

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Katedra sociologie, andragogiky a kulturní antropologie



Dominika Bittnerová

**Mediální obraz Romů
v Prostějovském Večerníku**

Bakalářská diplomová práce

Olomouc 2015

Vedoucí práce: **Mgr. Jaroslav Šotola, PhD.**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně pod vedením Mgr. Jaroslava Šotoly. Ph. D a použila pouze prameny a zdroje uvedené v seznamu literatury.

Souhlasím, aby moje práce byla uložena v knihovně Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci a zpřístupněna ke studijním účelům.

V Olomouci dne

Poděkování

Děkuji Mgr. Jaroslavu Šotolovi, Ph. D. za odborný dohled nad touto prací, za čas který mi věnoval. Jeho podpora, trpělivost a optimismus mi pomohli práci dokončit. Rovněž děkuji svým rodičům, kteří mi umožnili studium na vysoké škole. Bez jejich podpory by studium nebylo možné.

Anotace:

Cílem této práce je popsat jak zobrazoval Prostějovský Večerník Romy žijící a působící v Prostějově a okolí v období srpen 2013 – leden 2014. V tomto období čelil Večerník obvinění z rasismu, jak ze strany veřejnosti, tak ze strany neziskových organizací. Teoretická část se bude věnovat mediální konstrukci reality, konceptu Bergera a Luckmanna. Rovněž bude pracovat s pojmy mediální objektivity a stereotypu. Stereotyp bude zasazen do mediálního prostředí, tedy především vzniku a zpracování stereotypu ve zpravodajství a přenosu od tvůrce mediálního obsahu k příjemci. Také se budeme zabývat konceptem „nového rasismu“ Teuna van Dijka. Praktická část práce bude kvantitativní analýzou článků vydané v daném periodiku za určité období. Zjistíme kolik článků bylo vydáno a v jakém kontextu byli Romové zobrazeni. Na základě získaných informací se pokusí popsat, jak jsou Romové prezentováni obyvatelům Prostějova.

Klíčová slova: Rom, cikán, nepřizpůsobivý, Prostějovský Večerník, stereotyp, nový rasismus, mediální obraz

Abstract:

The aim of this work is to describe how Prostějovský Večerník portrayed gypsies living and occurring in Prostějov and its surroundings during the period of August 2013 to January 2014. During this period, the Prostějovský Večerník had been facing accusations of racism not only from the general public but non-profit organisations as well. The theoretical part will address media's construction of reality, the concept of Berger and Luckmann. It will also include the concept of media concepts of objectivity and stereotypes. Stereotype is set into media environment, especially aiming at the beginning and processing of stereotype at news reporting and its transmission from the creator of media content to the receiver. We will also inquire into concept of "new racism" of Teun Van Dijk. The practical part of this work is quantitative analysis of articles published in the papers during a certain period. It discovers how many articles had been published and in what context have been Gypsies portrayed. Based on the acquired information, it will attempt to describe how gypsies are portrayed to the Prostějov's residents.

Key words: gypsy, romany, inadaptable, Prostejovsky vecernik, stereotype, new racism, media image.

Contents

Úvod	6
Teoretická východiska	8
Médium obecně a tištěná média	8
Mediální komunikace	10
Modely komunikace	11
Objektivita - realita vs. média.....	12
Výběr předkládaných témat.....	12
Vliv masových médií, realita vs. mediální obraz reality	14
Konstrukce reality: ptolemaiovké a kopernikovské pojetí	15
Sociální konstrukce reality	16
Stereotypizace, stereotyp a předsudek.....	17
Shrnutí teorie	19
Ukotvení tématu	20
Romové v českých médiích.....	21
Koncept nového rasismu	22
Praktická část.....	24
Metody výzkumu.....	24
Charakteristika Prostějovského Večerníku.....	25
Vzorkování	27
Vytyčení výzkumných otázek a operacionalizace hodnotících kategorií.....	28
Výzkumné otázky vs. výsledky analýzy.....	33
Závěr.....	41
Zdroje:	43
Tištěné:	43
Elektronické:.....	44

Úvod

Terčem zájmu této bakalářské práce je mediální zobrazení menšin v médiích. Konkrétně Romů v Prostějovském Večerníku. Podle posledního sčítání lidu provedeného Českým statistickým úřadem v roce 2011 žije v okrese Prostějov 107 859 obyvatel a z toho se jen 72 hlásí k romské národnosti.¹ Je tedy velice pravděpodobné, že skupina, o které se píše jako Romech, či cikánech by sama sebe takto neidentifikovala a jedná se romství připisované majoritní skupinou/novinářem na základě vzhledu nebo chování.

Vycházíme ze svého zájmu o podobná témata. V bakalářské práci bychom se chtěli věnovat oběma oborům, které autorka studovala tedy, jak Kulturní antropologii, tak Žurnalistice. Dané periodikum bylo zvoleno na základě několika níže uvedených preferencí.

Tematicky se zaměřujeme na rasismus a stereotypy v médiích, mediální obraz Romů v souvislosti se sociální konstrukcí reality. Zároveň do práce zahrneme několik definic a pojmů z žurnalistického prostředí (například „objektivita“), které následně konfrontujeme s realitou ve Večerníku. Budeme tedy analyzovat obsah a na základě výsledků analýzy se pokusíme vytvořit relevantní závěry.

Důvodem výběru metody práce byly především studijní obory, které zmiňujeme výše. Ale konkrétní téma jsme vybrali na základě osobních preferencí. Skutečnost, že autorka pochází z Prostějova je jistě nezanedbatelným faktorem. Ve městě žila 19 let a během této doby nezažila ani se nedoslechla o „extrémní“² kriminalitě Romů. A ačkoliv její okolí vnímalo tuto menšinu velice negativně, nebyla nikdy schopna identifikovat reálné zkušenosti, ze kterých by mohly negativní názory pramenit. Z toho usuzujeme, že se jedná o názory postavené především na zkušenosti zprostředkované skrze média a jiné zdroje.

¹ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Obyvatelstvo podle národnosti v okresech podle výsledků sčítání lidu k 26. 3. 2011* [online]. 26. 3. 2011. [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/9400413A67/\\$File/130055141003.pdf](http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/9400413A67/$File/130055141003.pdf)

² ÚSTAV PRO JAZYK ČESKÝ. *Slovník spisovného jazyka českého* [online]. 2011. vyd. [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://ssjc.ujc.cas.cz/search.php?hledej=Hledat&heslo=extr%C3%A9mn%C3%AD&sti=EMPTY&where=hesla&hsubstr=no>

Shodou okolností si v období, kdy bylo vybíráno téma k bakalářské práci Prostějovský Večerník vysloužil několik obvinění a následně i žalob za rasismus od neziskové organizace NESEHNUTÍ. Na konci srpna 2013 vyšel článek s názvem *Cikánské útoky se množí*. Dle tiskové zprávy organizace došlo ke spáchání trestných činů hanobení národa, rasy, etnické nebo jiné skupiny osob a podněcování k nenávisti vůči skupině osob.³ O několik měsíců později, na konci ledna 2014, vyšel další článek přímo na titulní straně s názvem *CIKÁNSKÉ HYENY okradly ženu o berlič!*⁴

Romská minorita, myslíme tím především část obyvatel, kteří jsou okolím definováni jako Romové na základě vnějších rysů a chování, je jednou z nejviditelnějších minorit v České Republice. Nicméně je nutné uvědomit si, že ta nejsou vždy schopna poskytnout úplný, pravdivý a objektivní⁵ obraz skutečnosti. Většinou se jedná o zachycení pouhého střípku reality a příjemce (v našem případě čtenář) musí dle učení Birminghamské školy, ke kterému se přikláníme, vynaložit vlastní úsilí, aby se z několika střípků pokusil poskládat vlastní obraz reality a názor na svět. Birminghamská škola v čele se Stuartem Hallem hájila roli příjemce jako aktivního článku v komunikačním procesu.

Analyzovat budeme příspěvky v období půl roku, srpen 2013 – leden 2014, s romskou tematikou ve vybraném periodiku. Tím zjistíme, v jakých souvislostech jsou Romové zmiňováni a budeme, tak moci sestavit alespoň rámcový mediální obraz, který Večerník svým čtenářům poskytuje.

Chceme zjistit zda jsou Romové Večerníkem skutečně primárně zobrazováni v souvislostech, které jsou veřejností vnímány negativně, jak napovídají žalované příspěvky nebo se jedná o výjimku. Spočítáme tedy kolik z celkového počtu vydaných článků se týká Romů a s jakými tématy jsou spojováni. Jestli se Večerník zaměřuje například kriminalitu a romskou kulturu nechává stranou. Zjistíme, jestli je nutné uvádět u zveřejňovaných příspěvků romskou národnost nebo je zdůrazněna bezdůvodně.

Zdrojem informací pro naši práci jsou různé sborníky, odborná literatura, česká i zahraniční, z oblasti žurnalistiky, kulturní antropologie a metodologie kvantitativního výzkumu. V neposlední řadě budeme ke své práci využívat přímo Prostějovský večerník, ve kterém budu sbírat data pro následnou analýzu.

³NESEHNUTÍ. *Tisková zpráva: NESEHNUTÍ podává trestní oznámení kvůli rasistickému článku* [online]. Brno, 13.2.2014

⁴NESEHNUTÍ. *Tisková zpráva: „Cikánské hyeny?“ Nepřipustné!* [online]. Brno, 13.2.2014 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://nesehnuti.cz/vystupy/cikanske-hyeny-nepripustne/>

⁵ Pojem objektivita bude definován dále v textu.

Metody, které budou v práci využity, vychází z výše popsaných dispozic. Nejprve bude nutné získat teoretický základ v odborné literatuře, který následně aplikujeme v empirické části, pomocí kvantitativní obsahové mediální analýzy. Současně pro pochopení a orientaci v textu budou zakomponovány grafické prvky. Především v části s výsledky empirického výzkumu.

Práci bychom rádi uvedli malým žurnalistickým exkurzem, kde budou shrnuta základní východiska a teoretické rámce, ze kterých vycházíme. Následně se budeme věnovat teorii sociálního konstruktivismu, kterou usadíme do kulturně antropologického a historického prostředí. Je nutné explicitně zmínit předpoklad, se kterým je práce psána. Tedy, že v Prostějovském Večerníku dochází k posilování stereotypů vůči romské menšině. Dle žalob organizace NESEHNUTÍ přímo k podněcování nenávisti, což je nejen z antropologického, ale i žurnalistického, lidského a morálního hlediska nežádoucí.

Poté v další části práce bude definována metodologie, cíle a konečně přesná kritéria vzorku. Důležitým zdrojem informací pro nás budou i diplomové práce psané na podobná témata. Tedy o Romech a ostatních menšinách v médiích a různé mediální analýzy. Z výsledku výzkumu nakonec budeme moci vyvodit, jakým způsobem je romská menšina prezentována obyvatelům Prostějovska.

Na konci úvodu bychom rádi citovali úryvek z knihy Média a společnost, abychom objasnili, z jakého důvodu si myslíme, že téma patří do oblasti zájmu kulturní antropologie. *„Média se významným způsobem podílejí na formování nejrůznějších projevů kultury dané společnosti, neboť dokážou nabízet totéž sdělení velkému počtu příjemců a tím zajišťovat sdílené zprostředkované zážitky.“*⁶

Teoretická východiska

Médium obecně a tištěná média

Jak jsme již zmiňovali v úvodu, v první části práce považujeme za nutné věnovat prostor teorii pro ukotvení tématu a terminologie. Definujeme si tedy základní pojmy.

⁶ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, s. 56. ISBN 9788073672874

Médium obecně, ale i v nejužším slova smyslu, které je právě pro naše účely nejpřínosnější, také pojmy tištěná média a mediální komunikace.

Médium je slovo latinského původu označující prostředek, zprostředkujícího činitele nebo zařízení pro přenos. Reifová definuje médium obecně jako to, co existuje uprostřed a vzájemně spojuje dvě nebo více stran.

Médium v nejužším slova smyslu je prostředek masové či mediální komunikace tj a) tištěná média, b) elektronická média, c) nová média. Jednoduše řečeno tedy důležitý prostředek při přenosu informace od odesílatele – tvůrce - novináře k příjemci-čtenáři. Ovšem je velice důležité uvědomit si, že veškeré významy slova médium jsou odvozeny od jeho nejširšího fyzikálního pojetí. Tedy prostředí, které je schopno něco přenášet. Protože sama Reifová zahrnuje do definice pojmu podstatné pro mediální studia i například vzduch, který je schopný přenášet radiové vlny, televizní signál a další. Médium v souvislosti s mediální komunikací tedy nemusí nutně znamenat jen noviny, televizi, počítač, nebo jiný nosič. Může se jednat i o fyzikální prostředí, které daná forma mediální komunikace využívá. V případě novin se jedná o papír, v případě rádia o vzduch.⁷

Jak je zřejmé z předchozí definice medií, tištěná média jsou ta, která využívají jako svého nositele papír. Jejich rozvoj lze spojit s vynálezem knihtisku Johannem Gutenbergem v roce 1450. Od té doby však tištěná média pokročila výrazně kupředu a lze je rozdělit dle různých kritérií. Jako je například periodicita: deníky, týdeníky, měsíčníky, ale i dle šíření v prostoru: lokální, regionální, nadregionální, celostátní a nadnárodní⁸ a obsahu, který je úzce spjat s cílovou skupinou. Existují tiskoviny zájmové, pro mládež, odborné, zpravodajské, lifestyleové apod⁹. Tomuto členění jsme věnovali řádky této práce především, abychom byli schopni správně zařadit Prostějovský Večerník mezi zpravodajské lokální týdeníky. I přesto, že je možné odebírat Prostějovský Večerník i mimo okres Prostějov budeme předpokládat, že drtivá většina odběratelů jsou obyvatelé tohoto okresu a tudíž má největší vliv přímo na ně.

⁷ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, s. 139-140. ISBN 80-7178-926-7.

⁸ Tamtéž, s. 137.

⁹ Tamtéž, s. 138.

Mediální komunikace

Od pojmů médium, tištěná média se nyní přesuneme k mediální komunikaci. Ve 30. letech 20. století tento pojem nahrazuje pojem masová komunikace, který klade důraz na společenský rozměr komunikace, tedy její účinky a dopady. „*Masová komunikace je jedna z rovin sociální komunikace, vyznačující se tím, že veškeré komunikační aktivity se dějí v institucionalizované podobě pomocí masových médií.*“¹⁰ Masovými médii se rozumí, média s dosahem na vysoký počet lidí.

Proces masové komunikace lze tedy charakterizovat několika základními znaky.

1. Velký rozsah. Sdělení jsou směřována k velkým heterogenním skupinám příjemců, které nemusí pojit čas, místo ani žádný společný zájem.
2. Tok informací je jednosměrný. Příjemce nemá možnost na sdělení přímo reagovat diskutovat s původcem, jako je tomu například u komunikace interpersonální.
3. Asymetrický vztah účastníků komunikace. Příjemce a odesílatel sdělení nemají stejné postavení. Odesílatelem je instituce, která má většinou silnější postavení ve společnosti než-li jednotlivec, který sdělení přijímá. Instituce navíc poskytuje informace široké mase lidí. Zatímco příjemce je jen jedním z davu.
4. Neosobní a anonymní ráz celého procesu. Jak vyplývá z předchozího bodu charakteristiky. Příjemce a původce sdělení se vzájemně neznají. Sdělení je formulováno pro širokou skupinu lidí. Autor může být u článku podepsán, tvůrce tedy nemusí být vždy anonymní, ale příjemce je zcela anonymní součástí masy.
5. Propočítaný nebo dokonce tržní vztah.
6. Standardizovaný obsah. Z žurnalistiky se stalo řemeslo, založené na předem definovaných postupech. Není tedy divu, že o stejných věcech se píše stále stejně.¹¹

„*Masová média jsou instituce, jejichž hlavní činností je produkce a distribuce symbolických obsahů.*“¹² média bývají také často spojována s velkým politickým vlivem na společnost, kulturu. Definují pojmy dobra a zla, normální a nenormálního.

¹⁰ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, s. 100. ISBN 80-7178-926-7.

¹¹ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. rozš. a přeprac. Praha: Portál, 2009, s. 65- 67. ISBN 9788073675745.

Modely komunikace

Příjemci bývá, jak jsme již naznačili v úvodu stati, připisována různá míra participace na možném účinku mediálního sdělení. Některé modely komunikace předpokládají, že příjemce je pouze pasivní jednotkou. Například Lasswellova formule připisuje recipientovi roli, která nekriticky akceptuje veškeré informace, které jsou mu předávány.

Za částečný opak bychom mohli považovat model Shannona a Weavera. Zastupují proud vědců, kteří dávají adresátovi možnost sdělení interpretovat. Jejich model byl tedy sestaven tak, aby poskytl prostor pro vyjádření rozdílů mezi odeslaným a přijatým sdělením. Tento model je z hlediska kulturní antropologie zajímavější.

My se však budeme přiklánět k modelu rituálovému, který je součástí alternativního paradigmatu masové komunikace a na rozdíl od předchozích dvou již není vnímán jako lineární tok informací od odesilatele k příjemci. Hlavním cílem sdělení dle rituálového modelu již není přenos informace, mnohem důležitější je forma přenosu. Na příjemce působí především to, jakým způsobem je informace podána. *„Důraz je položen na obřad a prožívání, větší hodnotu má zdobnost než užitek. Komunikace je představení poslušné zákonů ritualizace. Nejde o přesné sdělení informací, nýbrž o skrytější nejednoznačné asociace, symbolické významy a jejich sdílení.“*¹³. Tento model bývá spojován s Birminghamskou školou a osobou Stuarta Halla. Klade důraz na sémiotiku, která je podmíněná kulturou a osobní zkušeností. Dává tedy příjemci prostor pro vlastní interpretaci. Jeho teorie encoding –decoding v kombinaci s Barthesovým pojetím znaku a významu ukazuje, jak jednoduše může vést zpravodajství a mediální sdělení obecně ke generalizaci a stereotypizaci.

Například píšeme- li o kočce jedná se o obecný pojem kočka. Dle Barthesova členění denotativní význam tohoto slova je čtyřnohé chlupaté domácí zvíře. Obsahem tohoto slova je však i druhá složka konotace. Ta dává prostor pro individuální výklad a interpretaci příjemce. Někdo si představí kočku žijící v bytě pro potěchu lidí. Pro jiného ponese slovo význam užitečné domácí zvíře, které loví myši. Takovýchto významů bychom mohli vymyslet nespočet. Co člověk to vlastní interpretace. Kočka je z jazykového hlediska pojem neutrální. Příjemce si tedy může ke slovu přiřadit pozitivní

¹² Tamtéž, s. 69.

¹³ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, s. 154- 155. ISBN 80-7178-926-7.

i negativní konotace dle svých zkušeností. V případě, že bylo použito slovo, které již ve svém primárním významu, denotátu, nese negaci, příjemce nemá při výběru příslušných asociací a konotací volnou ruku. Podobný princip lze potom aplikovat i na články tykající se například Romů. V případě, že je popisována skupina Romů nebo jejich chování příjemce automaticky sáhne do archivu svých zkušeností a přiřadí k tomu to pojmu příslušné asociace a svoji představu. V případě, že je použito například slovo cikán je příjemce směřován spíše k negativnímu vnímání obsahu sdělení. Sdělení je totiž možno vnímat ve dvou rovinách. Primární označuje především denotaci, sekundární, která zahrnuje veškeré různé subjektivně a kulturně podmíněné konotace.¹⁴

Objektivita - realita vs. média

Co je to vlastně objektivita a lze jí ve zpravodajství dosáhnout? Existuje vůbec možnost, jak může člověk skrze své subjektivní smyslové vnímání popsat objektivně skutečnost? Můžeme se přidržet například Fiskeho filozofického výkladu a objektivitu považovat za nedosažitelný ideál.¹⁵ Avšak ze zcela pochopitelných důvodů je objektivita pro novinářské řemeslo jeden z nejdůležitějších požadavků. Bylo tedy nutné vymyslet postupy a měřitelné parametry pomocí kterých se bude snažit dosáhnout, co nejobektivnějšího popisu reality. Co se týče textové objektivity, existuje mnoho názorů a metodik, jak napsat objektivní text z hlediska gramatického.

Výběr předkládaných témat

Ovšem informační kvalitu zpravodajství, která zahrnuje nestrannost, relevanci apod., neohrožují pouze užití jazykové prostředky, ale i témata, která jsou vybírána a následně předkládána veřejnosti. Logicky média nemohou informovat o všem co se na světě děje. Dle McQuaila brání dosažení vyváženého a nestranného zpravodajství více faktorů. Například selekce zpráv určována mediálními institucemi a jejich vlastníky na základě teorie o gatekeepingu¹⁶ a agenda settingu.¹⁷¹⁸ Tedy subjektivní soudy na

¹⁴ BARTHES, Roland. *Mytologie*. Praha: Dokořán, 2004, s. 107- 115. ISBN 978-80-7363-359-2.

¹⁵ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, s. 167. ISBN 80-7178-926-7.

¹⁶ Odvozeno od anglického gatekeeper. V mediálním prostředí je takto označován držitel pozice v mediální instituci, který rozhoduje o tom, které události a témata budou zpracována na mediální obsahy

základě, kterých novinář může vědomě i nevědomě některá témata vybírat častěji a jiná naopak vůbec do zpravodajství nezařazovat. Jirák a Köpplová zase přímo definují několik vlivů, které se odráží v obsahu mediálních sdělení:

- 1) odraz postojů samotných výrobců (tedy mediálních institucí a jejich vlastníků),
- 2) odraz preferencí publika,
- 3) odraz postojů společnosti jako celku,
- 4) obsah může být zdrojem zamýšleného vlivu na publikum,
- 5) obsah může být vnímat jako samostatná entita bez vnějších vlivů.¹⁹

Pohledy na to, co je objektivita a čím vším je ovlivňována tvorba a obsah mediálních sdělení se velice různí. My se přikláníme ke členění Köpplové a Jiráka, protože pro naše účely je dostatečné.

Dle těchto autorů je novinářům veřejnosti připisována jakási nadlidská schopnost, popsat objektivně dění kolem nich pomocí zúčastněného pozorování. Novináři jsou podle toho konceptu schopni vystoupit z kontextu a popsat událost jakoby nebyli její součástí.²⁰ Tento popis činnosti v mnohém připomíná práci kulturního antropologa v terénu. Bohužel terénní práce kulturního antropologa, který se rozhodne pro zúčastněné pozorování, není tak jednoduchá, jak by se mohlo laické veřejnosti zdát. Za oponou je skryto mnoho postupů, kterými se antropolog snaží míru své subjektivity minimalizovat. Snaží se postupovat při výzkumu, tak aby případný následovník při provedení stejného pozorování získal stejná data. Toto by měl být i cíl novináře. To nás ovšem přivádí k otázce na kolik se postupy antropologů v terénu shodují s těmi žurnalistickými? Není to však výzkumnou otázkou této práce, ale možná jen dalším

v tištěném médiu tedy šéfredaktor a editor, který vybírá témata navrhovaná svými redaktory. Dle subjektivních kritérií potom vybere, která témata v jakém rozsahu a jakým způsobem budou zpracována.

¹⁷ Český nastolení témat. Tento princip určuje nejen to jaká témata budou vybírána a následně překládána veřejnosti, ale stanovuje i čas který jim bude věnován a tedy i důležitost, kterou jim tvůrci a následně příjemci přiloží. Princip je založen na procesu gatekeepingu.

¹⁸ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. rozš. a přeprac. Praha: Portál, 2009, s. 65- 67. ISBN 9788073675745

¹⁹ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, s. 129. ISBN 9788073672874

²⁰ Tamtéž, s. 128

argumentem, proč je velmi důležité zkoumat mediální služby z pohledu kulturní antropologie.

Vliv masových médií, realita vs. mediální obraz reality

„Zpravodajství v médiích je často nepřesné a pokřivené, občas nabízí vysloveně tendenční a ideologicky zabarvený pohled na svět. V médiích podávaná skutečnost reprezentuje především stereotypy a předsudky samotných novinářů, jejich profesionální pravidla a politické postoje, nutnost zprávu za každou cenu dodat s požadavky (potřeby) jejího mediálního ztvárnění.“²¹

Jak moc je tedy skutečný obraz reality, který nám média ukazují? Když se jedná o obraz, který je ovlivněn subjektivním pohledem na událost autora a daného média. Média již dávno nejsou pouhým prostředkem přenosu informací, ale jsou to komerční instituce, které chtějí hlavně vydělat a jsou v rukou vládnoucí společenské vrstvy a tedy i nástrojem k realizaci jejich často i politických cílů. Nemůže být kvůli tomu obraz, který nám média předkládají pokřivený?

Německý badatel Wilfried Schulz zveřejnil v roce 1976 ve svém díle Konstrukce reality ve zpravodajských médiích pojmy pro označení základních paradigmat „koperníkovská“ a „ptolemaiovská“ logika. Označení nabízí dvě základní paradigmata, ve kterých je možno uvažovat o vlivu masových médií.

Koperníkovské pojetí postuluje, že média jsou aktivní činitel při konstrukci reality. Avšak pokud je realita zobrazovaná médiem pouhým sociálním konstruktem, nemusíme se vzdát naděje na objektivitu i přes všechny výše zmíněná pravidla, která by objektivitu zpravodajství měla kontrolovat a napomáhat vytvářet? Koperníkovské pojetí definuje objektivitu jako ideální stav, ale zároveň bere na vědomí, že ideálu není možné dosáhnout a reálné mediální produkty nemusí být objektivní. Ale měli by se snažit objektivitě alespoň přiblížit. Je tu totiž zohledněn ten filozofický aspekt, že poznání objektivní reality není možné dosáhnout pomocí lidských smyslových orgánů. A že se vždy jedná pouze o subjektivní interpretace žurnalisty, který se díky dodržování pravidel informační kvality snaží objektivitě maximálně přiblížit. Proto se budeme

²¹ SCHULZ, Wilifrid. Masová média a realita. „ptolemaiovské“ a „koperníkovské“ pojetí, In: JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ. *Politická komunikace a média*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2000, s. 29. ISBN 8024601826.

přiklánět ke koperníkovskému pojetí. Umožňuje totiž akceptovat vícero různých pohledů na realitu.

Na rozdíl od ptolemaiovského pojetí, které se upíná k a priori poznatelné objektivitě a média jsou brána jako činitel, který realitu z různých důvodů pokrývá. Na základě společenských procesů nebo veřejného mínění.²² Definují tedy zprávy buď jako objektivní nebo pokrivené. Pracují s hypotézou, že na světě existuje pouze jediná pravda a jediná verze reality. Tento pohled je ovšem pro kulturní antropologii nepřijatelný.

Konstrukce reality: ptolemaiovské a koperníkovské pojetí

Velmi často se objevuje v literatuře i předpoklad vztahu mezi četností, způsobem zobrazování určitých témat a jejich vnímání veřejností. Z toho vyplývá, že pokud neustále zobrazujeme některé jevy nebo skupiny obyvatel v podobných situacích podobným způsobem, je toto zobrazení bráno jako realita. Publikum tomu věří více, než když zobrazíme třeba již známé téma novým způsobem.

Jakým tedy způsobem předkládají média publiku obsahy? Můžeme rozdělit dva modely pohledů, pluralitní a hegemonní. Pluralitní je založen na předpokladu, že média jsou produktem společnosti a jejich hlavním cílem je odrážet názory většiny. Tento jsme již v úvodu zavrhnuli jako nevhodný, protože se neslučuje s výše uvedenými teoriemi gatekeepingu apod. Opoziční hegemonní pohled je založen na Althusserově pojetí hegemonie a tedy, že nejvyšší moc má nejmenší a nejbohatší skupina obyvatel.²³ Elity tedy pomocí médií udržují svůj vysoký sociální status, tak aby se jevil jako přirozený a nevyhnutelný. To ovšem znamená, že musí zdůraznit nízký sociální status jiných, většinou početnějších vrstev obyvatelstva. Dle pravidel objektivit by měla média rovnoměrně odrážet názory různých skupin obyvatelstva a logicky nejvíce prezentovat názory nejpočetnějších skupin. Z vlastní zkušenosti ovšem každý ví, že postavy které jsou nejčastěji zobrazovány v médiích jsou celebrity, politici apod. tedy lidé s nadprůměrnými příjmy. Mediální skutečnost se tedy výrazně liší od sociální skutečnosti. *„Obě tyto „skutečnosti“ jsou neustále vytvářené potvrzované a opravované společenskou praxí, jsou podmíněny kulturně, historicky, jsou to vlastně sociálně určené*

²² SCHULZ, Wilfrid. Masová média a realita. „ptolemiovské“ a „koperníkovské“ pojetí, In: JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ. *Politická komunikace a média*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2000, s. 24- 40. ISBN 8024601826.

²³ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, s. 73- 74. ISBN 80-7178-926-7.

*konstrukce reality, vznikající tím, jak se do konkrétních sdělení proměňují příslušné abstraktní hodnoty, postoje a soudy.*²⁴

Sociální konstrukce reality

Koncept sociální konstrukce reality, od kterého je odvozen sociální konstruktivismus, je dílem dvou moderních autorů Petera I. Bergera a Tomase Luckmanna. Na stránkách své stejnojmenné knihy autoři shrnují principy konstrukce objektivní a subjektivní reality. Tedy i procesu přeměny subjektivního názoru na všeobecně přijímaný fakt. Vše je založeno na vnímání naší každodennosti, která se odehrává v několika odlišných realitách. Popírají existenci pouze jedné objektivní reality, naopak zdůrazňují fakt, že se člověk během dne pohybuje hned v několika různých realitách. Může se jednat například o realitu snovou během spánku, naši pracovní realitu v zaměstnání nebo realitu našich vztahů, kterou v okamžiku kontaktu sdílíme s partnerem. Všechny tyto reality jsou uměle vytvořeny pomocí procesu externalizace, objektivace a internalizace, abychom si vytvořili vhodné místo pro život. Protože člověk na rozdíl od zvířat není nijak specificky vybaven pro život v konkrétním prostředí.

V tomto vykonstruovaném prostředí se neklade důraz na skutečnou *platnost* reálií, ale na jejich *danost*. Jinak řečeno člověk neřeší, zda realita, kterou považuje za reálnou je skutečná, má jediný požadavek, aby pro něj byla přijatelná a v souladu s jeho představou reality. Dovolíme si použít snad nejcitovanější úryvek knihy, který celý princip sociální konstrukce reality shrnuje do několika vět. „*Společnost je výtvorem člověka.(proces externalizace) Společnost je objektivní realitou.(proces objektivizace) Člověk je výtvorem společnosti.(proces internalizace)*“²⁵ Z těchto vět jasně vyplývá postoj autorů k realitě, objektivitě a vůbec celému procesu vytváření světa ve kterém žijeme. Aby si lidé ještě více ulehčili poznávání světa kolem sebe, vytvořili si umělé kategorie a typy, kam každý jednotlivý děj nebo jev zařadí pomocí procesu, který autoři nazývají typizace. Na tomto zařazení závisí naše následné chování a vůbec celé další zpracování dané situace nebo informace.

²⁴ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, s. 140. ISBN 9788073672874

²⁵ BERGER, Peter L a Thomas LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. 1. vyd. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999, s. 64. ISBN 8085959461.

Typizace se dle Dyera překrývá s jedním ze 4 významů slova reprezentace, která on rozlišuje. Reprezentativnost, typizace odkazuje k tomu, jaký typ jedinců je vybírán pro účely zastupování celé komunity, což vede ke stereotypizaci. Vybírán může být jak komunitou, tak vnějším světem, například médií. Nemusí však být vybrán jedinec, který typickým členem komunity, ale jedinec, který nese znaky, jaké chce ten, kdo vybíral zdůraznit. Pokud tedy nemá publikum se zobrazovanou skupinou obyvatel nebo situací žádnou zkušenost, je velmi pravděpodobné, že bude jednoduše následovat skutečnost, kterou předloží média nebo jiný prostředek zprostředkované zkušenosti.²⁶

Stereotypizace, stereotyp a předsudek

Stereotypizace se od typizace liší v jedné základní věci. Zatímco typizace slouží pouze k zařazení lidské zkušenosti do kategorií a následnému využití adekvátního vzorce chování, stereotypizace již nezařazuje pouze do obecné kategorie. Definiuje konkrétní vlastnosti skupiny a každého jedince, který je k ní přiřazen. Ovšem i stereotypizace je nedílnou součástí sociální konstrukce reality. Jiráček a Köpplová uvádí: „*Stereotypem se rozumí sociální klasifikace určitých skupin a jejich reprezentace pomocí zjednodušujících, neověřitelných, zobecňujících znaků, jež výslovně (explicitně) či nepřímou (implicitně) představují soubor hodnot, soudů a předpokladů týkajících se chování takových skupin jejich vlastností a vývoje.*“²⁷

Pojem stereotyp poprvé definoval Walter Lippmann v roce 1922 ve svém díle *Public Opinion*. „*Zpráva je společným produktem člověka, který poznává novou situaci, a jeho předchozích znalostí, které o ní už měl. Role pozorovatele v jeho poznávacím procesu je vždy selektivní a většinou také kreativní. Způsob jakým fakta která vidíme závisí na tom, z jakého úhlu pohledu se díváme a co jsme zvyklí vidat.*“²⁸ Všechny znaky stereotypů přehledně shrnula česká etnoložka Lucie Uhlíková ve své stati *Kulturní stereotypy v etnologii a v dalších společenských vědách* následovně:

1. Stereotyp je negativní nebo pozitivní soud spojen s určitým přesvědčením.

²⁶ DYER, Richard. *The Matter of Images: Essays on Representations*. New York: Routledge, 1993, ix.,s. 172 . ISBN 04-150-5719-1

²⁷ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, s. 145. ISBN 9788073672874

²⁸ LIPPMANN, Walter. *Public opinion*. New Brunswick, N.J., U.S.A.: Transaction Publishers, c1997, s. 80. ISBN 1560009993. A report is a joint product of knower and known, in which the role of the observer is always selective and usually creative. The fact we see depend on where we are placed, and the habits of our eyes.“

2. Stereotyp je přenášen jako veřejný názor prostřednictvím rodiny, přátel, školy, autorit, masmédií apod. navzdory osobním zkušenostem.
3. Stereotyp je emocionálně zatížen.
4. Stereotypy jsou s realitou pouze v částečné shodě, často v přímém rozporu, ale vždy se jeví jako pravdivé
5. Stereotypy se mění jen pozvolna, což podporuje tvrzení, že se nejedná o reálnou zkušenost, ale často pouze zprostředkovanou.
6. Stereotypy jsou odolné vůči logickým argumentům, jsou iracionální a nedoložitelné,
7. Stereotypy jsou nedílnou součástí společenského vědomí, podnětů k dění, ideologie a politické propagandy²⁹

Ze stereotypů často vznikají předsudky. A přestože existují i pozitivní stereotypy častěji jsou vidět ty negativní. Opěrným bodem pro vytvoření stereotypu a následně předsudku je naše kultura, lidi se kterými se stýkáme, prostředí ve kterém žijeme, až na posledních místech žebříčku faktorů by se objevil vliv zkušenosti. A to navíc zkušenosti často pouze zprostředkované nikoliv vlastní.

Stereotypy se stávají obzvláště nebezpečné jsou - li podpořeny odbornou literaturou. Například Ottův naučný slovník. Místo hesla *Rom* v něm naleznete pouze heslo Cikán. Cikán je zde charakterizován jako nervózní velice emotivní člověk, který se rád oddává pití alkoholu, snění a mystice (tedy nekřesťanským praktikám). Rovněž opovrhují usedlým životem, *stan je jejich domovem*. Milují kočovný styl života. Neřeší budoucnost, neznají povinnosti, zásady ani čest. A výčtem podobných vlastností bychom mohli pokračovat i dále. Co se týče pozitivních stereotypů zaznamenává Ottův slovník pouze nadání romských mužů pro hudbu a žen pro tanec.³⁰

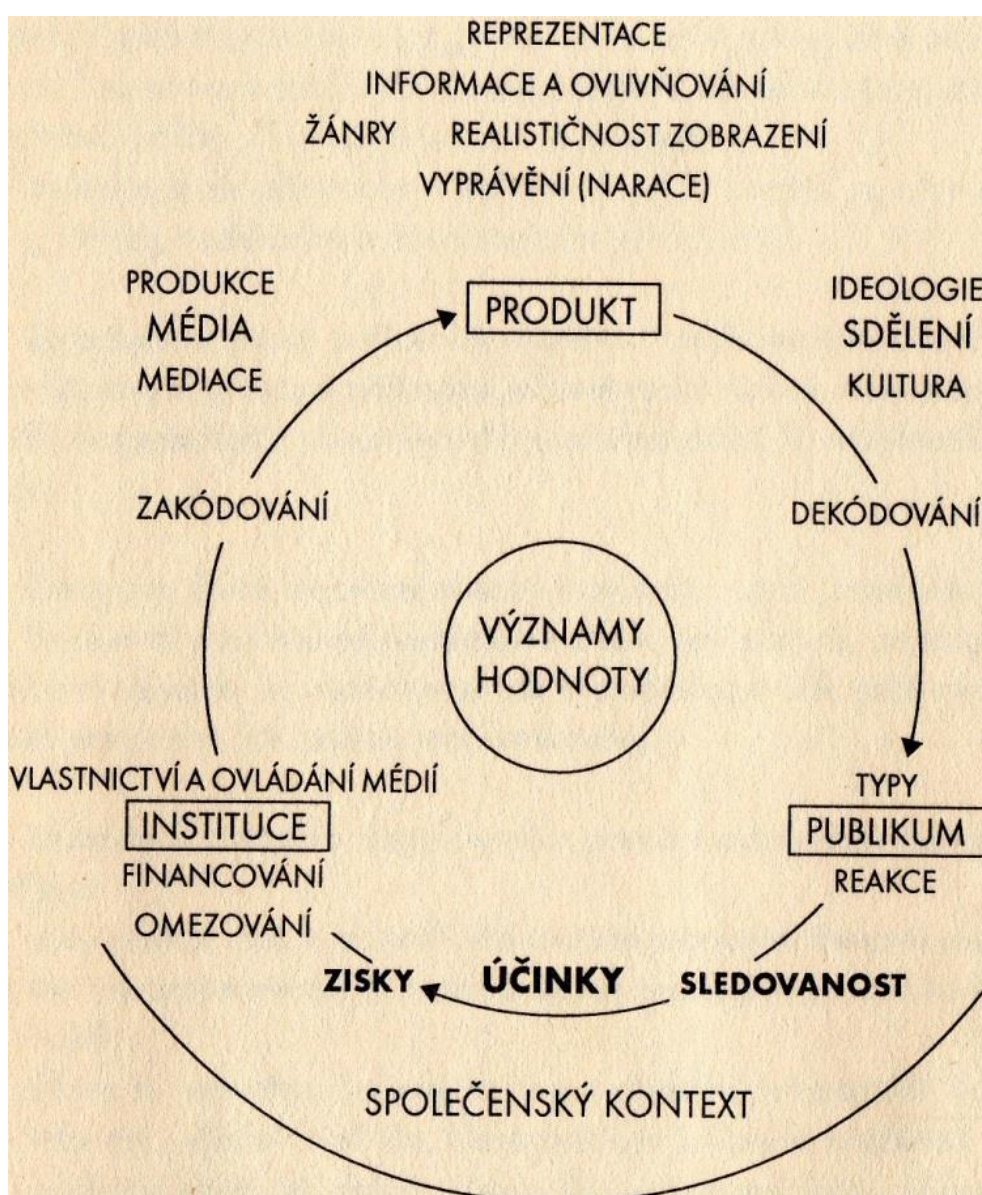
²⁹ UHLÍKOVÁ, Lucie. *Kultura - společnost - tradice: soubor statí z etnologie, folkloristiky a sociokulturní antropologie*. 1. vyd. Praha: Etnologický ústav AV ČR, 2005, s. 11- 12. ISBN 8085010712.

³⁰ KARHÁNOVÁ, Kamila a Jiří HOMOLÁČ. Protěžují novináři Romy?. In: AL], [autoři textů Hana Čápková ... et]. *Očernění: etnické stereotypy v médiích*. Vyd. 1. Praha: Člověk v tísni - společnost při České televizi, 2003, s. 6-10. ISBN 8023914529.

Shrnutí teorie

Teoretická část, kterou jsme právě dokončili, měla za úkol shrnout východiska, ze kterých budeme v následující empirické části vycházet. Od definice média jako prostředku jsme se dostali přes sociální konstrukci reality až k výsledné stereotypizaci v médiích. Ukořídili jsme předpoklady, se kterými k výzkumu přistupujeme. Proč se domníváme, že média jsou výrazným činitelem při konstrukci reality. Proč je možnost zobrazení objektivní reality spíše nedosažitelným ideálem. Také jsme si objasnili, jak vzniká stereotyp a jakou roli v jeho vzniku hrají již zmíněná média.

31



³¹ BURTON, 1999 Graeme. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister, 2001, s. 346. ISBN 8085947676.

Ukotvení tématu

Jak již napovídá úvod a název práce se bude věnovat mediálnímu zobrazení Romů v Prostějovském Večerníku. Považujeme tedy za vhodné zakomponovat do práce i obecné informace o Romech na území České republiky.

Romové neměli v historii Evropy ani našich zemí příliš dobré postavení. Pouze během komunistické éry byla situace romských a neromských rodin uměle vyrovnána. Po revoluci se ovšem situace českých Romů rapidně zhoršila. Na území České Republiky žije nehomogenní skupina této menšiny. Z historického hlediska se liší především obdobími během, kterého k nám přišli. Nejstarší skupina Romů která přišla před rokem 1945 byla až na pár set výjimek vyhlazena během romského holocaustu. Většina současně žijících tedy přicházela v letech 1945 -1989 jako nová pracovní síla. Bohužel v poslední vlně dosídlování přicházeli hlavně Romové z nejméně prosperujících osad, kteří se jen velice těžko dokázali adaptovat na nové prostředí. Po roce 1989 byla médií rozšířena panika z přílivu dalších romských migrantů kvůli rozpadu Československa. Od vzniku samostatného státu se snaží vláda České Republiky integrovat Romské obyvatelstvo mezi v neromské. Současný stav Romů bychom definovali jako stále neutěšený. *„Situace romské menšiny patří k nejnáléhavějším otázkám vývoje české společnosti po roce 1989, v situaci sociálního vyloučení žije přibližně 1/3 Romů, která trpí nízkou vzdělaností, nekvalifikovaností, dlouhodobou nezaměstnaností a chudobou, většina Romů pak bez ohledu na jejich sociální situaci trpí předsudky, diskriminací a nárůstem rasismu a anticiganismu. Což je jev, který ohrožuje nejen Romy samotné, ale celou společnost.“*³² Odhaduje se, že dnes na našem území žije 250 -300 tisíc Romů. 75 -80% slovenští Romové, 10-15 % maďarští Romové, kteří pocházejí z oblasti slovenských hranic s Maďarskem. Přibližně 5 000 potomků původních českých a moravských Romů, kteří přežili holocaust a dále Olašští Romové a Sintí z Německa. Obě tyto zmíněné skupiny se vůči ostatním Romům výrazně vymezují, dalo by se říct, že jimi opovrhují.

Pro vymezení pojmu Rom v současnosti bychom rádi využili definici z Analýzy sociálně vyloučených romských lokalit a absorpční kapacity subjektů působících v této oblasti (2006) rovněž nazývanou Gabalova zpráva. „ *Za Roma považujeme jedince,*

³² VLÁDA ČESKÉ REPUBLIKY. *Vláda schválila Strategii romské integrace na roky 2015 až 2020* [online]. 2015 [cit. 2015-03-02]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/clenove-vlady/pri-uradu-vlady/jiri-dienstbier/aktualne/vlada-schvalila-strategii-romske-integrace-do-roku-2020-126945/>

*který se za Roma sám považuje, aniž by se nutně k této příslušnosti za všech okolností (např. při sčítání lidu) hlásil a/ nebo je za Roma považován významnou částí svého okolí na základě skutečných či domnělých (antropologických, kulturních nebo sociálních) indikátorů.*³³

Romové v českých médiích

Mediální zobrazení Romů v (nějakém periodiku), Mediální obraz (nějaké skupiny obyvatel) a další podobné tituly není mezi diplomovými pracemi a různými analýzami těžké najít. Proto bychom jim rádi věnovali alespoň malou část této práce a některé z mnoha zmínili. Za svou povinnost považujeme zmínit práce Mgr. Renáta Sedlákové. Její analýza televizního zpravodajství nazvaná *Obraz Romů v televizním zpravodajství – příklad mediální konstrukce reality* považujeme za velice zajímavou kombinaci kvalitativního a kvantitativního výzkumu, který přináší jedinečná data k výzkumu zobrazování Romů ve zpravodajství hlavních televizních stanic. Z jejího výzkumu vyplývá, že Romové jsou zobrazováni v nadpoloviční většině příspěvků v souvislosti s negativními jevy jako je kriminalita, migrace apod. Je zdůrazňována i jinakost *My a Oni*. Rovněž jsou používány záběry, které podporují stereotypy. Přestože my se budeme zabývat pouze kvantitativním výzkumem, budeme také prověřovat, v jakých souvislostech se o Romech píše.

Dále bychom rádi zmínili *Analýzu mediálního obrazu v českých médiích od začátku července 2011 do konce května 2012*, kterou pro Agenturu sociálního začleňování vypracovala Martina Křížková, která sice potvrzuje hypotézu, že Romové jsou zobrazováni především v souvislosti s kriminalitou, ale pozoruje i jistou tendenci médií zobrazovat Romy neutrálně nebo dokonce v pozitivním světle. Nelze nezmínit často zmiňovanou publikaci *Cizinci, našinci a média*, kterou vydalo Multikulturální centrum v Praze, která se věnuje nejen romské menšině. V knize nalezneme například analýzu mediální prezentace nedobrovolných sterilizací romských žen a Vsetínské volby v souvislosti s neblaze proslulým politikem Jiřím Čunkem.

³³ MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCI. *Analýza sociálně vyloučených romských lokalit a absoční kapacity subjektů působících v této oblasti*. Paha: Gabal analysis and consulting, 2006, s 10 .

Dostupné z:

http://www.gac.cz/userfiles/File/nase_prace_vystupy/GAC_MAPA_analyza_SVL_aAK_CJ.pdf?langSEO=documents&parentSEO=nase_prace_vystupy&midSEO=GAC_MAPA_analyza_SVL_aAK_CJ.pdf

Zobrazování minorit věnuje celou jednu kapitolu své knihy *Zpravodajství* Tomáš Trampota. Nabízí vysvětlení způsobu zobrazování minorit jako perspektivu zobrazení „bílého heterosexuálního muže ze střední třídy“ Vychází tak z představy, že členové redakcí jsou příslušníky určitého etnika, sexuální orientace a sociální třídy. Zároveň zmiňuje, že tento fakt může mít i v případě, že je nějaká minorita zobrazena v médiích pozitivně za následek spíše prohloubení stereotypů. Protože mohou být nevědomky zdůrazněny znaky odlišnosti a majoritní skupinou obyvatel bude tento případ vnímán jako výjimka potvrzující pravidlo.³⁴

Podle nizozemského lingvisty Teuna A. van Dijka dochází, jak v českém prostředí potvrdila například i práce Mgr. Renáta Sedlákové³⁵, k podhodnocování menšin ve zpravodajství. Tuto myšlenku rozvíjí v knize *Communicating Racism: Ethnic prejudice in Thought and Talk*, kde srovnána několik analýz mediálního zobrazení menšin v americkém tisku. A v článku *A New(s) Racism – A discourse Analytical Approach* se věnuje tzv. novému rasismu.³⁶ Kdy minority již nejsou zotročovány a rasismus není postaven na biologických rysech, ale je postaven na odlišnosti v jakémkoliv smyslu.

Koncept nového rasismu

Podle van Dijka- již není rasismus čistě biologickou záležitostí. Neurčujeme, kdo je lepší a kdo horší na základě biologických rysů. Nový rasismus je jiný. Všichni, kdo mají odlišné hodnoty kulturu apod. jsou nějakým způsobem „neodstateční“³⁷ jako například svobodní rodiče, drogově závislí a další. Jsou to sice stejně lidé jako my, ovšem jejich hodnotový žebříček a styl života je řadí do skupiny nedostatečných. Něco jim chybí. Jsou jiní.

Jakou roli v tom hrají média? Myslím, že o vlivu médií na společnost již není třeba psát. Věnovali jsme tomuto jevu dostatek prostoru v teoretické části. Zprávy píšou *bílí muži*. Většina čtenářů nemá s minoritami vlastní zkušenost a tak dále. Podle van Dijka má

³⁴ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006, s. 97. ISBN 8073670968.

³⁵ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Obraz Romů v televizním zpravodajství – příklad mediální konstrukce reality*. Brno, 2007. Dizertační práce. Masarykova Univerzita v Brně

³⁶ VAN DIJK, T. A. *New(s) racism: A Discourse Analytical Approach*. In: *Discourse in Society* (online). 2000. (cit. 2015-03-02). Dostupné z <http://www.discourses.org/OldArticles/Nwx%28s%29%20racism%20-%20A%20discourse%20analytical%20approach.pdf>.

³⁷ Van Dij používá slovo *deficiencies*

velký vliv to s jakými tématy jsou nejčastěji spojovány minority. Uvádí následující: 1. *Nová skupina migrantů/ minority se blíží.* V našem výzkumu se bude jedna o migraci Romů, především vnitrostátní. 2. *Politici mají novou strategii/ plán jak nový příliv zpracovat.* Tedy jak budou postupovat. Kam novou skupinu obyvatel umístí a jaká bude její role. 3. *Problém s bydlením.* Minorita nemá kde bydlet. Neplatí nájem. Ničí obydlí. 4. *Sociální problémy (nezaměstnanost, apod.).* 5. *Reakce populace stávajících obyvatel (rozhořčení).* 6. *Kulturní charakteristika. Jak jsou odlišní?* 7. *Komplikace a negativní charakteristika. Jak jsou deviantní?* 8. *Zaměření se na hrozbu: násilí, kriminalita, drogy, prostituce.* 9. *Reakce politiků: strategie jak to zastavit. Vyloučení apod.* 10. *Integrační konflikty*³⁸

Pokud jsou menšiny zobrazeny ve zdánlivě neutrálních situacích podle van Dijka jsou téměř vždy tyto situace zasazeny do negativní kontextů. Zároveň jsou tyto negativní texty téměř vždy poutány již na titulní straně. Tato strategie pozitivní sebezpozantace a negativní prezentace jiných je příčinou posilování negativní stereotypů o minoritách a jedním z hlavních rysů nového rasismu. Již neříkáme, že je někdo od přírody horší, pouze ukazujeme minority ve světle negativních událostí a zdůrazňujeme jejich odlišnost.³⁹

³⁸ VAN DIJK, T. A. *Communicating Racism: Ethnic Prejudice in Thought and Talk.* Newbury Park: SAGE Publications, s 38. 1987. ISBN 0- 8039-3627-3

³⁹ Tamtéž. s 36- 39

Praktická část

Jako cíl práce jsme si stanovili zjistit, jak a v jakých souvislostech jsou Romové zobrazováni v Prostějovském Večerníku v předem určeném časovém období. K dosažení vytyčeného cíle využijeme kvantitativní obsahovou analýzu, která nám pomůže zodpovědět pomocí dílčích výzkumných otázek tu hlavní. Budeme zjišťovat, jak často se Romech v daném periodiku píše. V jakém kontextu bývají zmiňováni a jaké lexikální prostředky využívá redakce Večerníku k jejich označení.

Metody výzkumu

Kvantitativní obsahová analýza je velice strukturovaná systematická, intersubjektivní a selektivní metoda užívaná pro analýzu nejen mediálních obsahů. Vychází z metod měření v sociálních vědách. Velkou výhodou obsahové analýzy je vysoká míra ověřitelnosti a strukturovanost. Každý krok podléhá přesně definovaným pravidlům.

Tuto metodu jsme zvolili, protože umožňuje zpracovat velké množství dat a výsledky jsou kvantifikovatelné a tedy velice dobře graficky znázornitelné v tabulkách nebo grafech.

Strukturovanost a systematická metoda spočívá v tom, že všechny mediální obsahy budou zpracovány stejným způsobem a intersubjektivita, že výsledky nejsou závislé na výzkumníkovi. Každý další člověk, který přijde a použije stejná kritéria, kategorie, vzorek a metodu by měl získat stejné výsledky. Je tedy nutné splnit podmínku reliability a validity. Přičemž reliability je podmíněna validitou. Validitou je myšlena vhodnost zvolené metody, tedy zda skutečně měříme to, co jsme zamýšleli. Reliability je vlastně spolehlivost získaných dat.

Obecně lze postup při realizaci obsahové analýzy popsat následovně: Na začátku výzkumného procesu je nezbytné stanovit si výzkumné téma a otázky na které se budeme snažit odpovědět. Následně potřebujeme vypracovat metodu, která nám pomůže na otázky odpovědět, co nejlépe. Tento krok se nazývá operacionalizace. Následuje fáze plánování a organizace, během které bychom si měli výzkum naplánovat nejen časově, ale i kapacitně. V tuto chvíli je vhodné domluvit si spolupracovníky vyžaduje-li to rozsah výzkumu. Po rozplánování aktivit je nesmírně důležité nezapomenout řádně zaškolení vybrané spolupracovníky, protože pouze pokud všichni z týmu rozumí

zadanému tématu s všem krokům stejně, je možné výzkum efektivně realizovat. My však žádné pomocníky potřebovat nebudeme, tento krok se nás tedy netýká. Dále je vhodné ověřit, zda je námi zvolená metoda vhodná ke zkoumání vybraného jevu. Což je možné provést třeba dle postupu, který je uveden v knize *Analýza obsahu mediálních sdělení*.⁴⁰ V případě, že je vše v pořádku, můžeme se pustit do samotného sběru dat. Sesbíraná data analyzujeme, interpretujeme a následně vyhodnocujeme. Vyhodnocení nám poskytne odpovědi na výzkumné otázky a srovnání výsledků s hypotézami.⁴¹

Při reálném výzkumu nejsou jednotlivé fáze od sebe jasně separovány. Může dojít k situaci, kdy bude třeba upravit výzkumnou metodu nebo se vrátit k procesu operacionalizace. Rovněž se může stát a my považujeme tuto situaci za žádoucí vedlejší produkt obsahové analýzy, že realizovaný výzkum přinese nové otázky a témata, kterým by bylo vhodné věnovat v budoucnosti pozornost.

Musíme zmínit i úskalí zvolené metody. Vzhledem k tomu, že kategorizace je ovlivněna subjektivním soudem, je nutné neustále dbát na intersubjektivitu. „*Samotný výstup obsahové analýzy je novým textem, jehož význam se může, nebo dokonce musí lišit od původního zdrojového materiálu. Tento výsledek je navíc založen na způsobu „čtení“ obsahu, který by skutečný čtenář za normálních okolností nepoužil.*“⁴²

I přes veškeré nedostatky vybrané metody věříme, že dokáže zodpovědět veškeré výzkumné otázky a naplnit cíl výzkumu.

Charakteristika Prostějovského Večerníku

Prostějovský Večerník sám sebe označuje za zpravodajský a celospolečenský týdeník. Je registrovaný u Ministerstva kultury pod číslem 037090297. Sídlo redakce i vydavatele Haná Press je v Prostějově na Olomoucké ulici. Nové číslo je čtenářům k dispozici každé pondělí za 15 korun na stánku, případně si jej mohou čtenáři předplatit a každé pondělí najdou svůj výtisk ve schránce. Vydavatel Haná Press tiskne i Olomoucký Večerník. Obsah vydání Prostějovského Večerníku je k dispozici i v elektronické podobě na internetových stránkách <http://www.vecernikpv.cz/>. Každé

⁴⁰ SCHULZ, Winfried. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1998., ISBN 8071845485.

⁴¹ Tamtéž, s. 30 - 53.

⁴² MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. rozš. a přeprac. Praha: Portál, 2009, s. 376. ISBN 9788073675745.

vydání je rozděleno do dvou sešitů. Zdarma je přiložen magazín TV Pohoda s televizním programem. Večerník je dále dělen do rubrik:

- Krimi
- Zpravodajství
- Publicistika
- Víme víc
- Téma Večerníku
- Region
- Společnost
- Sport
- Kultura
- Děti a společnost
- Ze života města
- Co, kdy, kde a kam...?
- Rozhovor Večerníku
- Vzpomínky, pohřby
- Reality, Inzerce
- A další

Bohužel se nepodařilo vypořádat žádnou pravidelnost v umístění rubrik ani v jejich rozsahu a četnosti vydávání. I když samozřejmě existují rubriky jako například krimi, zpravodajství a publicistika, které jsou řazeny v každém čísle týdeníku.

Ministerstvo kultury eviduje celkem 23 periodik, které mají v názvu „večerník“.⁴³ Formálně spolu však tyto subjekty nesouvisí. Oficiálním majitelem Prostějovského a Olomouckého Večerníku je vydavatelství Haná Press, s.r.o sídlem v Prostějově, na stejné adrese jako redakce Večerníku, Olomoucká 2616/10, PSČ 796

⁴³ MINISTERSTVO KULTURY. *Evidence periodického tisku* [online]. 2014 [cit. 2015-03-03]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/scripts/modules/catalogue/list.php?catalogueID=1&NAZEV=ve% E8ern% EDk&lid=1&sort=NAZEV&pg=1>

Vzorkování

Vymezení výzkumného vzorku pro nás zpočátku nebylo obtížné. Jednoduše jsme zvolili rozmezí mezi dvěma v úvodu již zmíněnými články, *Cikánské útoky se množí* a *CIKÁNSKÉ HYENY okradly ženu o berlích*. Ale z výzkumů jiných médií vyplývá, že počet příspěvků s tematikou menšin a Romů není během roku rovnoměrně rozložen viz. Sedláková (2007) nebo Moravcová (2014). Obávali jsme se tedy, že během zvoleného období, rozmezí mezi vydáním dvou článků, které byli neziskovou organizací NESEHNUTÍ označeny za rasistické, může být příliš krátké a neposkytne dostatek materiálu ke zpracování. Rozhodli jsme se riziko nedostatku materiálu eliminovat tedy tím, že analyzovaný vzorek dále omezovat nebudeme například na jednotlivé rubriky. Jednoduše budeme sledovat níže určené kategorie u všech článků, které vyšli v Prostějovském Večerníku a bude v nich explicitně zmíněn příslušník romské populace. Přestože se jedná o pouze jediné periodikum a poměrně krátké časové rozmezí (1. srpen 2013 – 31. leden 2014) považujeme vzorek za dostatečný vzhledem k zaměření a rozsahu práce.

Za příslušníka romské populace budeme považovat osobu nebo skupinu osob, která je explicitně označena jako:

- Rom
- Cikán
- Nepřizpůsobivý

Termín nepřizpůsobivý byl zařazen na základě článku Tomáše Malíka, ve kterém píše: *„Podle Heldenburga jde v případě nepřizpůsobivosti o čistě generický termín, jenž není nijak svázan s etnicitou a označuje každého, kdo „nedodržuje zákony země, kdo se nechová tak, jak by se dle obecně uznávaných pravidel chovat měl“. K tomu však Heldenburg dodal, že za nepřizpůsobivou může být označena také každá menšina, která „není schopna a ochotna přizpůsobit se většinové společnosti“.*⁴⁴

⁴⁴ MALÍK, Tomáš. Kde se vzali nepřizpůsobiví. A2 [online]. Praha: Kulturní týdeník A2 s.r.o., 2011, č. 26 [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.advojka.cz/archiv/2011/26/kde-se-vzali-neprizpusobivi>

Za výzkumnou jednotku jsme zvolili novinový článek. Bohužel kvůli aplikaci kritérií je nutné zvolit pouze takto explicitní značení. Zároveň je to i prostředek, jak si udržet intersubjektivitu. V případě, že bychom přesně nedefinovali pojmy, které budeme v textu vyhledávat, mohlo by se stát, že se do kritéria promítne větší míra subjektivity výzkumníka.

Vytyčení výzkumných otázek a operacionalizace hodnotících kategorií

V této kapitole bychom rádi vytyčili a ozřejmili hlavní výzkumnou otázku (HLO). Dále je třeba položit si několik dílčích výzkumných otázek (DIO), které nám pomohou zodpovědět tu hlavní. Následně si stanovíme postup a kritéria/ kategorie, pomocí kterých budeme postupně hledat odpovědi

HLO : Jak jsou zobrazováni Romové v Prostějovském Večerníku?

Odpověď na hlavní výzkumnou otázku získáme zodpovězením následujících dílčích otázek.

DIO1: V kolika článcích vydaných za určené období byl zmíněn Rom/cikán/nepřizpůsobivý?

Touto výzkumnou otázkou zjistíme kolikrát bylo romské etnikum ve Večerníku během zkoumaného půl roku zmíněno. Sledovat budeme výskyt výzkumných jednotek (článků) obsahující výrazy Rom, cikán/ cigán a nepřizpůsobivý měsíčně i celkový součet za celé zkoumané období. Dokážeme si tedy udělat obrázek o tom, jestli Večerník o Romech informuje svoje čtenáře pravidelně/ případně jak často.

DIO2: V jakých souvislostech se o Romech nejčastěji píše?

K zodpovězení této otázky bude třeba vytvořit několik kategorií, do kterých budeme následně zkoumané jednotky třídit. V případě, že bude v jednotce zmíněno více témat/vytyčených kategorií budeme řadit jednotku (= článek) do kategorie dominantního tématu. Předpokládáme, že souvislosti, ve kterých jsou Romové v médiích zobrazováni, mají vliv jejich následné vnímání čtenáři, kteří si na základě souvislostí se kterými má Romy spojeny vytváří obraz této menšiny ve své mysli.

Zároveň budeme mapovat, v jakých rubrikách jsou jednotlivé články rozřazeny. Nástin jednotlivých rubrik je uveden v kapitole Charakteristika Prostějovského Večerníku

Tabulka č. 1 Kategorizace výzkumných jednotek dle tématu.

<u>Téma:</u>	<u>Charakteristika:</u>
Kriminalita	Výzkumné jednotky ve kterých je Rom spojen s kriminální činností, jako pachatel nebo oběť. A situace je řešena policií.
Kultura	Výzkumné jednotky ve kterých je Rom spojen s kulturní událostí, jako návštěvník, organizátor nebo umělec.
Sport	Výzkumné jednotky ve kterých je Rom spojen se sportovní aktivitou jako pasivní nebo aktivní účastník.
Zdravotnictví	Výzkumné jednotky ve kterých je Rom spojen se zdravotnictvím jako pacient nebo lékař.
Politika	Výzkumné jednotky týkající se spojení Romů a politických otázek.
Finance	Výzkumné jednotky, kde bude hlavním tématem finanční situace Romů nebo sociální dávky.
Vzdělávání	Výzkumné jednotky, ve kterých bude Rom spojen se vzděláváním.
Narušení veřejného pořádku	Výzkumné jednotky, ve kterých je Rom spojen s kriminální činností, jako pachatel nebo oběť a situace není řešena policií. Tuto jsem zavedla na radu vedoucího práce z důvodu výskytu informací o příliš hlučných spoluobčanech apod. situacích.
Jiné	Všechny výzkumné jednotky, které nebude možné zařadit ani do jedné z předchozích kategorií.

DIO3: Jsou zobrazováni romské ženy, děti a muži v odlišných souvislostech nebo se zobrazují spíše jako skupiny?

Touto otázkou bychom chtěli zjistit, jestli je v daných ve zkoumaných jednotkách určeno pohlaví zkoumaného vzorku nebo jestli se píše o skupinách bez bližší specifikace. Případně zda jsou jinak (v jiných souvislostech) zobrazovány romské ženy a muži. Tato otázka je do výzkumu začleněna abychom zjistili, zda genderové aspekty konkretizují výskyt určitých stereotypů.

Tabulka č. 2: Kategorizace dle pohlaví.

<u>Pohlaví:</u>	<u>Charakteristika:</u>
Ženy	V případě, že budou u pojmů označující Romy užívány tvary slov pro ženský rod.
Muži	V případě, že budou u pojmů označující Romy užívány tvary slov pro mužský rod.
Blíže neurčené skupiny	V případě, že budou u pojmů označující Romy užívány tvary slov pro střední rod a nebude jinak vymezeno pohlaví aktérů.
Obojí	V případě, že jsou v článku bývají zmíněna obě pohlaví.

DIO4: Jsou Romové ve Večerníku zobrazováni v negativních nebo pozitivních souvislostech?

Zodpovědět tuto otázku pomocí kvantitativní obsahové analýzy je poměrně těžký úkol. Obvykle se používá spíše kvalitativních metod. Nicméně jsme se chtěli alespoň pokusit zachytit, to zda jsou uveřejněné články o Romech spíše negativního, pozitivního ladění. Nebo zda se jedná o neutrální okruh témat. Inspirovala nás k tomu práce, která vznikla na této katedře minulý rok pod názvem *Obraz cizinců žijících či působících v Praze v pražských tištěných médiích.*⁴⁵

⁴⁵ MORAVCOVÁ, Blanka. *Obraz cizinců žijících či působících v Praze v pražských tištěných médiích.* Olomouc, 2014. 44- 45. Bakalářská práce. Univerzita Palackého.

Pro vysvětlení, mezi negativní jevy bude řazena například loupež při které je Rom označen za pachatele. V případě, že bude označen za oběť, jedná se o neutrálně hodnocený příspěvek. V případě, že se bude jednat o situaci, kdy Rom zbránil loupeži nebo dopadl pachatele bude článek zařazen do kategorie pozitivního hodnocení.

Tabulka č. 3: Kategorizace výzkumných jednotek na pozitivní, negativní a neutrální.

<u>Hodnocení:</u>	<u>Charakteristika</u>
Negativní	Rom je spojen s negativním společenským jevem a je označen za jeho příčinu/ původce.
Pozitivní	Rom je spojen s pozitivním společenským jevem. A je označen za jeho příčinu/ původce.
Neutrální	Rom je je spojen s neutrálním společenským jevem.

Negativní jevy budou dále rozděleny na kategorie, ve kterých je Rom zobrazen jako oběť nebo původce/ příčinu negativního jevu. Ačkoliv je většinou v jiných výzkumech zobrazení Roma v jako oběti zařazováno do kategorie pozitivní. My si myslíme, že i pokud je Rom zobrazen v kontextu jakéhokoliv negativního jevu jako oběť, je zobrazen v negativních souvislostech.

Tabulka č. 4: Kategorizace negativních výzkumných jednotek..

<u>Negativní jev</u>	<u>Charakteristika</u>
Rom jako oběť	Rom je označen jako oběť jakéhokoliv negativního společenského jevu (krádež, vražda apod...).
Rom jako původce / příčina	Rom je označen za pachatele, agresora apod. Tedy za hybnou sílu negativního společenského jevu.
Oboje	Jedná se o jev uvnitř komunity.

DIO5: Kdo o Romech v Prostějovském Večerníku mluví?

Chceme zjistit zda mají Romové možnost participace na tom jak budou v médiích zobrazeni nebo se mluví o nich bez nich a mluvčí jsou příslušníci „většiny“ například politici, úředníci apod.

Tabulka č. 5: Kategorizace výzkumných jednotek dle mluvčích.

Mluvčí:	Charakteristika:
Politik	O Romech hovoří politik. Osoba aktivní v místním zastupitelstvu nebo jiném politickém subjektu.
Úředník	O Romech hovoří zaměstnanec úřadu státní nebo místní správy.
Policie	O Romech hovoří příslušník policejního sboru.
Nerom	O Romech hovoří osoba, která není identifikována jako Rom.
Rom	O Romech hovoří osoba, která je identifikována jako příslušník Romské menšiny.

DIO6: Je v článcích nadbytečně zdůrazňovaná romská etnicita, přestože není relevantní?

Touto otázkou bychom rádi zjistili, zda je v článcích zmiňována etnická příslušnost aktérů i v případě, že se jedná o činnost / jev, který s etnicitou nijak nesouvisí. Za relevantní budeme považovat příspěvky, kde je romství zmíněno kvůli kulturním hodnotám a zvykům, stereotypům nebo diskriminaci. Za irelevantní budeme naopak považovat příspěvky, kde etnicita nehraje žádnou roli. Není tedy nutné uvádět romskou nebo jinou příslušnost.

Tabulka č. 6: Kategorizace výzkumných jednotek dle míry relevance zmíněné etnicity.

Míra relevance:	Charakteristika:
relevantní	Romství je zdůrazněno, protože je zmiňovaný jev / činnost s touto skutečností přímo spojen. Například kulturní zvyky, hodnoty, stereotypy nebo diskriminace.
irelevantní	Romství je zdůrazněno navzdory tomu, že na daný jev / činnost nemá žádný vliv.

Výzkumné otázky vs. výsledky analýzy

Do výzkumného vzorku spadalo celkem 25 čísel Prostějovského Večerníku. Každý jednotlivý výtisk jsme analyzovali od titulní po závěrečnou stranu. Nebyla vytyčena žádná omezující kritéria, jak tomu bývá u podobných prací zvykem. Jako například vyřazení sportovní rubriky nebo inzerce z analyzovaného materiálu. Ve všech příspěvcích jsme hledali slova Rom, cikán nebo nepřizpůsobivý. Celkem se jednalo o 3 402 článků.

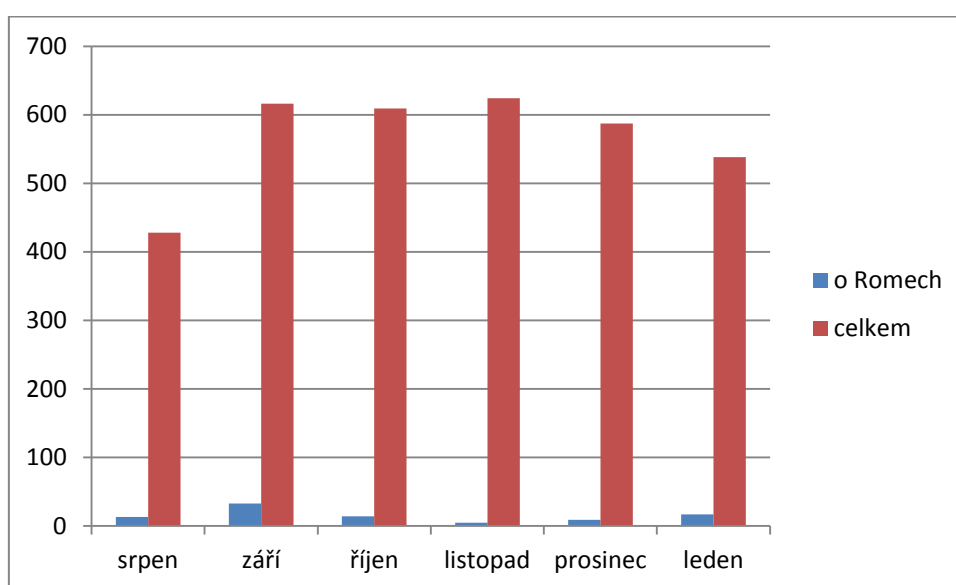
Materiál k analýze jsme získali z archivu Večerníku, který je dostupný na jeho internetových stránkách www.vecernikpv.cz. Původně jsme chtěli využít k ulehčení selekce relevantního vzorku elektronický zdroj Anopress, ale bohužel námi vybrané periodikum není v této databázi vedeno. Proto bylo nutné provést celou analýzu obtížnějším způsobem a procházet jednotlivá čísla „manuálně“.

DIO1: V kolika článcích vydaných za určené období byl zmíněn Rom/cikán/nepřizpůsobivý?

Na základě výše zmíněných kritérií jsme v obsahu Prostějovského Večerníku dohledali 91 výzkumných jednotek. To znamená, že slovo Rom, cikán nebo nepřizpůsobivý bylo zmíněno za dané období půl roku 91 krát, ovšem vzhledem k celkovému počtu vydaných článků 3 402 se toto číslo jeví jako velice nízké (viz. graf). To může znamenat, potvrzení van Dijkovi teorie, že menšiny jsou i médiích podreprezentovány. V některých číslech zkoumaného týdeníku nebyla o Romech zmínka žádná, jindy byla

tato menšina zmiňována hned několikrát. Četnost výskytu souvisela s různými událostmi v regionu, jako například volby a podobné. Považujeme za důležité zmínit, že ne všechny analyzované jednotky se týkaly různých událostí. Často byla jedna kauza, téma, jméno zmiňováno v souvislosti s Romy v několika vydáních, což mohlo ve čtenářích vzbudit pocit narůstající společenské aktivity Romů. Touto skutečností jsme se již dále nezabývali, protože nebyla předmětem mého výzkumu. Ovšem věnovat podobný kvalitativní výzkum stejnému vzorku se jeví do budoucna jako velice zajímavý nápad.

Graf č. 1: Celkový počet článků vs. články o Romech

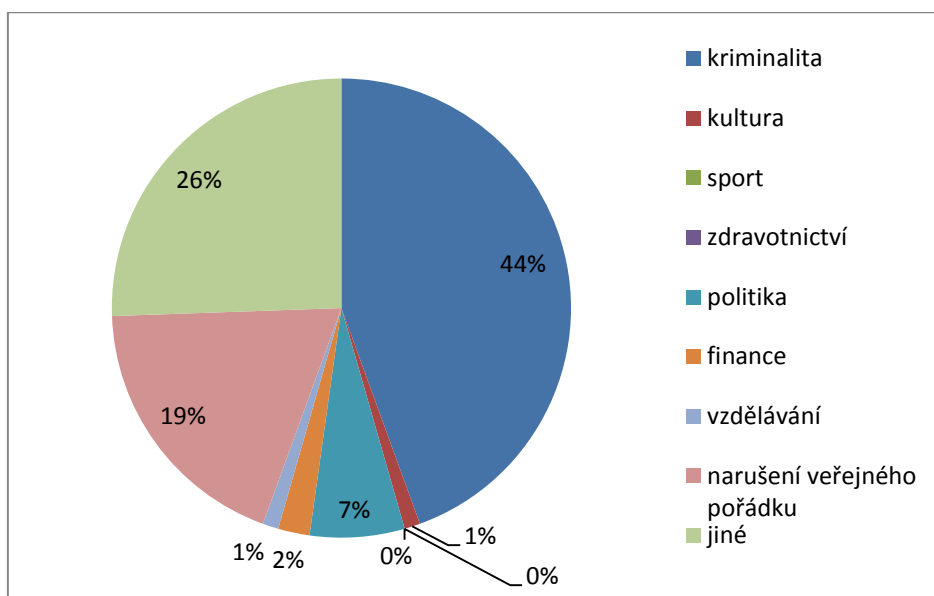


DIO2: V jakých souvislostech se o Romech nejčastěji píše?

Z výzkumu jednoznačně vyplynulo, že Romové jsou zobrazováni především v souvislostech s kriminální činností a to celkem ve 40 ti případech. Dalších 17 zmínek bylo zařazeno do kategorie narušení veřejného pořádku. Tyto příspěvky spadaly převážně do rubriky *Krimi a Zpravodajství* Politika byla zmiňována především v souvislostech s přesídlováním Romů z bývalých „kolonek U Sv. Anny. Dále se potom často téma politiky objevovalo především na úrovni obcí okolo Prostějova, kde se stále řešil týž problém: „*obec si neví rady, starosta zkouší to a to*“, případně domobrana v Dobromilicích získala dotace. Často se tedy příspěvek vhodný k zařazení do výzkumného vzorku dal nalézt i v rubrice *Region* Do kategorie finance a kultura byly řazeny pouze 2 příspěvky (u každé). Kulturní příspěvky se navíc týkaly stejné události.

Kategorie vzdělání získala po jednom bodě. Sport byl sice jednou zmíněn ve stejnojmenné rubrice, ale dominantní kategorií bylo narušení veřejného pořádku, protože se jednalo o rvačku na hřišti. Naopak zdravotnictví zůstalo v souvislosti s Romy beze zmínky. Předdefinovanou kategorii jiné se dařilo naplnit 23 výzkumnými jednotkami. Tuto skutečnost přičítáme faktu, že články, které redakce věnovala vlastnímu obhajování rasismu, že kterého byla nařčena, občasná glosa popřípadě příspěvek čtenáře, kterých bylo na toto téma velké množství. V rubrice *Hlas lidu, hlas boží*. Dále příspěvky, zařazené v této kategorii, se objevovali v rubrikách - *Víme víc*, případně *Zpravodajství*. Obecně by se tedy kategorie *Jiné* dala rozdělit na *Čtenářské příspěvky* a *Vyjádření redakce*.

Graf č. 2: Souvislosti zobrazení Romů

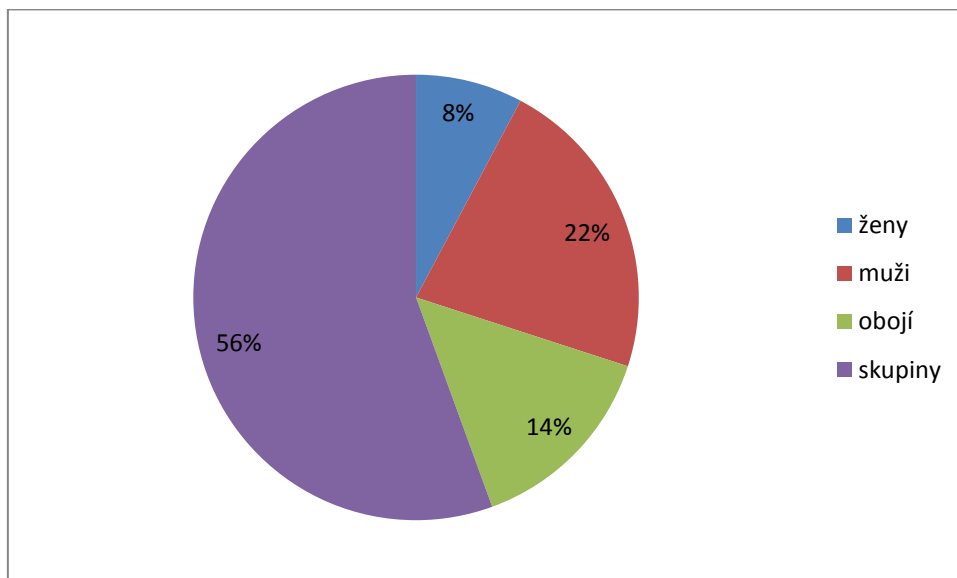


DIO3: Jsou zobrazováni romské ženy, děti a muži v odlišných souvislostech nebo se zobrazují spíše jako skupiny?

Ze získaných dat nevyplývá žádné genderové rozdělení mediálních rolí. Často se stávalo, že bylo ve výzkumné jednotce zmíněno nejdříve jedno pohlaví případně obě a následně doplněno skupinou. Celkem 50 krát bylo použito označení pro skupinu bez bližší specifikace jejího složení. Ve 20 ti případech bylo zmíněno explicitně mužské a v 7 ženské. Ve 13 ti případech bylo explicitně zmíněno jak mužské, tak ženské pohlaví v jedné výzkumné jednotce. Kategorii, kterou jsme si sice nevytyčili jako výzkumnou, ale byla zaznamenána *děti*. Děti byly zmíněny celkem 5 krát, vždy ale ve spojení

s vytyčenou kategorií (muži, ženy, skupina nebo obojí). Na základě získaných čísel i dle grafického znázornění je jasné, že Romové jsou v Prostějovském Večerníku zobrazováni v nadpoloviční většině jako skupina bez rozlišení pohlaví.

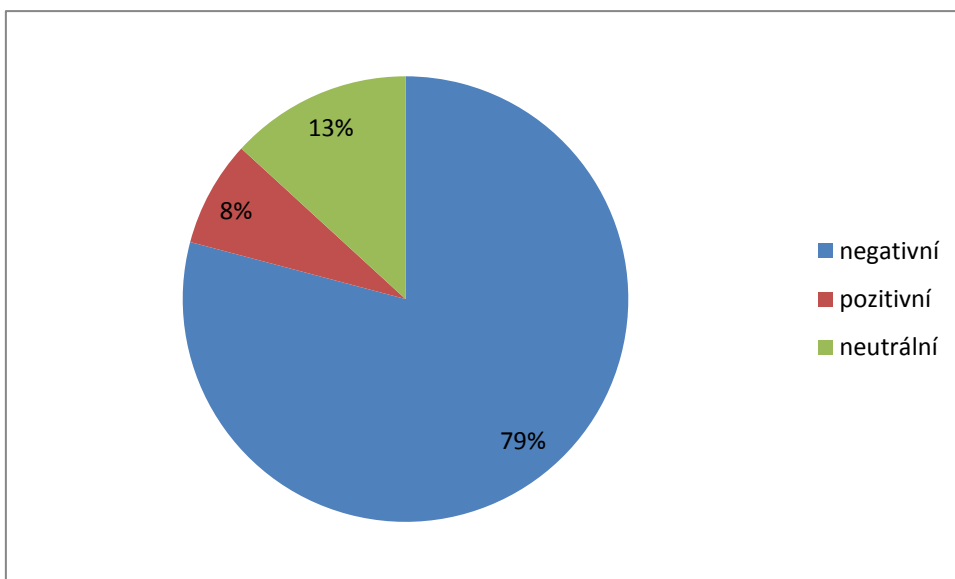
Graf č. 3: Genderové rozlišení



DIO4: Jsou Romové ve Večerníku zobrazováni v negativních nebo pozitivních souvislostech?

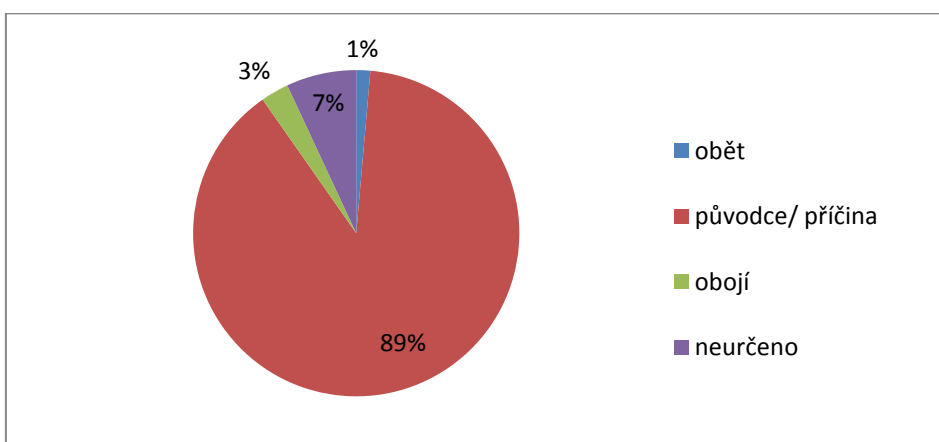
Dle výsledků výzkumu jsou Romové nejčastěji zobrazováni v negativních souvislostech. Především se jedná o rubriky *Krimi*, *Zpravodajství* a *Hlas lidu, hlas božích názorů* čtenářů. V negativních souvislostech byli Romové z celkového počtu 91 výzkumných jednotek zobrazeni 72 krát, pozitivně pouze 7 krát. Do této kategorie pozitivního zobrazení jsem zařadila příspěvky z rubriky kultura (v Prostějově hostovala Romská kapela, které byly věnovány 2 články). Také příspěvek překvapené čtenářky, která do redakce Večerníku psala, svůj zážitek o tom, jak v noci potkala skupinu Romů, kteří ji pouze pozdravili a pokračovali dál svou cestou. Ale také velice pozitivně vyznívající článek o Romovi (starousedlík), z Dobromilic, který se připojil k právě vznikající domobraně. Do neutrální kategorie potom byly řazeny články, kde redakce informovala o vývoji situace u soudu a v médiích ohledně nařčení různých neziskových organizací a dalších subjektů z rasismu.

Graf č. 4: Souvislosti zobrazení Romů



V této kategorii jsme rovněž analyzovali skutečnost, v jakých rolích jsou Romové zobrazeni v případech, že se jedná o negativní společenský jev. V 64 případech byl Rom identifikován jako příčina nebo původce jevu, v jednom případě jako oběť a ve 2 případech se jednalo o kriminalitu v rámci romské komunity. Tedy příčina/ původce i oběť byli identifikováni jako Romové. U některých případů, které zobrazovaly Romy v negativních souvislostech, bohužel nebylo možné určit, zda je Rom původce nebo oběť. Celkem se to týká 5 ti případů. Jednalo se například o satirizaci, někdy i fiktivních události v rubrice nazvané *Agentura Hóser*, část publicistiky. I přesto je z grafu zřetelné, že ve většině případů je Rom identifikován jako příčina nebo původce negativního jevu. Ovšem i tato data jsou ovlivněna faktem, že *Večerník* se opakovaně věnoval stejnému případu negativního jevu, např. kriminality a sledoval jeho vývoj v čase.

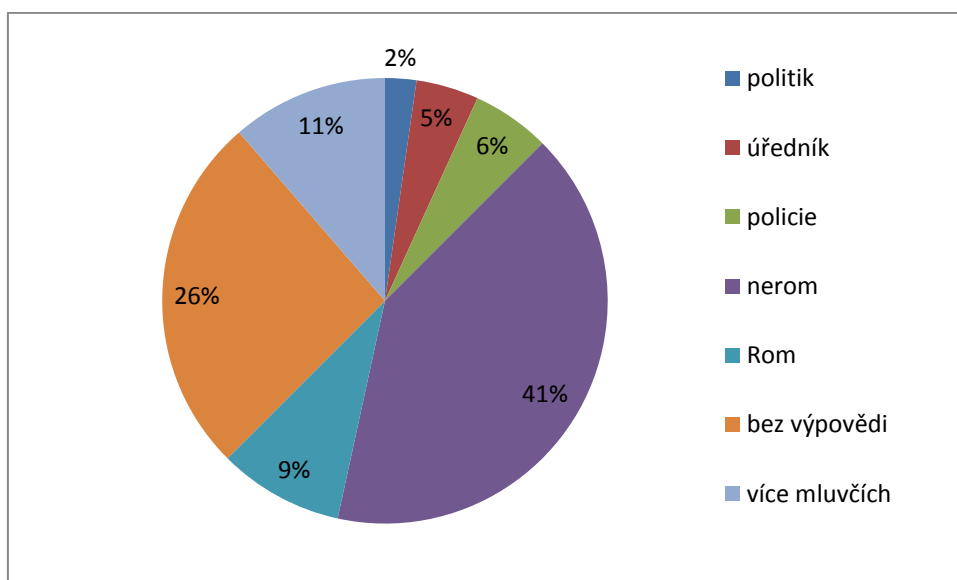
Graf č.5: Negativní zobrazení Romů



DIO5: Kdo o Romech v Prostějovském Večerníku mluví?

V této výzkumné otázce jsme se snažili zjistit, jestli když se Romech píše je zohledněno jejich stanovisko. Média jsou dle výše zmíněné teorie řízena „bílým mužem ze střední třídy“ a odráží tedy i jeho pohled na svět. Zjistili jsme, že skutečně nejčastěji se o Romech vyjadřuje „nerom“ celkem ve 43 případech. Dále je dán prostor Romům, úředníkům, policii i politikům v poměrně rovném poměru 12: 9: 7: 6. Ve 23 výzkumných jednotkách ovšem nebyl slyšet hlas ani jednoho z těchto subjektů, informace vycházeli pouze z pera novináře. Je tedy patrné, že v 9% případů, byl zohledněn hlas pouze zástupců romské komunity. V některých výzkumných jednotkách bylo dva a více mluvčích, jedná se o 11% článků (tj. 10 výzkumných jednotek). Z toho ve čtyřech případech byl jedním z hovořících subjektů identifikován jako Rom.

Graf č. 6: Kdo o Romech mluví.

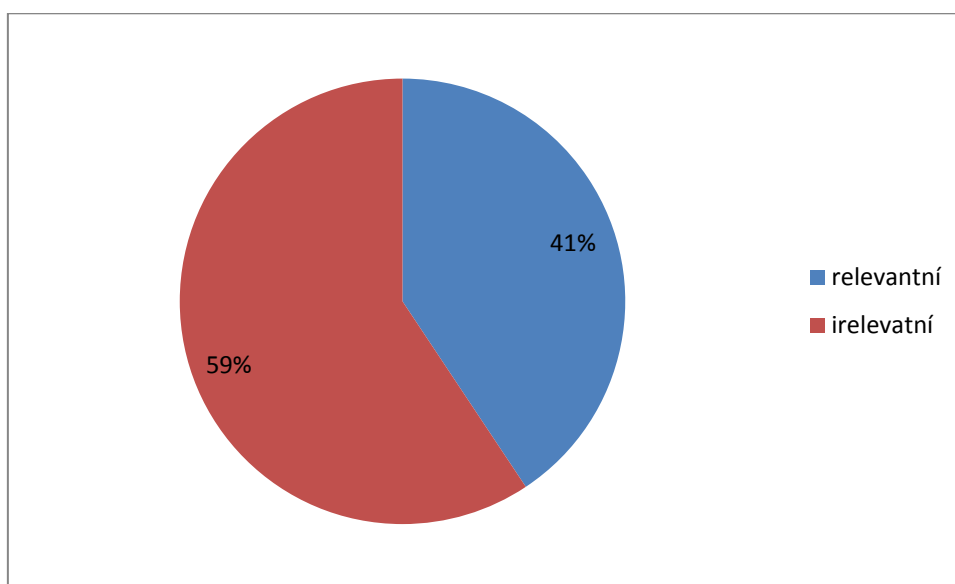


DIO6: Je v článcích nadbytečně zdůrazňovaná romská etnicita, přestože není relevantní?

Kategorie relevance zdůraznění etnicity byla zkoumaná na základě výše specifikovaných kritérií. Dle výsledků výzkumu je v článcích romská etnicita většinou zdůrazněna bezdůvodně, protože popisovaná událost nemá s etnicitou aktérů nic společného. V některých situacích se snaží redakce Večerníku vyhnout určení etnicity přesto je z kontextu nebo předchozích článků jasné, že se jedná o Romy. Například

uvedou, že jeden ze tří útočníků byl „bílý“ apod. Velmi často užívaný způsob určení etnicity je navázání pomocí jména. Ať už se jedná o typická příjmení jako je Lakatoš nebo o zmínění jmen u kterých je v předchozím článku (třeba i ve stejném čísle na stejné straně) etnicita explicitně určena. Tyto případy, ale nemohli být zařazeny do našeho výzkumného vzorku. Výsledky jsou zkráceny údaji, kdy redakce obhajovala svůj údajný rasismus. V takovýchto článcích se vyskytovalo slovo Rom/ cikán/ nepřizpůsobivý a dle našich kritérií byly zařazeny do kategorie relevantní.

Graf č. 7: Relevance zdůraznění etnicity.



HLO : Jak jsou zobrazováni Romové v Prostějovském Večerníku?

Díky odpovědím na dílčí výzkumné otázky můžeme nyní zodpovědět i hlavní výzkumnou otázku a zjistit jaký obraz Romů je předkládán čtenářům Prostějovského Večerníku.

Za období 1.srpen 2013 – 31.leden 2014 vyšlo celkem 91 článků týkajících se Romů, 79% z nich zobrazovalo Romy v souvislosti s negativními společenskými jevy a z toho u 89% těchto článků byl Rom identifikován jako příčina nebo původce tohoto jevu. Ve 44% se jednalo o zobrazení v souvislosti s kriminalitou, tedy činy které jsou / byly vyšetřovány policií a v 19% v souvislosti s narušením veřejného pořádku. Pokud se k daným činům někdo vyjadřoval jednalo se o příslušníka romské menšiny pouze ve 12% a u 59% vydaných článků nebylo nutné zmiňovat romskou příslušnost aktérů.

Zároveň v 56% výzkumných jednotkách byli Romové označení za homogenní skupiny a byla jim tím dle našeho názoru médií připsána kolektivní vina za činy, které působí pouze několik členů zmiňované menšiny (viz. graf č. 3: Genderové rozlišení).

Dovolujeme si tedy tvrdit, že obraz, který vytváří Prostějovský Večerník O Romech posiluje stereotypy.

Závěr

Cílem této práce bylo popsat mediální obraz Romů v Prostějovském Večerníku. Pro tento účel jsme zvolili kvantitativní obsahovou analýzu zvoleného týdeníku.

Výsledek se shoduje z doposud vypracovanými pracemi a teoriemi popsanými v teoretické části práce. Romové jsou ve Večerníku zobrazováni jednostranně. Nejčastěji jsou spojováni s negativními společenskými jevy jako je kriminalita a narušení veřejného pořádku. K podobným závěrům dospěla i analýza televizního zpravodajství Mgr. Renáty Sedlákové *Obraz Romů v televizním zpravodajství – příklad mediální konstrukce reality*. Kdy zaznamenala, že nadpoloviční většina příspěvků věnovaná Romům vyznívá negativně. Martina Křížková došla k podobným závěrům, ale eviduje jistou snahu zobrazovat Romy v pozitivních a neutrálních situacích. Tu ale my bohužel nevidíme, což může být způsobeno jak zvolenou metodou, tak relativně krátkým analyzovaným obdobím. Večerník nejčastěji používá označení Rom a cikán. Slovo nepřizpůsobivý jsme v textech našli pouze jednou. A ačkoliv je slovo cikán z jazykového hlediska neutrální, dovoluujeme si tvrdit, že konotace při užití tohoto slova jsou v drtivé většině čtenářů negativní. Stejně tomu může být v budoucnu (pokud se tak již nestalo) i u užití slova Rom nebo nepřizpůsobivý. Především slovo Rom zatím vnímáme jako neutrální výraz bez primárně přiřazených negativních konotací. Často je využíváno slovní spojení romští spoluobčané a romská menšina. Někdy se Večerník snaží rozlišit i Olašské Romy. Bohužel bez jakéhokoliv dalšího vysvětlení, takže neznalému čtenáři se může zdát, že Olašský Rom je pouze další slovní spojení užívané pro označení Romů obecně. Večerník dosti zobecňuje veškeré činy připisované na vrub Romům. Popisuje je jako homogenní skupinu a čtenáři nabízí možnost uplatnění principu kolektivní viny. Občas zmiňuje i světlé výjimky z řad Romů. Ty však potvrzují pravidlo.

Ačkoliv jsme výzkumný vzorek neomezili žádnými kritérii (vyloučení inzerce, sportu apod...), jak bývá u podobných prací zvykem a analyzovali jsme veškerý obsah. Zmínky o Romech ve sportovní části novin, inzerci nebo vzpomínkové části nebyly nalezeny. Pouze v rubrice hledaných osob byla téměř vždy, alespoň jedna osoba, která se takto na základě vnějších fyzických znaků (obrazového materiálu) a příjmení dala identifikovat.

At' už je příčinou výše popsaného zobrazení Romů v médiích cokoliv jsme přesvědčeni, že je na místě, aby byla vyvinuta větší snaha podobné jevy eliminovat. Média by měla společnost spíše posouvat kupředu nikoliv ji konzervovat v již zažitých stereotypch. Pestřejší škála souvislostí spojená s minoritami může být hybnou silou správným směrem a jsou to právě novináři, kteří tuto moc mají. Pokud budou menšiny zobrazovány v souladu se zpravodajskými hodnotami, můžeme docílit pozitivnějšího vnímání Romů ve společnosti, bojovat proti etnocentrismu a již zmíněným stereotypům. Obzvláště, pokud je tematika Romů aktuální již od 1989 a stále se situace příliš nezměnila i přestože jsou věnovány značné (nejen finanční) prostředky na antropologické a sociologické výzkumy. Z našeho výzkumu i dalších podobných jasně vyplývá potřeba mezioborové spolupráce např. antropologů a novinářů. Hlubší poznání zobrazované problematiky může přispět ke zlepšení mediálního obrazu Romů a jiných menšin.

Novináři a antropologové by si měli uvědomovat důležitost své práce a zodpovědnost za vliv na formování společnosti. Na první pohled sice nemusí být podobnost těchto a zaměstnání podobná zřejmé, ale jsou to právě oni, kdo má možnost ovlivnit utváření názorů společnosti a obraz akceptovatelné reality.

Zdroje:

Tištěné:

BARTHES, Roland. *Mytologie*. Praha: Dokořán, 2004. ISBN 978-80-7363-359-2

BERGER, Peter L a Thomas LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. 1. vyd. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 8085959461.

BURTON, Graeme. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister, 2001,. ISBN 8085947676.

DYER, Richard. *The Matter of Images: Essays on Representations*. New York: Routledge, 1993,s. 172 . ISBN 04-150-5719-1

HOMOLÁČ, Jiří, Kamila KARHANOVÁ a Jiří NEKVAPIL. *Obraz Romů v střeoevropských masmédiích po roce 1989*. 1. vyd. Brno: Doplněk, 2003. ISBN 8072391372.

JÍLEK, Viktor. *Žurnalistické texty jako výsledek působení jazykových a mimojazykových vlivů*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009,. Učebnice. ISBN 9788024422183

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007,. ISBN 9788073672874

KARHÁNOVÁ, Kamila a Jiří HOMOLÁČ. Protěžují novináři Romy?. In: AL], [autoři textů Hana Čápková ... et]. *Očernění: etnické stereotypy v mediích*. Vyd. 1. Praha: Člověk v tísní - společnost při České televizi, 2003. ISBN 8023914529.

KŘÍŽKOVÁ, Martina. *Cizinci, našinci a média: mediální analýzy*. Praha: Multikulturální centrum ve spolupráci s UNHCR, 2007, 106 s. ISBN 8023984756.

LIPPMANN, Walter. *Public opinion*. New Brunswick, N.J., U.S.A.: Transaction Publishers, c1997,. ISBN 1560009993.

MORAVCOVÁ, Blanka. *Obraz cizinců žijících či působících v praze v pražských tištěných médiích*. Olomouc, 2014. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. rozš. a přeprac. Praha: Portál, 2009, ISBN 9788073675745.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, ISBN 80-7178-926-7.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Obraz Romů v televizním zpravodajství – příklad mediální konstrukce reality*. Brno, 2007. Dizertační práce. Masarykova Univerzita v Brně

SCHULZ, Wilifrid. Masová média a realita. „ptolemiovské“ a „kopernikovské“ pojetí, In: JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ. *Politická komunikace a média*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 8024601826.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006, 191 s. ISBN 80-736-7096-8.

UHLÍKOVÁ, Lucie. *Kultura - společnost - tradice: soubor statí z etnologie, folkloristiky a sociokulturní antropologie*. 1. vyd. Praha: Etnologický ústav AV ČR, 2005, ISBN 8085010712.

VAN DIJK, T. A. *Communicating Racism: Ethnic Prejudice in Thought and Talk*. Newbury Park: SAGE Publications, 1987. ISBN 0-8039-3627-3.

WEINEROVÁ, Renata. *Romové a stereotypy: výzkum stereotypizace Romů v Ústeckém kraji*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2014, 90 s. ISBN 978-802-4626-321.

Elektronické:

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Obyvatelstvo podle národnosti v okresech podle výsledků sčítání lidu k 26. 3. 2011* [online]. 26. 3. 2011. [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/9400413A67/\\$File/130055141003.pdf](http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/9400413A67/$File/130055141003.pdf)

MALÍK, Tomáš. Kde se vzali nepřizpůsobiví. A2 [online]. Praha: Kulturní týdeník A2 s.r.o., 2011, č. 26 [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.advojka.cz/archiv/2011/26/kde-se-vzali-neprizpusobivi>

MINISTERSTVO KULTURY. *Evidence periodického tisku* [online]. 2014 [cit. 2015-03-03]. Dostupné

[z:http://www.mkcr.cz/scripts/modules/catalogue/list.php?catalogueID=1&NAZEV=ve%E8ern%E Dk&lid=1&sort=NAZEV&pg=1](http://www.mkcr.cz/scripts/modules/catalogue/list.php?catalogueID=1&NAZEV=ve%E8ern%E Dk&lid=1&sort=NAZEV&pg=1)

MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCI. Analýza sociálně vyloučených romských lokalit a absoční kapacity subjektů působících v této oblasti. Paha: Gabal analysis and consulting, 2006, 117 s. Dostupné z: http://www.gac.cz/userfiles/File/nase_prace_vystupy/GAC_MAPA_analyza_SVL_aAK_CJ.pdf?langSEO=documents&parentSEO=nase_prace_vystupy&midSEO=GAC_MAPA_analyza_SVL_aAK_CJ.pdf

NESEHNUTÍ. *Tisková zpráva: NESEHNUTÍ podává trestní oznámení kvůli rasistickému článku* [online]. Brno, 13.2.2014

¹ NESEHNUTÍ. *Tisková zpráva: „Cikánské hyeny?“ Nepřípustné!* [online]. Brno, 13.2.2014 [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://nesehnuti.cz/vystupy/cikanske-hyeny-nepripustne/>

VAN DIJK, T. A. *New(s) racism: A Discourse Analytical Approach*. In: *Discourse in Society* (online). 2000. (cit. 2015-03-02). Dostupné z: <http://www.discourses.org/OldArticles/Nwx%28s%29%20racism%20-%20A%20discourse%20analytical%20approach.pdf>.

VLÁDA ČESKÉ REPUBLIKY. *Rada vlády pro záležitosti romské menšiny* [online]. 2014 [cit. 2015-03-02]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/-a-ppracovnioradni-organy-vlady/zalezitosti-romske-komunity/uvod-5779/>

VLÁDA ČESKÉ REPUBLIKY. *Vláda schválila Strategii romské integrace na roky 2015 až 2020* [online]. 2015 [cit. 2015-03-02]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/clenove-vlady/pri-uradu-vlady/jiri-dienstbier/aktualne/vlada-schvalila-strategii-romske-integrace-do-roku-2020-126945/>

ÚSTAV PRO JAZYK ČESKÝ. *Slovník spisovného jazyka českého* [online]. 2011. vyd. [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://ssjc.ujc.cas.cz/search.php?hledej=Hledat&heslo=extr%C3%A9mn%C3%AD&stati=EMPTY&where=hesla&hsubstr=no>