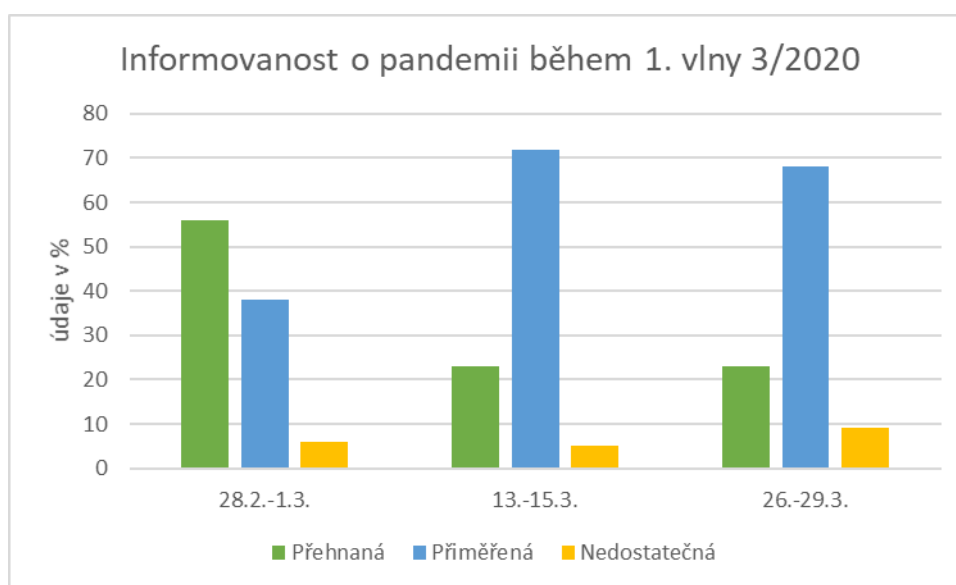
K získání dat důležitých k ucelenému pohledu na náladu ve společnosti během pandemie Covid – 19 v naší zemi byly využity průzkumy veřejného mínění, které provedla společnost SC&C, spol. s r. o. (v období 3/2020) a Median (v období 2/2021).

### 7.1 Průzkumy veřejného mínění během 1. vlny pandemie

Pro toto období byla využita data společnosti SC&C, spol. s r. o., která průzkum prováděla v začátcích pandemie u nás, a to během měsíce března 2020.

Cílem výzkumu bylo zjistit, jak česká společnost vnímá šíření koronaviru Covid – 19. Výzkum probíhal ve třech časových úsecích, a to v době od 28.2. do 2.3.2020, další vlna tohoto výzkumu proběhla v době od 13.3. do 15.3.2020 a poslední data byla sebrána v době od 26.3. do 29.3. 2020 metodou CAWI (online výzkum), kterého se zúčastnilo celkem 3725 respondentů. Data byla zvažena na populaci ČR 18+ (SC&C, ©2020).

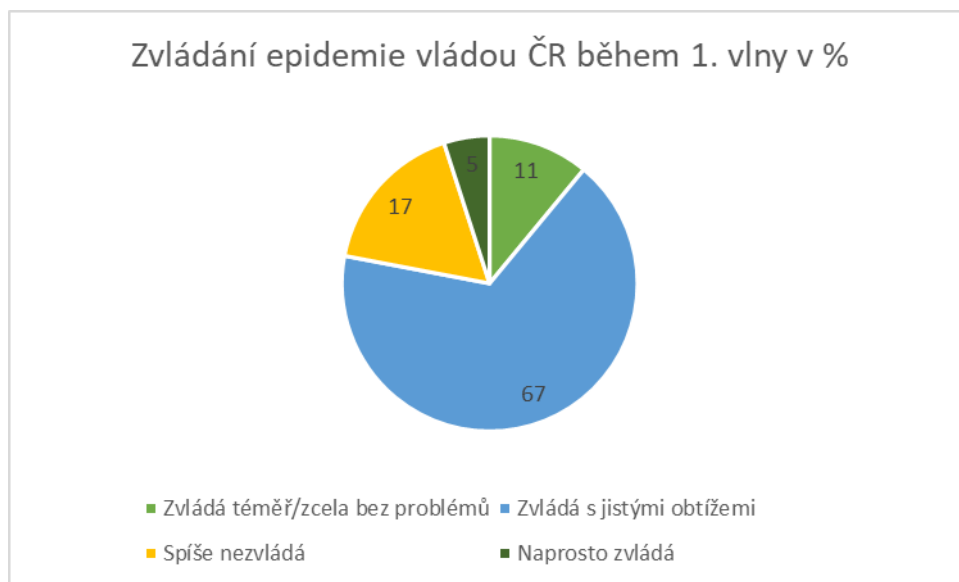
#### 1. Považujete informovanost o pandemii Covid-19 za...?



Graf 1 Informovanost o Covid – 19 (Zdroj: SC&C, 2020, vlastní zpracování)

Informovanost většina vnímá jako přiměřenou, ale čtvrtina vnímající určitou přehnanost v populaci dál zůstává. Mezi těmito kritiky najdeme častěji muže a také nejmladší generaci do 34 let a vysokoškolsky vzdělané lidi. Téměř 70% populace má dostatek informací o prevenci – ale více by jich potřebovali lidé s nižším vzděláním. Necelé polovině (45 %) chybí pozitivní zprávy, a to si uvědomují více lidé s vyšším vzděláním. Více zpráv pro seniory by si přálo 25% populace – a výrazně častěji si to myslí ti nejmladší do 34 let (SC&C, ©2020).

## 2. Vláda ČR podle vás epidemii zvládá/nezvládá?



Graf 2 Zvládání epidemie (Zdroj: SC&C, 2020, vlastní zpracování)

Většina lidí se shodne na tom, že určité potíže vláda určitě má, ale přeci jen je situace z vládní strany spíše zvládnutá než nezvládnutá. Nejméně kritičtí jsou vůči vládě seniory, a naopak nejvíce lidé s vysokoškolským vzděláním nebo nejmladší generace, ale také v tomto případě deklarují nezvládnutí zhruba čtvrtině případů (SC&C, ©2020).

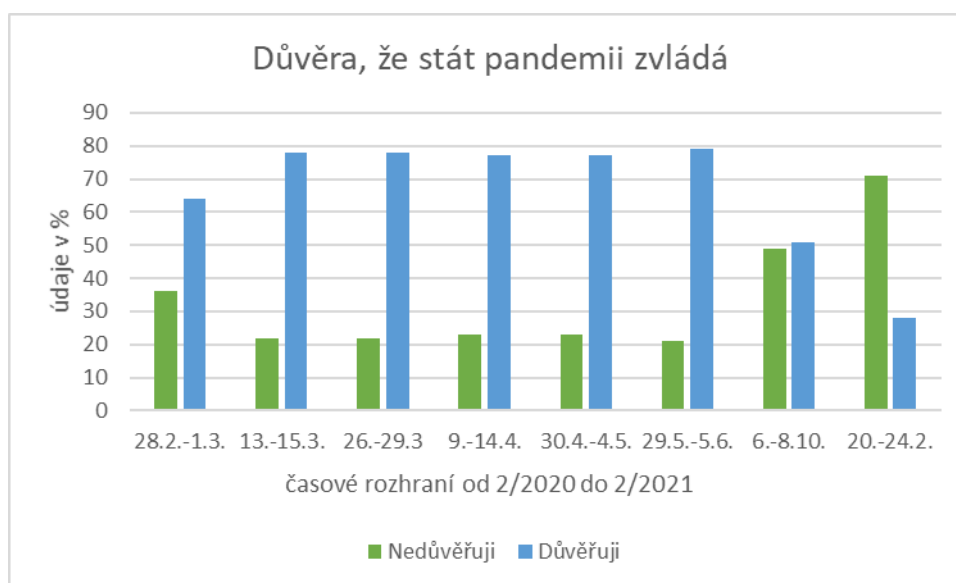
## 7.2 Průzkumy veřejného mínění po roce života v pandemii Covid – 19

Pro toto období byla využita nejen data společnosti SC&C, ale také data společnosti Median, která průzkum prováděla během února 2021, téměř rok po prvním výskytu potvrzených případů nakažení novým koronavirem u nás. Tento průzkum si objednal iRozhlas.cz.

Postoje veřejnosti a změny nálad ve společnosti ve spojení s pandemií Covid – 19 jsou zmapována v průzkumech veřejného mínění od společnosti SC&C, která prováděla první průzkumy již v úplném začátku, kdy se vyskytly první informace o podezření nákazy koronavirem v ČR, a to na přelomu měsíců února a března 2020.

„Přinášíme první letošní edici našeho opakovaného výzkumu na téma pandemie COVID-19. Sběr dat metodou CAWI proběhl v období 20.2. – 24. 2. 2021 na celkem 1 422 respondentech. Data byla zvážena na populaci ČR 18+.“ (Hamanová, 2021).

### 1. Jak důvěřujete našemu státu, že situaci zvládne?

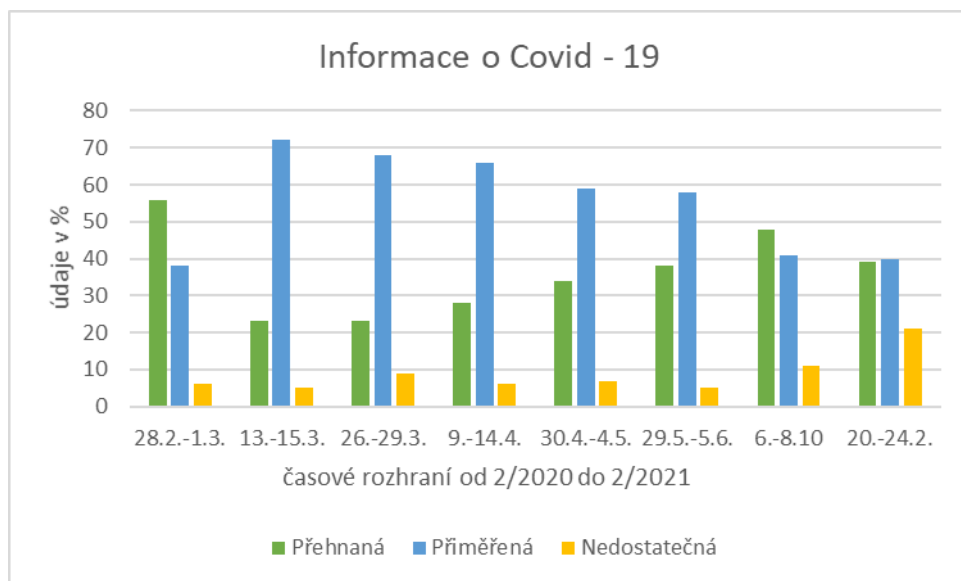


Graf 3 Důvěra ve stát v boji s pandemií (Zdroj: SC&C, 2020, vlastní zpracování)

Důvěra ve stát je na minimu a dosahuje 28 %. Ve srovnání s jarem 2020 je situace obrácená – před rokem důvěřovalo státu téměř 80% populace. Míra důvěry je velmi ovlivněna věkem respondenta – mezi seniory 65+ je zhruba polovina důvěřujících, ale v nejmladší generaci

do 34 let je skepse drtivá a dosahuje 84 %. Nárůst skepse souvisí také se vzděláním (čím vyšší vzdělání, tím nižší důvěra) a také je vyšší ve velkých městech nad 100 tisíc obyvatel (Hamanová, 2021).

## 2. Považujete informovanost o Covid – 19 za dostatečnou?



Graf 4 Informace o Covid-19 (Zdroj: SC&C, 2020, vlastní zpracování)

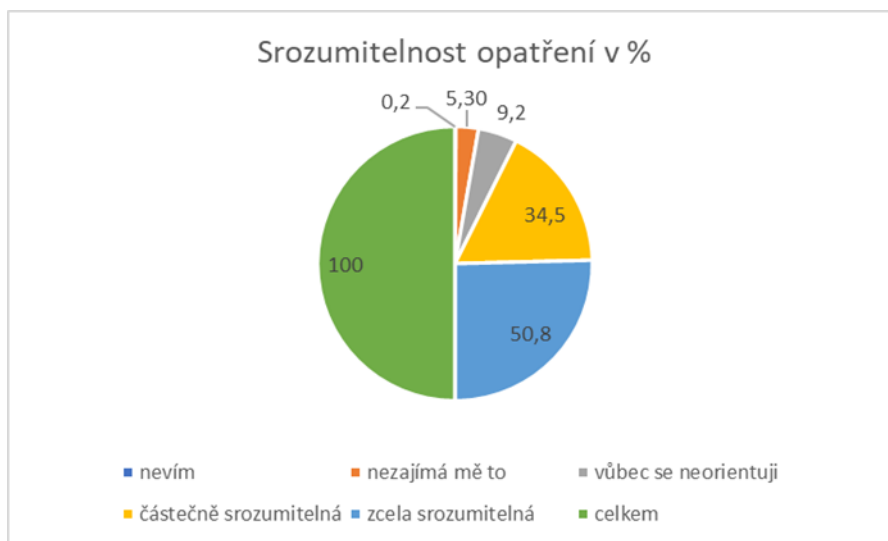
„Po roce zkušeností s COVID-19 dochází k výraznému nárůstu počtu lidí, kteří považují informace za nedostatečné – pravděpodobně to souvisí především s charakterem informací, a nikoliv s jejich množstvím, jak vyplývá z doplňujících komentářů respondentů:

*„Schází nám informace, které by přesně vysvětlovali, proč jsou zrovna tyto restriktce a k čemu mají pomoci, protože jak vidíme, u nás se to stále i přes restriktce zhoršuje.“* (citace)

*„Je to totální chaos, ve kterém se už asi nikdo nevyzná. Třeba naposledy, jen namátkou, stát po nás vyžaduje nošení respirátorů FFP2, či nanoroušek, ale neřekne/není schopen zajistit, které značky/prodejci jsou důvěryhodní a lze jim věřit, protože na trhu se objevuje řada spekulantů, kteří se neštítí ničeho a prodávají za drahé peníze nefunkční zboží. Podobných příkladů se najde celá řada.“* (citace), (Hamanová, 2021).

### 3. Srozumitelnost opatření (v procentech)?

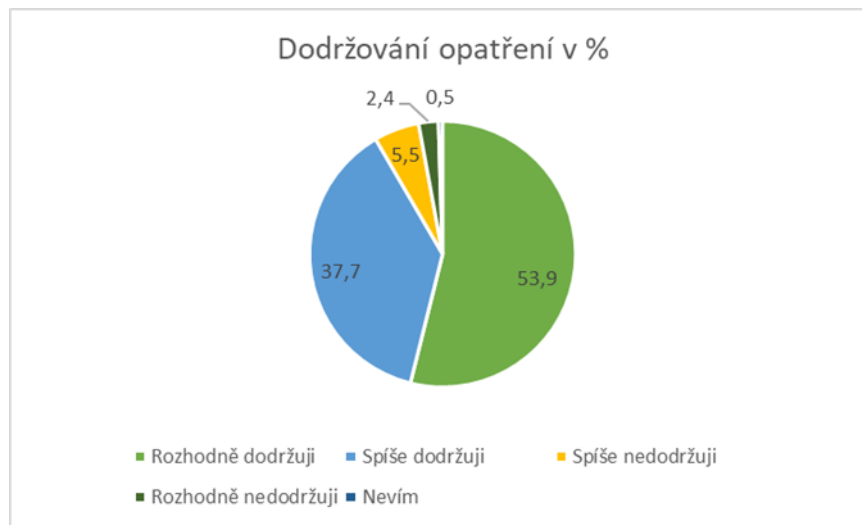
Bleskového průzkumu agentury Median pro Český rozhlas se ve dnech 2. a 3. března 2021 zúčastnilo 1020 respondentů starších 18 let. Statistická odchylka činí 1,5 procentního bodu u postojů, které má pět procent respondentů, a až 3,5 procentního bodu u postojů, které zastává 50 procent respondentů.



Graf 5 Srozumitelnost opatření (Zdroj: Median, 2021, vlastní zpracování)

Pro více než polovinu obyvatel České republiky jsou podle průzkumu protiepidemická opatření naprosto srozumitelná, třetina je chápe jen částečně. Devět procent dotázaných se v nich vůbec neorientuje. „Nejsrozumitelnější jsou pro seniory. Naopak v nejmladší věkové kategorii 18–29 let se v nich zcela orientuje pouze pětina,“ řekl Radiožurnálu Přemysl Čech ze společnosti Median s tím, že více než polovina lidí v nejmladší skupině opatřením rozumí částečně (Průzkum: většina Čechů tvrdí, 2021).

#### 4. Dodržujete opatření (v procentech)?



Graf 6 Dodržování opatření (Zdroj: Median, 2021, vlastní zpracování)

„Drtivá většina dotázaných také podle svých slov opatření dodržuje. Nejvíc senioři, z nichž tři čtvrtiny odpověděly, že se jimi rozhodně řídí. Naopak v nejmladší skupině je to jen třetina. Pouze osm procent Čechů podle průzkumu pravidla nedodržuje. Kraje či velikosti bydliště nehrají v otázce dodržování opatření významnou roli“ (Průzkum: většina Čechů tvrdí, 2021).

## 8 VÝZKUM A ROZBOR ANALÝZY

Pro analýzu krizové komunikace byla zvolena vláda ČR, jako hlavní aktér v řízení krize, která nastala v důsledku celosvětové pandemie Covid – 19. Byla zvolena kvantitativní metoda – obsahová analýza.

### 8.1 Cíl výzkumu

Hlavním cílem bakalářské práce byla analýza krizové komunikace vlády ČR během pandemie Covid – 19 a její úspěšné či naopak neúspěšné zvládnutí. Jak komunikovala vláda ČR směrem k veřejnosti a jaké postoje zaujímala veřejnost na základě krizové komunikace vlády ČR během celého sledovaného období pandemie Covid – 19. Analýza měla také ukázat, zda má krizová komunikace vliv na postoje veřejnosti a na základě výsledků dát doporučení pro zvládnutí krizové komunikace do budoucna.

### 8.2 Sběr dat

Pro analýzu byla využita sekundární data, převážně z dostupné literatury a internetových zdrojů. Relevantní informace byly získány z důvěryhodných internetových médií, webů ministerstev, tiskových zpráv. Pro odkazy na tiskové konference a brífinky vlády byly využity záznamy České televize. Pro zjištění postojů veřejnosti byla využita sekundární data agentur provádějících průzkumy veřejného mínění Median a SC&C s.r.o. Veškeré použité zdroje jsou zařazeny do seznamu literatury, uvedené v závěru práce. Na základě těchto zjištění byla provedena následující analýza.

### 8.3 Analýza výzkumu

Obsahová analýza prokázala, že krizová komunikace vlády během pandemie Covid – 19 je důležitým faktorem v celkovém pohledu vnímání veřejnosti na zvládnutí krize i boje s pandemií a má vliv na její postoje v oblasti nejen sociální, ale zejména v oblasti politické.

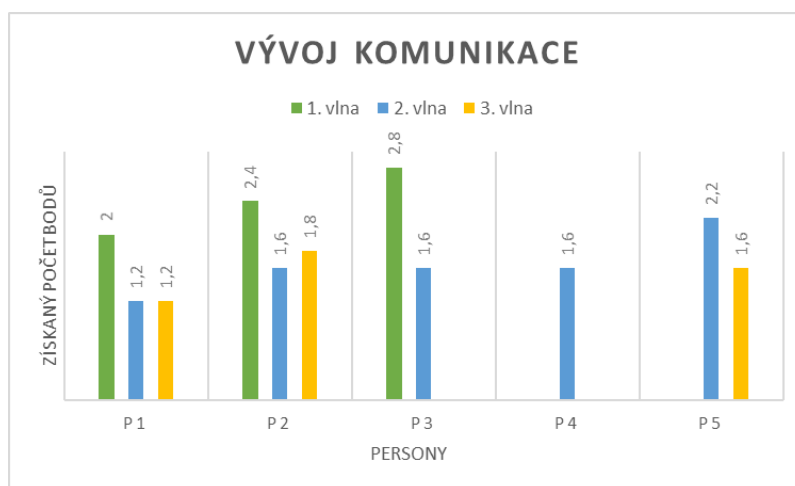
Analýza se zaměřila na tři období během pandemie a postupně odhalila chyby v komunikaci a řízení, které během 1. vlny zvládala ještě poměrně dobře, vzhledem k tomu, že nikdo z představitelů vlády, ani odborníků, doposud neměl žádnou praktickou zkušenost s tak závažnou situací, která postihla téměř celý svět. I když se při komunikaci a řízení krize neobešli bez chyb, v dalších vlnách se jich nedokázali vyvarovat, a co víc, chyby se vršily a byly stále závažnější. To mělo za důsledek změny postojů veřejnosti, které se během pandemie měnily,

na základě zmatečné a nejasné komunikace vlády, neucelených vyjádření, která se neustále měnila, závažných porušování restrikcí a opatření samotných představitelů vlády a veřejně známých osobností působících na politické půdě. Nemalý podíl na změně nálady ve společnosti měly také za následek nepravdivé informace, lži a výmluvy, kterými vláda nešetřila.

### 8.3.1 Krizová komunikace vlády ČR

V praktické části bylo provedeno hodnocení jednotlivých zástupců a jejich komunikace během třech sledovaných období. Hodnocení probíhalo v pěti kategoriích, v nichž bylo možno získat po třech bodech za každou kategorii. Maximální možný počet bodů byl 15. Jelikož se během 2. a 3. vlny měnili ministři zdravotnictví a nebyly tak účastni komunikace během celého sledovaného období, byl zvolen pro objektivitu matematický průměr získaných bodů.

#### Vývoj komunikace



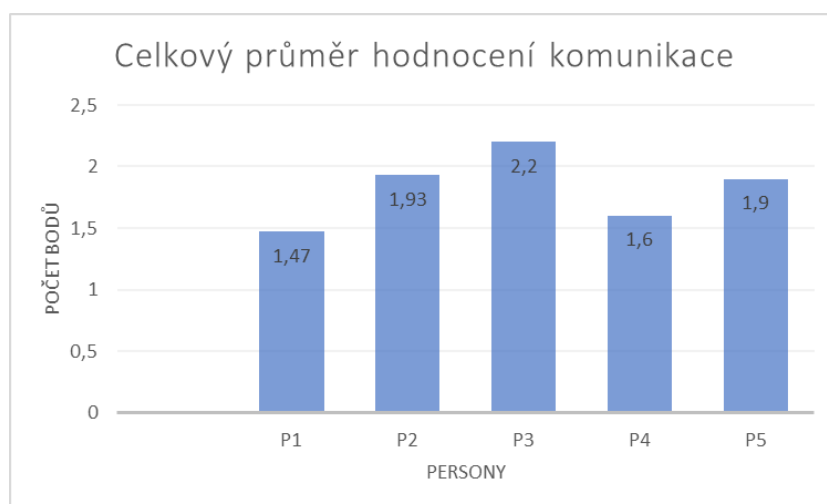
Graf 7 Vývoj komunikace (Zdroj: vlastní zpracování)

Z grafu 7 lze vyčíst následující následující: Nejvyššího skóre dosáhl ministr zdravotnictví Adam Vojtěch, a to v období 1.vlny, následován ministrem vnitra Hamáčkem. Během 2.vlny pandemie si vedli stejně Hamáček spolu s Vojtěchem i jeho nástupcem Romane Prymulou. Nejlepšího výsledku dosáhl ministr zdravotnictví Jan Blatný, který ale nastoupil až v závěru 2.vlny a neměl tak možnost komunikovat během celého období. Vystřídal na postu ministra



zdravotnictví právě Prymulu. Blatný si tak vedl nejlépe ze všech právě ve 2.vlně. Třetí vlna a komunikace během ní se nejlépe dařila Hamáčkovi, je nutné ale dodat, že díky zavádění plošného očkování a příprav na vakcinaci se do popředí a zájmu dostávalo právě ministerstvo zdravotnictví a premiér, kteří tak dostávali větší prostor pro vyjádření než ministerstvo vnitřní. Nejhoršího výsledku dosáhl premiér Andrej Babiš, a to během všech sledovaných období.

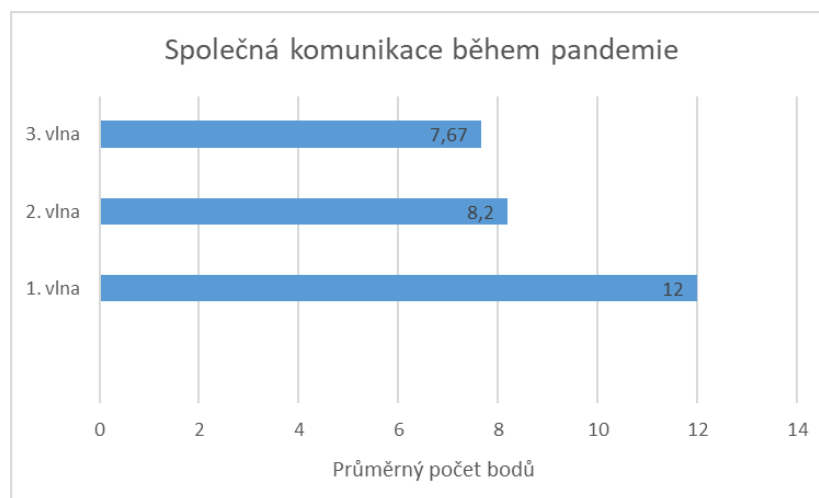
### Hodnocení jednotlivců



Graf 8 Hodnocení jednotlivců (Zdroj: vlastní zpracování)

Z grafu 8 je patrné, jak si vedli všichni zástupci komunikace během celého období. Jelikož se během pandemie měnili ministři zdravotnictví a v 2.vlně se tak účastnili komunikace hned tři ministři z jednoho resortu, byl použit matematický průměr, aby bylo dosaženo co nejobektivnějšího výsledku. Maximální počet bodů, který mohou jednotlivci získat se rovná hodnotě 3. Jako nejlepší byl za resort zdravotnictví vyhodnocen ministr Vojtěch, který vedl ministerstvo nejdelší dobu (co se sledovaného období týká) a získal 2,2 body z celkových 3. Přestože ministr Prymula setrval ve funkci jen měsíc, stačil získat nejnižší hodnocení ze všech ministrů zdravotnictví. Ještě hůře si ale vedl premiér Andrej Babiš, který je ve zvládnutí krizové komunikace na úplném chvostu a získal jen 1,47 bodů. Uspokojivého výsledku dosáhl ministr Hamáček spolu s ministrem Blatným, téměř shodně 1,93 respektive 1,9 bodů.

## Společná komunikace



Graf 9 Společná komunikace (Zdroj: vlastní zpracování)

V posledním grafu č. 9 je znázorněn vývoj krizové komunikace všech vybraných představitelů jako celku. Lze tak porovnat vývoj a úspěšnost komunikace během jednotlivých období od března 2020 až do konce ledna 2021. Celkový počet získaných bodů všech jednotlivců byl opět zprůměrován za každé sledované období. Nejvyšší možný počet bodů, který jako celek mohli získat, je 15. Nejlépe si vláda ČR vedla v krizové komunikaci během 1.vlny, kdy dosáhla dobrého výsledku 12 bodů. To se ovšem nedá říct o následující 2. vlně, kdy skóre kleslo na 8,2 bodu, což se blíží téměř polovině možného maxima. A klesající trend se ukázal i při 3.vlně, kdy se výše získaných bodů zastavila na hodnotě 7,67 z možných 15.

### 8.3.2 Postoje veřejnosti během pandemie Covid – 19

V praktické části byla využita data výzkumných agentur, které prováděly průzkumy veřejného mínění během celého období pandemie. Z výsledků je patrné, že krizová komunikace vlády a její boj s pandemií mají velký vliv na názory a postoje veřejnosti. Tyto dvě oblasti se ukazují jako pevně svázané. Díky častému vystupování představitelů vlády v médiích, jejich schopnosti komunikovat a prezentovat své názory se odráží v postojích veřejnosti nejen v oblasti sociální, ale zejména politické.

Podle politologa Miloše Gregora, který působí na Fakultě sociálních studií Masarykovi univerzity v Brně je nejdůležitější faktorem v komunikaci upřímnost. Ta by se měla zaměřit zejména na reálné informace o tom, jak se může pravděpodobně pandemie vyvíjet. Mnohem přínosnější je informovat veřejnost pravdivě, i když to nemusí znít právě pozitivně než ji neustále přesvědčovat, aby vydržela ještě další dva až tři týdny a chlácholit ji, že pak se situace určitě zlepší. *"Když se lidé opakovaně zklamou, vyhodnotí politickou reprezentaci jako neupřímnou a samozřejmě pak klesá ochota dodržovat opatření."* (Vládní komunikace má být, 2021).

„Z výsledků analýzy je také patrné, že veřejnost potřebuje pocit bezpečí a ujištění, že vláda ví, co dělá. Sociolog Vojtěch Prokeš vysvětluje, proč pandemie vyvolává takové emoce. Podle něj vláda dělá příliš málo pro to, abychom se mohli cítit bezpečně a že je na ně spolehnouti. Navíc v situaci, která se nevyvíjí dobře, ztrácí veřejnost víru, že se o ni stát dokáže postarat. Koronavirus se stal jakýmsi symbolem nejistoty. Napomáhá tomu i to, že je mu dán obrovský prostor v médiích, takže je jen velmi složité ho nevnímat. A protože nikdo z nás takovou situaci nezažil, je o to více vidět“ (Maca, 2020).

## 8.4 Zodpovězení VO

V bakalářské práci byly položeny dvě výzkumné otázky:

**VO 1:** Jakým způsobem komunikuje vláda ČR během pandemie Covid - 19?

**VO 2:** Jaké jsou postoje veřejnosti ke krizové komunikaci vlády ČR během pandemie Covid -19 a jejímu zvládnutí?

**VO1: Jakým způsobem komunikuje vláda ČR během pandemie Covid – 19?**

Provedená analýza ukázala, jakým způsobem komunikuje vláda ČR během pandemie. Krizová komunikace představitelů vlády upozornila na závažné nedostatky jak ve stylu, tak ve formě, kterými předávání informací poskytovali veřejnosti. Během krizové komunikace je důležité dodržovat specifické postupy a zabránit tak celé řadě negativních dopadů, které díky špatné komunikaci mohou způsobit. Pokud nedokáže vláda nebo jakákoliv jiná organizace správně a srozumitelně navést veřejnost, jak se v dané situaci chovat, může to mít nedozírné následky, jako je šíření paniky, zhoršení situace, způsobení škod na majetku nebo dokonce ohrožení na životech.

V začátcích pandemie je patrné, jak veřejnost zpozorněla a naslouchala představitelům vlády, co budou říkat. Pro všechny byla pandemie úplně nová zkušenost, a tak díky neznámému stavu, který nastal, zaplnil veškerá média hlavně koronavirus. Občané tak byli ochotni naslouchat a přijímat informace, jak se chovat, aby byly dopady pandemie co nejmenší. Zpočátku vláda komunikaci ještě zvládala, postupem času se ale zamotávala do vlastních přešlapů a nesourodosti obsahů od jednotlivých představitelů. Komunikace se tak stává stále více chaotickou, není jednotná, postupem času méně srozumitelná. Vydaná opatření se velmi často mění, je patrné, že vláda nemá žádný strategický plán, nespolupracuje jako celek. Vydaná opatření jedním resortem, jsou shozena druhým, respektive premiérem Babišem, který se více než na krizovou komunikaci zaměřuje na politický marketing. Stejně tak opatření a restrikce, která vláda předkládá, nejsou promyšlená, neustále se mění podle toho, jak se ozývají zasažené resorty a poukazují na nesmyslné nebo nereálné řešení. Některá opatření navíc postrádají jakoukoliv racionalitu. Chybí komunikační plán a jakákoliv ucelená strategie, která by ukázala, jak bude vláda postupovat v řízení krize a boje s pandemií.

**VO 2: Jaké jsou postoje veřejnosti ke krizové komunikaci vlády ČR během pandemie Covid -19 a jejímu zvládnutí?**

Veřejné průzkumy a analýza prokázaly, že krizová komunikace vlády úzce souvisí s postoji veřejnosti. Na začátku pandemie panovaly ve společnosti obavy z neznámého viru, které

byly navíc posíleny informacemi ze zemí, které byly nejvíce zasaženy novou nákazou a jen těžce s ní bojovaly. V počátcích první vlny navíc vláda komunikaci zvládala a veřejnost jí naslouchala. Opatření a restrikce považovala drtivá většina za opodstatněné a srozumitelné. Navíc se první vlnu dařilo zvládnout poměrně brzy, opatření zafungovala a důvěra ve vládu byla poměrně vysoká. S nástupem druhé vlny a rychlostí jakou se rozšířila byla překvapená nejen veřejnost, ale i samotná vláda. Poměrně rychlé zvládnutí první vlny mělo za důsledek to, že vláda celou situaci podcenila a nebyla schopná se důkladně připravit na možnou druhou vlnu. Komunikace a opatření tak probíhaly téměř od stolu a postrádaly jakoukoliv racionalitu. Počáteční fázi, kdy si občané chtěli pomoci zejména sami vystřídala jakási deziluze, která se objevila v okamžiku, kdy vyšlo najevo, že konec krize je v nedohlednu a vláda nezvládá boj s pandemií. Nálada ve společnosti je velmi napjatá a kroky, které vláda dělá vedou spíše k rozdělení společnosti, kdy jedna část obviňuje druhou. Nemalý podíl na tom mají i kauzy, které vyplouvají na povrch a ukazují zákulisí celé pandemie. Ve společnosti tak sílí názor, že nejde především o zdraví a co nejmenší dopad na ekonomiku, který pandemie bezesporu bude mít, ale především o zájmy zainteresovaných stran. Důvěru vlády neposiluje ani porušování opatření od samotných představitelů, kteří navíc neustále kladou důraz na jejich dodržování. Pokud je po někom vyžadováno dodržování určitých pravidel, musí jít sám příkladem. To, co fungovalo na začátku pandemie, jako byla sounáležitost společnosti, solidarita a ochota vzájemné pomoci, se postupně vytrácelo právě v důsledku nezvládnuté komunikace vlády.

## 8.5 Návrh a doporučení

Během provádění analýzy krizové komunikace vlády ČR v souvislosti s pandemií Covid – 19 bylo zjištěno, že vláda postrádá jakýkoliv komunikační plán a ucelenou strategii řízení krize. Krize, kterou celá společnost prochází trvá příliš dlouho, což se podepisuje na psychice mnoha občanů. Vláda za celou dobu nepředložila žádný dlouhodobý plán, který by byl srozumitelný a jasně říkal, jaký bude postup v určitých fázích pandemie. Plán, který by byl srozumitelný pro každého jedince ve společnosti. Jednoduchý navigační systém, který by ukazoval, co se bude dít a jaká budou pravidla, pokud se situace bude zlepšovat a naopak, co bude potřeba udělat, jestliže se situace zhorší. Místo neustálého prosení „vydržme to ještě dva týdny, pak se situace určitě zlepší“ a následovného „situace se nevyvíjí tak, jak jsme předpokládali“, by bylo mnohem účinnější, kdyby se vláda opírala o názory odborníků, a ne o statusy na sociálních sítích. Krizová komunikace vlády by mnohem více měla pracovat

s psychologií lidí, zaměřit se na všechny cílové skupiny a mluvit s nimi srozumitelným jazykem. Klíčové pro zvládnutí situace je důvěra lidí, pokud je potřeba je přesvědčit k určitému dosažení daného cíle, musíte je motivovat, lidé musí cítit, že jste s nimi na jedné lodi. Nepříliš vhodné je neustále udržovat v lidech strach, i když je tak snazší lidi ovládat a přimět je tak k dodržování opatření. Taková taktika může fungovat v začátcích pandemie, kdy lidé měli strach a omezili kontakty, z dlouhodobého hlediska, je ale taková strategie nevhodná. Tato krize trvá už příliš dlouho a lidé potřebují nějaké pozitivní zprávy, vidět světlo na konci tunelu. Jestliže jim je odebrána svoboda a jsou omezováni, musí vědět, že to má smysl a povedete to ke zlepšení situace.

## ZÁVĚR

Hlavním cílem bakalářské práce byla analýza krizové komunikace vlády ČR během pandemie Covid – 19 a její úspěšné či naopak neúspěšné zvládnutí a s tím spojené postoje obyvatel, jestli vláda boj s pandemií zvládá. Teoretická část se zaměřila na objasnění pojmů spojených s krizí, zejména pak s krizovou komunikací a komunikací s médii. Následná praktická část objasnila dané téma více do hloubky a zmapovala konkrétní vyjádření a komunikaci vybraných představitelů vlády ČR. Získaná sekundární data byla zpracována v analýze, ze které vzešly poznatky, jakým způsobem komunikuje vláda ČR během pandemie a jaké jsou postoje obyvatel v souvislosti s krizovou komunikací vlády a jejím bojem s pandemií. Práce analyzovala tři období během pandemie, která postihla nejen ČR, ale téměř celý svět.

Obsahová analýza prokázala, že krizová komunikace vlády ČR během pandemie Covid – 19 má velký vliv na postoje obyvatel, které se od začátku pandemie postupně měnily, a to v důsledku chyb, kterých se vláda dopouštěla. I když v počátcích byla komunikace poměrně zvládnutá, představitelé vlády se později ze zjištěných chyb nepoučili, naopak, komunikační strategie byla stále více komplikovaná, nejasná, těžko srozumitelná. Opatření, která vláda vydávala, byla mnohdy nedomyšlená, s mnoha výjimkami, což bylo matoucí. Vláda nedokázala komunikovat jednotně, srozumitelně

Do budoucna by bylo vhodné spolupracovat s odborníky nejen z oboru epidemiologie, ale zejména s odborníky na krizovou komunikaci. Vytvořením komunikační strategie by se tak vyvarovali mnohých chyb a veřejnosti by jistě stoupla důvěra, že boj s pandemií vláda zvládá.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] Adam Vojtěch: Roušky skutečně budou. 2020. In. *Neovlivni.cz* [online]. 2020-05-21. [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: <https://neovlivni.cz/databaze-lzi-vojtech-a-ochranne-pomucky/>
- [2] ALVAROVÁ, Alexandra. 2017. *Průmysl lži: propaganda, konspirace a dezinformační válka*. Praha: Stanislav Juhaňák – Triton. 247 s. ISBN 9788075534927.
- [3] ANTUŠÁK, Emil a Zdeněk KOPECKÝ. 2005. *Krizový management: mezinárodní aspekty*. Praha: Oeconomica. 131 s. ISBN 8024509520.
- [4] Babiš: Všem se omlouváme za nedostatek roušek. 2020. In. *Novinky.cz* [online]. 2020-03-17. [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/koronavirus/clanek/babis-vsem-se-omlouvame-za-nedostatek-rousek-ale-chce-je-cela-planeta-40317029>
- [5] BARONÍČEK, Radek a kol., 2021. Anatomie selhání: Váhání zmatek. Proč je Česko po roce pandemie v nejtěžší krizi. In: *Zpravy.aktualne.cz* [online]. 2021-03-01. [cit. 2021.04-10]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/casova-osa-covid/r~fd4c3f7e0ec511eb9d470cc47ab5f122/>
- [6] BAYER, Michal. 2014. *Krizová komunikace ve veřejné správě*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí bakalářské práce Olga Jurášková.
- [7] BEDNÁŘ, Vojtěch. 2012. *Krizová komunikace s médii*. Praha: Grada. 183 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 9788024737805.
- [8] BRATAAS, Kjell. 2018. *Crissis communication: case studies and lessons learned from international disasters*. New York, NY: Routledge. 1 online zdroj. ISBN 978-13-1536-824-5. Dostupné z: <https://proxy.k.utb.cz/login?url=https://www.taylorfrancis.com/books/9781498751353>
- [9] BURIÁNEK, Jiří. 2018. Analýza obsahová. In. *Encyklopedie.soc.cas.cz* [online]. 2018-11-10. [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: [https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Anal%C3%BDza\\_obsahov%C3%A1](https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Anal%C3%BDza_obsahov%C3%A1)
- [10] BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. 2001. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal. 391 s. ISBN 80-85947-67-6.
- [11] CECHTL, Pavel a Gričová, ANDREA, 2021. Fiasko a skandál, kritizuje opozice rezervaci k očkování. Babiš: Vše funguje. In. *Denik.cz* [online]. 2021-01-15. [cit. 2021-04-12].



Dostupné z: [https://www.denik.cz/z\\_domova/rezervace-ockovani-babis-opozice-202101.html](https://www.denik.cz/z_domova/rezervace-ockovani-babis-opozice-202101.html)

[12] CIKRT, Tomáš, 2020. Klidně se nechám naočkovat jako první. In. *Mzcr.cz* [online]. 2020-12-14. [cit. 2021-04-12]. Dostupné z: <https://www.mzcr.cz/tiskove-centrum-mz/klidne-se-necham-naockovat-jako-prvni-ministr-zdravotnictvi-jan-blatny-veri-ze-za-pul-roku-bude-covid-minulosti/>

[13] DRAGOUN, Radek, 2020. První Čech má dostat vakcínu v neděli. Nemocnice ale stále čekají na plán očkování. In. *Aktualne.cz* [online]. 2020-12-21. [cit. 2021-04-15]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/vakcina-pfizer-nemocnice-plan-ockovani/r~b8ab48a643a411eba7deac1f6b220ee8/>

[14] FORET, Miroslav. *Marketingová komunikace*. 2011. [3. aktualiz. vyd.]. Brno: Computer Press. 486 s. ISBN 978-80-2513-432-0.

[15] GRIČOVÁ, Andrea a Lukáš KRÁLÍČEK, 2020. Ministr zdravotnictví Adam Vojtěch rezignoval. Nemám se zač stydět, řekl. In. *Denik.cz* [online]. 2020-09-21. [cit. 2021-04-12]. Dostupné z: [https://www.denik.cz/z\\_domova/adam-vojtech-tk-virus-20200921.html](https://www.denik.cz/z_domova/adam-vojtech-tk-virus-20200921.html)

[16] HALADA, Jan, ed. 2015. *Marketingová komunikace a public relations: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum. ISBN 978-80-246-3075-5.

[17] HAMANOVÁ, Jana. 2021. VIII. Vlna Covid výzkumu. In. *Scac.cz* [online]. 2021-02-26. [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://scac.cz/viii-vlna-covid-vyzkumu-stoupa-zajem-o-ockovani-duvera-ve-stat-na-minimu/>

[18] HELLER, Jakub, 2020. Vojtěch jde do karantény, Babiš to odmítl. In. *Zpravy.aktualne.cz* [online]. 2020-09-02. [cit. 2021-04-12]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/babis-i-vojtech-mohou-byt-v-karantene-oba-vcera-byli-s-rav-zov/r~f7dde976ecff11eab0f60cc47ab5f122/>

[19] HOLÁ, Jana. 2011. *Jak zlepšit interní komunikaci*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-2636-3.

[20] HRUBOŠOVÁ, Lucie. 2011. *Komunikace pro praxi*. Olomouc: Univerzita Palackého. Günther. 62 s. [online]. ISBN 978-80-244-3024-9. Dostupné z:

[https://kb.upol.cz/fileadmin/userdata/FF/katedry/kbh/studium/materialy/e-knihovna/Hrubosova\\_komunikace\\_pro\\_praxi.pdf](https://kb.upol.cz/fileadmin/userdata/FF/katedry/kbh/studium/materialy/e-knihovna/Hrubosova_komunikace_pro_praxi.pdf)

[21] JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. 2003. *Média a společnost*. Praha: Portál, ISBN 80-7178-697-7.

[22] Jméno? Řekněte to! Babiš vyslychal Vojtěcha při tiskové konferenci. 2020. In. *Novinky.cz* [online]. 2020-03-07. [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/koronavirus/clanek/jmeno-reknete-to-babis-vyslychal-vojtecha-pri-tiskove-konferenci-40315906>

[23] JURÁŠKOVÁ, Olga. 2015. *Budování značky prostřednictvím Public relations*. Zlín: VeRBuM. 68 s. ISBN 978-80-875-0063-7.

[24] Kde byla schůzka a o čem se mluvilo?. 2020. In. *Aktualne.cz* [online]. 2020-10-23. [cit. 2021-04-12]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/v-restauraci-nebo-v-kapitulce-prymula-si-pri-popisu-schuzky-s/r~68112aae153311ebb1110cc47ab5f122/v~sl:d0bcfc7ec1005f65ac3c438d7d4fcbe2/>

[25] KOLEKTIV AUTORŮ. 2006. *Chřipka a pandemie – ptací hrozba?* Praha: Mladá fronta. 176 s. ISBN 80-204-1358-8.

[26] KOLODZY, Janet. 2006. *Convergence journalism: writing and reporting across the news media*. Lanham: Rowman & Littlefield. 267 s. ISBN: 978-074-2538-863.

[27] KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. 2013. *Marketing management*. [4. vyd.]. Praha: Grada. 814 s. ISBN 978-802-474-150-5.

[28] KRÝSLOVÁ, Milena, 2020. Prymula: Koronavirus je v Česku zatím pod kontrolou, musíme se ale obávat šíření viru ve školách. In. *Lidovky.cz* In. [online]. 2020-09-03. [cit. 2021-04-10]. Dostupné z: [https://www.lidovky.cz/domov/prymula-koronavirus-je-v-cesku-zatim-pod-kontrolou-musime-se-ale-obavat-sireni-viru-ve-skolach.A200902\\_201306\\_ln\\_domov\\_ele](https://www.lidovky.cz/domov/prymula-koronavirus-je-v-cesku-zatim-pod-kontrolou-musime-se-ale-obavat-sireni-viru-ve-skolach.A200902_201306_ln_domov_ele)

[29] KŘIVOHLAVÝ, Jaro. 1988. *Jak si navzájem lépe porozumíme: kapitoly z psychologie sociální komunikace*. Praha: Svoboda. 235 s.

[30] LIGS University. ©2021. *Zásady media relations – zajistí konkurenční výhodu i pozitivní image firmy*. In. *Ligsuniversity.cz* [online]. [cit. 2021-03-07]. Dostupné z:

<https://www.ligsuniversity.cz/cs/blogpost/zasady-media-relations-zajisti-konkurencni-vy-hodu-i-pozitivni-image-firmy>

[31] MACA, Tomáš. 2020. Vláda boj s pandemií nezvládá, myslí si Češi. Trápí je strach, stres i nespavost. In. *Aktualne.cz* [online]. 2020.11-10. [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/dve-tretiny-cechu-citi-ze-stat-pandemii-nezvlada-trapi-je-st/r~458f2fc01f8411eba7deac1f6b220ee8/>

[32] MAČÍ, Josef a kol. © 1996–2021. Nepřijatelné papalášství, vzkázal Babiš Hniličkovi, kterého vyfotili na párty. In. *Seznamzpravy.cz* [online]. 2021-01-25. [cit. 2021-04-15]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/neprijatelne-papalasstvi-napsal-babis-o-hniličkovi-ktereho-vyfotili-na-party-139224>

[33] MARTÍNEK, Jan, 2020. Hamáček varuje před podzimem: Bez vakcíny žijeme s tygrem v kleci. In. *Novinky.cz* [online]. 2020-08-01. [cit. 2021-04-10]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/domaci/clanek/hamacek-varuje-pred-podzimem-bez-vakciny-zijeme-s-tygrem-v-kleci-40332204>

[34] MARTÍNEK, Jan, 2020. První rozhovor s ministrem Blatným: Data zatím ukazují, že lockdown nebude nezbytný. In. *Novinky.cz* [online]. 2020-10-30. [cit. 2021-04-12]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/domaci/clanek/prvni-rozhovor-s-ministrem-blatnym-data-zatim-ukazuji-ze-lockdown-nebude-nezbytny-40340744>

[35] Media-relations. 2021. In. *Media-relations.cz* [online]. [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: <http://www.media-relations.cz/cs/>

[36] Ministerstvo vnitra ČR. ©2020. Nouzový stav. In. *MVCR.cz* [online]. [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/nouzovy-stav.aspx>

[37] MOLÁČEK, Jan, 2020. Nebuďte slušnej, jméno! Babiš si plete hulvátství a schopnosti lídra. In. *Denikn.cz* [online]. 2020-03-07. [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: <https://denikn.cz/309118/nebudte-slusnej-jmeno-babis-si-plete-hulvatstvi-a-schopnosti-lidra/>

[38] NAKONEČNÝ, Milan. 2009. *Sociální psychologie*. Vyd. 2. Praha: Academia. 498 s. ISBN 978-80-200-1679-9.

[39] Noční schůzka s Prymulou a Faltýnkem na Vyšehradě?. 2020. In. *Aktualne.cz* [online]. 2020-10-25. [cit. 2021-04-12]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/prymula/r~6d47147e16ce11ebaabd0cc47ab5f122/>

- [40] Pandemie. ©2016-2021. Co je to pandemie. In. *Pandemie.cz* [online]. [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: <https://www.pandemie.cz/co-je-to-pandemie>
- [41] POSPÍŠILOVÁ, Eva, 2020. Nepřišel jsem dělat politiku, nabízím služby zemi, tvrdí nový ministr Blatný. In. *Idnes.cz* [online]. 2020-10-03. [cit. 2021-04-12]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/koronavirus-novy-ministr-zdravotnictvi-jan-blatny-rozhovor-mf-dnes.A201030\\_174643\\_domaci\\_brzy](https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/koronavirus-novy-ministr-zdravotnictvi-jan-blatny-rozhovor-mf-dnes.A201030_174643_domaci_brzy)
- [42] Průzkum: Většina Čechů tvrdí, že vládní opatření dodržují. 2021. In. *Irozhlas.cz* [online]. 2021-03-05. [cit. 2021-04-17]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/pruzkum-median-koronavirus-opatreni\\_2103050605\\_pj](https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/pruzkum-median-koronavirus-opatreni_2103050605_pj)
- [43] Public Relations. ©2011. In. *Public-relations-pr.cz* [online]. [cit. 2021-03-07]. Dostupné z: <http://www.public-relations-pr.cz/>
- [44] *Sbírka zákonů 1998/47-133*. Praha: Ministerstvo vnitra. 1998.
- [45] SC&C. © 2020. VIII. Vlna COVID výzkumu. In. *Scac.cz* [online]. 2021-02-26. [cit. 2021-04-15]. Dostupné z: <https://scac.cz/viii-vlna-covid-vyzkumu-stoupa-zajem-o-ockovani-duvera-ve-stat-na-minimu/>
- [46] SVOZILOVÁ, Ivana. 2008. *Krizová mediální komunikace při pandemických nákazách*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí diplomové práce Svatava Navrátilová.
- [47] ŠENOVSKÝ, Michail a Vilém ADAMEC. 2004. *Základy krizového managementu*. 2. vyd. V Ostravě: Sdružení požárního a bezpečnostního inženýrství. 102 s. SPBI Spektrum. Červená řada. ISBN 8086634442.
- [48] TOMANDL, Jan, Jaroslav ČUŘÍK, Kristýna MARŠOVSKÁ a Tereza FOJTOVÁ. 2020. *Krizová komunikace: principy, zkušenosti, postupy*. Brno: Masarykova univerzita. 221 s. Promedia. ISBN 978-80-210-9636-3.
- [49] TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. 2010. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál. 293 s. ISBN 9788073676834.
- [50] V Česku jsou tři lidé nakaženi koronavirem. Předtím byli v Itálii. © Česká televize 1996 – 2021. In. *Ct24.ceskatelevize.cz*. [online]. 2020-03-01. [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3056228-v-cesku-jsou-tri-lide-nakazeni-koronavirem>

- [51] V Česku roste počet případů nakažení koronavirem. © Česká televize 1996 – 2021. In. *Ct24.ceskatelevize.cz*. [online]. 2020-03-10. [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3060278-kvuli-koronaviru-zacina-platit-zakaz-navstev-nemocnicich-bezpecnostni-rada-oznami>
- [52] V Česku se potvrdil výskyt takzvané britské mutace koronaviru. © Copyright 2021 ČTK. In. *Ceskenoviny.cz* [online]. 2021-01-18. [cit. 2021-04-15]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/v-cesku-se-potvrdil-vyskyt-takzvane-britske-mutace-koronaviru/1983240>
- [53] VINTR, Miroslav. 2016. *Rizika krizové komunikace*. Brno: Vysoké učení technické, Ústav soudního inženýrství. Vedoucí diplomové práce Vladimír Adamec.
- [54] Vládní komunikace má být upřímná a empatická, míní politolog. © Copyright 2021 ČTK. In. *Ceskenoviny.cz* [online]. 2021-03-23. [cit. 2021-04-14]. Dostupné z <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/vladni-komunikace-ma-byt-uprimna-a-empaticka-mini-politolog/2012193>
- [55] Volný pohyb osob se výrazně omezuje. © Česká televize 1996 – 2021. In. *Ct24.ceskatelevize.cz*. [online]. 2020-03-16. [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3062610-v-cesku-je-214-potvrzenych-pripadu-nakazy-novym-koronavirem>
- [56] VOPÁLENSKÁ, Lucie, 2020. Jan Hamáček: Těm lidem hrozí to, že někoho nakazí a on pak umře a jim to bude celý život líto. In. *Plus.rozhlas.cz* [online]. 2020-03-20. [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/jan-hamacek-tem-lidem-hrozi-ze-nekoho-nakazi-a-pak-umre-a-jim-bude-cely-zivot-8166557>
- [57] Vláda podle odborníků letos komunikaci kolem covidu-19 nezvládla. © Copyright 2021 ČTK. In. *Ceskenoviny.cz* [online]. 2020-12-26. [cit. 2020-04-15]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/vlada-podle-odborniku-letos-komunikaci-kolem-covidu-19-nezvladla/1975426>
- [58] VYMĚTAL, Štěpán. 2009. *Krizová komunikace a komunikace rizika*. Vyd. 1. Praha: Grada. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-2510-9.
- [59] ZAPLETALOVÁ, Šárka. 2012. *Krizový management podniku pro 21. století*. Praha: Ekopress. 166 s. ISBN 9788086929859.

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

ANO	Akce nespokojených občanů – politické hnutí
CAWI	Computer Assisted Web Interviewing.- metoda sběru dat
ČR	Česká republika
ČSSD	Česká strana sociálně-demokratická
ČT	Česká televize
ČTK	Česká tisková kancelář
FFP2	označení třídy ochrany respirátorů
FFP3	označení třídy ochrany respirátorů
KDU-ČSL	Křesťanská a demokratická unie – Československá strana lidová
MHD	městská hromadná doprava
PCR	Polymerase Chain Reaction – metoda testování
PES	protiepidemický systém
PIN	personal identification number (Osobní identifikační kód)
PR	Public relations
TS	televizní studio
TV	televize

**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1 Komunikace během 1. vlny – hodnocení (zdroj vlastní).....	40
Tabulka 2 Komunikace během 2. vlny – hodnocení (zdroj vlastní).....	51
Tabulka 3 Komunikace během 3. vlny – hodnocení (zdroj vlastní).....	56

**SEZNAM GRAFŮ**

Graf 1 Informovanost o Covid – 19 (Zdroj: SC&C, 2020, vlastní zpracování) .....	57
Graf 2 Zvládání epidemie (Zdroj: SC&C, 2020, vlastní zpracování).....	58
Graf 4 Důvěra ve stát v boji s pandemií (Zdroj: SC&C, 2020, vlastní zpracování)...	59
Graf 5 Informace o Covid-19 (Zdroj: SC&C, 2020, vlastní zpracování) .....	60
Graf 6 Srozumitelnost opatření (Zdroj: Median, 2021, vlastní zpracování).....	61
Graf 7 Dodržování opatření (Zdroj: Median, 2021, vlastní zpracování) .....	62
Graf 8 Vývoj komunikace (Zdroj: vlastní zpracování).....	64
Graf 9 Hodnocení jednotlivců (Zdroj: vlastní zpracování).....	65
Graf 10 Společná komunikace (Zdroj: vlastní zpracování) .....	66



## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P1: Tiskové konference a brífink

## **PŘÍLOHA P I: TISKOVÉ KONFERENCE A BRÍFINK**

### **Brífink 1.3. 2020**

<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3056228-v-cesku-jsou-tri-lide-nakazeni-koronavirem>

### **Tisková konference 7.3.2020**

<https://www.novinky.cz/koronavirus/clanek/jmeno-reknete-to-babis-vyslychal-vojtecha-pri-tiskove-konferenci-40315906>

### **Tisková konference 12.3. 2020**

<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3062610-v-cesku-je-214-potvrzenych-pripadu-na-kazy-novym-koronavirem>