

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Pedagogická fakulta

Katedra české jazyka a literatury

**ALEŠ GRÓF**

III. ročník – prezenční studium

Český jazyk se zaměřením na vzdělávání

Společenské vědy se zaměřením na vzdělávání

**MEDIÁLNÍ STEREOTYPY U ŽÁKŮ 2. STUPNĚ  
ZÁKLADNÍ ŠKOLY**

**Bakalářská práce**

**Vedoucí práce: Mgr. Kamil Kopecký, Ph.D.**

OLOMOUC 2011

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně a použil jen uvedených pramenů a literatury.

V Olomouci 25. června 2011

.....

Děkuji Mgr. Kamilu Kopeckému, Ph.D., za odborné vedení bakalářské práce, vstřícnost a trpělivost při konzultacích. Děkuji také za poskytování rad a materiálových podkladů k práci.

# Obsah

Úvod .....	6
1 Média a jejich vliv .....	8
1.1 Realita .....	8
1.2 Vliv médií .....	8
1.3 Účinky médií .....	9
1.4 Vliv médií na děti .....	10
2 Média a stereotypy .....	12
2.1 Mediální stereotypy .....	12
2.2 Stereotypy ve zpravodajství .....	14
2.3 Druhy stereotypů .....	14
2.3.1 Jazykové stereotypy .....	14
2.3.2 Genderové stereotypy .....	15
2.3.3 Vizuelní stereotypy .....	15
2.3.4 Stereotypy vázané na vzdělání .....	16
2.3.5 Stereotypy vázané na bydliště .....	17
2.3.6 Stereotypy o menšinách .....	17
2.3.7 Stereotypy sociálního statusu rodiny .....	17
2.3.8 Reklamní stereotypy .....	17
2.3.9 Další stereotypy .....	18
3 Národnostní menšiny .....	19
3.1 Stereotypy o minoritách .....	19
3.2 Vznik etnických předsudků .....	21
3.3 Etnické kategorie .....	23
3.4 Muslimové .....	23
3.5 Asijská menšina .....	24
3.6 Romové .....	25
3.7 Jak informovat o příslušnících menšin .....	26
4 Ochrana proti mediálním stereotypům .....	27
4.1 Kodex České televize .....	27
4.2 Etický kodex novináře .....	27
4.3 Žurnalistické zásady Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu .....	27
4.4 Etický kodex novinářů MF DNES a iDNES.cz .....	28
4.5 Etický kodex časopisu Týden .....	28

Shrnutí .....	29
5 Tvorba výzkumné sondy .....	31
5.1 Výzkumný cíl .....	31
5.2 Charakteristiky respondentů .....	31
5.3 Metody výzkumu .....	31
5.4 Tvorba hypotéz .....	31
6 Výsledky výzkumné sondy .....	32
6.1 Věk, třída, pohlaví .....	32
6.2 Genderové stereotypy v profesích .....	32
6.3 Pozitivní a negativní stereotypy v profesích .....	34
6.4 Stereotypy národnostních a etnických menšin .....	37
6.4.1 Charakteristika národností .....	37
6.4.2 Postoje k národnostním a etnickým menšinám .....	39
6.5 Stereotypy na základě přirovnání .....	43
Závěr .....	45
Seznam obrázků .....	46
Seznam grafů .....	46
Seznam použité literatury .....	47
Elektronické zdroje .....	47
Příloha .....	49
ANOTACE .....	51

## Úvod

Ve své bakalářské práci *Mediální stereotypy u dětí 2. stupně základní školy* se chci věnovat tematice mediálních stereotypů v souvislosti s jejich užíváním žáků základní školy. Cílem mé bakalářské je zjistit, jestli žáci na druhém stupni základní školy mají povědomí o mediálních stereotypch. Dále pak bych chtěl zjistit, do jaké míry mají tyto stereotypy děti zafixovány a jestli je vůbec užívají.

Masová média mají na společnost v dnešním světě bezpochyby obrovský vliv. Ovšem ne všechny informace, které neposkytují, se zakládají na čisté pravdě. Člověk si vytváří názory na svět různými způsoby. Jedním z nich je právě zprostředkovaně pomocí médií. Právě média mohou podávat některé informace pomocí zjednodušené reality. Lidé si potom z takových informací vytvoří názor, který se stane ustáleným a navyklým a nemusí odpovídat kvalitní předloze. Takovýmto názorům říkáme stereotypy a předsudky. A právě těm se chci ve své práci věnovat.

V teoretické části se nejprve zaměřím na média jako taková a jejich na společnost. Pak už přistoupím samotným mediálním stereotypům a rozdělení podle jejich druhů. Velký prostor budu věnovat stereotypům národnostních a etnických menšin. Zvláštní pozornost budou mít také Asiaté, muslimové a Romové. Posledním bodem teoretické části bude ochrana před užíváním mediálních stereotypů.

Praktická část se bude zakládat na dotazníkovém šetření, které bude realizováno na Základní škole v Moravské Nové Vsi. Dotazník má za účel zkoumat míru používání mediálních stereotypů u žáků druhého stupně na výše zmíněné základní škole.

Měl jsem možnost aktivně se zúčastnit předmětů *Moderní trendy v elektronické komunikaci* a *Multimédia ve společenských vědách* v mém studiu na Univerzitě Palackého v Olomouci. I díky této zkušenosti jsem se o mediální výchovu potažmo o média začal více zajímat. Tematika mediálních stereotypů u dětí na základní škole se mi zdá ještě málo prozkoumána, tak i proto se stala předmětem mé bakalářské práce.

# **I. TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 Média a jejich vliv

## 1.1 Realita

Podle J. Jiráka je mediální sdělení nositelem určitého souboru idejí dané v určité době a společnosti. Realita a ideologie jsou důležité pojmy pro vysvětlení vztahu mezi mediálním produktem a společenském kontextu. Vztah mezi obsahem mediálního sdělení a společností, které jej přímá, není nahodilý, ale opírá se o vývoj ve společnosti. Média jako sociální instituce se podílí na existenci společnosti v daném uspořádání.<sup>1</sup>

Velmi důležité je rozdělení na reality na sociální a mediální. Sociální realita nabízí lidem pohled na skutečnost tak, jakou má společnost představu o světě. Sociální realita využívá skutečností ze smyslově vnímatelného světa, proto se stává nepřesnou a subjektivizovanou. Existuje velké množství sociálních realit, protože některé rysy sociální reality mohou být individuální, jiné jsou sdílené stejnou kulturou, stejnou subkulturou, některé bývají společné jen některým skupinám osob. Oproti tomu mediální realita je vše, co se objevuje v médiích a stává se součástí naší zkušenosti. Mediální realita je podmnožinou sociální reality tam, kde do hry vstupují média. Média na základě sociální reality vytvářejí mediální obsahy, které do jisté míry představují obraz sociální reality. Mediální realita vychází z té sociální, přesto má schopnost ovlivnit sociální skutečnost.<sup>2</sup>

## 1.2 Vliv médií

J. Pospíšil ve své publikaci uvádí, že média mají neoddiskutovatelný vliv na společnost i jedince, protože jsou schopna ovlivňovat jednání či postoje ve společnosti. Tento vztah platí i naopak, že i mediální publikum může určitým způsobem působit na média. Publikum si vybírá takové mediální obsahy, které jsou v souladu s jeho zájmy a životním stylem. Proto média přizpůsobují své obsahy publiku dané společnosti. Následně mohou těmito obsahy ovlivnit společnost, a mohou tak formovat postoje jednotlivců uvnitř společnosti.<sup>3</sup>

J. Jirák se zmiňuje o obavách z důsledků dopadu médií. Mezi tyto důsledky nejčastěji patří oslabení či zánik národních kultur, primitivizme národního jazyka, ztráta vědomí tradice apod. Dalším faktorem ve zjednodušujících a opakujících se mediálních obsazích je možnost manipulace s adresáty těchto sdělení. Média mají nepochybně obrovský vliv, působí v dobovém sociálním, kulturním a politickém kontextu. Nelze izolovat vliv médií od

---

<sup>1</sup> Jiráka a Köpplová, 2003, s. 138.

<sup>2</sup> Svobodová, 2008, s. 3.

<sup>3</sup> Pospíšil a Zavadová, 2009, s. 56 – 57.



ostatních, ale je důležité nepodceňovat jejich vliv, protože působí stejně jako jiné sociální instituce.<sup>4</sup>

J. Jirák se zabývá působením médií na postoje jednotlivců. Předpokládá, že média jsou schopna svými mediálními produkty formovat a rozvíjet názory, postoje a přesvědčení svých uživatelů. Podle něj působí média tak, že posilují již existující postoje, názory, tedy i předsudky, dokonce i obecné nazírání na svět nebo politickou situaci, jsou také schopna orientovat osud nevyhraněné názory nebo teprve formované. Média mohou svou argumentací přesvědčit jedince, aby změnil své postoje a tím i své jednání, ale lze s ním také manipulovat, aby změnil nejprve své chování a posléze tím přizpůsobil své postoje. Jiný způsob je pomocí tzv. ontologického bezpečí. Za tímto pojmem se skrývá snesitelný obraz světa, do kterého mohou média jedince uvést.<sup>5</sup>

M. Moore-Mezlíková píše o výběru zpráv žurnalisty. Hlavním kritériem zpravodajské hodnoty je neobvyklost. Média si vybírají události, které neočekávaná a vymykají se každodenní zkušenosti většiny lidí. Následují události týkající se elit a velmocí a dramatické události. V takových událostech nesmí chybět emocionalita. Posledním okruhem jsou události, které mají potenciál do budoucna. Analýzy novinářských praktik ukazují, že mediální zpráva se může do značné míry lišit od skutečnosti.<sup>6</sup>

### 1.3 Účinky médií

Účinky vlivu médií mohou být různého druhu. Prvním z nich je zesilující účinek. Takového účinkem média docílí tím, že se věnují určitému tématu více než ostatním. Typickým příkladem zesilujícího účinku jsou „celebrity“. Druhým způsobem účinku je tzv. potvrzující účinek. Jedná se o škálu témat, o kterých nemá veřejnost moc velké informace. Média tak mohou různé domněnky publika potvrdit a defakto je společnost považuje za pravdu. Nutno zdůraznit, že tento typ účinku je velmi nebezpečný, protože média mohou mystifikací nesprávně ovlivnit spoustu lidí. Znečitlivující účinek je dalším typem. Tento účinek vzniká tím, že publikum je dlouhodobě vystavováno určitým podnětům, které časem považujeme za normální. Jako příklad může sloužit násilí ve filmech či seriálech. Posledním typem účinku, který uvádí Pospíšil, je nastolování témat či agendy. Účelem média není jen

---

<sup>4</sup> Mičienka, Jirák a kol., 2007, s. 23.

<sup>5</sup> Jirák a Köpplová, 2009, s. 358 – 359.

<sup>6</sup> Hořavová, 2003, s. 14.

ovlivnit naše postoje, ale výběrem tématu určují, jaké problémové otázky budou v dané době považovány za důležité.<sup>7</sup>

J. Jiráka ještě rozlišuje další druhy účinků médií. Zpětný účinek se týká přítomnosti médií na místě nějaké události, kterou mohou ovlivnit. Jedná se zejména o demonstrace, manifestace, sportovní či kulturní setkání apod. účinkem mohou být reakce jednotlivých účastníků na přítomnost médií prostřednictvím mávání do kamery či nahodilého rozhovoru. Trivializace je dalším typem účinků. Dopouští se ho média, a to tím, že se snaží upoutat pozornost na složité téma, které zjednodušeně a nepřesně zpracují pro publikum. Lavinový účinek způsobí falešnou představu o realitě, která se rychle šíří dál. Povzbuzující účinek se zabývá politickým představitelům. Média oznámí publiku zprávu, že politik se vyjádřil k nějakému problému. Tím zdůrazní celkové hodnocení politika kladným nebo záporným směrem. Spáčkový efekt je způsoben časovou distancí mezi prvotním negativním a pozdějším pozitivním hodnocením nějakého mediálního sdělení. Katarze je citové uvolnění přinášející úlevu. Příkladem může být potrestání zločinu, které vyvolá pocit vykonání spravedlnosti. Bumerangový efekt způsobí opačnou reakci na mediální sdělení, než která byla původně zamýšlena. Dalším typem je sekundární viktimizace. Pokud se někdo například stane obětí trestného činu, může dojít k situaci, kdy se oběť stane cílem nevybíravého zájmu médií. Nápodoba je posledním typem u Jiráka. Mediální produkty mohou obsahovat vodítko pro napodobení jejich obsahu, např. trestné činy, násilí apod.<sup>8</sup>

#### **1.4 Vliv médií na děti**

J. Pospíšil se zabývá problematikou vlivu médií na vývoj dětí. Zdůrazňuje, že velkou roli při výběru médií dítětem mají právě jejich rodiče. Vystavování médiím má dopady na zdravotní stav dítěte, zejména na vývoj mozku, obezitu, zvýšenou agresivitu, předčasnou sexuální aktivitu, užívání drog a alkoholu a špatné výsledky ve škole. Proto by se děti měly naučit správně vybrat v dnešní široké nabídce médií. V minulosti se děti vzdělávaly a byly vychovávány spíše pomocí knih, kdežto dnes jsou knihy nahrazovány filmy, videem, počítači a dalšími. Proto je nezbytně důležité, aby rodiče dohlíželi na to, co jejich děti sledují.<sup>9</sup>

M. Mičienka se zabýval problematikou vztahu dětí a televize. Podle něj jsou děti velmi snadnou cílovou skupinou, na kterou mohou média působit. Sledování televize patří mezi nejvíce časově zabírající aktivitu, alespoň co se médií týče. Proto se televize považuje za

---

<sup>7</sup> Pospíšil a Závodná, 2009, s. 57.

<sup>8</sup> Jiráka a Köpplová, 2003, s. 181 – 184.

<sup>9</sup> Pospíšil a Závodná, 2009, s. 60.

médium, které děti nejvíce ovlivňuje. Z různých studií vyplývá, že televize může mít negativní vliv na vývoj dítěte spočívající v tom, že odvádí pozornost od dalších aktivit jako je hra či komunikace s vrstevníky. Dalším rizikem může být tvorba pasivních konzumentů, protože děti často bez rozmyslu přijímají to, co jim televize předkládá. Sledování televize může mít neblahý dopad na rodinné vztahy. Rodiče často odkládají děti k televizi, a ta jim do určité míry přebírá rodičovskou úlohu. Některé studie také uvádí, že televize má vliv na zhoršené výsledky ve škole, protože děti kvůli ní nečtou a neučí se. Opačným pohledem se na věc dívají jiné studie, které uvádí, že děti se mohou z televize dozvědět spoustu nových a užitečných poznatků. Je problematické jednoznačně určit, jestli televize má negativní či pozitivní vliv na dítě. Většina studií se však shoduje v tom, že nelze hodnotit vliv televize odděleně od ostatních vlivů.<sup>10</sup>

V dnešním mediálním světě se je pro děti jen velice obtížné se zorientovat v širokém spektru mediálních produktů. Ještě obtížnější pro ně je kriticky nahlížet na tato mediální sdělení. Velmi často se stává, že nejenom děti přijmou jakoukoliv zprávu bez kritického zhodnocení a vytvoření si vlastního názoru na daný problém. Podle mého názoru je to způsobeno velkým množstvím informací na mediálním trhu a také se na tom podílí určitá pohodlnost až lenost příjemců mediálních produktů. Vždyť jednodušší variantou přivlastnění si názoru druhých a nevytváření vlastních postojů. Tímto způsobem by však nedocházelo ke zpětné reakci a média by měla takový druh příjemců za pouhé „ovce“, které přijmou jakýkoliv soud či názor.

Důležitým faktorem při vzdělávání a výchově je správné vedení rodičů ke kritickému myšlení svých dětí. Měli by jim pomáhat s výběrem a redukcí mediálních produktů a nenechávat své děti napospas všem nástrahám dnešní moderní techniky. Vlastní názory a postoje jsou důležité v tvorbě a formování osobnosti dítěte a správným výběrem mediálních produktů se tvorba osobnosti může jen zlepšovat.

---

<sup>10</sup> Mičienka, Jiráková a kol., 2007, s. 43.

## 2 Média a stereotypy

### 2.1 Mediální stereotypy

Podle Jiráka si člověk formuje postoje na základně vlastní zkušenosti nebo zprostředkovaně. Druhým uvedeným reprezentantem mohou být média. Zprostředkovaná informace je záludná v tom, že může být zjednodušená. Média někdy produkují ustálené, zažitě a zjednodušené představy o druhých lidech nebo o skupinách lidí. Takové představy se označují za stereotypy.<sup>11</sup>

J. Jirák popisuje problematiku mediálních stereotypů následovně. Podle něj mohou všechna mediální sdělení vyjadřovat různé soudy, představy, hodnoty, předsudky apod. Tyto hodnotící závěry se stávají součástí společnosti a kultury. Mediální sdělení jsou nejen nositeli svého vlastního obsahu, ale mohou s sebou nést i hodnotící prvek, který se dostane do vědomí jedince či skupinového povědomí.<sup>12</sup>

J. Pospíšil uvádí, že člověk při budování vlastních názorů využívá především vlastní zkušenosti. Velký vliv při vytváření těchto zkušeností má prostředí, ve kterém se pohybujeme, a to především rodina, přátelé a blízcí lidé. Již malé dítě přejímá názory svých rodičů a jiných příbuzných. Tento fakt je způsoben výchovou a jinými sociálními vlivy. Stýkáním se s přáteli a známými si člověk také přebírá různá názorová stanoviska a to především díky skupinové konformitě a přináležitosti k nějakému seskupení lidí. Druhým způsobem, jak si můžeme vytvořit vlastní názor, je prostřednictvím nejrůznějších médií. Ta mohou být nositeli právě těchto stereotypů a předsudků.<sup>13</sup>

Pospíšil také nabízí možné definice obou pojmů:

*„Stereotyp je ustálený, navyklý vzorec myšlení nebo chování. Vzniká na základě zjednodušené reality.“*

*„Předsudek je přisuzování vlastností (většinou negativní) lidem dopředu, aniž bychom je znali. Předsudek obsahuje záporné hodnocení a je projevem negativního vztahu.“<sup>14</sup>*

Jinou definici pro mediální stereotyp uvádí Jan Jirák:

---

<sup>11</sup> Mičienka, Jirák a kol., 2007, s. 75.

<sup>12</sup> Jirák a Köpplová, 2009, s. 299.

<sup>13</sup> Pospíšil a Závodná, 2009, s. 61.

<sup>14</sup> Pospíšil, J., Mediální výchova, s. 61.

*„Ustálený konvenční, zpravidla zjednodušený postoj nebo názor; v sociální praxi většinové společnosti se projevuje zvláště ve vztahu k členům menšin, subkultur a podobně; podstatou stereotypu je, že se snaží na jedince aplikovat zjednodušené soudy spojované s celou skupinou; masová média, určená zpravidla většinovému publiku, mají sklon stereotypy přejímat a bez zpochybňování dál šířit.“<sup>15</sup>*

J. Pospíšil rozlišuje různé druhy stereotypů. Základním rozdělením je mezi negativní a pozitivní stereotypy. Negativním stereotypem může být zjednodušené hodnocení všech blondýnek, že jsou hloupé. Naopak pozitivní stereotyp je tvrzení, že všichni muži umí opravit auto. Dalším možným rozdělením stereotypů je na autostereotypy a heterostereotypy. Autostereotypem hodnotíme sami sebe. V případě, kdy si nevěříme, tak si sami říkáme, že to nedokážeme. Kdežto heterostereotypem tvoříme hodnocení pro ostatní. Příkladem může být věta, že všechny ženy jsou upovídané.<sup>16</sup>

Z. Svobodová zprostředkovala čtyři funkce mediálních stereotypů, které vymezil Walter Lippmann:

1. Stereotypy slouží k uspořádávání okolního světa tak, aby se dal jednoduše pochopit.
2. Stereotypy chápané formou metonymie, které odkazují přímo a rychle na určitý význam (žlutá helma funguje jako symbol dělníků na stavbě apod.).
3. Stereotypy umožňují, aby se v rámci vedoucí ideologie ve společnosti posuzovaly určité skutečnosti jako přirozené a nezpochybnitelné.
4. Stereotypy často vyjadřují hodnoty a postoje a popisují shodu ve společnosti nutnou k tomu, aby se daný rys mohl stereotypizovat. Stereotypy nevzniknou, pokud ve společnosti neexistuje konsenzus, protože představují něco, co je skutečné.<sup>17</sup>

Stereotypy hrají významnou roli pro orientaci v životě. Stereotypy však mohou být nebezpečné v případě, že obsahují sexisticky, rasově, etnicky, politicky nebo jinak podmíněné předsudky. Takové soudy se mnohdy stávají součástí celé kultury. Média nabízejí prostřednictvím jednotlivého zástupce nějaké sociální skupiny náhled na celou skupinu. Čím častěji k jednotlivým osobám přisuzuje jejich skupinová příslušnost, tím více lidé hodnotí jednotlivce za celou skupinu.<sup>18</sup> Zejména v případech, kdy publikum nemá vlastní zkušenost

---

<sup>15</sup> Mičienka, M., Jiráček, J. a kol., Základy mediální výchovy, s. 289.

<sup>16</sup> Pospíšil a Závadná, 2009, s. 61.

<sup>17</sup> Svobodová, 2008, s. 5.

<sup>18</sup> Mičienka, Jiráček a kol., 2007, s. 76 – 77.

se skupinou, se často dává na interpretaci médií. Média však zprostředkovávají převažující trendy ve společnosti, proto nabízejí stereotypy z většinových hodnot společnosti.

J. Jirák se vyjadřuje o tom, jak média prezentují skupinové totožnosti. Často při nich právě dochází ke stereotypizaci. Stereotyp je však odrazem sociální reality a v mnoha případech je důsledkem vztahu mezi jednotlivými skupinami, takže média nemohou být označována za jednoznačného tvůrce, ale pouze za šířitele těchto stereotypů. Stereotypy jsou součástí způsobu myšlení, jak člověk chápe společnost. Média pouze posilují platnost těchto stereotypů.<sup>19</sup>

## **2.2 Stereotypy ve zpravodajství**

Stereotypy v médiích do velké míry zefektivňují práci novináře. Bývají však důsledkem líného přístupu novináře, protože je pro něj snazší použít zavedené postupy, než vytvářet nové. Proto jsou stereotypy součástí novinářské rutiny. Stereotypy ve zpravodajství se dotýkají samotného výběru zpráv, které v daném médiu dostanou prostor. Při této příležitosti se sleduje to, co se v nich objevilo. Důležité je však i to, co sítím výběru neprošlo. Zástupci menšin se mohou ve zpravodajství vyskytovat méně často. Média mají možnosti pro získávání informací. Proto se vyhledávání informací soustřeďuje na místa a osoby, kde je pravděpodobnost výskytu nových, důležitých informací nejvyšší.<sup>20</sup>

T. Trampota se zabývá reprezentací zpravodajských obsahů. Podle něj se na tomto místě hodně podílí i užívání jazyka. Volba označujících výrazů, ale také užívání pasivní či aktivní role. Trampota užívá příklad týkající se výběru označení. Slova jako vražda, zabití, vyhlazení, etnická čistka, masakr či umlčení nesou každá trochu odlišný význam, který však nelze zaměňovat. Zdůrazňuje ještě, že každá z možností má často jiné aktéry události.<sup>21</sup>

## **2.3 Druhy stereotypů**

### **2.3.1 Jazykové stereotypy**

Z. Svobodová se zabývala stereotypy v jazyce, které se podle ní stávají jedním z hlavních vodítek k určení žánru, a to publicistického i literárního. Literární žánr předurčuje nejen výrazy, se kterými autor pracuje, ale také fabulační postupy, množství vedlejších vět v souvětí nebo cizích slov atd. Velké množství žánrů lidové slovesnosti, jako pohádky,

---

<sup>19</sup> Jirák a Köpplová, 2009, s. 300 – 301.

<sup>20</sup> Svobodová, 2008, s 5 – 6.

<sup>21</sup> Trampota, 2006, s. 94.

anekdoty, písňe a jiné, obsahují spoustou stereotypů nejen v jazykové stránce. Obdobně s jazykem pracují i útvary publicistického stylu.<sup>22</sup>

Podle Svobodové se stereotypu blíží stylistický prostředek, který je pro řeč médií charakteristický, a tím je automatizace. Často ale automatizaci podléhají i výrazy, které mají autorský původ, ale častým přejímáním a opakováním se staly frázemi a klišé. Svobodová uvádí příklad slova tunelování, označující rozsáhlý finanční podvod, který má na svědomí vedení dané organizace. Frázemi se stávají i přirovnání, metonymie, synekdochická pojmenování a další jazykové prostředky. Důvodem vzniku těchto frazeologismů je snaha ulehčit divákovi, posluchači nebo čtenáři interpretaci sdělení.<sup>23</sup>

### **2.3.2 Genderové stereotypy**

Trampota se věnuje problematice prezentaci rodů ve zpravodajství, ve smyslu zastoupení rodů v redakcích. Nejčastěji se objevuje právě kritika nerovné prezentace žen mezi redaktory, a tudíž i nerovnoměrné zastoupení žen jako informačních zdrojů v obsazích zpráv. I díky tomuto jsou ženy ve zpravodajství vykreslovány jako anonymní příklad veřejného mínění, jako ženy v domácnosti, nebo jako matky, sestry a ženy mužů, často i jako oběti násilných činů. Někdy bývají popisovány, jako by tyto události samy zapříčinily. Ženy jsou zobrazovány v tradičním prostředí, doma nebo v rodině. Kdežto muži jsou prezentováni jako představitelé autorit nebo řešitelé konfliktních situací a problémů.<sup>24</sup>

J. Jirák se ve své publikaci věnuje problematice rodových stereotypů. Podle něj bývá stereotyp mužské a ženské role ve společnosti v médiích často opakován, přetvářen a naturalizován. Je to patrné v rozlišení mediální nabídky např. na časopisy pro ženy nebo časopisy pro muže, ale také v obsazích určené pro rozdílné publikum např. divačky a diváci televize. Jirák uvádí jako téměř typický příklad rodového stereotypu s hloupou blondýnou. Stereotyp hloupé blondýny může sloužit jako příklad konstrukce, které média šíří a podporují. Blondýny v médiích vystupují jako intelektuálně ochablé s podivnou logikou, ale neznamená to, že tento stereotyp odkazuje na postavení blondýnek ve společnosti.<sup>25</sup>

### **2.3.3 Vizualní stereotypy**

Svobodová ještě nabízí pohled na stereotypy vizualní. Stereotypy v obrazových sděleních se v médiích objevují také často. Při zaměření na titulní stránky českých seriózních

---

<sup>22</sup> Svobodová, 2008, s. 7.

<sup>23</sup> Svobodová, 2008, s. 7

<sup>24</sup> Trampota, 2006, s. 95 – 96.

<sup>25</sup> Jirák a Köpplová, 2009, s. 301.

deníků si můžeme všimnout fotografií, které mají prezentovat různé sociální a jiné skupiny. Všimneme si rozdílnosti v zobrazování například politiků a sportovců. Romové bývají často vyobrazováni v médiích jako nesocializované osoby pustošící holobyty, nebo na druhé straně jako etnikum s hlubokým hudebním cítěním a rozvinutým folklórem. Stereotyp se vyskytuje často i v zobrazování míst a událostí. Eifelova věž jako symbol Paříže, továrny v pozadí smogu při prezentaci Ostravy nebo houfy fanoušků s vlajkami jako předzvěst fotbalového utkání. Také televizní stanice užívají vizuální stereotypy jako prostředek k záměrné identifikaci pořadu. Televizní zpravodajství rozpoznáme na první pohled, neboť je přenášeno ze studia, které se příliš neliší ve všech televizních stanicích. Zároveň je pravidlem, že moderátoři ve studiu jsou oblečeni konzervativně, zatímco reportéři z výjezdů jsou oblečeni do terénu.<sup>26</sup>

**Obrázek 1: Vizuální stereotyp (Člověk v tísní: Jeden svět na školách, 2006)**



#### **2.3.4 Stereotypy vázané na vzdělání**

P. Dobešová a kolektiv se zaměřili na užívání stereotypů u žáků základních škol a studentů gymnázií. Z výzkumu bylo zjištěno, že žáci základních škol mají tendenci ke

---

<sup>26</sup> Svobodová, 2008, s. 8 – 9.



stereotypizaci více než gymnazisté. Žáci základních škol jsou většinou přesvědčeni, že vzdělaní lidé jsou méně manuálně zruční. Naopak gymnazisté tvrdí, že děti z odborných škol a učelišť jsou hloupé. Stereotypem, na kterém bychom našli ještě dostatečnou míru shody, je, že lidé s vysokoškolským vzděláním jsou užitečnější pro společnost než středoškoláci.<sup>27</sup>

### 2.3.5 Stereotypy vázané na bydliště

Dalším z možných pohledů na stereotypy je rozdílnost vnímání života na vesnici a ve městě. Děti z vesnice se přiklání k názoru, že lidé z města se nestarají o životní prostředí. Pozitivním stereotypem venkovských dětí, že se cítí více přátelští než lidé z města. Vesnické děti sdílí názor o chladném vztahu měšťanů ke zvířatům. Naopak děti z města vidí vesničany jako nestarající se o svůj vzhled a také že volí komunisty.<sup>28</sup>

### 2.3.6 Stereotypy o menšinách

Stereotypům národnostních a etnických menšin se budeme věnovat podrobněji. Do kategorie menšin však také patří homosexuálové. Článek na portálu České televize se věnuje problematice homosexuality a jejich stereotypů. Mnozí lidé chápou homosexualitu za psychosexuální nezralost. Velké množství lidí má negativní pohled na výchovu dětí homosexuálním párem a také narušení tradičního pojetí rodiny. Někteří lidé jdou se svými názory tak daleko, že by se dali označit za homofobní, což znamená strach, odpor nebo dokonce diskriminaci homosexuálů. V tom lepším případě mají lidé gaye za zženštlé.<sup>29</sup>

### 2.3.7 Stereotypy sociálního statusu rodiny

P. Dobešová a další srovnávali výroky na téma bohatství a chudoba. Děti pocházející ze sociálně slabších rodin o sobě tvrdí, že mají silnější rodinné vazby. Sdílí také názor, že bohatí došli k penězům díky známostem nebo podvodem. Z toho vyplývá ještě jeden názor chudších dětí, že bohatí mají bezstarostný život a že bohatství zaručuje štěstí. Sociálně silnější děti se naopak brání názorem, že chudí si mohou za svůj stav sami díky špatnému hospodaření s penězi.<sup>30</sup>

### 2.3.8 Reklamní stereotypy

Válková a Svoboda se zaměřili na stereotypy v reklamách, konkrétně týkající se stáří. Podle nich se bývají senioři zobrazováni jako neužiteční a neschopní členové společnosti právě v reklamách na výrobky a služby určené pro lidi v produktivním věku. Prostředí

---

<sup>27</sup> Dobešová a kol., 2010.

<sup>28</sup> Dobešová a kol., 2010.

<sup>29</sup> Česká televize [online]. 2008 [cit. 2011-06-08]. Experiment. Stereotypy, předsudky a protiargumenty. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/porady/10211487240-experiment/208572233190007-4/2820-stereotypy-predsudky-a-protiargumenty/>>.

<sup>30</sup> Dobešová a kol., 2010.

v reklamách plně mladých lidí sociologové označují za kult mládí. Každodenní reklamní obraz nutí lidi vypadat mladě nebo se alespoň přiblížit reklamnímu ideálu. Ze zobrazování skutečného stáří se stalo tabu. Stáří bývá vytěsňováno, v horších případech humorizováno, někdy je prezentováno jako „mladé stáří“. Přitom německá studie tvrdí, že v brzy se budou v reklamách objevovat lidé nad padesát let označováni jako stříbrná generace.<sup>31</sup>

### **2.3.9 Další stereotypy**

Stereotypy se ustavují na základě mnoha aspektů. Stereotypy mohou vzniknout na základě věku (moudří starci a emocionální teenageři), profese (bohémský umělec a hloupý policista), zájmů (pečlivý filatelista a flegmatický rybář), pohlaví (racionální muž a empatická žena), vzhledu (inteligentní člověk s brýlemi a hloupá blondýna), vyznání (nebezpečný muslim a lakomý žid), národnosti (věčně opilý Rus a temperamentní Španělka), rasy, sexuální orientace apod.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Člověk v tísní: Jeden svět na školách, 2006, s. 8 – 9.

<sup>32</sup> Svobodová, 2008, s. 9.

### 3 Národnostní menšiny

Nejprve, než se dostaneme k problematice stereotypů národnostních menšin, bychom měli vymezit samotný termín národnostní menšiny. Jednu z možných definic uvádí Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy: „*Za národnostní menšinu je považováno společenství občanů ČR žijících na území současné ČR, kteří se odlišují od ostatních občanů zpravidla společným etnickým původem, jazykem, kulturou a tradicemi, tvoří početní menšinu obyvatelstva a zároveň projevují vůli být považováni za národnostní menšinu za účelem společného úsilí o zachování a rozvoj vlastní svébytnosti, jazyka a kultury a zároveň za účelem vyjádření a ochrany zájmů jejich společenství, které se historicky utvořilo.*“<sup>33</sup>

#### 3.1 Stereotypy o minoritách

Možnou definici sociálního a tedy i etnického stereotypu uvádí ve svém příspěvku Jiří Nekvapil: „*Stereotyp je verbální výraz přesvědčení, které je zaměřeno na etnické skupiny nebo na jednotlivce jakožto členy těchto skupin, přičemž toto přesvědčení je v daném společenství velmi rozšířeno. Stereotyp má logickou formu soudu, který množině osob neopodstatněně zjednodušujícím a zobecňujícím způsobem a s emocionálně hodnotící tendencí připisuje nebo upírá určité vlastnosti nebo formy chování.*“<sup>34</sup>

Trampota ve své publikaci uvádí, že v médiích převládají představitelé určité sociální skupiny, etnika a orientace, kteří při své práci využívají a uplatňují svou perspektivu vidění světa. Tato skutečnost může mít vliv na zprostředkování informací o jiných sociálních skupinách či etnikách. Ve zpravodajství se to může projevit zřetelným vyjádřením odlišnosti, zdůrazněním rozdílných atributů nebo prezentací těchto odlišností jako základních vlastností aktéra zprávy. Důsledkem opakování těchto diferencujících znaků, často negativního charakteru, může dojít k zesílení politizace typu *my versus oni*. Uvádění podobných identifikujících označení vede ke stereotypnímu pohledu na příslušnou skupinu.<sup>35</sup> V konečném důsledku přisoudíme vlastnosti jednoho aktéra celé skupině, a tím vzniká pomyslná hranice mezi *my a oni*.

M. Šimáček se zabývá zevšeobecnováním charakteristik jednotlivých aktérů zpráv. Právě obecná charakteristika pomohla zařadit aktéra do skupin a většinou potvrzuje většinové

---

<sup>33</sup> Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy České republiky [online]. 26. srpna 2008 [cit. 2011-06-03]. Národnostní menšiny a školství. Dostupné z WWW: <<http://www.msmt.cz/socialni-programy/narodnostni-mensiny-a-skolstvi-multikulturalita>>.

<sup>34</sup> Nekvapil, Jiří. Sociální kategorizace v interkulturním kontaktu: základní výklad, cvičení a diskuse dvou scén z podnikové komunikace. In BARTŮŇKOVÁ, Jana. *Češtinář*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2000/2001. s. 83.

<sup>35</sup> Trampota, 2006, s. 97.

stereotypní mínění o každé jednotlivé skupině. Autor užívá příklad s Romy, kdy se o nich píše častěji v negativním smyslu.<sup>36</sup> Podobný negativní mediální obraz mají příslušníci východoevropských národů, zejména obyvatel bývalého Sovětského svazu. Naopak většinou pozitivně jsou v médiích vykreslováni příslušníci národů ze západní Evropy.

Obecných schémat se často drží i žurnalisté. Ve snaze si zjednodušit práci, při časové tísní či k vyhovění publiku, stereotypně sahají po obecných charakteristikách jednotlivých skupin. Pokud se nějaká skupina objevuje v médiích stále stejně vykreslena, zakládají tím média k vytvoření skupinového stereotypu, nebo jen podporují, pokud již má oporu ve veřejném mínění. Při tomto je také velmi důležitý kontext vypovídající o nějakém příslušníkovi určité skupiny. Kontext se většinou rozděluje na pozitivní či negativní. Negativní zprávy využívají expresivních výrazů, úderných sloves, citoslovcí apod. Vždy se v nich zvyšuje dramatická přitahující pozornost.<sup>37</sup>

J. Jiráček uvádí poznámku o národnostních menšinách a menšinových skupinách. Tvrdí, že častým příkladem pro stereotypizaci bývá právě mediální zpodobňování menšin a cizinců. Výzkumem pro toto téma může být obraz menšin a cizinců v krátkých povídkách amerických populárních časopisů, které je vykreslují často v negativním slova smyslu a v nepoměrném zastoupení.<sup>38</sup>

Jiráček v publikaci *Nečitelní cizinci* píše o hlavních „mainstreamových“ médiích, která se hlavně věnují představitelům většiny a život menšin často přehlíží. Ke zvratu přichází v situacích, kdy se chování některého z představitelů menšiny odchyloje od většinové představy o „správném“ životě.<sup>39</sup>

Trampota ještě dodává, že média mají sklon prezentovat představitele národnostních menšin v souvislosti spíše s negativními událostmi, jako jsou zločiny, ilegální práce, či ilegální pobyt na území České republiky. Při prezentaci etnik často dochází k situaci, kdy představitelé etnik nemají možnost se do médií vyjádřit a tím nemohou ovlivnit názor příjemců zpráv. Velmi často se mluví o nich, ale ne s nimi. V této souvislosti může dopomoci k negativní prezentaci určité národnosti i zdůraznění pozitivních jednání představitelů národností a etnik. Právě označení pozitivního jednání může v příjemci zpráv vyvolat pocit, že je to pro danou minoritu nepřírozené a tedy i výjimečné. Na druhé straně stojí prezentování

---

<sup>36</sup> Mičienka, Jiráček a kol., 2007, s. 83.

<sup>37</sup> Mičienka, Jiráček a kol., 2007, s. 83.

<sup>38</sup> Jiráček a Köpplová, s. 300.

<sup>39</sup> Hořavová, 2003, s. 10.

událostí, se kterými se představitelé národnostních menšin a etnik dostávají do zpráv. Opakování prezentace subjektu v určitém typu situací může vést k vytvoření dojmu, že je to pro danou skupinu typické a normální, a tím dochází ke stereotypizaci.<sup>40</sup>

Klvačová a Bitrich se věnují faktu, že jedním z velkých problémů je nemožnost cizinců se vyjádřit k věcem, které se o nich v médiích publikují. Ve výzkumu se to například týká občanů Rumunska. Mluví se o nich především jako o zlodějích, kapsářích nebo o šířitelích infekce tuberkulózy. Důležitá je skutečnost, že se nepíše o jedné konkrétní osobě, ale o celé skupině a takový článek nepřímo vypovídá o ostatních Rumunech. Tito lidé přichází z Rumunska s nálepkou zloděju či žebráků.<sup>41</sup> Přitom nemají možnost se v médiích bránit nebo objasnit, jaké měli postavení v rodné zemi apod.

Oba výše zmiňovaní autoři píšou o pohledu na problémy s cizinci. Média prezentují pouze určitý náhled na celkovou realitu. O cizincích se píše, že páchá trestný čin, cizinci u nás žádají o azyl, cizinci špatně nakládají s odpadem, vietnamští obchodníci prodávají nekvalitní zboží, ilegální dělníci z Ukrajiny zvyšují nezaměstnanost našich dělníků atd.<sup>42</sup> Ve srovnání s tímto okruhem se zjistíme, že je pouze minimum článků o problémech, které mají cizinci u nás.

### **3.2 Vznik etnických předsudků**

J. Průcha se zabývá vznikem a vývojem etnických předsudků u mládeže. Nejprve ale zdůrazňuje, že předsudky bývají zvláště rozšířené a vyhrcoené v zemích, kde žijí lidé rasově, jazykově či nábožensky odlišní pospolu. Příkladné může být soužití Maďarů a Slováků na jihu Slovenska, katoličtí Irové a protestantští Angličané v Severním Irsku nebo Srbové a Albánci v Kosovu. Odborníci však konstatují, že rasové předsudky se vyskytují u všech národů a etnických skupin.<sup>43</sup>

Pro vznik a vývoj předsudků je podle autora rozhodující prostředí, v němž jednatel od dětství vyrůstá. To znamená, že v průběhu osvojování určité kultury si dítě přejímá jak pozitivní hodnoty, normy a tradice, tak i negativní aspekty dané kultury, včetně stereotypů a předsudků. Děti si osvojují etnické a rasové předsudky nejprve od svých rodičů a příbuzných a je také známo, že se naučí rozpoznávat rozdíly mezi etnickými a rasovými skupinami již v předškolním věku. Většina výzkumů ukazuje, že vznik rasových předsudků

---

<sup>40</sup> Trampota, 2006, s. 98.

<sup>41</sup> Hořavová, 2006, s. 25 – 26.

<sup>42</sup> Hořavová, 2006, s. 27.

<sup>43</sup> Průcha, 2006, s. 88.

u dětí je ovlivňován sociokulturním profilem rodin. Etnické předsudky se častěji vyskytují u rodin s nižším socioekonomickým statusem a s nižší úrovní vzdělání rodičů. Z toho vyplývá, že ve věku, kdy děti zahajují školní docházku, mají ve svém myšlení a v žebříčku hodnot zabudovány určité etnické stereotypy a předsudky. Poslední věci jsou faktory, které utváří postoje mladých lidí k etnickým či rasovým minoritám. Z průzkumů je známo, že nejsilnějším faktorem je styl života a odlišnost hodnot národnostních menšin. Nejslabším faktorem je etnická a rasová odlišnost. Z výzkumů tedy vyplývá, že česká mládež není rasistická, jak prezentují některá média, nýbrž se jim nelíbí způsob života národnostních menšin.<sup>44</sup>

Vznikem předsudků u dětí se také zabývá kolektiv autorů Rabiňáková, Stöhrová, Šišková a Čermáková. Citují J. Piageta, který pracoval na výzkumu u dětí od 4 do 7 let. V tomto období jsou děti silně egocentrické a nemají ponětí o národech či etnických skupinách.<sup>45</sup> Pokud u dětí zaslechneme poznámky, které bychom označily za rasově nesnášenlivé, jedná se pravděpodobně o opakování výroků dospělých.

Ty samé autorky, se rovněž zabývají vznikem předsudků jako takovým. Podle nich má řada předsudků historické kořeny. Většina výroků je směřována proti romské menšině, která je zde delší dobu, a také proti novějším skupinám Rusů, Ukrajinců, obyvatel Balkánu, Arabům a v neposlední řadě také proti Vietnamcům. Klasický rasový předsudek v sobě zahrnují hodnocení typu vysoká zločinnost, negativní vztah k práci, nekulturnost projevující se špínou, hluk a bezohlednost k majetku, vypočítavost apod. Dalším předsudkem bývá pocit, že menšinové skupiny přejímají to dobré z hlavní kultury bez ochoty přijmout zodpovědnost za výsledky vlastního úsilí. Výsledným dojmem je pak pocit nadřazenosti u nositele takových předsudků.<sup>46</sup>

Jeden z důvodů, proč předsudky vznikají, tkví v malé informovanosti. Velký vliv zde mají emoce, ty pak nelze vyvrátit žádnou rozumnou a logickou argumentací. Proto je těžké předsudky vyvrátit. Předsudky jsou výrazem neznalosti, posilované pocitem strachu a bezmoci. Jakmile předsudek zapustí v nějakém prostředí kořeny, je velmi obtížné se jej zbavit nebo ho vyvrátit vysvětlováním.<sup>47</sup>

---

<sup>44</sup> Průcha, 2006, s. 90 – 98.

<sup>45</sup> Čermáková a kol., 2000, s. 11.

<sup>46</sup> Čermáková a kol., 2000, s. 12.

<sup>47</sup> Čermáková a kol., 2000, s. 12 – 13.

### 3.3 Etnické kategorie

Karhanová a Kaderka uvádí, že etnické kategorie si vytváříme pro snadnější orientaci ve světě. Tyto kategorie jsou založeny vlastnostech nebo činnostech, které s danou kategorií běžně spojujeme. Jako příklad může posloužit činnost nakupování a s ní spojená kategorie zákazník. Když pak zařadíme osobu do nějaké kategorie, dostaneme určité vysvětlení. Opakovaným užíváním etnických kategorií pro označení představitelů negativních událostí média vytváří spojení kategorií a činností a podsouvají adresátům zpráv určité vysvětlení. Zjednodušeně to můžeme chápat tak, že když se například v novinách dvakrát dočteme o ukrajinských pachatelích násilných trestných činů, tak to zpočátku můžeme chápat jako oznámení, které potřebuje vysvětlení v podobě motivu tohoto činu. Potřetí už trestný čin způsobený Ukrajinцем nepotřebuje vysvětlení.<sup>48</sup>

Kromě etnických kategorií slouží k vyvolání dojmu etnického původu další jazykové prostředky, především narážky na řeč, vzhled a chování. Vnímání cizí řeči jako mumlání či štěbetání je jen jedním z mnoha projevů etnocentrického principu. Zajímavostí je, že čeští občané nejsou označováni etnickou kategorií. V lidech to utvrzuje dojem, že ohrožení přichází od cizinců. Tomuto přispívá i fakt, že lidé pojmají cizince jako jednu nečleněnou kategorii, která může vytvářet souvislosti mezi několika různými událostmi.<sup>49</sup>

Karhanová a Kaderka ještě dodávají, že užívání etnických kategorií ve zprávách o zločinech a jiných negativních jevech je společensky nebezpečné a v drtivé většině případů jde o nepodstatné informace. Změna pojmenování může napomoci ke změně postoje k označované skutečnosti pouze tehdy, když většina upřímně zamýšlí o nutnosti této změny.<sup>50</sup> Pokud tato podmínka není splněna, dosáhne se většinou opačného významu, velmi často ironizujícího. Příkladem může být pojmenování „naši romští spoluobčané“, chápáno jako eufemistické.

### 3.4 Muslimové

Novák se ve svém článku zabývá problematikou muslimů a tvorbě stereotypů o nich. Podle něj je logické, že po útocích z 11. září 2001 se téma muslimů stalo ústředním motivem mediální produkce. Lidé se podle autora dělí na dvě skupiny. Jedna skupina vidí islám jako nebezpečné náboženství a všechny muslimy podněcující násilí. Jiní lidé se dívají na islám jako na normální náboženství, s tím že někteří z nich jsou spojeni s terorismem. Podle

---

<sup>48</sup> Hořavová, 2003, s. 11 – 12.

<sup>49</sup> Hořavová, 2003, s. 12.

<sup>50</sup> Hořavová, 2003, s. 12 – 13.

různých výzkumů a analýz se si 60% Čechů islámu bojí. Autor se domnívá, že ve velké většině případů odsuzování a škatulkování muslimů jako teroristických útočníků se dopouští lidé, kteří s nimi mají minimální zkušenosti. Některé kritické komentáře k muslimům se opírají o zjednodušený výklad Koránu. Řada textů však může mít různý výklad a hodně z nich vybízí k toleranci, ale ty se však v médiích nevyskytují.<sup>51</sup>

Novák ještě doplňuje některé stereotypy:

*„Islám se stal náboženstvím násilí, potlačování žen a jednotlivců. Stal se zlým snem.“*

*„Dvě třetiny násilí ve světě páchají muslimové ve jménu islámů. Před touto pravdou nemůžete utéct. Každý vidí, že Islám je příčinou násilí, ale nikdo to nechce říct nahlas.“*

*„Kdo se bojí přílivu muslimů, ten uvažuje rozumně.“*

*„Pokud má někdo obavy z přílivu muslimů, z nichž alespoň jedna (byť malá) část nás hodlá ovládnout pomoci pekelných strojů, tak je to racionálně uvažující člověk.“<sup>52</sup>*

### 3.5 Asijská menšina

M. Moore-Mezlíková se zmiňuje o imigrantech z Číny a jejich prezentaci v médiích. První imigranti z Číny byli zpočátku ignorováni, a proto se pro ně vžil stereotyp „neviditelná minorita“. V českém tisku se zprávy o imigrantech z Číny začaly objevovat na počátku 90. let minulého století. Již první články se snažily vzbudit ve veřejnosti obavy. Přesto byla většina hodnotících článků založena na nepodložených domněnkách, ale s větší četností se stala součástí kolektivního vědomí české většiny. Autor přidává poznámku o podobnosti těchto článků s americkými, šířícími se na počátku 20. století.<sup>53</sup>

Média často vykreslovala úspěšné čínské obchodníky jako podezřelé jedince, kteří zbohatli díky nelegálním praktikám. Aby zvýšila mediální atraktivnost, často byli imigrantští Číňané podezíráni z praní špinavých peněz, převážení lidí, korupce a neplacení daní. Někteří novináři se nebáli zajít až tak daleko, že Číňany obvinili z mafiánských praktik a organizovaného zločinu. Obětí českého tisku se také staly čínské restaurace, a to z podezření na špatné hygienické podmínky. Situace se trochu změnila od poloviny 90. let, kdy se Číňané začínají v médiích objevovat jako schopní obchodníci, kultivovaní a vzdělaní. V poslední době můžeme sledovat snahu českých médií o vytvoření pozitivního stereotypu v podobě „vzorové

<sup>51</sup> Člověk v tísni: Jeden svět na školách, 2006, s. 4 – 5.

<sup>52</sup> Novák, Martin. Muslimové v hlavní roli. *Člověk v tísni: Jeden svět na školách* [online]. Listopad 2006, 12, [cit. 2011-06-07]. Dostupný z WWW: <[http://www.jedensvetnaskolach.cz/download/pdf/jsnspdfs\\_73.pdf](http://www.jedensvetnaskolach.cz/download/pdf/jsnspdfs_73.pdf)>.

<sup>53</sup> Hořavová, 2006, s. 14 – 15.



menšiny“ z Asie.<sup>54</sup> Faktem ale zůstává, že médiím se daří šířit stereotypy o velkém množství asijských imigrantů a jejich potencionálním nebezpečí pro českou společnost.

Kolektiv autorů z portálu Varianty.cz se zabýval pohledem Čechů na Vietnamce. V Čechách jsou podle autorů nejvíce zahrnovány stereotypy týkající se nekvalitního vietnamského zboží, Vietnamci svými nízkými cenami ničí českou konkurenci, Vietnamci okrádají český stát daňovými úniky nebo uzavírají sňatky s Čechy, aby získali české občanství.<sup>55</sup> V neposlední řadě bývají podezříváni z mafiánských praktik. Všechno to dokresluje názor, že hyzdí svými stánky naše města.

### 3.6 Romové

T. Mikuš se zabývá problematikou romské menšiny a její prezentace v médiích. Opírá se o výzkum, z kterého vyplývá, že média se snaží mít antirasistický postoj, ale neoprošťují se od užívání stereotypů. Novináři sdílejí s lidmi pohled, že problémem není odlišná barva kůže, ale spíše antisociální chování, které je jim přisuzováno. Proti předsudkům se novináři staví takovým způsobem, že se snaží vyzdvihovat pozitivní rysy romského etnika. Z dlouhodobé zkušenosti však vyplývá, že tento postup odprošťování se od stereotypů není účinný. Nejúčinnější by podle autora bylo, kdyby došlo k úplnému rozbití systému nálepkování.<sup>56</sup>

T. Šišková poukazuje na spoustu stereotypů, které Češi mají o Romech zafixovány. Patří mezi ně přílišná hlučnost, špatné sousedské vztahy, nevzdělanost, špatná pracovní morálka, lenost, nečestné jednání, agresivita či kriminalita. Naopak Romové Čechům vytýkají vypočítavost, nadřazené chování, xenofobii a rasismus. V obou skupinách se najdou jedinci, kteří se snaží tyto věci zobecňovat a přisuzovat je tím celé skupině. Autorka vidí jeden z důvodů těchto stereotypů v nevyřešených problémech a křivdách z minulosti.<sup>57</sup>

P. Wagner začal v 90. letech minulého století zkoumat články v českých médiích o Romech. Vysledoval hlavní témata, která informovala o devastovaných sídlech, příběhy z černé kroniky apod. Média podle něj v těchto případech upoutávají pozornost na jevy, které vzbuzují zájem a poptávku po určitých informacích. Tvrdí, že média mají mizivé informace o romské kultuře, původu, společenských pravidlech a zvycích. Naopak prezentují zprávy o romské kriminalitě, sociálních deficitech, nevzdělanosti atd. V příjemcích těchto zpráv tudíž vzniká pocit, že jsou o Romech informováni dostatečně. Autor ještě dodává poznámku, že

---

<sup>54</sup> Hořavová, 2006, s. 15 – 17.

<sup>55</sup> Varianty.cz, 2002, s. 1.

<sup>56</sup> Člověk v tísni: Jeden svět na školách, 2006, s. 6 – 7.

<sup>57</sup> Šišková, 2001, s. 123.

podávání vesměs negativních zpráv o Romech vyplývá z nezájmu novinářů o objektivní obraz Romů.<sup>58</sup>

### **3.7 Jak informovat o příslušnících menšin**

V. Zeman nabízí určité postupy a pravidla, čím by se média řídit při prezentaci různých národnostních, etnických, ale i jiných minorit.

- Při informování o příslušnících menšin by se měla vyhýbat zpodobněním, která by mohla vzbuzovat dojem stereotypního zobrazení, např. hanlivá označení.
- Příslušníci menšin by v médiích měli vystupovat jako jednotlivci, ne jako skupiny, kterým lze přisoudit nějaké společné znaky. Média by neměla přenášet chyby jednotlivce na celou skupinu.
- Skupinovou příslušnost by média měla uvádět pouze při nutném kontextu zprávy. Při trestných činech se má uvádět národnost oběti pouze v případech, kdy může být důvodem trestného činu. Důležité je dodržování presumpce nevinny.
- Média by neměla příslušníky menšin uvádět pouze v určitém kruhu témat. Měli by vystupovat v co nejširší škále témat.<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Hořavová, 2006, s. 38.

<sup>59</sup> Mičienka, Jirák a kol., 2007, s. 82.

## 4 Ochrana proti mediálním stereotypům

Některá média se přímo zavazují různými kodexy, předpisy a zásadami, že zjednodušeně řečeno nebudou tvořit či šířit výše zmíněné mediální stereotypy. Jejich závazky se vztahují téměř na všechny druhy předsudků a stereotypů. Jediné úskalí může být v tom, že to nejsou zákonné předpisy, a tudíž nejsou právně vymahatelné. Takových kodexů, předpisů a zásad existuje celá řada. Pro ukázkou jsme zvolili jen několik z nich.

### 4.1 Kodex České televize

*„Čl. 13 Zákaz diskriminace*

*13.1 Program České televize nesmí v divácích vyvolávat nebo utvrzovat představy, že lidé náležející k určité rasové, národnostní, etnické nebo sociální skupině mají pro tuto svoji skupinovou příslušnost jiné postavení ve společnosti než ostatní. Česká televize je povinna zdržet se stereotypů v popisování konkrétních skupin, respektive jejich příslušníků.*

*13.2 Česká televize nebude kohokoliv při svém provozu nebo v programu diskriminovat, zejména z důvodů pohlaví, věku, rasy, sexuální orientace, národnosti, etnické příslušnosti, náboženství nebo příslušnosti k určité sociální skupině.*

*13.3 Česká televize zajistí, je-li to možné, aby skladba účinkujících, případně komparsu v pořadech vlastní výroby odrážela národnostní a etnickou skladbu obyvatelstva v České republice na základě aktuálních demografických trendů, a to především při natáčení pořadů s publikem ve studiu. Celkové vyznění účasti těchto osob musí působit jako zcela samozřejmé a obvyklé.*

*13.5 Česká televize věnuje zvláštní péči rovnoprávnosti uplatnění mužů a žen, a to jak v provozu České televize, tak ve skladbě programu.“<sup>60</sup>*

### 4.2 Etický kodex novináře

*„13. Důvěryhodnost, slušnost a serióznost zvyšují autoritu medií:*

*13.1. Nesmí vytvářet ani ztvárňovat námět, který by podněcoval diskriminaci rasy, barvy pleti, náboženství, pohlaví nebo sexuální orientace.“<sup>61</sup>*

### 4.3 Žurnalistické zásady Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu

*„2.8. Respektování odlišnosti, mluva a společenský takt*

---

<sup>60</sup> Česká televize [online]. 2. 7. 2003 [cit. 2011-06-08]. Čl. 13 Zákaz diskriminace. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-13-zakaz-diskriminace/>>.

<sup>61</sup> Syndikát novinářů České republiky [online]. 25. 11. 1999 [cit. 2011-06-08]. Etický kodex novináře. Dostupné z WWW: <<http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>>.

2.8.1. *Redaktor se nikdy nepodílí na zpracování materiálů, které by podněcovaly k diskriminaci rasy, barvy pleti, náboženství, přesvědčení, pohlaví nebo sexuální orientace nebo které by bylo možné interpretovat jako štvání nebo podněcování k násilnostem, a to i v případě vypjatých mimořádných událostí.*<sup>62</sup>

#### **4.4 Etický kodex novinářů MF DNES a iDNES.cz**

*„3. iDNES.cz a MF DNES se vyhýbají jakýmkoliv předsudkům a pejorativním výrazům ve spojení s rasou, národností, pohlavím, náboženským vyznáním, politickým přesvědčením, sexuální orientací či profesním a společenským zařazením.*<sup>63</sup>

#### **4.5 Etický kodex časopisu Týden**

*„Různorodost – hlas menšin*

*Různorodost je nedílnou součástí zásad přesnosti a nestrannosti. Jelikož však nestrannost bývá vnímána především v politickém smyslu, redakce časopisu TÝDEN považuje za důležité rozšířit pomocí pojmu různorodost vnímání nestrannosti také o význam kulturní, náboženský, etnický či vůbec skupinový. Dodržovat zásady různorodosti znamená dávat hlas také "hlasově slabším", menšinám. Jsou s ní spojeny tyto závazné otázky:*

- Hledáme pravdu pomocí skutečné pestrosti zdrojů, anebo užíváme paušalizace? Nenecháváme jednu jedinou osobu reprezentovat celou skupinu?*
- Nedovolili jsme našim vlastním předsudkům, kulturní orientaci či sociálnímu postavení, aby ovlivnily výběr zdrojů a konečnou podobu textu?*
- Jsme realističtí? Nejsou v textu pasáže, v nichž je ona pestrost zdrojů pouze formální, nadbytečná či stereotypní?*<sup>64</sup>

---

<sup>62</sup> ČRo 1 - Radiožurnál [online]. Srpen 2003 [cit. 2011-06-08]. Žurnalistické zásady ČRo 1 - Radiožurnálu. Dostupné z WWW: <[http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/about/\\_zprava/zurnalisticke-zasady-cro-1-radiozurnalu--84592](http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/about/_zprava/zurnalisticke-zasady-cro-1-radiozurnalu--84592)>.

<sup>63</sup> MF Dnes [online]. Březen 2002 [cit. 2011-06-08]. Etický kodex. Dostupné z WWW: <<http://epaper.mfdnes.cz/o-mf-dnes/eticky-kodex>>.

<sup>64</sup> Hviždala, Karel, et al. MediaINSIDER.net [online]. Říjen 2009 [cit. 2011-06-08]. Etický kodex Týdne. Dostupné z WWW: <<http://www.mediainsider.net/view.php?cislocianku=2009100061>>.

## **Shrnutí**

Při prezentaci zpráv a informací někdy média používají stereotypy a předsudky, které mohou mít vliv na adresáty těchto zpráv. Jedná se o mediální stereotypy, které se dají rozdělit do několika kategorií. Mezi ně patří jazykové, vizuální, genderové, stereotypy národnostních a etnických menšin a další. V České republice se stereotypy menšin týkají hlavně Romů, Asiatů, obyvatel Ruska a Ukrajiny, muslimů ale i jiných menšin. Média ovšem deklarují různé kodexy, které se zavazují nepublikovat a nešířit tyto stereotypy. Patří mezi ně *Etický kodex novináře*, *Kodex České televize* a jiné.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## **5 Tvorba výzkumné sondy**

### **5.1 Výzkumný cíl**

Cílem této výzkumné sondy je zjistit, do jaké míry mají žáci druhého stupně základní školy zafixovány předsudky a stereotypy tvořeny nebo šířeny médii. Zaměřil jsem se především na stereotypy mužských a ženských rolí ve výběru povolání, dále pak na pozitivní a negativní pohledy na jednotlivé profese a nejširším tématem jsou národnostní, etnické a menšinové stereotypy u výše zmiňovaných dětí.

### **5.2 Charakteristiky respondentů**

Ve své výzkumné sondě jsem se zaměřil na žáky druhého stupně Základní školy v Moravské Nové Vsi v okrese Břeclav. Jedná se o venkovskou základní školu, kam chodí i děti z okolních obcí Hrušky a Týnec. Výuku zajišťuje 10 pedagogů včetně ředitele školy a jeho zástupce. Má výzkumná sonda se týkala žáků druhého stupně, na kterém je 93 žáků, což činí v průměru necelých 19 dětí na jednu třídu. Navštívil jsem žáky sedmých a osmých tříd, kde je téměř vyvážený poměr mezi chlapci a dívkami. Výzkumné sondy se celkem zúčastnilo 42 respondentů z toho 20 dívek a 22 chlapců ve věkovém rozmezí 13 až 15 let.

### **5.3 Metody výzkumu**

Poněvadž jsem si zvolil kvantitativní deskriptivní výzkum, nejvhodnější metodou pro můj výzkum je dotazníkové šetření. Musilová ve své publikaci uvádí, že slouží ke sběru informací a je považováno za nejvíc efektivní techniku sběru informací. Dotazníkovým šetřením se docílí objektivnosti.<sup>65</sup> Ve svém dotazníku jsem použil otázky dichotomické i výčtové. Výčtové otázky se týkají doplnění slov k předloženým nedokončeným tvrzením a charakteristikám. U dichotomických otázek mají žáci označit odpovědi týkající se názoru na rozlišení typicky mužských, ženských nebo neutrálních povolání. Dichotomické otázky také zkoumají postoj k národnostním a etnickým menšinám.

### **5.4 Tvorba hypotéz**

Při vytvoření dotazníků jsem stanovil 2 hypotézy:

$H_1$  – Chlapci nesouhlasí více než dívky, aby se do jejich blízkosti nastěhovala rodina Romů.

$H_2$  – Dívky připouštějí více než chlapci, že jejich budoucí partner bude muslim.

---

<sup>65</sup> Musilová, 2004, s. 20.

## 6 Výsledky výzkumné sondy

Žákům 2. stupně na Základní škole v Moravské Nové Vsi byl předložen dotazník týkající se mediálních stereotypů. Cílem této výzkumné sondy bylo zjistit, do jaké míry žáci užívají stereotypy a předsudky a jestli nechávají ovlivnit svůj názor médii. Výsledky každého okruhu dotazníku byly zpracovány následovně. Každá otázka byla vyhodnocena zvlášť pro 7. třídu a zvlášť pro 8. třídu, kde rozdílnost v pohlaví byla zanedbána. Následně byla každá z otázek vyhodnocena zvlášť pro chlapce a zvlášť pro dívky, kde zase byla zanedbána příslušnost do jedné z tříd. Tento postup se opakoval u všech otázek. Výsledky dotazníkového šetření byly následující.

### 6.1 Věk, třída, pohlaví

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 42 respondentů, z toho 20 dívek a 22 chlapců. Žáci byli v rozmezí mezi 13 a 15 lety. Průzkum byl dělán u žáků sedmé a osmé třídy .

### 6.2 Genderové stereotypy v profesích

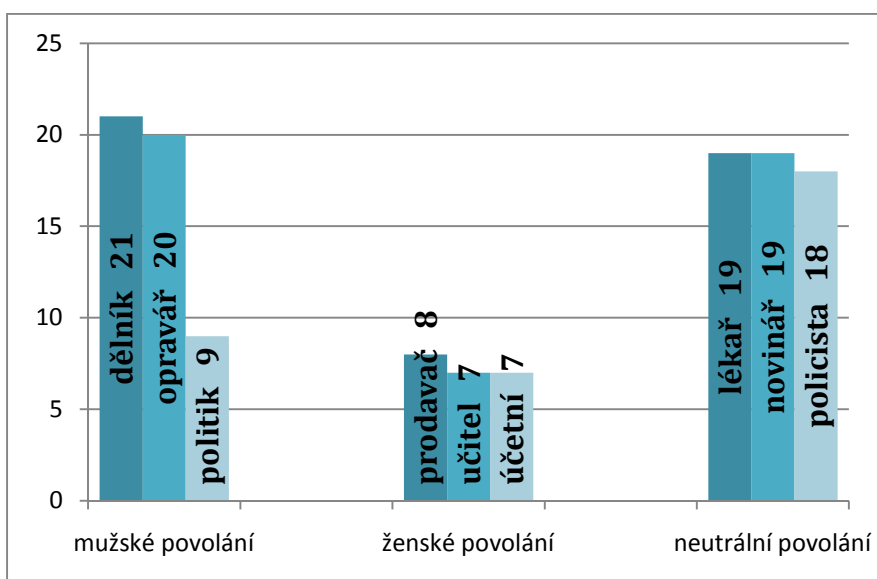
Zadání otázky:

*Zaškrtněte ke každému povolání možnost, jestli je podle Vás typicky mužské (M), ženské (Ž) nebo neutrální (N) – takové, ve kterém jsou muži i ženy zastoupeni stejně.*

Žáci měli zaškrtnávat typická povolání pro muže a ženy nebo neutrální povolání. V dotazníku byla uvedena následující profese: *dělník, učitel, úředník, prodavač, opravář, policista, lékař, politik, vědec, novinář účetní, advokát.*

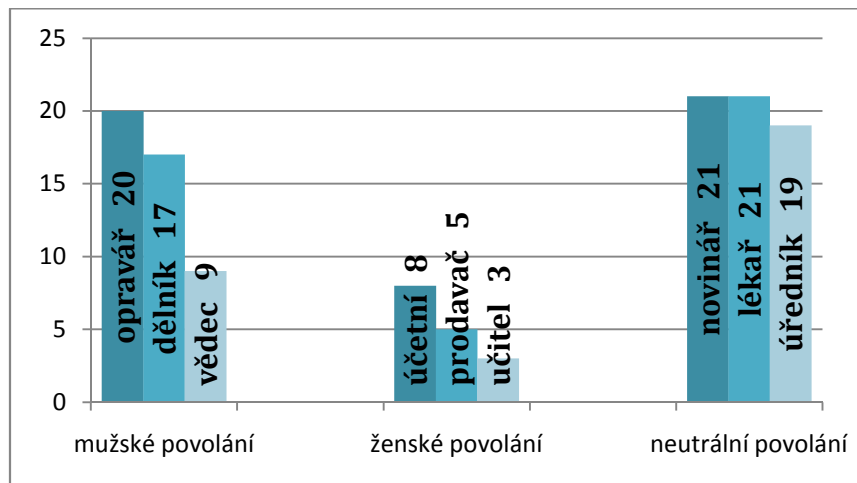
Výsledky:

**Graf 1: Typicky mužské, ženské a neutrální povolání - 7. třída**





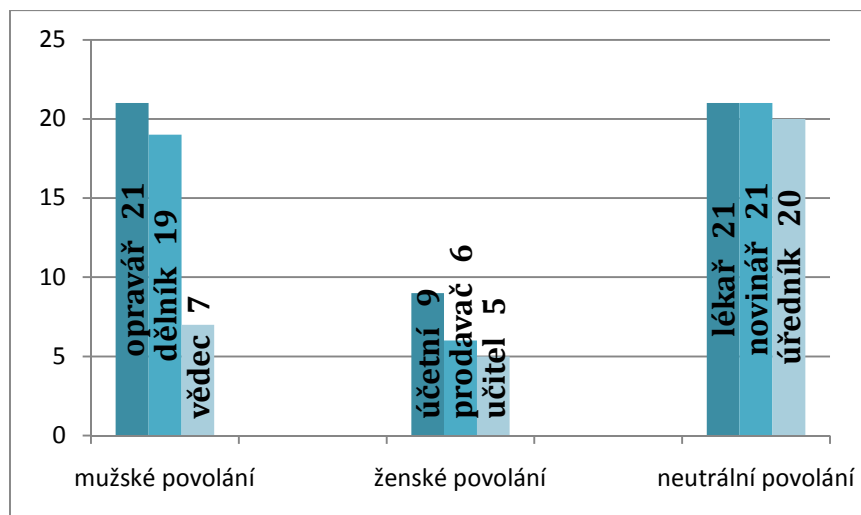
**Graf 2: Typicky mužské, ženské a neutrální povolání - 8. třída**



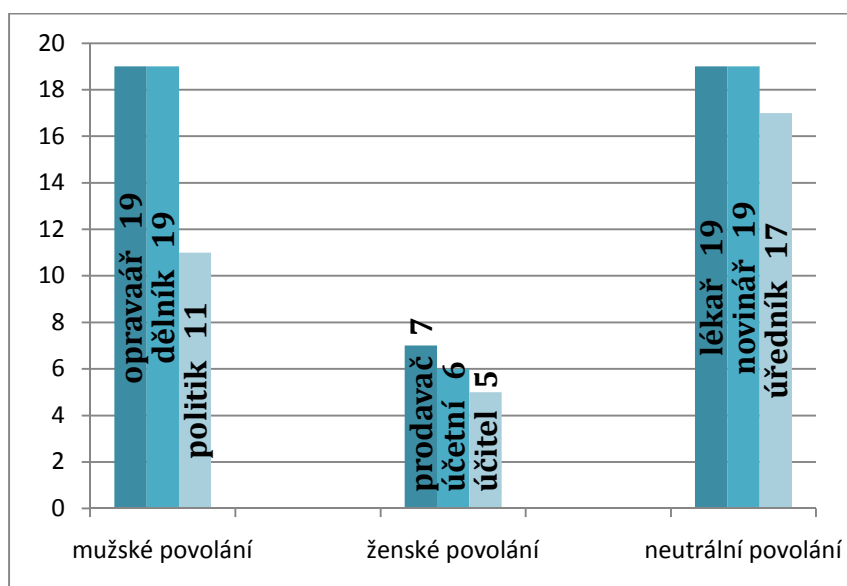
**Srovnání: 7. a 8. třída**

Pokud srovnáme grafy 1 a 2 zjistíme, že žáci obou tříd vidí jako typické mužské povolání opraváře. I dělník se podle nich zařazuje do této kategorie. Naopak typicky ženské povolání nedominuje žádné. Za zmínku stojí snad jen profese účetní. Nejsilnější kategorií se stala neutrální povolání. Zde se žáci 7. i 8. třídy shodují na lékařích a novinářích jako neutrálních povoláních. Za nimi v těsném závěsu figuruje profese úředníka.

**Graf 3: Typicky mužské, ženské a neutrální povolání - chlapci**



**Graf 4: Typicky mužské, ženské a neutrální povolání - dívky**



### Srovnání: chlapci a dívky

Situace z předchozího srovnání se téměř opakuje s tím rozdílem, že dívky chápou více než chlapci profesi politika za typicky mužskou. Dívky mají zafixovány prodavače za ženské povolání nejvíce. Lékař a novinář opět figurují jako povolání bez genderové příslušnosti. Zajímavé je, že všichni až na 2 respondenty označují opraváře přívlastkem mužské profese.

### **6.3 Pozitivní a negativní stereotypy v profesích**

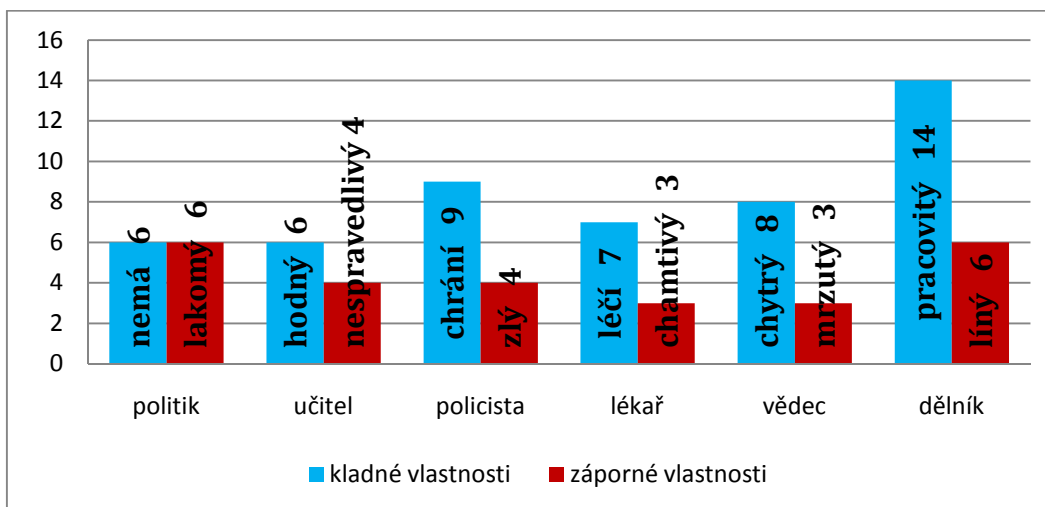
Zadání otázky:

*Napište ke každému povolání jednu kladnou a jednu zápornou typickou vlastnost, kterou podle Vás má (příklad: prodavačka: kladná ... usměvavá, záporná ... neochotná).*

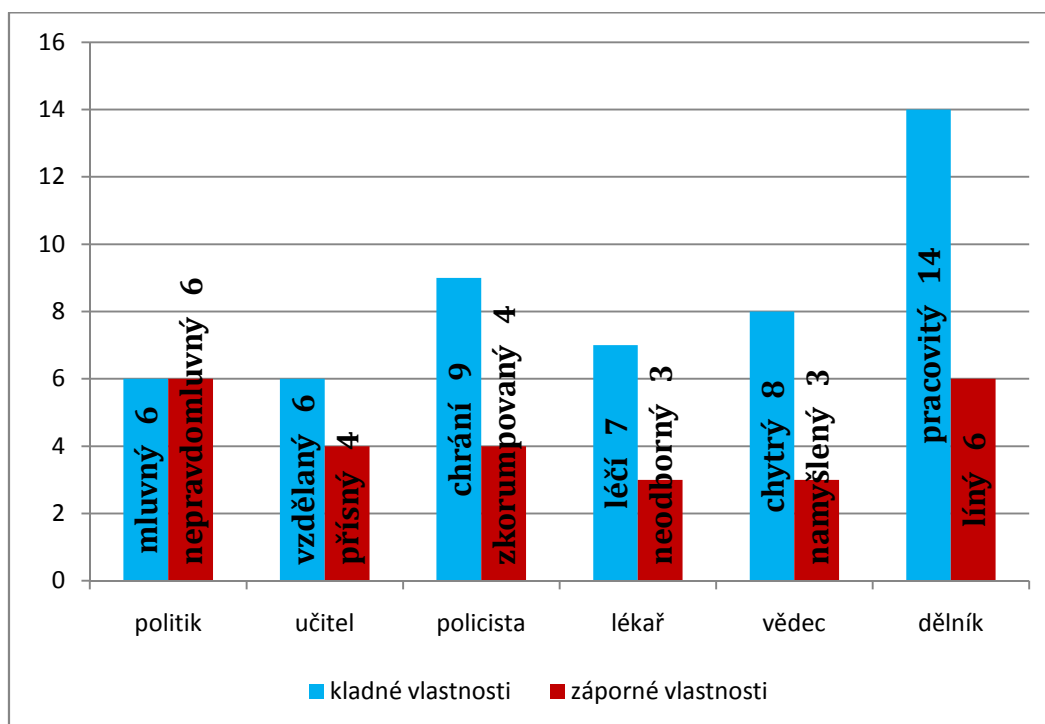
Žáci zde měli uvedenu šestici povolání a ke každému z nich měli vymyslet kladnou a zápornou charakteristiku či vlastnost. Z profesí zde byly uvedeny: *politik, učitel, policista, lékař, vědec a dělník.*

Výsledky:

**Graf 5: Pozitivní a negativní vlastnosti - 7. třída**



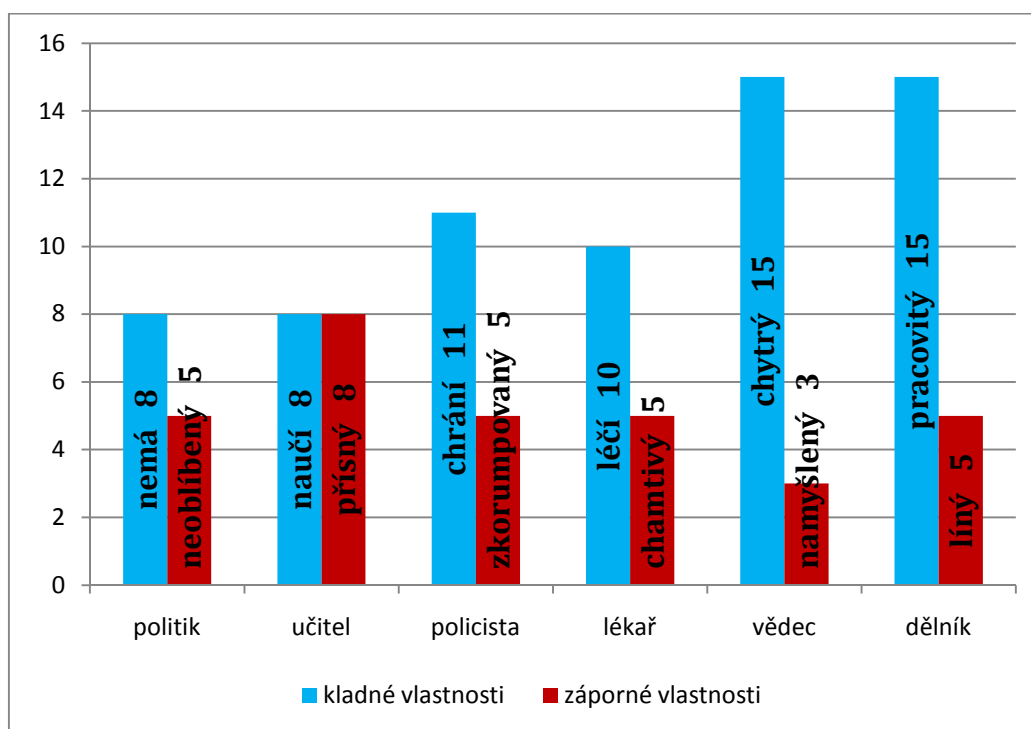
**Graf 6: Pozitivní a negativní vlastnosti - 8. třída**



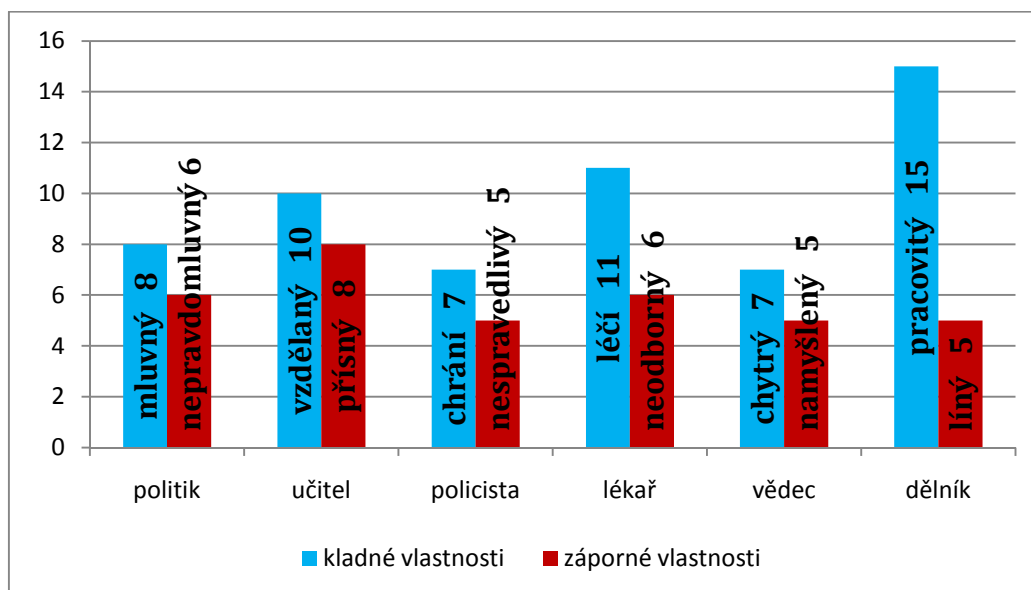
**Srovnání: 7. a 8. třída**

Žáci obou tříd mají zafixovány politiky jako nepravdomluvné, v nižším ročníku spíše jako lakomé. U učitele žádná vlastnost příliš nedominuje. Zato policista je v pozitivním pohledu chápán jako ochránce, myslí si to téměř polovina respondentů z obou tříd. Absolutní shodou u 7. i 8. třídy je pracovitý dělník. V tomto názoru se shoduje 66 % všech žáků. Na druhé straně je dělník vnímán jako líný.

**Graf 7: Pozitivní a negativní vlastnosti - chlapani**



**Graf 8: Pozitivní a negativní vlastnosti - dívky**



**Srovnání: chlapani a dívky**

Zajímavým zjištěním byl fakt, že část chlapanů uváděla, že politik nemá kladnou vlastnost, kdežto dívky jej spíše viděly jako schopného řečníka. Učitel je ve školním prostředí chápán za přísného u chlapanů i dívek stejně. Chlapani se více shodují v tom, že policista dobře chrání. U obou pohlaví je brán lékař za odborníka, který vyléčí. Výrazného postavení zaujímá vědec s přívlastkem chytrý více u chlapanů. Tradičně se dělník většiny u dotazovaných vyznačuje pracovitostí, ale také leností.

## 6.4 Stereotypy národnostních a etnických menšin

### 6.4.1 Charakteristika národností

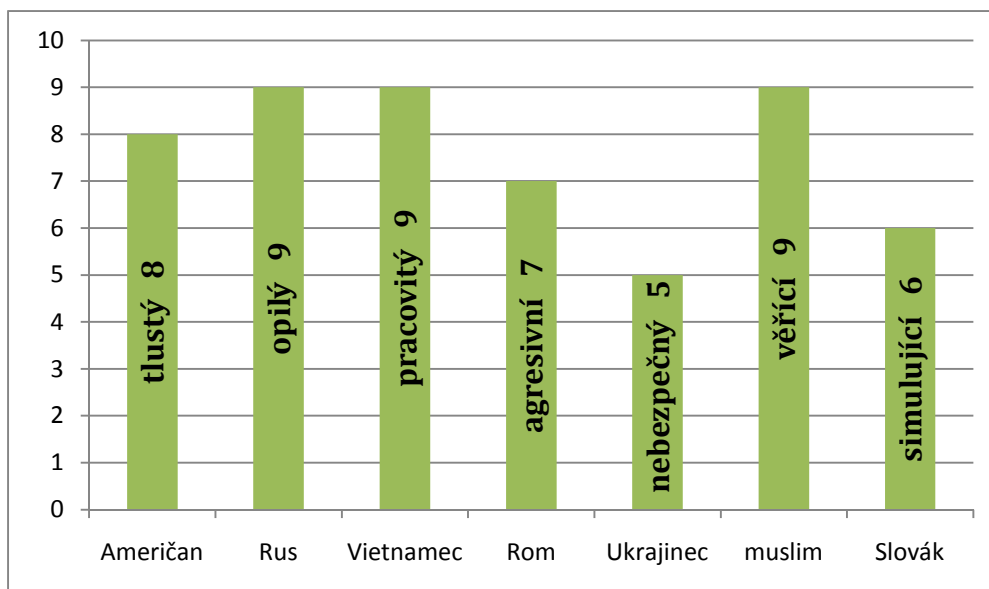
Zadání otázky:

*Napište ke každé národnosti, etniku či menšině slovo popř. vlastnost, která se k nim nejvíce hodí (příklad: Angličané – nudní).*

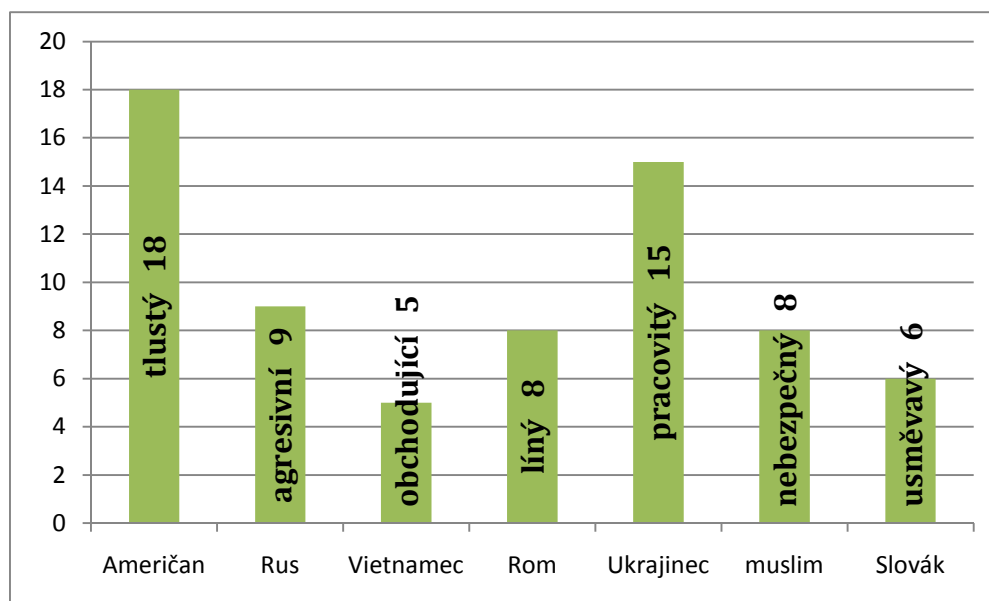
Zde byli žáci dotazováni na charakteristický rys jednotlivých národností či etnik.

Výsledky:

**Graf 9: Charakterizující slovo - 7. třída**



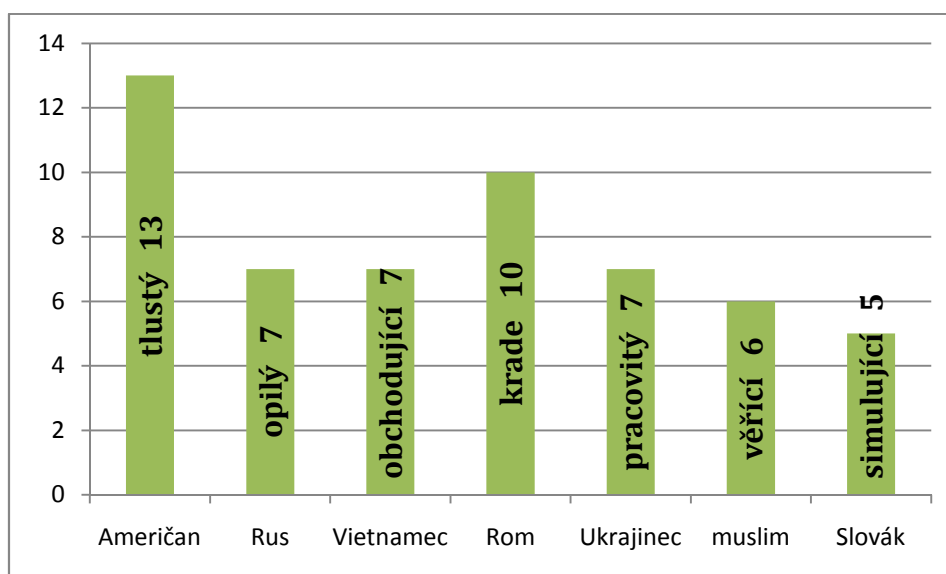
**Graf 10: Charakterizující slovo - 8. třída**



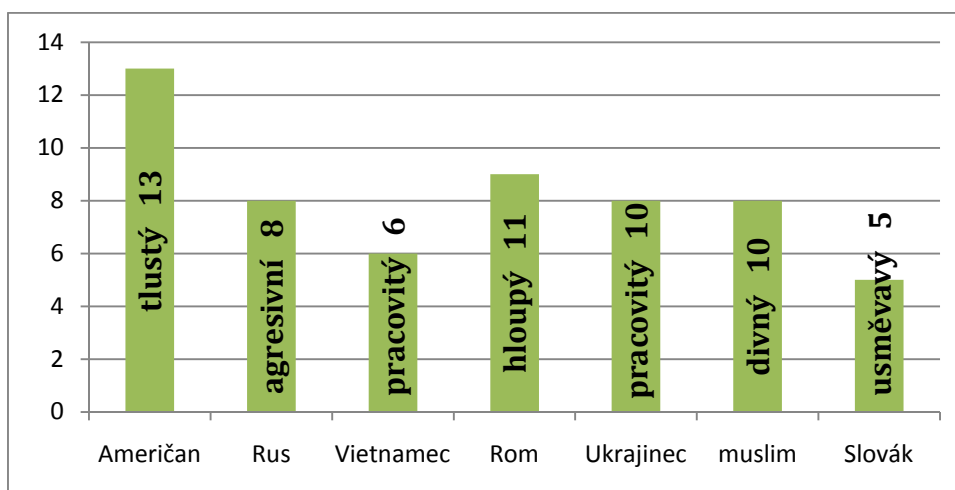
### Srovnání: 7. a 8. třída

Ve velké většině dominuje u obou tříd názor, že Američané jsou tlustí. U 8. třídy je postoj téměř celé třídy, u 7. třídy necelá polovina. Pracovitostí se vyznačují Vietnamci u 7. třídy, ale ve vyšším ročníku jsou příslušníci asijského kontinentu bráni jako obchodníci. Romové mají největší zastoupení jako agresivní lidé, kteří jsou zároveň líní. Ukrajinci jsou na tom rozporuplně. 7. třída je vidí nebezpečně, kdežto 8. třída jako „pracanty“. Podobně jsou na tom muslimové. Na jedné straně jako silně věřící, na druhé jako nebezpeční.

**Graf 11: Charakterizující slovo - chlapci**



**Graf 12: Charakterizující slovo - dívky**



### Srovnání: chlapci a dívky

Tlustí Američané mají stejné zastoupení u chlapců i děvčat. Chlapci vidí Rusy jako opilce, kdežto dívky za agresory. Ženské pohlaví berou Romy za hloupé. Pracovitost u Ukrajinců je zastoupena stejně u obou. Dívky vidí muslimy jako divné osoby.

## 6.4.2 Postoje k národnostním a etnickým menšinám

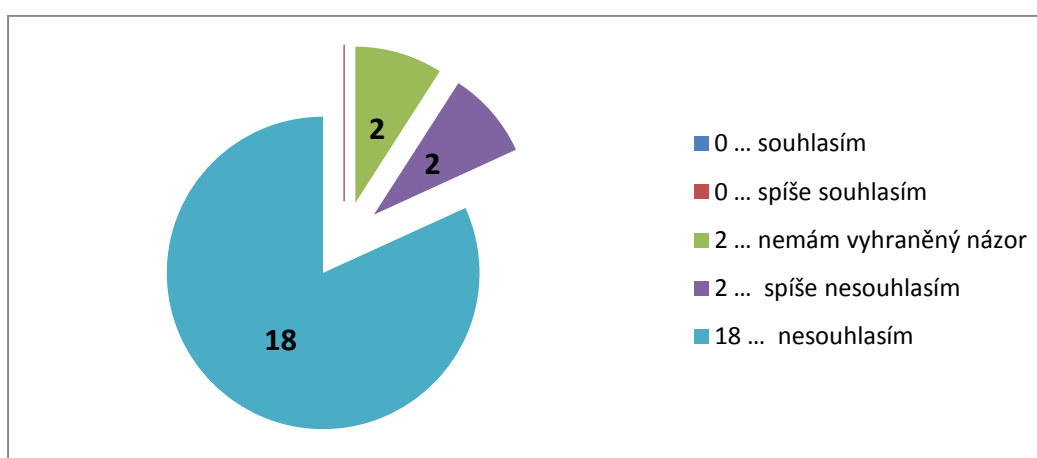
Zadání otázky:

V následujících otázkách zaškrtni, do jaké míry souhlasíš či nesouhlasíš s tvrzeními, která se zde budou objevovat.

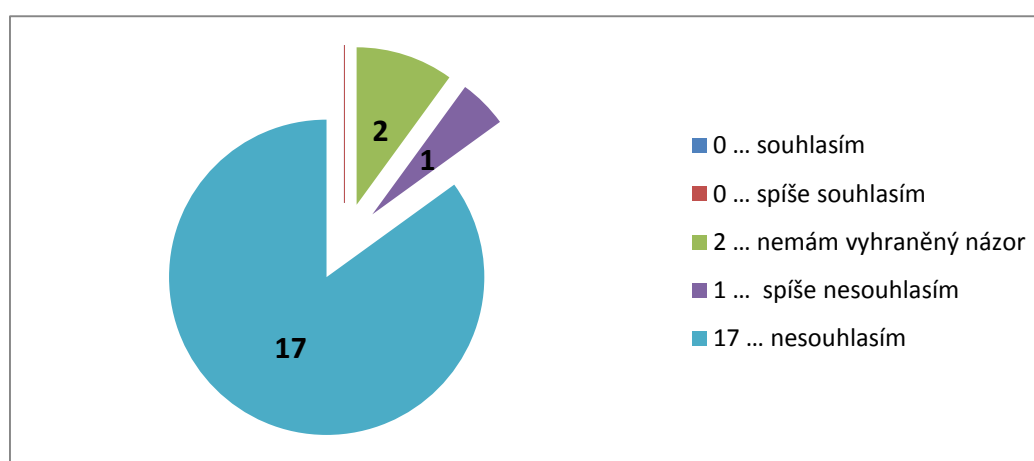
1 ... souhlasím	2 ... spíše souhlasím	3 ... nemám vyhraněný názor	4 ... spíše nesouhlasím	5 ... nesouhlasím
--------------------	--------------------------	-----------------------------------	-------------------------------	----------------------

**Otázka č. 1:** Chtěli byste, aby se do Vaší blízkosti nastěhovala rodina Romů?

**Graf 13: Soužití s Romy - chlapci**



**Graf 14: Soužití s Romy - dívky**



### Srovnání: 7. a 8. třída

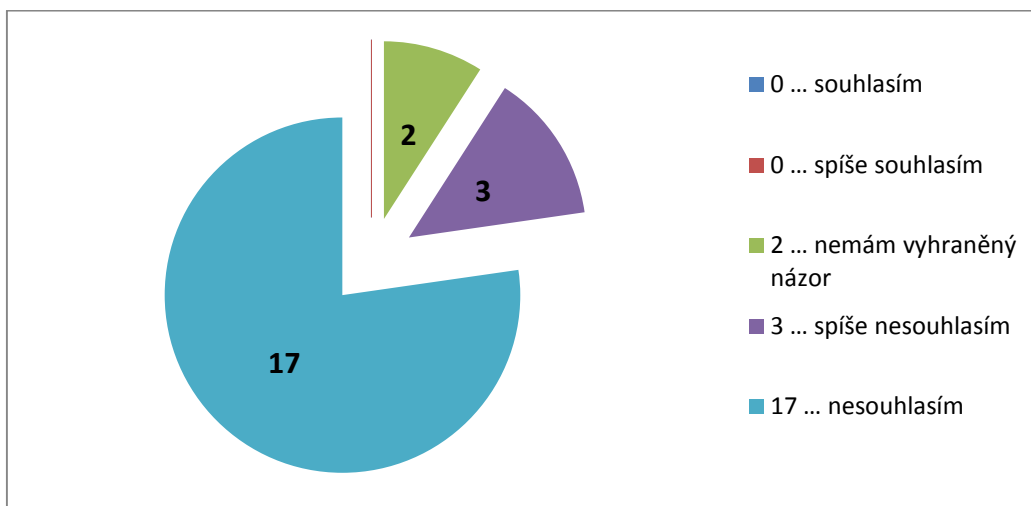
Z obou grafů 13 a 14 vidíme, že v drtivé většině si chlapci i dívky nepřejí, aby někdy v jejich blízkosti bydlela Romská rodina. Chlapci nesouhlasí z 82 % a dívky dokonce nesouhlasí z 85 %. Pouze 2 chlapci neměli vyhraněný názor na soužití s Romy, u dívek t bylo podobné.

**Hypotéza:**  $H_1$  – *Chlapci nesouhlasí více než dívky, aby se do jejich blízkosti nastěhovala rodina Romů.*

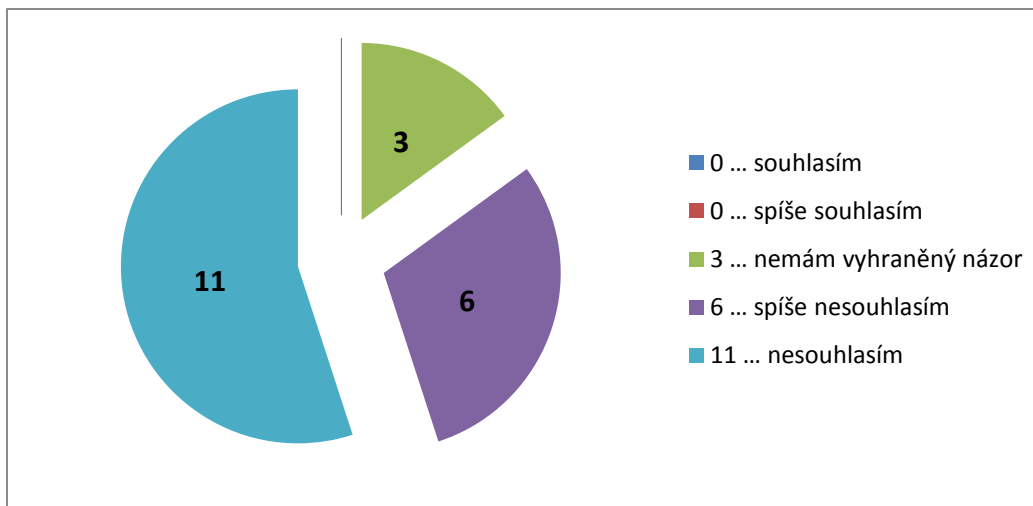
Z výsledků vyplývá, že hypotéza  $H_1$  se nepotvrdila. Dívky totiž nesouhlasí ve větším procentuálním zastoupení (viz. výše).

**Otázka č. 2:** *Chtěli byste, aby Váš budoucí partner(ka) byl muslim?*

**Graf 15: Partnerství s muslimkou - chlapci**



**Graf 16: Partnerství s muslimem - dívky**



### **Srovnání: chlapci a dívky**

Co se týče partnerství s muslimem či muslimkou jsou výsledky v porovnání chlapců a dívek trochu rozdílné. Chlapci si nedokážou představit partnerství s muslimkou ze 77 %, kdežto dívky z 55 %. U dívek figuruje také názor, že spíše si nedokážou představit vztah s muslimem, a to z 30 %.

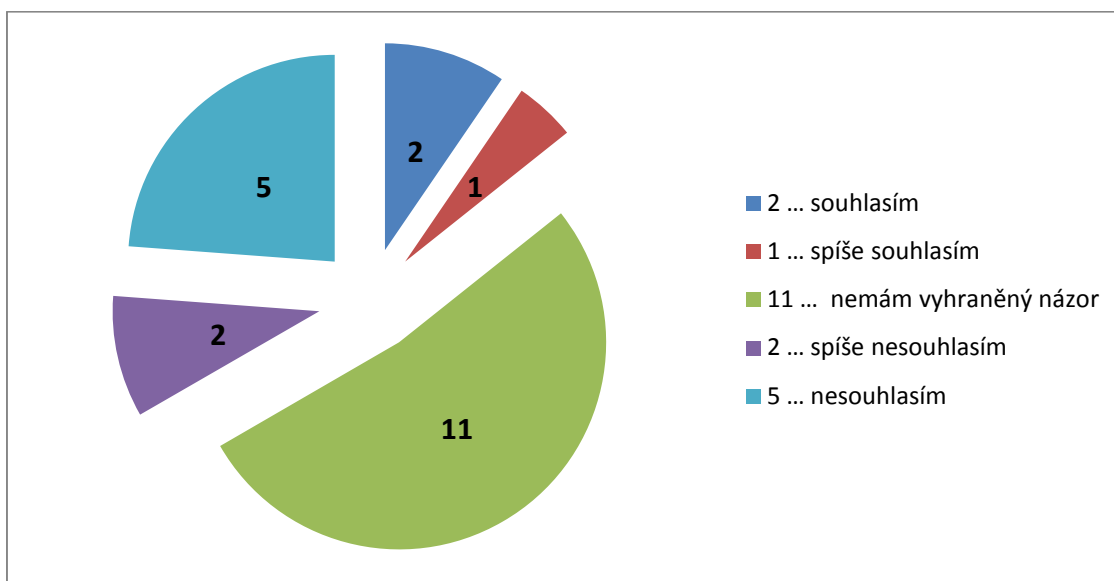


**Hypotéza:** H<sub>2</sub> – *Dívky připouštějí více než chlapci, že jejich budoucí partner bude muslim.*

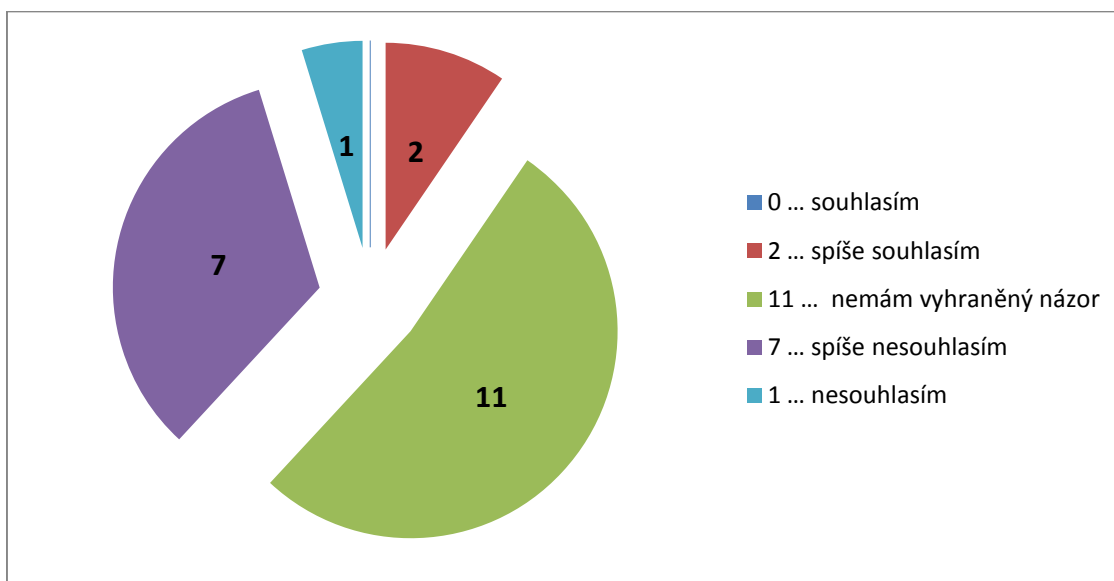
Ani tato hypotéza se nepotvrdila, protože k jakémukoliv druhu souhlasu se chlapci ani dívky nepřihlásili. Z názorů respondentů vyplývá, že není možné určit, jestli byla hypotézy pravdivá či nikoliv.

**Otázka č. 3:** *Chtěli byste, aby spolu s Vámi pracoval v zaměstnání Ukrajinec?*

**Graf 17: Práce s Ukrajinцем - 7. třída**



**Graf 18: Práce s Ukrajinцем - 8. třída**

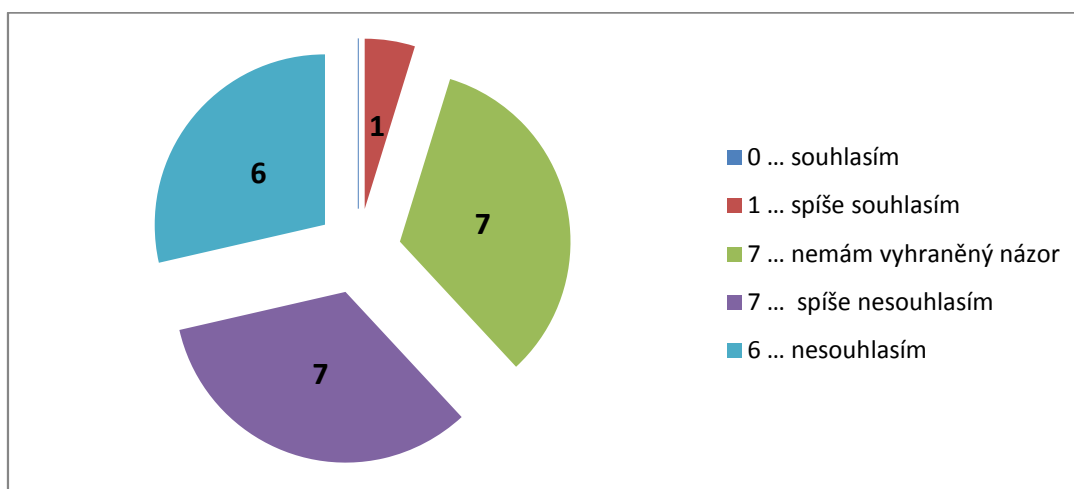


### Srovnání: 7. a 8. třída

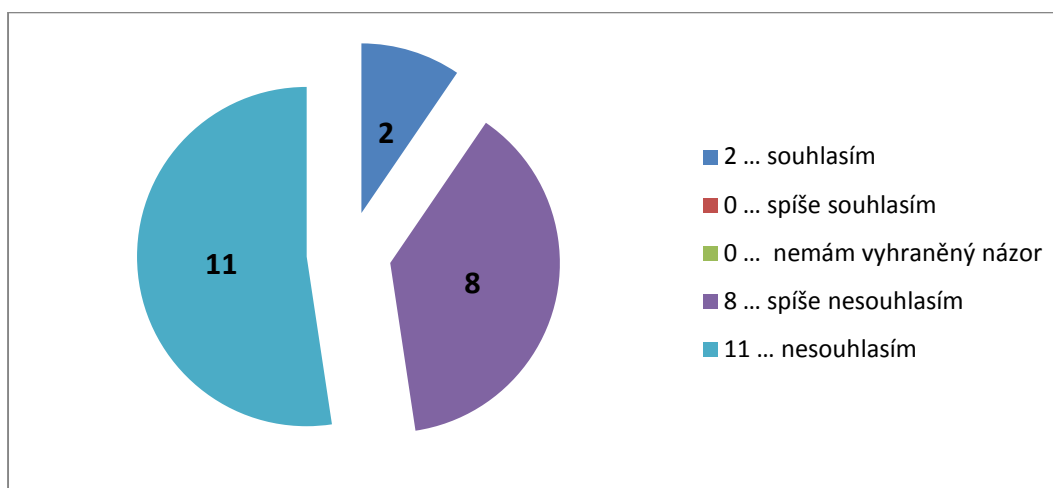
Na rozdíl od předchozí otázky se zde vyskytuje celá škála hodnocení alespoň s jednou odpovědí u každé z možností. Žáci nesouhlasí s prací s Ukrajincem pouze v 14 % případů, kde tento názor převažuje u dětí ze 7. třídy. Spíše nesouhlasí v 21 % dotazovaných. Ve většině případů převažuje názor s nezaujatým stanoviskem, a to 52 % v obou třídách stejně. Názory souhlasu a pravděpodobného souhlasu jsou v těchto třídách zanedbatelné.

### **Otázka č. 4: Dokázali byste žít ve vietnamské kultuře?**

**Graf 19: Vietnamská kultura - 7. třída**



**Graf 20: Vietnamská kultura - 8. třída**



### Srovnání: 7. a 8. třída

Závěrečná otázka byla ve výsledcích následující. Přes 38 % dotazovaných nesouhlasí se sžitím s vietnamskou kulturou a 35 % spíše nesouhlasí. Pouze v 7. třídě se sedmkrát objevilo, že nemají vyhraněný názor. Opět zastoupení možnosti souhlasu je velmi nízké.

## 6.5 Stereotypy na základě přirovnání

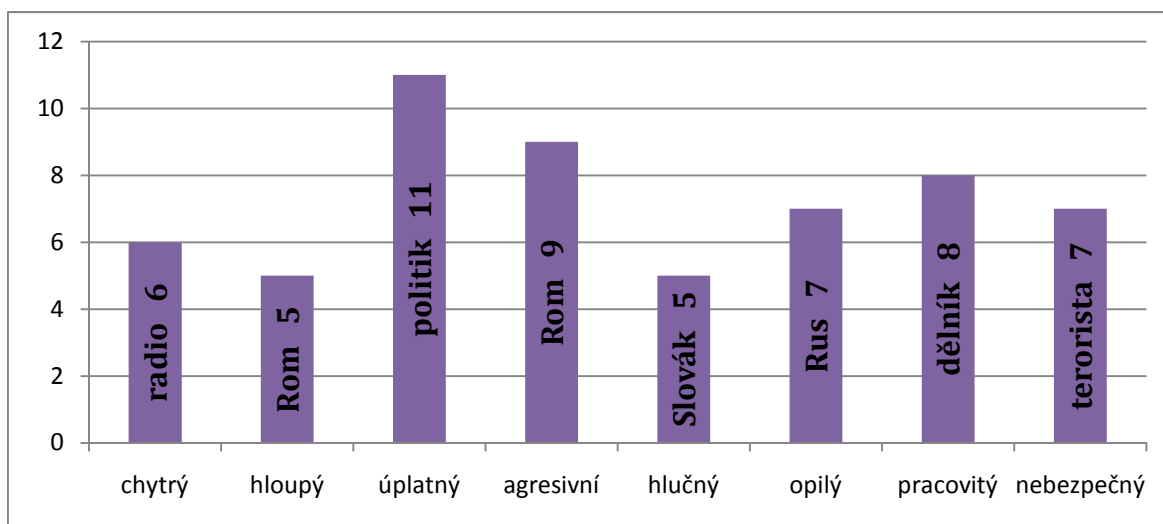
Zadání otázky:

Doplňte k následujícím větám osobu, která se k nim nejvíce hodí (příklad: Je sprostý jak dlaždič nebo je tlustý jak Američan apod.).

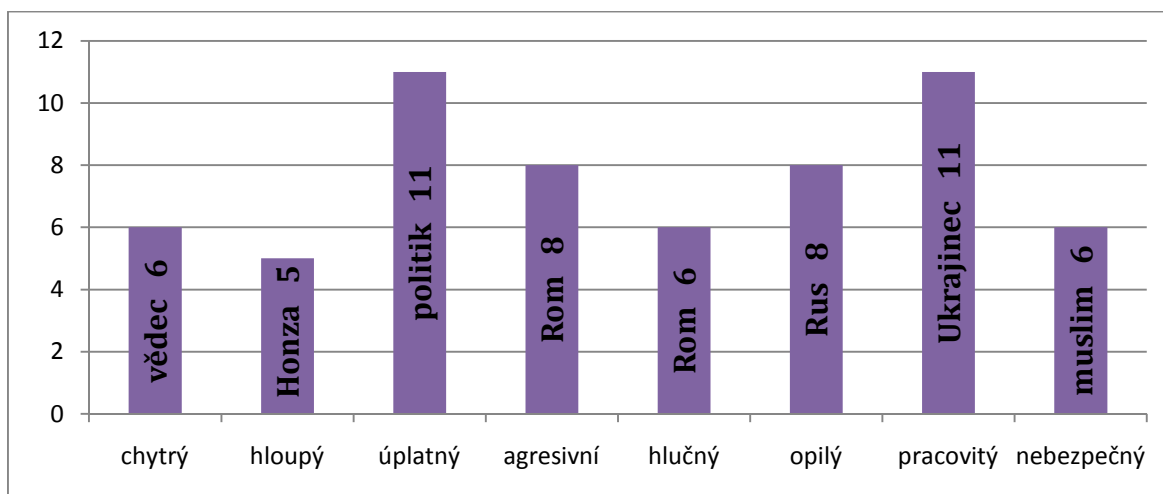
- 1) Je chytrý jako .....
- 2) Je hloupý jako .....
- 3) Je úplatný jako .....
- 4) Je agresivní jako .....
- 5) Je hlučný jako .....
- 6) Je opilý jako .....
- 7) Je pracovitý jako .....
- 8) Je nebezpečný jako .....

Výsledky:

**Graf 21: Přirovnání - 7. třída**



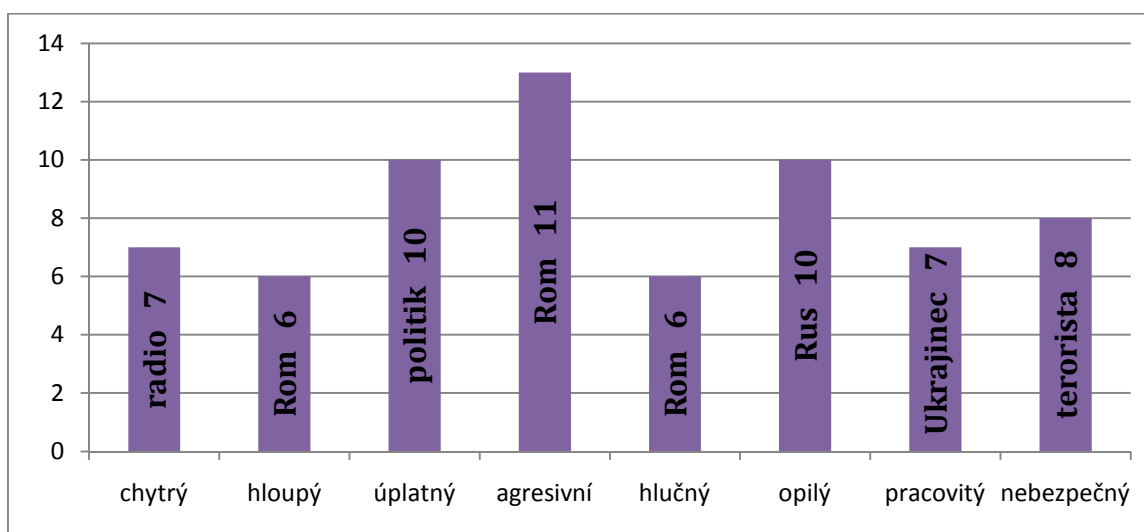
**Graf 22: Přirovnání - 8. třída**



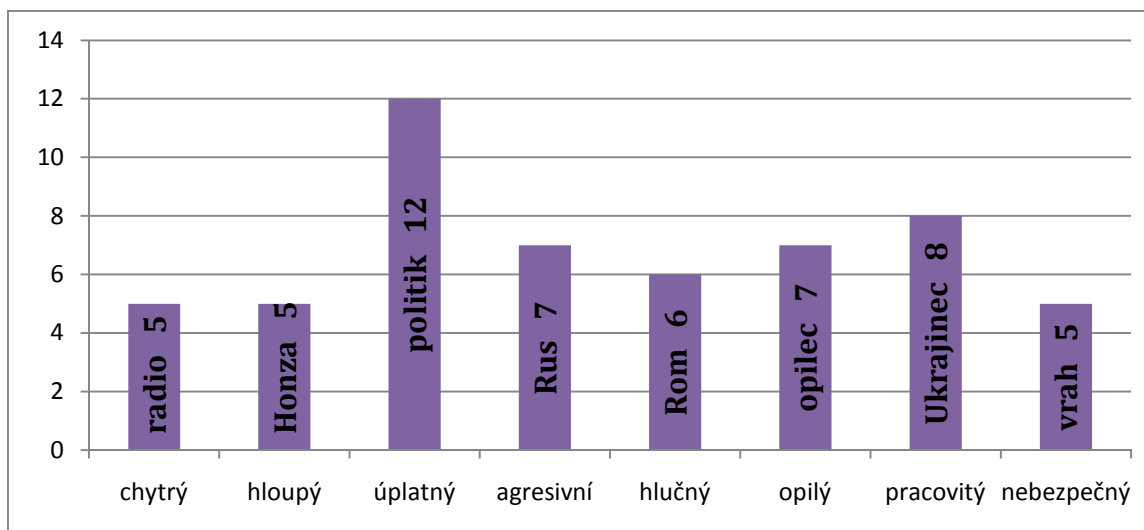
## Srovnání: 7. a 8. třída

Zajímavé by zjištění, že při této otázce si někteří žáci nepřčetli dobře zadání otázky. Doplnovat se měla osoba. Hned u otázky *Je chytrý jako ...* nalezneme nejvíce se vyskytující odpověď rádio. Za zmínku rozhodně stojí drtivá odpověď politik u atributu *úplatný jako*. Žáci obou tříd se shodují, že *agresivní* je Rom. Stejně tak to platí u *opilý jako*, kde odpovědí byla většinou Rus. Žáci 8. třídy se vyznačují názorem, že *pracovitý* je Ukrajinec.

**Graf 23: Přirovnání - chlapci**



**Graf 24: Přirovnání - dívky**



## Srovnání: chlapci a dívky

Opět jako v předchozím srovnání je nejčastější odpovědí *chytrý jako* rádio. *Úplatný* politik se stal znovu vítězem z uvedených slov. U chlapců vévodí Rom jako *agresivní*, kdežto u dívek je to Rus. Shoda vzešla u *hlučnosti*, kde největší zastoupení měl Rom. *Opilý* Rus vyhrál u chlapců. *Pracovitost* se oběma skupinám zdála nejvhodnější pro Ukrajince.

## Závěr

Tato bakalářská práce měla za cíl zjistit, do jaké míry děti užívají mediální stereotypy na 2. stupni základní školy. Výzkum proběhl u žáků 7. a 8. třídy na Základní škole v Moravské Nové Vsi. Žáci vyplňovali dotazník (viz. Příloha), z něhož pak vyplynula spousta cenných informací, ale i zajímavosti.

Otázky na generové stereotypy ukázaly, že žáci považují za typická mužská povolání dělníka, opraváře a občas vyskytujícího se politika. Překvapením pro mě bylo, že žádné typicky ženské povolání zde nedominovalo. Za zmínku snad jen stojí účetní, která se v odpovědích objevovala jen sporadicky. Zato však neutrální povolání měla největší zastoupení, a to hlavně lékař a novinář.

Oblast pozitivních a negativních stereotypů mnoho zajímavého nepřinesla. Za povšimnutí stojí pozitivní vlastnost politika. Pro mě překvapivou častou odpovědí respondentů bylo, že politik kladnou vlastnost nemá. Většina dotazovaných se shodovala na tom, že dělník je pracovitý, chápáno v kladném slova smyslu.

Co se týče stereotypů národnostních a etnických menšin, zde jsem zaznamenal mnoho zajímavostí. Kromě toho, že žáci vidí Američany jako tlusté a Ukrajince jako pracovité, se zde ukázalo následovné. Hypotézy k této oblasti se mi nepotvrdily. Téměř nikdo z respondentů by nechtěl, aby se do jeho blízkosti nastěhovala rodina Romů, nebo by nedokázali vžít muslimským partnerem. Překvapujícím pro mě bylo, že by mnoha dotazovaným nevadil Ukrajinec jako kolega v práci. Myslím, že jednoznačné odpovědi respondentů z této oblasti by stály za zamýšlení, protože negativistický postoj je zde značný.

Posledním okruhem byla přirovnání. Výsledky z tohoto okruhu byli spíše úsměvné. Odpovědi typu chytrý jako rádio nebo hloupý jak Honza již mnoho přínosného neukázaly. Za zmínku snad jen stojí, že většina žáků viděla profesi politika za nejvíc úplatnou a romskou menšinu za agresivní a hlučnou.

Nejzajímavější oblastí výzkumu pro mě byly národnostní a etnické menšiny, které jsem věnoval i velký prostor v teoretické části. Celkově tento výzkum byl pro mě přínosným tím, že ne všechny mé předpoklady se naplnily, a proto mě tato oblast natolik zaujala, že se jí míním v budoucnu ještě více zabývat.

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Vizuální stereotyp (Člověk v tísni: Jeden svět na školách, 2006) .....	16
---	----

## Seznam grafů

Graf 1: Typicky mužské, ženské a neutrální povolání - 7. třída.....	32
Graf 2: Typicky mužské, ženské a neutrální povolání - 8. třída.....	33
Graf 3: Typicky mužské, ženské a neutrální povolání - chlapci .....	33
Graf 4: Typicky mužské, ženské a neutrální povolání - dívky .....	34
Graf 5: Pozitivní a negativní vlastnosti - 7. třída.....	35
Graf 6: Pozitivní a negativní vlastnosti - 8. třída.....	35
Graf 7: Pozitivní a negativní vlastnosti - chlapci .....	36
Graf 8: Pozitivní a negativní vlastnosti - dívky .....	36
Graf 9: Charakterizující slovo - 7. třída.....	37
Graf 10: Charakterizující slovo - 8. třída.....	37
Graf 11: Charakterizující slovo - chlapci .....	38
Graf 12: Charakterizující slovo - dívky .....	38
Graf 13: Soužití s Romy - chlapci .....	39
Graf 14: Soužití s Romy - dívky .....	39
Graf 15: Partnerství s muslimkou - chlapci.....	40
Graf 16: Partnerství s muslimem - dívky .....	40
Graf 17: Práce s Ukrajincem - 7. třída.....	41
Graf 18: Práce s Ukrajincem - 8. třída.....	41
Graf 19: Vietnamská kultura - 7. třída.....	42
Graf 20: Vietnamská kultura - 8. třída.....	42
Graf 21: Přirovnání - 7. třída .....	43
Graf 22: Přirovnání - 8. třída .....	43
Graf 23: Přirovnání - chlapci.....	44
Graf 24: Přirovnání - dívky .....	44

## Seznam použité literatury

1. ČERMÁKOVÁ, Jarmila, et al. *Ty + Já = Kamarádi*. 1. vyd. Praha: ISV, 2000. ISBN 80-85866-76-5.
2. HOŘAVOVÁ, Barbora. *Nečitelní cizinci*. 1. vyd. Praha: Multikulturální centrum, 2003. ISBN 80-239-1137-6.
3. JIRÁK, Jan. – KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.
4. JIRÁK, Jan. – KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.
5. MIČIENKA, Marek. – JIRÁK, Jan, et al. *Základy mediální výchovy*. 1. vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-315-4.
6. MUSILOVÁ, Marcela. *Individuální praxe: metodika a cvičebnice*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2004. ISBN 80-244-0854-6.
7. NEKVAPIL, J. Sociální kategorizace v interkulturním kontaktu: základní výklad, cvičení a diskuse dvou scén z podnikové komunikace. In BARTUŇKOVÁ, Jana. *Češtinář*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2000/2001. s. 38 - 52, 72 - 84.
8. POSPÍŠIL, J. ZÁVODNÁ, L. S. *Mediální výchova*. 1. vyd. Kralice na Hané: Computer Media 2009. ISBN 978-80-7402-022-3.
9. PRŮCHA, Jan. *Multikulturální výchova*. 1. vyd. Praha: Triton, 2006. ISBN 80-7254-866-2.
10. TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8.
11. ŠIŠKOVÁ, Tatjana. *Menšiny a migranti v České republice*. 1. vyd. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-648-9.

## Elektronické zdroje

1. DOBEŠOVÁ, Petra, et al. *SOCIOweb* [online]. Červen 2010 [cit. 2011-06-09]. Stereotypy spojené s městem a venkovem, hodnocením povolání a vzdělání, bohatstvím a chudobou. Dostupné z WWW:  
<<http://www.socioweb.cz/index.php?disp=temata&shw=353&lst=116>>.

2. HVÍŽĎALA, Karel, et al. *MediaINSIDER.net* [online]. Říjen 2009 [cit. 2011-06-08]. Etický kodex Týdne. Dostupné z WWW: <<http://www.mediainsider.net/view.php?cisloclanku=2009100061>>.
3. SVOBODOVÁ, Zuzana. *Média a stereotypy* [online]. Praha, 2008. 17 s. Oborová práce. Univerzita Karlova v Praze. Dostupné z WWW: <[http://medialnivychova.fsv.cuni.cz/MVP-58-version1-Svobodova\\_Medialni\\_gramotnost\\_Media\\_a\\_stereotypy.pdf](http://medialnivychova.fsv.cuni.cz/MVP-58-version1-Svobodova_Medialni_gramotnost_Media_a_stereotypy.pdf)>.
4. *Česká televize* [online]. 2008 [cit. 2011-06-08]. Experiment. Stereotypy, předsudky a protiargumenty. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/porady/10211487240-experiment/208572233190007-4/2820-stereotypy-predsudky-a-protiargumenty/>>.
5. *Česká televize* [online]. 2. 7. 2003 [cit. 2011-06-08]. Čl. 13 Zákaz diskriminace. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-13-zakaz-diskriminace/>>.
6. *ČRo 1 - Radiožurnál* [online]. Srpen 2003 [cit. 2011-06-08]. Žurnalistické zásady ČRo 1 - Radiožurnálu. Dostupné z WWW: <[http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/about/\\_zprava/zurnalisticke-zasady-cro-1-radiozurnalu--84592](http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/about/_zprava/zurnalisticke-zasady-cro-1-radiozurnalu--84592)>.
7. *MF DNES* [online]. Březen 2002 [cit. 2011-06-08]. Etický kodex. Dostupné z WWW: <<http://epaper.mfdnes.cz/o-mf-dnes/eticky-kodex>>.
8. *Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy České republiky* [online]. 26. srpna 2008 [cit. 2011-06-03]. Národnostní menšiny a školství. Dostupné z WWW: <<http://www.msmt.cz/socialni-programy/narodnostni-mensiny-a-skolstvi-multikulturalita>>.
9. *Syndikát novinářů České republiky* [online]. 25. 11. 1999 [cit. 2011-06-08]. Etický kodex novináře. Dostupné z WWW: <<http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>>.
10. *Varianty.cz* [online]. 2002 [cit. 2011-06-10]. Co si myslí Češi o Vietnamcích. Dostupné z WWW: <<http://www.varianty.cz/cdrom/podkapitoly/b05cizinci/01/13.pdf>>.



## Příloha

### Dotazník: Mediální stereotypy

Dobrý den, právě jste obdrželi dotazník, který je součástí mé bakalářské práce s názvem: *Mediální stereotypy u dětí 2. stupně základní školy*. Stereotyp je zažitá a zjednodušená představa o druhých lidech nebo celých skupinách. Cílem tohoto dotazníku je zjistit, do jaké míry žáci na základní škole znají a používají tyto stereotypy. Dotazník je anonymní a bude sloužit pouze pro sběr dat v mém výzkumu. Děkuji předem za vstřícnost při jeho vyplnění.  
Aleš Gróf

---

**1. Uveďte svůj věk, a kterou třídu navštěvujete. Zakroužkujte, jestli jste muž nebo žena.**

Věk:

Třída:

Pohlaví: muž / žena

---

### Genderové stereotypy

---

**2. Zaškrtněte ke každému povolání možnost, jestli je podle Vás typicky mužské (M), ženské (Ž) nebo neutrální (N) – takové, ve kterém jsou muži i ženy zastoupeni stejně.**

	<b>M</b>	<b>Ž</b>	<b>N</b>
1) Dělník	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2) Učitel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3) Úředník	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4) Prodavač	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5) Opravář	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6) Policista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7) Lékař	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8) Politik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9) Vědec	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10) Novinář	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11) Účetní	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12) Advokát	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

---

### Pozitivní a negativní stereotypy

---

**3. Napište ke každému povolání jednu kladnou a jednu zápornou typickou vlastnost, kterou podle Vás má (příklad: prodavačka: kladná ... usměvavá, záporná ... neochotná).**

	Kladná	Záporná
1) Politik	.....	.....
2) Učitel	.....	.....
3) Policista	.....	.....
4) Lékař	.....	.....
5) Vědec	.....	.....
6) Dělník	.....	.....

---

## Stereotypy národnostních a etnických menšin

---

4. Napište ke každé národnosti, etniku či menšině slovo popř. vlastnost, která se k nim nejvíce hodí (příklad: Angličané – nudní).

- 1) Američané .....
- 2) Rusové .....
- 3) Vietnamci .....
- 4) Romové .....
- 5) Ukrajinci .....
- 6) Muslimové .....
- 7) Slováci .....

5. V následujících otázkách zaškrtni, do jaké míry souhlasíš či nesouhlasíš s tvrzeními, která se zde budou objevovat.

1 ... souhlasím	2 ... spíše souhlasím	3 ... nemám vyhraněný názor	4 ... spíše nesouhlasím	5 ... nesouhlasím
--------------------	--------------------------	-----------------------------------	-------------------------------	----------------------

Příklad: Chceš, aby ve škole byly zavedeny tato zařízení herní automaty?

1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
---	-------------------------------------	---	---	---

 (2 ... Spíše souhlasím s tím, aby byly ve škole zavedeny automaty.)

1. Chtěli byste, aby se do Vaší blízkosti nastěhovala rodina Romů?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. Chtěli byste, aby Váš budoucí partner(ka) byl muslim?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

3. Chtěli byste, aby spolu s Vámi pracoval v zaměstnání Ukrajinec?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. Dokázali byste žít ve vietnamské kultuře?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

---

## Stereotypy na základě přirovnání

---

6. Doplňte k následujícím větám osobu, která se k nim nejvíce hodí (příklad: Je sprostý jak dlaždič nebo je tlustý jak Američan apod.).

- 1) Je chytrý jako .....
- 2) Je hloupý jako .....
- 3) Je úplatný jako .....
- 4) Je agresivní jako .....
- 5) Je hlučný jako .....
- 6) Je opilý jako .....
- 7) Je pracovitý jako .....
- 8) Je nebezpečný jako .....

## ANOTACE

<b>Jméno a příjmení:</b>	Aleš Gróf
<b>Katedra:</b>	Katedra českého jazyka a literatury
<b>Vedoucí práce:</b>	Mgr. Kamil Kopecký, Ph.D.
<b>Rok obhajoby:</b>	2011

<b>Název práce:</b>	Mediální stereotypy u žáků 2. stupně základní školy
<b>Název v angličtině:</b>	Media Stereotypes by Pupils on 2nd Grade of Primary School
<b>Anotace práce:</b>	Bakalářská práce je zaměřena na mediální stereotypy a jejich užívání u žáků 2. stupně základní školy. Teoretická část práce se zabývá obecnou problematikou mediálních stereotypů a rozdělením na jejich druhy. Velký prostor je věnován stereotypům národnostních a etnických menšin. Praktická část obsahuje dotazníkové šetření, které se zabývá zjištěním míry užívání mediálních stereotypů u žáků na 2. stupni základní školy.
<b>Klíčová slova:</b>	Média, masmédia, mediální stereotypy, předsudky, gender, národnostní menšiny, sociolingvistický výzkum.
<b>Anotace v angličtině:</b>	The Bachelor Degree Thesis focuses on 'Stereotypes in Mass Media' and their using by students in the second stage of Primary school in Czech Republic. The theoretical part of this thesis is focused on general issues in mass media stereotypes and divides them into various types. Large part of this thesis is concentrated on stereotypes connected with national and ethnical minorities. The practical part includes questionnaire survey. The aim of this questionnaire survey is to find out how widely are these stereotypes used between students in the second stage of primary school in Czech Republic.
<b>Klíčová slova v angličtině:</b>	Media, mass media, media stereotypes, prejudices, gender, national minority, social-linguistic research.
<b>Přílohy vázané v práci:</b>	Dotazník
<b>Rozsah práce:</b>	48 stran
<b>Jazyk práce:</b>	český jazyk