

D i p l o m o v á p r á c e

**REFLEXE VÝSKYTU A PODMÍNEK ZAŘAZOVÁNÍ SOCIÁLNÍCH TÉMAT DO
ZPRAVODAJSKÝCH REPORTÁŽÍ REGIONÁLNÍCH TELEVIZÍ**

Vedoucí práce: Mgr. Lucie Maliňáková

Autor práce: Ondřej Alexandr Kronika

Studijní obor: Etika v sociální práci

Ročník: druhý

2013

Prohlášení:

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracoval samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury. Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění, souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

Datum.....

Podpis.....

Děkuji vedoucí diplomové práce Mgr. Lucii Maliňákové, za cenné rady, připomínky, motivaci i nápady, bez kterých by tato práce nemohla vzniknout. Za konzultace v rámci etického rozměru práce děkuji doc. Jindřichu Šrajerovi, Dr. Theol. Za podporu děkuji rovněž i své rodině a přátelům.

Obsah:

Úvod	8
1. Etika	11
1.1. Etika – vymezení pojmu	11
1.2. Morálka	12
1.3. Možné členění etiky	13
1.4. Mravnost	15
1.5. Svědomí	16
1.6. Normy	17
1.7. Hodnoty	18
1.8. Profesní etika	20
1.8.1. Etický kodex	20
1.9. Souhrnný závěr	21
2. Sociální práce	22
2.1. Sociální práce – vymezení pojmu	22
2.2. Zaměření sociální práce	23
2.3. Sociální fungování	23
2.4. Paradigmata sociální práce	24
2.4.1. Paradigma první: sociální práce jako terapeutická pomoc	24
2.4.2. Paradigma druhé: sociální práce jako reforma sp olečenského prostředí	25
2.4.3. Paradigma třetí: sociálně právní pomoc	25
2.5. Životní situace	26
2.6. Vývojová dilemata sociální práce	26
2.7. Etika v sociální práci	29
2.7.1. Etická dilemata v sociální práci	29
2.8. Možné členění sociální práce	30
2.8.1. Členění dle publikace Sociální práce v praxi	31
2.10. Souhrnný závěr	38
3. Média	40
3.1. Média – vymezení pojmu	40
3.2. Vliv médií ve společnosti	40
3.3. Možné funkce médií	41
3.4. Možná členění médií	42

3.4.1. Vymezení televizního média	44
3.5. Zpravodajství	44
3.5.1. Možné podoby zpravodajství	45
3.5.2. Zdroje zpravodajství	46
3.5.3. Charakteristické znaky zpravodajství	46
3.5.4. Zpravodajské hodnoty	47
3.6. Fenomén morální paniky	49
3.7. Etika ve zpravodajství	51
3.7.1. Etický kodex novinářů	53
3.8. Televizní zpravodajství	54
3.8.1. Regionální televizní zpravodajství	55
3.9. Televizní reportáž	55
3.9.1. Struktura televizní reportáže	56
3.10. Regionální televize působící v jižních Čechách	57
3.10.1. Jihočeská televize	57
3.10.1. 1. TV zprávy	58
3.10.2. R1 Jih	58
3.10.2.1. Regionální zpravodajství Jižní Čechy a Vysočina	59
3.10.3. Jindřichohradecká televize	59
3.10.3.1 Jindřichohradecký zpravodajský magazín	60
3.11. Souhrnný závěr	60
4. Sociální práce a média	62
4.1. Vztah sociální práce a médií	62
4.2. Média v kontextu paradigmat sociální práce	62
4.3. Média v kontextu vývojových dilemat sociální práce	64
4.4. Média jako nástroj profesního růstu	64
4.5. Média jako zprostředkující faktor mezi společností a sociální prací	65
4.5.1. Mediální význam na utváření veřejného povědomí o sociální práci	65
4.5.2. Mediální podpora při snaze sociální práce změnit společnost	66
4.6. Sociální práce ve zpravodajství	67
4.6.1. Prezentace sociální práce v kontextu morální paniky	67
4.6.2. Sociální práce v kontextu zpravodajských hodnot	68
4.7. Souhrnný závěr	69
5. Metodologie	70

5. 1. Metodologické ukotvení práce	70
6. Výzkumné zaměření práce	70
6. 1. Představení výzkumu práce	70
6. 2. Cíle výzkumu	72
7. Kvantitativní část výzkumu	75
7.1. Představení výzkumné metody	75
7.2. Představení výběrového souboru	75
7.3. Představení integrované části výzkumu	76
7.3.1. Analýza počtu reportáží ve zkoumaných televizích v letech 2009 - 2010	76
7.3.2. Analýza obsahu reportáží ve zkoumaných televizích v letech 2009 – 2010	77
7.4. Stanovení hypotéz	78
7.4.1. Argumenty pro stanovení hypotéz	78
7.5. Postup kvantitativního výzkumného šetření	79
7.6. Kategorizace kvantitativního výzkumu	80
7.6.1. Kategorie sociální oblast	80
7.6.2. Ostatní kategorie reportáží	81
7.6.3. Podrobná kategorizace sociální oblasti	83
7.7. Prezentace výsledků kvantitativního výzkumu	84
7.7.1. Jihočeská televize	84
7.7.1.1. Analýza počtu reportáží se sociálním obsahem	84
7.7.1.2. Analýza témat reportáží se sociálním obsahem	85
7.7.2. R1 Jih	86
7.7.2.1. Analýza počtu reportáží se sociálním obsahem	86
7.7.2.2. Analýza témat reportáží se sociálním obsahem	87
7.7.3. Jindřichohradecká televize	88
7.7.3.1. Analýza počtu reportáží se sociálním obsahem	88
7.7.3.2. Analýza témat reportáží se sociální obsahem	88
7.8. Souhrnný závěr výsledků kvantitativního šetření a verifikace hypotéz	90
8. Kvalitativní část výzkumu	95
8.1. Představení výzkumné metody	95
8.1.1. Představení metody transkripce	95
8. 2. Představení výzkumného vzorku	96
8.3. Užití výsledků kvantitativní části šetření pro kvalitativní aspekt výzkumu	96
8.4. Formulace výzkumných otázek	97

8.4.1. Argumenty pro formulace výzkumných otázek	97
8.5. Okruhy otázek pro rozhovor	99
8.6. Etický rozměr výzkumu	100
8.7. Postup kvalitativního výzkumného šetření	100
8.8. Tvorba a popis kategorií v kvalitativním výzkumu	101
8.9. Interpretace výsledků kvalitativního výzkumu	104
8.9.1. Spolupráce televizí s dalšími subjekty	104
8.9.2. Zdroje námětů pro reportáže	106
8.9.3. Upřednostňování témat pro reportáže	106
8.9.4. Spokojenost s tematickým rozložením veškerých témat	108
8.9.5. Zhodnocení výskytu reportáží sociálních oblastí	109
8.9.6. Zhodnocení témat reportáží sociálních oblastí	109
8.9.7. Nevhodnost prezentace sociálních témat	110
8.9.8. Důvody pro prezentování sociálních témat	113
8.9.9. Rozpor profesních hodnot a vlastního přesvědčení	115
8.9.10. Možná řešení rozporu profesních hodnot a vlastního přesvědčení	116
8.10. Souhrnný závěr výsledků kvalitativního šetření a zodpovězení výzkumných otázek	117
8.10.1. Podle čeho se redaktoři orientují při výběru témat pro zpravodajské zpracování?	117
8.10.2. Co je příčinou nízkého výskytu reportáží se sociální tematikou?	118
8.10.3. Jaká kritéria ovlivňují výběr témat ze sociálních oblastí?	119
Diskuze	121
Závěr	131
Seznam užitých literatury	132
Seznam užitých elektronických zdrojů	135
Seznam ústních sdělení	136
Seznam tabulek	137
Seznam obrázků	138
Seznam grafů	139
Seznam příloh	141

Úvod

Reflexe výskytu sociální témat ve zpravodajských reportážích regionálních televizí v letech 2009 – 2012 je diplomová práce, která formou smíšeného výzkumu zkoumá výskyt sociální oblasti coby mediálně prezentovaného obsahu, také poměr této oblasti vůči ostatním tématům odvysílaných v televizním zpravodajství, jakož i kritéria která ovlivňují výběr reportáží do zpravodajských relací.

Výzkumným souborem budou tři regionální televize, které působí na jihu Čech. V rámci kvantitativní části šetření se výzkum bude soustředit na databáze reportáží odvysílaných televizemi v letech 2009 – 2012. Za užití obsahové analýzy kvantitativní výzkum určí, kolik reportáží se vždy v jednotlivých letech věnovalo sociální oblasti. V relativních hodnotách práce vymezi poměr výskytu vůči celkovému počtu prezentovaných zpráv. Následně si práce klade za cíl zjištěný počet reportáží se sociální tematikou rozčlenit do jednotlivých kategorií a určit, která z oblastí sociální práce je prezentovaná více, a která méně.

Kvalitativní část výzkumu, která naváže na šetření kvantitativní, bude zjištěné informace konfrontovat se zástupci jednotlivých redakcí. Zde budou výzkumný vzorek činit redaktorky televizí, jednat se bude o tři osoby. Ty by za užití polostrukturovaného rozhovoru měly objasnit redakční chod, způsob pracovní dynamiky zkoumaných médií. Na popředí těchto obecných informací by mělo být možné vymezit kritéria, která mohou primárně ovlivňovat právě i výběr sociálních témat k prezentaci a stejně tak práce díky těmto údajům zkusí zjistit, co je příčinou nízké prezentace sociálních tématik, jak bude vymezeno i v úvodních teoreticky zaměřených kapitolách na základě odborných zdrojů.

Etický aspekt výzkumu bude zasazen právě do kvalitativní části šetření, konkrétně zde zkusí objasnit, zdali osobní hodnotová orientace redaktorů, případně jejich zájmy a přesvědčení o potřebnosti prezentace sociálních témat se může zasadit o větší prezentace této problematiky a to i navzdory hodnotám zpravodajským, které (jak o nich bude pojednávat teoretické ukotvení práce) jsou spíše proti výběru sociálních témat pro zapracování do mediálních obsahů.

Práce tak jednak na základě výpovědi respondentek a jednak i na základě teoretických kapitol představí určitý rozpor, kdy na jedné straně profesionální hodnoty redaktorů mohou působit proti případným osobním přesvědčením a postojům. Výzkum tak zkusí zjistit, zdali

mohou vzniknout taková dilemata a pokud ano, jakým způsobem je redaktoři řeší, či řešit mohou. Výzkum zkusí objasnit například i to, jestli aspekt svědomí má svoji roli při takovém rozhodování.

Diplomová práce tak v kontextu etického rozměru ukáže, zdali je pro prezentaci sociální oblasti obrazovým médiem více významná osobní etika anebo etika profesní, která právě v případě redaktorského povolání hovoří o zpravodajských hodnotách a profesních zásadách, kterých by se měl novinář držet.

V rámci teoretických kapitol se práce bude samostatně snažit představit právě oblasti médií, sociální práce a etiky coby samostatných oborů. Tyto kapitoly by měly posloužit jako odrazový můstek pro praktikum práce. Poslední z teoretických kapitol pak bude patřit přímo vztahu sociální práce a médií, případně potřebnosti prezentace tohoto tématu, jakož i představení důvodů, které této prezentaci ve větší míře brání. I tato kapitola poslouží výše zmíněnému, stejně jako ke stanovení hypotéz pro kvantitativní část výzkumu.

Výstupy kvantitativního aspektu šetření pak poslouží jak pro stanovení výzkumných otázek, tak pro formulaci otázek pro rozhovor s respondentkami.

Práce bude psána se snahou o maximální provázání jednotlivých kapitol, tak aby nedošlo ke zbytečnému zahlcení textu zbytečnými informacemi. Nicméně obory sociální práce a médií se na první pohled mohou vůči sobě jevit jako oblasti od sebe vzdálené. Proto se nelze vyhnout ani obecným charakteristikám oborů.

Zadání práce bylo zvoleno s ohledem na profesní zaměření autora, stejně jako kvůli tématu předchozí bakalářské práce, na niž tato diplomová práce do značné míry navazuje.

Právě již v rámci bakalářské práce jsem se coby autor věnoval vztahu médií a sociální práce, který si dle mého názoru zasluhuje větší pozornost. V rámci vlastních studií sociální práce (jak v oboru bakalářském, tak v navazujícím) a stejně tak i s ohledem na bývalé zaměstnání ve sféře sociální práce si uvědomuji potřebnost toho, aby byl tento obor více integrován do společnosti, aby se u většiny lidí utvářelo pozitivní povědomí o sociální práci, která s ohledem na cílové skupiny klientů povětšinou pracuje s právě jen z „okrajem“ společnosti a společnost většinou mívá.

Mediální prezentace sociální práce může být dle mého mínění správnou cestou jak přispět k integraci sociální práce a vytvoření kladných názorů u těch lidí, kteří do kontaktu s tímto oborem nepřišli.

Z pozice aktuálního zaměstnání redaktora vnímám ještě jeden potřebný důvod, proč se medializování sociálních tématik věnovat. Pokud jsou média v dnešním světě zrcadlem společnosti, jejích norem a hodnot, měla by média svůj záběr směřovat k celé společnosti, nikoliv jen k vybraným oblastem a oblastem jiné pak odsouvat mimo vlastní pozornost. Domnívám, se že právě k tomuto „přehlížení“ v určité míře dochází právě i u sociální práce a tento můj dojem potvrdil i výzkum v bakalářské práci před dvěma lety.

Nyní na šetření hodlám navázat. Zmapovat případné změny a původní výzkum, který měl kvantitativní podobu rozšířit o aspekt kvalitativní, jak již bylo zmiňováno výše.

Doufám, že výsledná podoba práce bude přínosem jak lidem působícím na poli sociální práce, tak těm, kteří se pohybují v médiích.

1. Etika

1.1. Etika – vymezení pojmu

Původ samotného slova etika je dle Thompsona (in Thompson, 2004) možné nalézt v řeckém slově „ethos“. To je možné interpretovat jako pravidlo anebo zvyklost, ale také jako mrav anebo jako charakter. (Thompson, 2004)

Anzenbacher (in Anzenbacher, 2004) pak vidí původ etiky coby slova v podobném řeckém slově, tedy „ethikos“, jehož význam lze chápat jako nauku o obyčejích anebo o mravech. (Anzenbacher, 2004)

Také Jankovský (in Jankovský, 2003) totiž odkazuje na etymologický původ etiky v řeckém „éthos“ a dodává, že v původním slova smyslu totiž ethos znamenal stáj a ve vztahu vůči člověku pak společné místo (myšleno místo na bydlení) dané určitým společenstvím či původem, kde se ve vzájemných vztazích vytvářely společné obyčeje, mravy závazné nejen pro celek ale i pro jednotlivce. (Jankovský, 2003)

Již z etymologického základu etiky je tedy možné určit, že se jedná o disciplínu, která se soustřeďuje na lidské jednání ve společnosti. Chování lidí z velké části vzniká a z části ještě větší je podmíněné interpersonálními vztahy se svým okolím. Každá situace, každý krok a projev lidského života vyvolává ve společnosti určité odezvy, které na daného jedince zpětně působí. Utvářejí se tak mezi lidmi pravidla, normy. Zákony psané i nepsané, které výrazně určují orientaci každého jedince, podmiňují jeho rozhodování a chování. Jako takové základní pravidlo je možné chápat motiv dosáhnout žádoucího chování a tomu nežádoucímu se vyhnout. (Anzenbacher, 2004)

Etika tedy studuje lidské chování. Podle Jankovského (in Jankovský, 2003, str. 21) se: „jedná o nauku zabývající se správným (obvyklým) jednáním v lidském společenství.“ Jankovský etiku chápe jako filosofickou disciplínu, která se především za pomoci racionálního zhodnocení snaží objevovat a poukazovat na platné principy, podle nichž je možné určit, co je správné a co nesprávné. (Jankovský, 2003)

1.2. Morálka

Jako o každé vědě, je možné i o etice, coby vědecké disciplíně, hovořit až v tom momentě, kdy má jasně vymezený svůj předmět. Tím je podle Jankovského (in Jankovský, 2003) morálka. (Jankovský, 2003)

Morálka jako slovo má etymologický původ v latinském „mos“, který lze interpretovat jako zákon anebo pravidlo, ale také i jako mrav a vůli anebo charakter. Matoušek (in Matoušek, 2003a) charakterizuje morálku jako: „systém regulativů, který je založen na rozlišení správného a nesprávného, schopnosti rozlišovat dobro a zlo a v těchto intencích jednat – včetně transformace do oblasti hodnot, norem, vzorů, postojů a jednání.“ (Matoušek, 2003a, s. 21)

Dorotíková (in Dorotíková, 2005) morálku prezentuje na uvažování a rozhodování každého člověka. Představit ji lze také na ideálech a hodnotách společnosti. Právě z nich si každá kultura vytváří vlastní pravidla a zásady, které vymezují určité činy jako dobré a jiné jako zlé. (Dorotíková, 2005)

Zatímco etika hodnotí chování druhých podle toho, zdali je dobré anebo zlé, její předmět, tedy morálka, porovnává jednání s lidským svědomím. Podle Matouška (in Matoušek, 2003a) je etika přímo teorií morálky. Matoušek ji rovněž chápe jako vědu o morálce coby o aspektu života společenského člověka, o jeho původu a podstatě jeho morálního vědomí a jednání. Etika se zabývá studiem morálky a odůvodněním morálního jednání. (Matoušek, 2003a)

Seknička (in Seknička, 2007) vymezil vztah etiky a morálky tím, že je postavil do pomyslného protipólu. Na jedné straně je etika, která určuje ideální, obecně platné správné chování, zatímco na straně druhé je subjektivní morálka, která se ovšem může projevat neetickými činy. Morálka je tak zásadní determinantou toho, jak se lidé chovají. Etiku pak chápe jako filosofickou vědu, která právě toto chování zkoumá. (Seknička, 2007)

Rovněž podle Jankovského (in Jankovský, 2003) je etika filosoficky zaměřená disciplína. Zabývá se morálkou, zkoumá, zda je chování morální a hodní jej podle různých hodnot a norem. Tato porovnávací kritéria může etika získávat například z filosofických směrů (například pro hédonismus byly hodnotné smyslovéžitky, etika stoiků naopak stojí na odříkání) – pak se hovoří o etice filosofické. (Jankovský, 2003)

1.3. Možné členění etiky

Etiku je ovšem možné chápat ještě jinak než filosoficky. Trochu jiné pojetí má etika teologická, anebo náboženská. Etik v pojetí filosofickém se drží v kategoriích rozumu a světských záležitostí. Etika ve filosofickém pojetí se často opírá o teze, že morální jednání se s ohledem na blaho společnosti vyplácí. Etiku filosofickou je tak možné chápat jako etiku ve vztahu vůči společnosti. (Despinoza, 2006)

Etika náboženská je oproti tomu vnímaná jako etika ve vztahu vůči Bohu. Její snahou je poukázat na fakt, že mnoho věcí dostal člověk od vyšší moci relativně zadarmo, a že adekvátní odezvou člověka na tyto dary je vděčnost a zodpovědnost vůči Bohu. (Despinoza, 2006)

V křesťanském náboženství tato vděčnost spočívá ve správném, tedy etickém chování, které je odpovědí Bohu například za vlastní život, zdraví, spokojenost svou i svých bližních. (Despinoza, 2006)

Stejně jako filosofická etika, drží se i etika teologická na úrovni racionálního uvažování. Navíc se ale inspiruje tradicí. Opírá se například o biblické encykliky, o zjevení, kterým pak svou podobu dotváří. Lze říct, že etika teologická je o tento rozměr bohatší než etika filosofická, a že začíná tam, kde jiné etické vědy končí.

Podle Jankovského, (in Jankovský, 2003.) je možné etiku: „rozlišovat z více hledisek. „V případě, že si člověk (popřípadě společnost) sám vymezí etické zásady, jedná se o etiku autonomní. Jsou-li etické zásady stanoveny z vnějšku (společenskou autoritou, popřípadě Bohem, např. dekalog), jde o etiku heteronomní.“ (Jankovský, 2003, s. 23)

Etiku je možné členit ještě na sociální a individuální. Individuální etika se soustřeďuje na jednotlivé osoby, jejich motivy a vztah k druhým lidem i k hodnotám. Zaměřuje se i na jejich konání, které je možné vztáhnout na jejich osobní odpovědnost. (Anzenbacher, 2004)

Individuální etika se snaží určovat takové normy chování, podle kterých je možné se řídit v rámci individuálního chování v určitých situacích a v určitých oblastech života. (Anzenbacher, 2004)

Etika sociální hodnotí oproti tomu sociální útvary, například jejich spravedlnost a řádné fungování. Hovoří se zde o oblastech, institucích, organizacích a skupinách, které sdružují a upevňují interakce jednotlivých lidí. Sociální etika se zaměřuje na výstupy útvarů, které vznikly ve společnosti. Vztahuje etické otázky například ke společenským rozdílům, problémům chudoby a válek. (Anzenbacher, 2004)

Podle Bankse (in Banks, 2001) lze z filosofického hlediska také etiku rozdělit do tří skupin:

- 1) Metaetika je první skupinou a lze jí chápat jako vědu zaměřenou na svůj vlastní předmět. Například se v metaetice zkoumá jazyk etiky, tříbí se terminologie a ustaluje se význam slovům, s jakými etika operuje. Zkoumá se, jak a v jakých případech se užívají pojmy jako svědomí anebo dobro. (Banks, 2001)
- 2) Normativní etiku pak je možné chápat jako vědu, která se ptá, jak má člověk jednat. Její snahou je zodpovězení morálních otázek. Snaží se zodpovědět, jak by se člověk měl chovat v daném kontextu. Jak a především podle čeho by se měl rozhodovat. Vymezuje tedy hodnoty, podle kterých je dobré jednat, a na jejich základě pak určuje normy. Příkladem toho mohou být etické kodexy, které stojí na určitých hodnotách. Těmito etickými principy si normativní etika snaží zdůvodňovat své odpovědi. (Banks, 2001)
- 3) Deskriptivní etika pak popisuje jak chování lidí v určité situaci, tak jejich motivy jakoby s odstupem. Deskriptivní etiku lze dobře vymežit ve vztahu vůči etice normativní. Zatímco ta se zaměřuje na to, co by se ve společnosti „mělo být“, etika deskriptivní poukazuje již na to, co ve společnosti „je“. (Banks, 2001).

Z normativní etiky vychází ještě etika aplikovaná. Ta se věnuje například otázkám správnosti euthanasie anebo sebevražd, genového inženýrství anebo potratů. (Anzenbacher, 2004).

Vedle těchto oblastí se aplikovaná etika věnuje zvláště určitým profesím, kde ji lze spatřovat zejména v etických kodexech. Do aplikované etiky tak patří etika lékařů, sociálních pracovníků, psychologů, ale i novinářů anebo soudců. (Anzenbacher, 2004).

Oblasti profesní etiky se samostatně věnuje jedna z následujících kapitol, konkrétně kapitola 1.8.

1.4. Mravnost

Vedle morálky působí v rámci etického zkoumání správnosti lidského chování ještě další důležitý pojem, kterým je mravnost. Pokud se etika ptá po obecně platném správném chování a morálka pak toto vymezuje, mravnost se pak vztahuje ke správnosti chování, přesněji k tomu, jak (a pokud vůbec) správnost vnímá subjektivně každý člověk, pokud je jeho chování v souladu s morálkou, jedná se o chování mravní. (Jankovský, 2003)

O mravním chování lze hovořit tehdy, kdy člověk jedná jak v souladu se svým svědomím (podobně jako u morálky), tak v souladu přímo s etickou správností. Mravné je tedy možné chápat jako eticky správné. Mravnost se tedy snaží vymezit, jak se člověk staví k mravním pravidlům. (Jankovský, 2003)

Dle Jankovského (in Jankovský, 2003) je tedy o mravním chování možné hovořit tehdy, když člověk při svém jednání zohledňuje úctu a důstojnost nejenom vlastní. V případě mravního chování člověk může například zohledňovat dobro ostatních na úkor vlastního. (Jankovský, 2003)

Rovněž Dorotíková (in Dorotíková, 2005) vnímá mravnost v chování především ve schodě jednání jak s požadavky společnosti, tak s intrapsychickými procesy. Vedle důležitosti svobodné volby člověka ovšem hovoří i o jeho odpovědnosti. (Dorotíková, 2005)

Pro příklad se Dorotíková obrací k chování zvířat, u jakých není možné hovořit o mravnosti, jelikož zde schází svobodný výběr v chování, zhodnocení různých možností, stejně jako zhodnocení sebe sama (Dorotíková, 2005)

Anzenbacher (in Anzenbacher, 2001) vnímá zdroj mravnosti v mravních principech a teologických autoritách. Zohledňuje ovšem i přirozený zákon, který má člověk sám v sobě. (Anzenbacher, 2001)

Pokud jedinec jednal v rozporu se svým svědomím, došlo u něj k disonanci mezi vlastním činem a hodnotami, anebo vlastním činem a hodnotami ostatních lidí. Mravnost tak podle

Anzenbachera určuje morální zásady každého člověka, ty determinují jeho jednání, které je následně hodnoceno jak interně (svědomí) tak z vnějšku (posouzení druhých). (Anzenbacher, 2001).

Bláha (in Jankovský, 2003) vymezil tři komponenty mravnosti.

Vyšším řádem je první Bláhovou komponentou (in Jankovský) a stojí nad externími zdroji mravnosti, o kterých se zmiňuje i Anzenbacher. (in Anzenbacher, 2001) „Co je někde samozřejmostí, může být v jiných podmínkách a na jiném místě naprosto nepřípustné. Vyšší řád by měl tedy reprezentovat obecně přijatelné duchovní, právní a mravní principy, např. v tom směru, že je zapotřebí respektovat právní řád a že by nikdo neměl vykonávat spravedlnost jen podle svého vlastního názoru.“ (Jankovský, 2003 s. 30).

Pod činem si lze dle Bláhy představit praktický akcent etiky. Jelikož je etika považována za praktickou vědu, nestačí v ní pracovat s teoriemi, byť je tato činnost sama o sobě také důležitá. Skutečně významné ale je, zda li se lidé řídí právě etickými zásadami, jak a podle čeho jednají. (Jankovský, 2003)

1.5. Svědomí

O svědomí, coby třetí Bláhově komponentě mravnosti, je možné hovořit jako o samostatném, významném etickém pojmu. Svědomí, jak o něm hovoří filosofický slovník, je možné chápat jako nejvyšší projev morální sebekontroly. V etice si tento pojem vymezuje samostatnou oblast. (Frolov, 1982)

Na svědomí lze nazírat z různých pohledů. Například podle Kanta je svědomí atributem vědomí, důsledkem předchozích skutku a z nich utvořených zkušeností každého člověka. (Anzenbacher, 2001).

Jankovský (in Jankovský, 2003, s. 31.) na svědomí nazírá jako na „pozoruhodný fenomén lidského vědomí, které je samo o sobě zcela výjimečným jevem.“ Svědomí dále člověku umožňuje morální hodnocení vlastního jednání. (Jankovský, 2003)

Svědomí tedy výrazně podmiňuje lidské chování, dokonce i takové, které ve výsledku nemusí být dobré. Omylnost svědomí může pramenit z různých příčin; je možné uvést

předsudky a zažité postoje, vliv emocí na racionální uvažování. Přehlížení faktů, které by mohly vyvolat vnitřní konflikty, ale i nedostatek informací. (Anzenbacher, 2001)

Svědění je také možné členit. Znamé je dělení svědomí na svědomí před činem a po činu (nebo také svědomí předchozí a následné). Svědomí před činem motivuje chování a má vliv na rozhodování. Svědomí po činu oproti tomu hodnotí již vykonané jednání. To, pokud je vyhodnoceno jako nesprávné, vzniká pocit špatného svědomí, které ovšem v budoucnu člověka varuje před podobným jednáním. (Anzenbacher, 2001)

Svědění je také možné členit na správné a mylné. Správné svědomí je v souladu s tímto pojetím, mylné nikoliv. (Anzenbacher, 2001)

U mylného svědomí tak lze pozorovat určitou disonanci. Na jedné straně člověku jeho svědomí motivuje k činu, který je objektivně chápán jako špatný, na druhé tento člověk jedná v souladu s tím, co on sám chápe, jako správné. Správné svědomí pak představuje shodu, a je možné jej vnímat jako určité žádoucí pravidlo jednání. Aby člověk mohl dosáhnout správného svědomí, je potřeba své svědomí vzdělávat, nabývat na mravních vědomostech. To lze chápat jako cestu, díky které se svědomí člověka dostane do shody s objektivním pojetím mravnosti. (Anzenbacher, 2001)

1.6. Normy

Ze vztahu mezi výše vymezenými etickými pojmy, lze vymezit i pojem další, tedy normy. Jankovský (in Jankovský, 2003, s. 45) říká, že: „Nutnou podmínkou lidsky důstojného a funkčního soužití ve všech sférách společnosti je přechod od subjektivní morality, tedy rozlišování mezi morálně dobrým (tj. tím, co se shoduje se svědomím) a zlým (co je v rozporu se svědomím), k mravnosti, což je schopnost rozlišovat mezi mravným (tj. odpovídajícím normě a mravům) a nemravným (v rozporu s normou a mravy).“ Svědomí člověka tedy respektuje jak mravy, tak společenské normy. (Jankovský, 2003)

Člověk se s normami sžívá prostřednictvím určitého sociálního tlaku, který může mít nejrůznější podoby. Normy umožňují člověku orientaci ve světě, udávají řád. (Jankovský, 2003)

Jankovský vnímá jako důležité rozlišovat normy mravní a normy právní. „Za mravní normu je většinou považováno jakési „nepísané pravidlo“, které platí v určité společnosti, popřípadě v dané společenské skupině (např. národní, kulturní, sociální nebo profesní).“ (Jankovský, 2003, s. 46)

O normě právní se hovoří v případě, kdy je již vyhlášena určitým příslušným veřejně oprávněným orgánem. Zatímco plnění mravních norem je záležitostí „pouze“ svědomí a chování každého jednotlivce, plnění norem právních je podmíněno zákonem a jejich porušování je vnímáno jako trestné. (Jankovský, 2003).

Existuje ještě další členění norem. Hovořit lze například ještě o normách sociálních, které dávají řád společenskému životu. (Jankovský, 2003)

1.7. Hodnoty

Slovník filosofie (in Sokol, 1989, str. 303) vymezil hodnotu jako: „obecný pojem pro všechno, čeho si ceníme nebo vážíme jako takového, ne jako prostředku k něčemu jinému. To, co je vzácné, čemu se člověk věnuje, za čím je ochoten jít, něco obětovat.“ (Sokol, 1989)

Podle Skoblíka (in Skoblík, 2004) byly ctnosti a vůbec správné konání ve významu oné správnosti a dobra vždy předmětem filosofického zájmu. Zejména pak lze toto spatřovat ve filosofii 19. století. Nicméně už ve starém Řecku se už například Aristoteles pokusil o vymezení dobra, které rozčlenil na dobro příjemné, užitečné a počestné. (Skoblík, 2004)

S pojmem hodnota začal operovat Rudolf Hermann Lotze. Snažil se tímto pojmem vyjádřit, co je determinantou našeho posuzování. Většina filosofických (a samozřejmě rovněž etických) pojmů mají vlastnost anebo fluidum absolutní povahy (např. dobro a zlo, neřest a ctnost). Výsledky hodnocení ovšem mají povahu více flexibilní, kterou lze určitým způsobem stupňovat (něco může být hodnotné méně, něco více, něco je více dobré, něco méně). (Dorotíková, 1998)

Právě hodnoty jsou podle Lotze v rámci lidského chování tím, co určí, jaké cíle je dobré dosáhnout (ten bude mít hodnoty kladné), či jakým alternativám je radno se vyhnout (ty budou oplývat hodnotami zápornými). (Sokol, 1989)

Etika vnímá hodnotu jako zásadní determinantu lidského chování. Pokud člověk jedná mravně, snaží se přiblížit hodnotám společnosti i svým vlastním. Pro etiku jsou tedy hodnoty rovněž určitou formou povinnosti, a to povinnosti jednat v souladu s tím, co je vnímáno jako hodnotné. (Skoblík, 2004)

Psychologie hodnoty považuje jako obecné a víceméně stabilní determinanty, anebo regulátory určitého vztahu mezi jedincem a objektem jeho vlastního prožívání. Takto jsou hodnoty ponejvíc reprezentovány na určitých postojích. (Cakirpaloglu, 2004)

Hodnoty jsou propojeny s postoji člověka. Každý jeden postoj se totiž odvíjí a zároveň reaguje na určitý objekt. Pokud dáváme najevo postoj, který se vztahuje k určité věci, souběžně tuto věc hodnotíme svým postojem. Objektu určujeme anebo stvrzujeme jeho hodnotou. (Nakonečný, 2009)

Jelikož se etika ptá po dobrém jednání, mohou i v jejím kontextu hodnoty představovat jakýsi ukazatel. Podle Skoblíka lze význam dobra a hodnot vysvětlit právě vědomě zváženou cestou vedoucí k eticky správnému cíli. (Skoblík, 2004)

V rámci života si každý člověk vytváří vlastní stupnici hodnot a to jak vědomě či nikoliv. Hierarchické uspořádání hodnot se projevuje v daných životních situacích. Cit pro určité hodnoty a stejně tak jejich uspořádání je projevem osobnosti každého člověka. Utváření hodnot je proces celoživotní a podílejí se na něm všechny složky lidské existence. (Cakirpaloglu, 2004)

Hodnoty nejsou pouze individuální záležitostí. Fungující společnost vždy určuje vyšší hodnoty, které nelze zpochybňovat a které představují stálý opěrný bod pro každého člověka. (Dorotíková 1998)

Přestože mnohé hodnoty jsou determinovány subjektivním zhodnocením a postoji, pojmy jako spravedlnost, věrnost a obětavost je možné chápat vždy a objektivně jako hodnotné, bez ohledu na to, zdali je jedinec uznává či nikoliv. (Dorotíková 1998)

Sokol (in Sokol, Pinc, 2004, s. 101) vymezil zásadní charakteristiku hodnot: „Hodnoty se nikdy neukazují jen tak ‚jako takové‘, nýbrž vždycky v ‚něčem‘ nebo na něčem‘. Tak nikdo nikdy neviděl ‚krásu‘, ale jen krásnou dívku, krásný les, krásnou sochu nebo automobil.“

Snadno lze zaměnit hodnotu samotnou a objekt, na kterém byla ukázána a pokud k takové záměně dojde, lidskou reakcí může být duplikace oné věci. Tím se ovšem nemnoží hodnota sama, která se naopak z původního objektu vytrácí. Pro hodnoty je rovněž zhoubná představa, že je lze hromadit. Při takovém úsilí se z člověka stává pouze sběratel. (Sokol, Pinc, 2004)

1.8. Profesní etika

V rámci jednotlivých oblastí lidských profesí určuje etika zásady jednání a normy a hodnoty, které determinují chování lidského působení ve specifických oblastech. Tehdy je možné hovořit o etice profesní, která aplikuje obecná ustanovení na určitou profesionální činnost. (Jankovský, 2003)

Profesní etiku je možné rozčlenit do dvou primárních úrovní a to na úroveň individuální a institucionální. Toto rozdělení se odvíjí od toho, nakolik jsou normy zakotvené v profesní skupině coby instituci (tehdy se hovoří o profesní etice institucionální) anebo zvnitřněné v jednotlivci, který v rámci určité profesní skupiny působí (profesní etika individuální). (Jankovský, 2003)

Morální pravidla jsou v rámci jednotlivých profesionálních činností seskupována do etických kodexů. Ty je pak možné chápat jako určitý jednotící prvek dané profese či profesní skupiny. Obsahuje obecná pravidla, která určují, kam až je možné v rámci etiky v profesním jednání zajít. (Jankovský, 2003)

1.8.1. Etický kodex

Dle Bankse (in Banks, 2001) etická pravidla také předepisují anebo zakazují určité chování. Etické předpisy jsou v obecné rovině také v interakci s primárními hodnotami společnosti, které jednak určují a jednak se od nich odvíjí. V rámci jednotlivých profesí pak etické principy obsažené v kodexu určují zásady člověka v jeho profesních vztazích (ať vůči kolegům, nadřízenému nebo klientovi). Principy obsažené v kodexu tak nabírají podobu toho, co je možné chápat jako etické chování v určité profesi. (Banks, 2001)

Etické kodexy se vedle utužování profesní integrity také zabývají hodnotami jednotlivce, jeho lidské důstojnosti. Podporují sebeurčení každého člověka a sociální spravedlnost. (Nečasová, 2001).

Dle Remišové (in Remišová, 1998) nabývají etické kodexy v poslední době na své důležitosti. Počátek expanze jejich významu je možné v České republice přiřadit k počátku demokratického režimu. (Remišová, 1998)

V různých profesních oblastech začala být stále více zjevná potřeba vymezit si etické normy členů profesní skupiny. (Remišová, 1998)

1.9. Souhrnný závěr

První část této práce měla ve svém cíli vymezit etiku prostřednictvím definic základních pojmů a stručné historie. Etika zde byla vymezena v kontextu filosofie i teologie rovněž i jako samostatný obor. Svůj tvar získala etika v této práci vymezením dalších pojmů jako morálnost a mravnost.

Definováno bylo několik způsobů, kterak je možné etiku členit. Následně pak byly popsány i další pojmy, s nimiž etika operuje, jako například svědomí a normy. K normám se budou vztahovat další kapitoly této práce (2.6., 4.3.). S pojmem svědomí pak operovalo zadání etického rozměru (kapitola 8.6.) výzkumu této práce.

Zvláštní důraz je pak kladen na kapitoly věnující se hodnotám a profesní etice, k nimž se nejvíce budou vztahovat další kapitoly (3.7., 4.6.1.) teoretické části a také i praktikum, zejména dílčí výzkumné cíle (6.2.) stanovené v rámci kvalitativního šetření, které se mimo jiné snaží reflektovat profesní etiku novinářů a jejich hodnotovou orientaci. Hodnotám se budou věnovat také další teoretické kapitoly. V další části teorie bude hovořeno i o hodnotách zpravodajských, ať již samostatně (3.5.4.) anebo právě v kontextu se sociální prací (4.6.2.).

2. Sociální práce

2.1. Sociální práce – vymezení pojmu

Na sociální práci je možné nazírat jako na vědní disciplínu, jakou určují a zároveň na ni působí sociálně kulturní spojitosti dané doby. Je tedy patrné, že snahu definovat sociální práci ovlivňuje celá řada fenoménů, které vystupují přímo z určitých společensko-kulturních systémů. (Matoušek, 2001)

Slovník sociální práce o tomto oboru hovoří jako o oboru společenskovědním, který se opírá nejenom o sociální soudružnost, již lze chápat popis, či charakteristiku různých skupin, pospolitostí či interakcí mezi nimi (lze si tak představit společenskou svornost mezi obyvateli určitého města, státu anebo celého světa). Sociální práce se soustředí i na naplnění potenciálů jednotlivců. (Matoušek, 2001) Od sociální práce není možné oddělit praktikum, které ve svém zaměření usiluje o vysvětlení nebo odhalení sociálních problémů a také o jejich vyřešení či zmírnění, a o zmapování jejich důsledků a také o jejich prevenci. (Matoušek, 2003a)

Sociální pracovníci se snaží pomáhat vlastním klientům sociálně se realizovat, nebo se zasadit o to, aby se ke společenskému uplatnění navrátili, pokud o tuto schopnost z důvodu kupříkladu životní krize nějakým způsobem přišli. (Matoušek, 2003a)

Sociální práce je podle Navrátila (in Navrátil, 2000) povolání, které je souběžně i profesí. Existuje tak tedy profesní komunita, jejíž snahou je regulace chování v oblasti lidského jednání. Pro působení v oblasti sociální práce je tak nutné získat určité vzdělání s patřičným obsahem, zároveň pak dodržovat profesní etiku a být členem profesní společnosti. (Navrátil, 2000)

V České republice působí Asociace poskytovatelů sociálních služeb České republiky (in Asociace poskytovatelů sociálních služeb České republiky, [online]) a dále pak Asociace vzdělavatelů v sociální práci a Společnost sociálních pracovníků. Tyto organizace se podílí na profesionalizaci sociální práce. (Navrátil, 2000)

Podle Navrátila (in Matoušek, 2001) také existuje celá řada autorů, kteří se někdy snažili definovat sociální práce, její obsahy, cíle či samotné pojetí oboru. Jenom některá z těchto určení nakonec dokázaly být užitečně využity při interpretaci sociální práce. Podle Navrátila (in Matoušek, 2001): „nejasnosti týkající se povahy, účelu, i kompetencí sociální práce nadále přetrvávají a v českých poměrech jsou navíc posilovány nedostatkem odborné diskuze.“ (Matoušek, 2001, s. 183)

2.2. Zaměření sociální práce

Thopson (in Navrátil, 2001, s. 11) náplň sociální práce definoval na základě obvyklé náplně tohoto oboru. Cíle pak následně vymežil:

- hodnocení potřeb a životních okolností jak těch, kteří o sociální pomoc sami požádali, tak i těch, kteří se setkávají se sociální prací z „vyšší moci“;
- poskytování nebo zprostředkování služeb, které mají pomoci zabezpečit identifikované potřeby;
- realizaci facilitativních a podpůrných aktivit na úrovni individua, rodiny, skupiny nebo komunity při zvládnání problémů;
- hodnocení stupně a povahy ohrožení, kterým je klient vystaven;
- navrhování a realizace a hodnocení ochranných plánů;
- zajišťování posudků pro jednání soudů;
- spoluúčast v multidisciplinárních týmech;
- zastupování a mediace;
- navrhování a realizace preventivních opatření;

Cíle sociální práce vymežili i Sheafor, Horejsi a Horejsi (in Matoušek, 2001). Podle nich je smyslem sociální práce: „1. Pomáhat jednotlivcům a sociálním systémům zlepšovat jejich sociální fungování a 2. Měnit sociální podmínky tak, aby chránily tyto jednotlivce a systémy před potížemi ve fungování.“ (Matoušek, 2001, s. 184).

2.3. Sociální fungování

Stejně jako výše vymezená zaměření sociální práce nelze ani sociální fungování coby termín chápat jinak než mnohoznačně.

Navrátil a Musil (in Matoušek, 2001) představili sociální fungování jako souhrn skutečností, které jsou důsledkem neustálé interakce jednotlivce a společnosti. Tato interakce zahrnuje očekávání, která má společnost bez ustání vůči jednotlivcům. Tato očekávání utváří předpoklad sociálních rolí, na které jsou jednotliví lidé následně nuceni reagovat. (Matoušek, 2001)

Podobnou definici představuje Barlettová (in Navrátil, 2001). Ta sociální fungování vnímá jako nepřetržité interakce, které probíhají mezi jednotlivcem a jeho požadavky vůči společnosti a společností s jejími očekáváními vůči jednotlivci. Tato interakce je podle Bartlettové (in Navrátil, 2000) výsledkem „lidského úsilí řešit situace, které mohou být vnímány jako sociální úkoly, životní situace nebo problémy života. Lidé prožívají tyto životní úkoly primárně jako tlaky ze svého sociálního prostředí. Odsud vycházejí dvě významné myšlenky: na jedné straně lidské zvládnutí a na straně druhé požadavky prostředí. Aby se tyto myšlenky mohly stát součástí jednoho celistvého konceptu, musí být vzájemně propojeny dimenzí, kterou postihuje myšlenka sociální interakce.“ (Navrátil, 2000, s. 16)

2.4. Paradigmata sociální práce

Vztah mezi sociálním fungováním a samotnou sociální prací podle Matouška (in Matoušek, 2001) vymezují právě paradigmata sociální práce. (Matoušek, 2001)

Podle Payena (in Matoušek, 2001) vykrytalizovaly napříč 20. stoletím v rámci sociální práce tři odlišné pohledy, jak na tento obor nahlížet. (Matoušek, 2001)

2.4.1. Paradigma první: sociální práce jako terapeutická pomoc

Sociální pomoc v kontextu tohoto paradigmatu má podobu především psychoterapie a to jak skupinové, tak individuální. V pojetí tohoto paradigmatu se sociální práce totiž zaměřuje zejména na pohodu člověka v rámci jeho duševního zdraví. (Navrátil, 2001)

Za primární nástroje prvního paradigmatu sociální práce je možné považovat komunikace a vztah. Sociální práce zde nachází vědní oporu v oblasti psychologie a psychoterapie. (Matoušek, 2001)

Zřetel je zde brán na dotaz, jakým způsobem je zvládání životních situací limitováno osobnostními deficity klienta. Pomoc se zde primárně soustředí na psychiku jedince, kde také sociální práce v rámci tohoto paradigmatu hledá případné příčiny problémů. Případně se pracuje i s důsledky osobnostních stavů klienta a to kvůli posílení či udržení jeho schopností adekvátně reagovat na očekávání od okolí. (Navrátil a Musil, [online])

2.4.2. Paradigma druhé: sociální práce jako reforma společenského prostředí

Sociální práci v rámci tohoto paradigmatu je možné vnímat jako snahu o přeměnu sociálního klimatu. Sociální fungování propojuje druhé paradigma s problematikou společenské rovnosti, která ovlivňuje různé aspekty života. (Matoušek, 2001)

Sociální práce se v rámci druhého paradigmatu snaží dosáhnout ideje společenské rovnosti především podporou vzájemné spolupráce a také solidarity. V náplni svého snažení usiluje sociální práce o to, aby sami klienti dokázali přispět k utvoření či změně nejrůznějších sociálních institucí. (Navrátil, 2001)

Sociální práce tak v rámci tohoto paradigmatu působí na určité skupiny, které mají k dispozici či mohou ovlivňovat zdroje a moc společnosti, a které s mocí a zdroji operují ve svůj vlastní prospěch. (Navrátil, 2001)

Oproti prvnímu a třetímu paradigmatu, kde se na sociální fungování, a psychosociální rozvoj působí především prostřednictvím komunikace a vztahu, je v rámci tohoto paradigmatu hlavním nástrojem především reforma společnosti. (Matoušek, 2001)

Druhé paradigma sociální práce tak vychází z vědních oborů politologie, sociologie, a filosofie. (Matoušek, 2001)

2.4.3. Paradigma třetí: sociálně právní pomoc

V kontextu třetího paradigmatu je možné sociální práci chápat jako sociálně právní pomoc. Pro sociální fungování klientů a jejich dispozice zvládat problémy je zde zásadní přístup ke službám a informacím. (Matoušek, 2001)

Navrátil (in Navrátil, 2001) uvádí, že: „Z metodického hlediska zde jde především o pomoc klientům prostřednictvím poskytování informací, kvalifikovaným poradenstvím,

zpřístupňováním zdrojů a mediací (zprostředkováním) další pomoci a služeb.“ (Navrátil, 2001, s. 16)

Sociální práce se v kontextu třetího paradigmatu komplexně opírá o právo, sociologii a psychologii. (Matoušek, 2001) Podle Epsteinové a Reida (in Navrátil a Musil, [online]) tak stojí zejména na: „poskytování informací, poradenství nebo zprostředkování potřebných služeb. Součástí praxe je také úsilí o postupné přizpůsobování společnosti a jejích institucí potřebám klientů.“ (Navrátil a Musil, [online], s. 25)

2.5. Životní situace

Od sociálního fungování a paradigmat sociální práce se odvíjí další, pro sociální práci důležitý pojem, a tedy životní situace. Navrátil a Musil (in Matoušek, 2001) tento pojem vymezují jako specifickou a především individuální konfiguraci životních okolností.

O individualitě lze dle Navrátila (in Navrátil, 2001) v tomto kontextu hovořit ve smyslu, že ani cíle sociální práce, ani její paradigmat, nemohou určit pro život klientů jasný odraz toho, jak by mělo vypadat jejich sociální fungování. „Osudy klientů však bývají zpravidla natolik specifické, že je obtížné „vtěsnat“ je do schémat, které paradigmat nabízejí. Pokud k takovému „vtěsnávání“ dochází nevědomky, děje se tak obvykle za cenu stereotypního uplatnění určitého modelu předpokladů a bariér sociálního fungování a opomenutí některé důležité okolnosti klientova života.“ (Navrátil, 2001, s. 14)

Termín životní situace může představovat také vlastní předmět intervence sociálního pracovníka. (Navrátil a Musil, [online])

Reflexe životní situace klienta anebo kategorizování klientů je prvním a zcela nezbytným krokem při volbě těch cílů a metod intervence, jaké mohou přispět ke změně životní situace klienta, posílit jeho schopnost zvládat požadavky prostředí a přispět tak k obnovení nebo udržení jeho sociálního fungování.“ (Navrátil a Musil, [online])

2.6. Vývojová dilemata sociální práce

Sociální práce v rámci vlastní historie dala vzniknout řadě trendů, pod kterými je možné představit si různé způsoby, či úhly pohledu, jak vlastně tento obor uchopit, či jak jej chápat.

Mnohé z těchto trendů se napříč vývojem sociální práce dostaly do vzájemného rozporu. Vznikla tak vývojová dilemata sociální práce, jejichž pomyslné protipóly, přestože si vzájemně odporují, umožňují určit hranice působnosti sociální práce. (Navrátil, 2000)

Formalizace a deformalizace

První z dilemat představuje rozpor mezi formalizací a deformalizací. Ten vznikl proto, že se sociální práce napříč vlastním vývojem stala silně formalizovaným vědním oborem, který stojí na jasně vymezené struktuře. Dříve sociální práce spadla spíše pod působnost církví a soukromých organizací, dnes je možné vnímat silné pouto tohoto oboru se státní správou. (Matoušek, 2001)

Díky tomu se podle Navrátila (in Navrátil, 2001) zrodily myšlenky: „zda formálně organizovaná sociální práce je schopna řešit sociální problémy úspěšněji a ve svých důsledcích levněji, než když se věcem nechá volný průběh.“ (Navrátil, 2001, s. 19)

Profesionalizace a deprofesionalizace

Stejně jako se první dilema věnuje rozporu mezi formalizací a deformalizací, věnuje se druhé z vývojových dilemat podobnému rozporu a to mezi profesionalizací a deprofesionalizací sociální práce.

Pod pojmem deprofesionalizace si podle Řezníčka (in Navrátil, 2001) je možné představit neprofesionální či alternativní sociální práci, tedy takovou, kterou potřebnému jedinci neposkytuje odborník, ale například rodina či přátelé. (Navrátil, 2001)

Z jedné strany je profesionalita sociálního pracovníka garantem způsobilosti, zkušenosti a orientace v daném problému, na druhé straně je prokazatelný fakt, že sociální služby, které klientovi poskytuje jeho rodina či osoba z blízkého okolí, se mohou mnohdy pochlubit efektivnějšími výsledky. (Matoušek, 2001)

Normativnost a nenormativnost

Třetí vývojové dilema řeší, zda při práci s klienty zohledňovat hodnoty a normy. V počátcích oboru byl cíl sociální práce primárně vnímán právě v pojetí normativním, tedy v začlenění klienta do společnosti a nastolit tak vzájemný soulad mezi postoji jednotlivců a normami společnosti. (Navrátil, 2001)

Nenormativnost se potom začala utvářet díky otázkám, zdali by tento výše zmíněný soulad měl pro sociální práci být vždy tím, co primárně vymezuje její náplň, cíle a snažení. (Navrátil, 2001)

Pomoc a sociální kontrola

Předmětem čtvrtého vývojového dilematu je rozpor pomoci a kontroly, které v rámci oboru sociální práce utvářejí rovněž jakýsi protipól. Jordan (in Matoušek, 2001) na protikladu pomoci a kontroly poukazuje na skutečnost, jak různě je možné na sociální práci nazírat. (Matoušek, 2001)

Co se podpory klientů týče, je možné sociální práci chápat jako pomoc. Oproti tomu, především z pohledu politického, lze cíle a působení sociální práce určovat především sociální kontrolou. (Matoušek, 2001) Kontrola se dle slovníku sociální práce snaží především zaručit řád a stabilitu. (Matoušek, 2003b)

Polyvalence a specializace

Vznik vývojového dilematu soustředícího se na polyvalenci a specializaci, je možné vnímat na základě kompetencí a způsobilostí, jakými by měl sociální pracovník vládnout.

O polyvalenci je možné hovořit v případě, že sociální pracovník pracuje napříč širokým spektrem klientů, kteří se ocitají v nejrůznějších životních situacích. Specializace naproti tomu na sociální práci nazírá v rámci jednotlivých oblastí, kdy se sociální pracovník věnuje vždy jen určité problematice anebo určitému typu klientů. (Navrátil, 2001)

Věda a umění

Poslední z vývojových dilemat si opět klade otázku, jak uchopit sociální práci a to v rámci oblasti vědy a umění. Podle Navrátila (in Navrátil, 2001) není možné v rámci sociální práce opomenout ani jednu z těchto oblastí. (Navrátil, 2001)

Umění se v sociální práci nachází podle Matouška (in Matoušek, 2001) především ve schopnosti sociálních pracovníků vcítit se a pochopit druhé. Z těchto dispozic by se v rámci sociální práce měla odvíjet pomoc. Umění ovšem spočívá i v tom, aby se klienti na sociálních pracovnících nestali během poskytované pomoci závislí. (Matoušek, 2001)

Oblast vědy pak v sociální práci reprezentují metodologické aspekty analogií a teorií, ze kterých pracovníci při práci s klienty vycházejí. (Matoušek, 2001)

2.7. Etika v sociální práci

Pokud má sociální práce ve své náplni pomáhat klientům zlepšit, či zachovat sociální fungování, anebo jim pomoci v obtížných životních situacích, je ve svém poslání neodlučitelně spjata s etikou.

Podle mezinárodního kodexu (in Etika sociální práce – principy, [online]): „Sociální práce zasahuje v oblastech, kde dochází k interakci lidí a jejich prostředí a využívá k tomu teorie lidského chování a sociálních systémů. Základem sociální práce jsou principy lidských práv a sociální spravedlnosti.“ (in Etika sociální práce – principy, [online], s. 1):

2.7.1. Etická dilemata v sociální práci

Vedle pilířů kompetence a zkušeností stojí podle Musila (in Musil, 2004) sociální práce rovněž i na rozhodování sociálních pracovníků. Ti jsou v rámci vlastní profese nuceni vybírat mezi různými alternativami vlastního chování, které následně může mít různý vliv na oblast sociální práce, v níž působí. (Musil, 2004) Rozhodování, na kterých (nejenom etická) dilemata stojí, jsou nedílnou součástí nejen oboru sociální práce, ale života samotného. (Rickem, 2005)

Musil (in Musil, 2004) pojem dilema vymezil jako nevyhnutelnou volbu mezi dvěma alternativami, kdy zvolení jedné vylučuje možnost druhou. Na základě této premisy lze dilematům přiřknout následující charakteristiky; neslučitelnost nabízejících se možností sama o sobě evokuje zdánlivou nutnost volby. Právě ona neoddelitelnost rozhodnutí bývá často vnímaná jako první charakteristika dilemat v sociální práci. (Musil, 2004)

Pro příklad etických dilemat v sociální práci Musil uvádí například konflikt mezi zájmem klienta a organizací, upřednostnění kvality pomoci na úkor její kvantity, či naopak anebo známé dilema moci versus dilema pomoci. (Musil, 2004) Kopřiva příklady doplňuje o situaci, kdy sociální pracovník vnímá, že klient má nárok na pomoc, nespĺňuje ovšem kritéria stanovená institucí, v níž je sociální pracovník zaměstnaný a proto se mu pomoci nedostane. (Kopřiva, 2006)

Výše zmíněné definice lze podložit a doplnit i charakteristikou vzniku etických dilemat, kterou Matoušek (in Matoušek, 2003a) ztotožnil s momentem, kdy si sociální pracovník uvědomí, že má před sebou více alternativ, které ovšem mají všechny stejně nepříjemný aspekt. Ať se tedy sociální pracovník rozhodne jakkoliv, každá z možností bude ve výsledku nějakým způsobem negativní. Tato negativita je u dilemat specifická dopadem na svědomí a etické cítění sociálního pracovníka vůbec. Etické cítění je ovšem věcí velmi subjektivní. Co může pro jednoho ze sociálních pracovníků znamenat dilema, druhý ve stejné situaci necítí potřebu v rámci svého svědomí řešit skoro nebo i vůbec nic. (Matoušek, 2003a)

Co se subjektivity týče, je tedy dle Musila (in Musil, 2004) zřejmé, že za vznikem každého dilematu ve významné míře stojí osobnost sociálního pracovníka a také jeho percepční schopnosti. Právě zde lze tedy pozorovat průnik vlivu psychologického s oblastí etickou. (Musil, 2004)

2.8. Možné členění sociální práce

Napříč celou kapitolou, která se v této práci věnuje oboru sociální práce, se lze setkat s nejrozličnějšími pokusy obor vymežit.

Například z kapitoly 2. 2., která se věnuje cílům sociální práce, je patrné, že oblast, v níž se obor snaží působit, je natolik bohatá, že i cest, které vedou k dosažení cílů sociální práce je více. Na tyto cesty lze nazírat jako na jednotlivé oblasti sociální práce, či způsoby jak celý obor sociálně práce členit.

Existuje celá škála jednotlivých odvětví sociální práce. Je možné obor členit například podle jeho aktivit, na jejichž základě Navrátil (in Navrátil, 2001) sociální práci kategorizoval na základě toho, zda li se soustředí na rozvoj klienta, na jeho problém, či zda na něj působí preventivně (Navrátil, 2001)

Obor sociální práce lze kategorizovat také podle nejrůznějších škol nebo přístupů, jaké se vůči sobě vymezují zejména právě prací s klienty.

Také lze sociální práci členit právě podle klientů, na jaké působí a sociální práci tak členit na základě toho, zda se s klienty pracuje individuálně, anebo v rámci rodiny, skupiny či

komunity. Sociální práci je možné kategorizovat rovněž podle věku klientů, s nimiž dané odvětví pracuje.

2.8.1. Členění dle publikace Sociální práce v praxi

Společně s kolektivem autorů rozčlenil Matoušek (in Matoušek, Kolářková, Kodymová et. al., 2005) obor sociální práce do bohaté palety oblastí, v nichž se sociální pracovníci nejčastěji setkávají s nejrůznějšími ohroženými skupinami klientů. A právě problémy, s jakými se tyto skupiny klientů potýkají, vnímá Matoušek (in Matoušek, Kolářková, Kodymová et. al., 2005) jako nejvíce aktuální podněty pro intervenci sociálních pracovníků v celé České republice.

Výzkum (viz. kapitola 7) této diplomové práce se mimo jiné snaží zjistit, kolik prostoru je v regionálních televizích působících na jihu Čech věnováno právě jednotlivým oblastem oborů sociální práce.

Právě kvůli podrobnému členění sociální práce, které představil kolektiv autorů (in Matoušek, Kolářková, Kodymová et. al., 2005), v publikaci *Sociální práce v praxi* bude oblast sociální práce pro potřebu výzkumu této diplomové práce rozčleněna právě podle oblastí vymezených v této knize. Oblastí sociální práce je zde představeno celkem sedmáct. (Matoušek, Kolářková, Kodymová et. al., 2005),

Sociální práce se zneužívanými, týranými a zanedbávanými dětmi

Zanedbání dítěte lze uchopit jako opomíjení jeho potřeb, případně jako nedostatek péče v jakémkoliv smyslu. Týrání dítěte pak je možné ztotožnit s jakoukoliv formou vědomého ubližování dítěti, ale i s vědomým nezabráněním takovému chování (Matoušek, 2003b)

K týrání je možné zahrnout ještě tzv. emoční týrání, které Matoušek (in Matoušek, Kolářková, Kodymová et. al., 2005), chápe jako terorizování dítěte nejrůznější kritikou anebo nadávkami, či jinými způsoby ponižování. Sexuální zneužívání pak podle něho zahrnuje incest, ale i jakoukoliv jinou participaci dětí při sexuálních praktikách, například i při sexuálních rituálech anebo při tvorbě pornografie, která v kontextu sexuálního zneužívání představuje specifickou oblast. (Matoušek, Kolářková, Kodymová, et. al., 2005)

Sociální práce s osamocenými rodiči

Osamocení rodič, coby pojem vymezuje Matějček (in Matoušek, Koláčková, Kodymová et. al., 2005) způsobem, kdy jeden z rodičů schází a druhý výchovu a péči dítěti zajišťuje sám.

Osamocené rodičovství představuje vážný problém, které může mít nejenom ekonomické, ale i psychické dopady. V kontextu funkcí, jaké by rodina měla zajišťovat, jsou ohroženy funkce emocionální a ekonomicko-zabezpečovací. (Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005)

Sociální práce s rodinami v rozvodu

Matoušek (in Matoušek, 2003b) rozvod definuje jako právní úkon, kterým zaniká manželství. Na platnosti tak pozbývají veškerá práva a povinnosti, které manželé vůči sobě měli s určitými výjimkami, mezi něž lze zařadit například výživné anebo nájem společného bytu. (Matoušek, 2003b)

Rozvodem ovšem nepřestávají platit závazky bývalých manželů vůči dětem. Právě zájmy nezletilých dětí má dle Matouška soud při svém rozhodování, která se týkají rozvodu a následné péče o děti, zohledňuje především „Vedle rozvodového řízení, během něhož se rozhoduje o úpravě styku s nezletilými dětmi, probíhají nezávislá další řízení o vypořádání majetku, o styku jednoho z rodičů s dítětem, jež mu nebylo svěřeno do výchovy, o užívání bytu.“ Matoušek, 2003, s. 192)

Práva a povinnosti, které jim po rozvodu zůstávají, si mohou manželé mezi sebou uspořádat a smlouvu o tomto přerozdělení předložit soudu; v takovém případě soud manželství může rozvést bez zjišťování anebo uvádění příčiny jeho rozvratu. (Matoušek, 2003b)

Sociální práce s mnohoproblémovými rodinami

Mnoho problémovou rodinu je možné chápat jako takovou, která má již delší čas více než jeden problém. „Soubor problémů takové rodiny se týká řady sfér rodinného života, přičemž rodina sama je nedokáže řešit ani nedokáže využít existujících sociálních služeb.“ (Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005, s. 27).

Dle Kaplanové mají problémy u mnohoproblémových rodin dlouhodobý charakter a často přesahují jednu generaci. K sociálním pracovníkům a pomáhajícím profesím vůbec se obrací jen při akutních krizích, po jejichž vyřešení o další pomoc tyto rodiny přestávají mít zájem. (Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005)

Sociální práce se zdravotně znevýhodněnými

„Postižení člověka, které nepříznivě ovlivňuje kvalitu jeho života, zejména schopnost navazovat a udržovat vztahy s lidmi a schopnost pracovat.“ S touto definicí je možné se u pojmu zdravotního znevýhodnění setkat ve slovníku sociální práce (Matoušek, 2003b, s. 171)

Dle Stravové (in Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005) nemají zdravotně znevýhodnění lidé zájem na soucitu od společnosti, či péči v nejrůznějších institucích. Význam pro ně naopak má začlenění do společnosti v co nejvyšší možné míře, pod čímž si lze představit například to, aby tito lidé měli vlastní práci a byt a také i stejná práva jako lidé bez postižení. (Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005)

Sociální práce s lidmi s mentálním postižením

Matoušek (in Matoušek, 2003b) vymezuje mentální postižení jako trvalé a vrozené postižení osobnosti, které se projevuje především nízkou úrovní kognitivních schopností, nízkou kontrolou emocionality. V kontextu definování tohoto pojmu lze také zohlednit: „vysokou potřebou akceptace, nízkou schopností odhadovat vlastní možnosti, vysokou sugestibilitou, omezenou schopností rozumět řeči a řeč používat, tendencí ke stereotypnímu chování, konkrétnímu myšlení bez schopností zobecňovat a dalšími příznaky.“ (Matoušek, 2003b, s. 106)

Sociální práce s lidmi s mentálním postižením se především snaží o integraci těchto lidí do společnosti. Další z cílů lze vnímat v kontextu sociálního fungování, zprostředkovávání příležitostí k učení a uplatnění se na trhu práce, či v podpoře v oblastech právních anebo bytových. (Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005)

Sociální práce s duševně nemocnými

Při sociální práci s duševně nemocnými je dle Probstové (in Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005) důležité hovořit o komplexní pomoci, v níž se snoubí pomoc od kvalifikovaných odborníků s prací sociálního pracovníka, u které je třeba zdůraznit, že nemá menší důležitost. Sociální pracovník může přispět především ve zprostředkování informací (poradenství) anebo při práci s klientovou rodinou či okolím. Zde lze jako příklad zmínit rodinnou psychoterapii. (Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005)

Sociální práce se starými lidmi

Starého člověka lze coby pojem uchopit díky hranici biologického věku, kdy se hovoří o stáří větším než je přibližně šedesátý rok žití. Takový člověk dostává společenský statut důchodce, se kterým se snoubí především sociální předpoklad ztráty produktivity ale také schopnosti postarat se o sebe sama. Pouhé zařazení se do určité skupiny, kterou definuje biologický věk, není ovšem samo o sobě příčinou pro jakékoliv zvyšování stávající či potřebnosti nové péče. (Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005)

Jak uvádí Janečková: „Potřeba sociální práce se starými lidmi se objevuje až v mimořádných situacích způsobených sociálními, či zdravotními faktory.“ (Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005, s. 163)

Sociální práce s lidmi umírajícími v hospici

Podle Svatošové (in Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005) představuje smrt nedílný prvek života každého jedince a rovněž pro každého jedince reprezentuje tento fenomén zcela individuální a intimní záležitost. Každou smrt a především průběh umírání provází a ovlivňuje celá řada nejrůznějších faktorů: „Struktura osobnosti, věk umírajícího, jeho sociální zázemí, jeho minulost a naplnění života, jeho naděje. Každý před smrtí bilancuje. Každý v této fázi svého života potřebuje lásku a úctu druhých.“ (in Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005 s. 196)

Přínos sociálního pracovníka může podle Svatošové znamenat například přijetí odžitého života, pomoc v hledání jeho smyslu ale i jako pomoc v momentě, kdy přišel čas zemřít. (Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005)

Sociální práce s uživateli drog

Cíle a samotná náplň tohoto odvětví sociální práce stojí na podobě protidrogové politiky České republiky, jejímž úsilím je zejména snaha snížit dostupnost drog, rizika, která představují a poptávku po drogách vůbec. (Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005)

V sociální práci s uživateli drog jde podle Kaliny (in Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005) především o dostupnost služeb a stejně tak i o jejich kvalitu. Přístupnost je v kontextu tohoto druhu sociální práce důležitá především kvůli efektivitě drogové intervence. Ta, čím dříve započne, tím je lepší její výsledek. Právě i pro včasný start

intervence je tedy důležitá dostupnost potřebných služeb. (Matoušek, Kolářková, Kodymová, et. al., 2005)

Sociální práce s oběťmi násilí v rodině

Slovník sociální práce (in Matoušek, 2003b) domácí násilí vymezuje jako způsob násilného chování mezi dospělými členy stávající, případně bývalé domácnosti nebo mezi lidmi, které mají společné děti. „Je motivováno buď vynucováním si něčeho jinak nedosažitelného, nebo může být odplatou, a to i na někom jiném, než byl ten, kdo způsobil křivdu. V obou případech jsou důsledkem frustrace některé potřeby násilníka.“ (Matoušek, 2003b, s. 56)

Vymezit pojem domácího násilí je možné i podle Čítrkové a Vitoušové (in Matoušek, Kolářková, Kodymová, et. al., 2005) podle nichž se tento fenomén vyznačuje ještě dlouhým časem trvání, gradováním a opakováním. (Matoušek, Kolářková, Kodymová, et. al., 2005)

Sociální práce se ženami, které poskytují placené sexuální služby

V rámci tohoto odvětví sociální práce se podle Malinové (in Matoušek, Kolářková, Kodymová et. al., 2005) lze setkat se ženami, které poskytují placené sexuální služby, ve všech vrstvách společnosti. „Příslušnice nejnižších vrstev, v anglosaské terminologii nazývané „pytel blech“, jsou ženy bez domova, mladistvé i starší pouliční prostitutky. Elitu v prostituci představují např. společnice těch „skutečně bohatých“, elegantně vypadající a vzdělané ženy, „do kterých by to nikdo neřekl“.“ (Matoušek, Kolářková, Kodymová, et. al., 2005, s. 251)

Práce s klientkami, které v této oblasti sociální práce jsou právě a především prostituující ženy, může nabýt nejrůznějších podob, od poradenství, až po sociální práci prováděnou přímo v terénu. Jako významný cíl tohoto odvětví sociální práce je možné chápat prevenci v šíření viru HIV. Právě v kontextu prevence šíření tohoto viru, je možné na prostitutky hledět jako na jednu z nejvíce rizikových skupin. (Matoušek, Kolářková, Kodymová, et. al., 2005)

Sociální práce s rizikovou mládeží

Slovník sociální práce (in Matoušek, 2003b) o rizikové mládeži hovoří jako o mládeži, u které je více patrné riziko možných sociálních selhání. To mohou zapříčinit nejrůznější faktory, pod nimiž si je možné představit problematiku transgeneračního přenosu, nevysoká

úroveň kognitivních schopností, nefunkční rodina anebo problémy v socializačním procesu mladých lidí, které se mohou projevit již v kontextu jejich vzdělávání, ale i později při výkonu zaměstnání. (Matoušek, 2003b)

I v tomto odvětví sociální práce má sociální pracovník nemalé pole působnosti. Uplatňuje se například v nízkoprahových klubech. Časté je povolání kurátora pro mládež anebo působení v oblasti sociálně-právní ochrany dětí. Je možné sem zařadit i sociální práci v terénu anebo sociální práci v kontextu v oblasti školství, kde se sociální pracovník může zasazovat o prevenci sociální patologie, nebo v oblasti vzdělávání dobře fungovat jako výchovný poradce. (Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005)

Sociální práce v rámci probační a mediační služby

Probační a mediační službu charakterizují Kroftová a Ouředníčková (in Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005) jako specializovanou sociální službu, která působí v rámci Ministerstva spravedlnosti ČR. „Pracují v ní úředníci a asistenti PMS. Její činnost je zaměřena na práci s pachateli a oběťmi trestných činů. PMS přispívá k naplňování trestní spravedlnosti, v rámci trestního řízení je pověřena výkonem probace a poskytování mediace.“ (Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005, s. 283)

V kontextu probační a mediační služby je možné na mediaci v trestním řízení nazírat jako službu, která usiluje o mimosoudní vyřešení konfliktu mezi poškozeným a obviněným. Probaci je potom možné charakterizovat jako organizování a výkon dohledu nad obviněným klientem, ale i jako kladné působení na klienta a posilování jeho motivů k tomu, aby vedl řádný život a dodržel všechny podmínky, které mu stanovil soud. (Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005)

Sociální práce s nezaměstnanými

Podle Mareše (in Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005) lze o nezaměstnaném člověku v kontextu sociální práce uvažovat jako o zájemci, který hledá zaměstnání a který při svém hledání požádal o pomoc na úřadu práce. Člověk, který na pracovním úřadě žádá o zprostředkování a získání zaměstnání nesmí být zároveň OSVČ, nebo být svázaný již stávajícím pracovním vztahem. Nesmí se ani soustavně připravovat na budoucí povolání formou prezenčního studia na střední anebo vysoké škole. (Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005)

Důsledky nezaměstnanosti lze nalézt například nejenom v poklesu životní úrovně ale i v ohrožení sociálního statutu, či přímo sociálně exkluze. Důsledky nezaměstnanosti se v žádném případě nedotýkají pouze člověka, který práci nemá a shání. Promítají se i na jeho rodinu. (Matoušek, Kolářková, Kodymová, et. al., 2005)

„Pro definování pojmu „nezaměstnanost“ je třeba uvažovat výlučně o zaměstnání, které spočívá v práci na smluvním základě, přičemž smlouva zahrnuje i nárok na materiální odměnu za práci.“ (Matoušek, Kolářková, Kodymová et. al., 2005, s. 299)

Sociální práce s bezdomovci

Slovník sociální práce vymezuje bezdomovce, jako osobu nedisponující stálým zaměstnáním, která se zpravidla řadí i mezi nezaměstnané. Takoví lidé nemají přístup k sociálním zdrojům a životním alternativám, které mají k dispozici ostatní lidé. (Matoušek, 2003b)

I z výše uvedeného lze vyvodit, že bezdomovectví může být a v mnohých případech také je častým důvodem sociálního vyloučení. S tím se ztotožňuje Schwarzová, která dodává, že:

„Na okraj společnosti se mohou dostat různí lidé ohrožení nestejnými problémy. Podobní jsou si pouze v důsledku: ve ztrátě domova a v životě (nejen) na ulici.“ (Matoušek, Kolářková, Kodymová, et. al., 2005, s. 315)

Sociální práce s uprchlíky

Matoušek (in Matoušek, 2003b) vnímá pojem uprchlík jako osobu, která opustila svou vlast zpravidla během mimořádných okolností a nyní se do své domoviny nechce anebo nemůže vrátit. (Matoušek, 2003b)

Podle Günterové (in Matoušek, Kolářková, Kodymová, et. al., 2005) pracují sociální pracovníci z této oblasti sociální práce zejména s lidmi, kteří žádají o azyl, anebo s osobami, kteří již žijí v pobytových či integračních střediscích nebo mimo ně v soukromí. Sociální práci s uprchlíky zajišťuje ministerstvo vnitra anebo ji zprostředkovávají neziskové organizace. V této oblasti sociální práce pracují sociální pracovníci v interdisciplinárním týmu s jinými experty, zpravidla s právníky, jež klientům zajišťují poradenství v právní

oblasti a s psychology, kteří uprchlíkům mohou poskytnout psychickou podporu. (Matoušek, Koláčková, Kodymová, et. al., 2005)

2.9. Souhrnný závěr

Cílem druhé kapitoly teoretické části této práce bylo pokusit se komplexně shrnout a představit obor sociální práce. Na odborné definice charakterizujících obor a na vymezení jeho cílů navázaly kapitoly, které pojednávají o fenoménech sociálního fungování a životní situace klientů. Ty měly v této práci dokreslit právě rámeček oboru sociální práce. Nicméně se od nich ještě odvinuly kapitoly další. Ty se věnovaly vývojovým dilematům a malým paradigmatům sociální práce, na něž bude navázáno v části práce (kapitoly 4.2., 4.3.), která se bude již přímo dotýkat vztahu sociální práce a médií. Díky sociálním paradigmatům a vývojovým dilematům tak bude tento vztah vykreslen.

Kapitola o etických dilematech poslouží výzkumné části diplomové práce. Etická dilemata zde představená v kontextu sociální práce se dotýkají i jiných profesí. Etický aspekt výzkumu (kapitola 8.6.) v praktické části práce zmapuje, zdali tato dilemata při svém zaměstnání nepocítují redaktoři regionálních televizí (kapitoly 8.9.9. a 8.9.10.), což poslouží zodpovězení výzkumné otázky (kapitola 8.4.) stanovené v rámci kvalitativního aspektu výzkumného šetření.

Oproti tomu pro kvantitativní část výzkumu je důležitá poslední kapitola věnující se sociální práci, tedy kapitola, 2.8., jež sociální práci rozčleňuje do jednotlivých oblastí, které takto vymezil kolektiv autorů (Matoušek, Koláčková, Kodymová et. al., 2005). Právě podle tohoto dělení sociální práce bude kvantitativní část výzkumu členit reportáže, které se objevily v regionálním zpravodajství televizí v Jihočeském kraji.

Přestože toto členění nezahrnuje všechny oblasti, v nichž sociální práce působí, je pro potřeby výzkumu této diplomové práce dostačující. Kapitola 2.8. by zároveň mohla budit dojem nepřiměřeně velkého rozsahu zejména v poměru k ostatním kapitolám práce. Více prostoru je jí věnováno z několika důvodů. Jedním z nich je nastínění jednotlivých oblastí, podle nichž bude členěn výzkum. Jednotlivé oblasti sociální práce vymezené v kapitole 2.8. rovněž dokreslují sociální práci jako obor a to jak z pohledu definic a uchopení jednotlivých cílových skupin, tak při popisu metod a způsobů práce sociálních pracovníků právě s klienty z těchto odlišných skupin. To je v kontextu této práce vnímáno jako žádoucí zejména z toho

důvodu, že se diplomová práce pohybuje napříč třemi odlišnými oblastmi (etika, sociální práce a média) a může tak být zajímavou pro lidi, kteří se orientují jen v některé z těchto oblastí, zatímco oblast jiná (pro tento příklad právě oblast sociální práce) jim může být úplně cizí.

3. Média

3.1. Média – vymezení pojmu

Etymologický původ slova médium lze nalézt v latině, kde bylo možné původní význam interpretovat jako prostředníka, člověka anebo způsob, či prostředek, který zajišťuje zprostředkující činnost. S pojmem média je možné se setkat v různých oblastech lidské činnosti a života vůbec. Na jedné straně se o médiích hovoří a operuje se s nimi v takových oblastech jako je výpočetní technika, a informatika, na straně druhé pak pojem média užívají po svém způsobu i přírodní vědy jako chemie, fyzika anebo biologie. Samostatnou oblast pak utvářejí obory, které se věnují sociální komunikaci. (Jirák, Köpplová, 2003)

Ty pojem médium chápou právě jako prostředek, který umožňuje předat někomu dalšímu určitou informaci. Rovněž v kontextu oblasti, která na média nazírá tímto způsobem, je možné setkat se s celou řadou významů slova médium. Je možné tak uchopit osobu, která formuje mediální informaci, stejně jako technologii, která zprostředkuje přenos a doručení určitého sdělení. (Jirák, Köpplová, 2003)

O médiích se především v současné době hovoří v kontextu jejich typických projevů a podob, které lze zjednodušeně charakterizovat právě jako přenos určitého sdělení napříč prostorem a časem. V takto obecném pojetí je tedy možné média uchopit jako prostředek, který zajišťuje způsob umožňující komunikace. Jedná se například o televizi, rádio, internet anebo noviny. (Jirák, Köpplová, 2003)

3.2. Vliv médií ve společnosti

Zejména v západním světě nabývají média na svém významu neustále. Jelikož jsou neodlučitelně spjaty se sociální komunikací, patří i k životu soudobého člověka, který jim věnuje nezanedbatelnou část vlastního času a pozornosti. (Jirák, Köpplová, 2003)

Podle Schellmanna (in Schellman, et. al., 2004) věnuje skoro polovina populace Evropy svůj čas časopisům, více než tři čtvrtiny evropské populace pak čte noviny. Průměrný jedinec věnuje v jediném dni půldruhé hodiny vlastního času internetu a další tři pak stráví u televize či za poslechu rádia.

O neustále gradujícím vlivu médií ve společnosti hovoří i McQuil (in McQuail, 1999) a dokládá jej hned několika argumenty:

- Média je možné vnímat jako zřídlo moci, způsob kontroly a nástroj ke stimulování společenských změn.
- Media lze chápat i jako zřídlo informací, stejně tak i jako způsob, který zajišťuje jejich přenos.
- Na média je možné nazírat jako na vhodný prostor, kde mohou působit události veřejného života (v kontextu městského, krajského, národního a mezinárodního...)
- Média determinují způsob interpretace i ideje o veřejném dění. Mohou zaujímat vlastní postoje a rovněž tak i korigovat sociální změny v takových společenských aspektech, jako jsou například hodnoty, normy anebo kultura vůbec.
- Média utvářejí prostor k prezentaci objektů vůči veřejnosti.
- Média je možné chápat i jako cestu vedoucí ke známosti a slávě. (McQuail, 1999)

Právě kvůli tomu, že média působí na podobu našeho chování, hodnot i postojů, je nezpochybnitelný i jejich vliv na veřejné mínění. Dotyk vlivu médií je možné spatřit napříč sociálním spektrem, například v již zmíněných společenských aspektech kultury, politiky a ekonomiky. Cairncross (in Cairncross, 1999) hovoří také o dalším významném rozměru společnosti, do něhož se média prolínají a tedy o komerci. (Cairncross, 1999)

V kontextu sociologie je možné říci, že média determinují i způsob jakým se utvářejí nejenom společenské názory a postoje. Svůj vliv mají média i na utváření společenského chování a činnosti. Lze tak o médiích bez nadsázky prohlásit, že zejména masové sdělovací prostředky mají svou spoluúčasť při vládě světu. (Giddens, 1999)

3.3. Možné funkce médií

Burton (in Burton a Jiráček, 2001) hovoří o pěti jednotlivých funkcích médií. K tomuto rozčlenění došel podle různých úloh, jaké mohou mít pro příjemce:

- Funkce zábavní reprezentuje média jako prostředek, který publiku poskytuje pobavení.

- Informativní funkce, potom médiím předkládá fungování společností ve světě. Veřejnosti tak média prezentují aktuální dění, anebo připomínají dění již minulé v kontextu historie
- Funkcí kulturní pak média spoluutvářejí tvar kultury, jejíž podobu publiku média zároveň zprostředkovávají.
- Funkcí sociální média v dané společnosti podporují socializaci.
- Funkcí politickou se média soustřeďují na politická témata a dění. (Burton a Jiráček, 2001)

Další členění prezentují Kraus a Poláčková (in Kraus a Poláčková, 2001) a to v kontextu médií masových. Pro ty vymezili čtyři primární funkce:

- 1) Informativní funkcí média publiku předkládají vybrané informace a to vybraným způsobem. V kontextu této funkce tak média ovlivňují postoje, názory a vědomí adresátů. Informativní funkci lze uchopit čtyřmi různými způsoby a to způsobem vzdělávacím, kognitivním, hodnotícím a hodnotovým. (Kraus a Poláčková, 2001)
- 2) V kontextu komunikativní funkce poskytují masová média možnost utvořit určitou informační relaci, díky které utvářejí ve společnosti spojení mezi jednotlivými členy společnosti. Ti se díky médiím mohou dorozumět. Při této komunikativní funkci hovoří Kraus a Poláčková například o aspektech socializace, stimulace, kompenzace a rovněž o aspektu kulturním. (Kraus a Poláčková, 2001)
- 3) Přesvědčovací funkce masových médií umožňuje dotvářet postoje a názory publika. V rámci této funkce je možné spatřit například rozměr výchovný, ale i manipulativní. (Kraus a Poláčková, 2001)
- 4) Rekreativní funkce potom reprezentuje způsob, kterým média člověku umožňují celkovou regeneraci vlastních sil a odpočinek, či zábavu vůbec. (Kraus a Poláčková, 2001)

3.4. Možná členění médií

Způsobů, jak členit média je nepřeborné množství. Je možné média členit podle řady klasifikačních teorií; ty média rozdělují například podle velikosti rozsahu sdělování, tedy

zdali média zprostředkovávají komunikaci v dyádě, skupině, organizaci anebo například na masové úrovni.

Média je možné členit také podle toho, zdali slouží k přenosu či k ukládání dat. Další dělba je determinována technickými kritérii, podle nichž je jako primární médium chápána neverbální komunikace každého jednotlivce. Na protipólu tohoto projevu pak stojí televize jako médium celoplošné, působící asynchronní komunikací. (Schellman, et. al., 2004)

S obdobným členěním je možné se setkat při dělbě médií podle druhu společenských vztahů, o které hovoří Jiráček a Köpplová (in Jiráček, Köpplová, 2003). Do tohoto členění lze zařadit například média, která podporují interpersonální komunikaci mezi dvěma až třemi jednotlivci. Přijetí, či vyslání sdělení je u takovéto komunikace umožněno na obou stranách a mezi takováto média patří například telefony, dopisy anebo komunikace, kterou umožňuje internet. (Jiráček, Köpplová, 2003)

Již zmiňovaná masová média patří rovněž do dělby dle společenských vztahů a typické pro ně je utváření takového druhu komunikace, kdy na jedné straně je jediný zdroj, případně adresát, jehož sdělení se ovšem dostane k velkému počtu příjemců, které lze v terminologii médií také označit jako publikum. Masovým médiím je vlastní nevyváženost v komunikaci, kdy jeden účastník komunikace funguje v roli odesílatele sdělení a je vysílatel, který poskytuje informační zdroj. Oproti tomu druhý účastník komunikace je „pouhým“ příjemcem. (Jiráček, Köpplová, 2003)

Köpplová s Jiráčkem zmiňují ještě jednu kategorii, v rámci které je možné média rozčleňovat. Tou je dělení podle smyslového vnímání. Do této kategorie patří média sluchová, pod nimiž si lze opět představit rádio a telefon, ale i například mluvený komentář, či audiální materiály nahrané na CD a DVD. Dále je možné přiřadit média zraková, jakými jsou například, dopisy, knihy anebo časopisy. Skloubením předchozích dvou kategorií pak lze zmínit kategorii audiovizuální, tedy média, která zaměstnávají zrak a sluch souběžně. Sem je možné přiřadit televizi, videa na internetu ale i filmy nebo televizní zpravodajskou relaci. (Jiráček, Köpplová, 2003)

3.4.1. Vymezení televizního média

Televizi, kterou je možné zařadit mezi masová média, je vlastní i jejich klíčová charakteristika, tedy skutečnost, že v kontextu tohoto média neexistuje téměř žádná vazba mezi autorem sdělení a jeho příjemci. (Jirák, Köpplová, 2003)

V kontextu dělby médií dle společenských vztahů je televiznímu médiu vlastní i nevyváženost v komunikaci, která neutváří takové podmínky, jež by vedly k navázání dialogu mezi příjemcem informací a tím, kdo je poskytuje. (Jirák, Köpplová, 2003)

Televizní komunikace se vůči komunikaci interpersonální vymezuje ještě v kontextu času. Televizní komunikace nemusí být vázaná na přítomnost, což lze snadno ukázat na faktu, že vedle přímých přenosů zprostředkovává televize svému publiku i materiál předem nahraný, který je za pomoci techniky uchovaný a lze jej příjemcům prezentovat opakovaně. (Jirák, Köpplová, 2003)

Informace jsou televizním médiem předávány pouze v jednom směru a přenos sdělení není podmíněn časem anebo prostorem. (Jirák, Köpplová, 2003)

Podle McQuaila (in McQuail, 1999) televize jednak ostatní média vhodně doplňuje a jednak je v určitých aspektech dokáže také zastínit; zejména pokud jde o rozsah působnosti, způsob šíření a míru popularity. McQuail také hovoří o určité míře společenské prestiže a věrohodnosti, které jsou televizi vlastní více než ostatním médiím. Specifická je televize také její univerzálností, tím, že je typicky domácím, ale zároveň i veřejným médiem. (McQuail, 1999)

3.5. Zpravodajství

Zpravodajství společně s publicistikou představuje dva elementární pilíře soudobé žurnalistiky. Zatímco publicistika svému publiku předkládá určité informace společně se stanoviskem, které sdělení objasňuje a podkresluje ho hodnocením a subjektivním přístupem, zpravodajství, se od subjektivity oprošťuje. Stojí na skutečnostech, které jsou platné z objektivního hlediska. (Osvaldová, Halada, et. al., 2007)

Podle Osvaldové (in Osvaldová, Halada, et. al., 2007) lze zpravodajství chápat jako jeden z možných výsledků novinářské činnosti, zároveň lze tuto činnost chápat obecně i jako aktivitu v oblasti žurnalistiky. (Osvaldová, Halada, et. al., 2007)

Jelikož zpravodajství šíří a má vliv na utváření hodnot a norem, je nutné, aby novináři dodržovali určitá pravidla a měli zodpovědný přístup k vlastní práci. Ten mají zajistit zpravodajské hodnoty, kterým bude patřit kapitola 3.5.4. Vedle těchto zpravodajských hodnot by autoři zpravodajství měli dbát také na způsob zpracování mediálního obsahu. (McQuail, 1999)

V kontextu času se zpravodajství zaměřuje povětšinou na události a jevy, které se váží na přítomnost anebo blízkou minulost. Aktuálnost je tedy pro obsahovou stránku zpravodajství zásadní determinantou. Samozřejmě se zpravodajci mohou věnovat i tématům a událostem, které se váží již na dřívější minulost. I v takovýchto případech je ovšem vysoká pravděpodobnost nějaké souvislosti s aktuálním děním. (Osvaldová, 2001)

3.5.1. Možné podoby zpravodajství

Stejně jako u samotného členění médií je možné i žurnalistiku dělit v obecném pojetí podle toho, v jaké podobě se mediální obsahy veřejnosti předkládají. Opět tedy lze hovořit o dělbě na žurnalistiku tištěnou, audiální a audiovizuální. (Ruß-Mohl, Bakičová, 2005)

Tištěné zpravodajství je statické v čase a umožňuje příjemcům možnost návratu k informacím, které při prvním přečtení nemusely být pro adresáty sdělení zřejmé. Například noviny anebo časopisy tak svým čtenářům umožňují opakovaně se vracet k určitým informacím a i proto může toto zpravodajství operovat se sofistikovanějšími větnými skladbami anebo s užíváním odborných termínů. (Ruß-Mohl, Bakičová, 2005)

Rozhlasové a televizní zpravodajství ovšem zpravidla dává svému publiku jen jedinou příležitost k zaznamenání a správnému porozumění předkládaných informací. Tato skutečnost je zásadní pro výslednou podobu rozhlasových a televizních mediálních obsahů. (Ruß-Mohl, Bakičová, 2005)

Zpravodajství prezentované audiální a audiovizuální formou nese prvky stručnosti, jasnosti a srozumitelnosti. Oproti tištěným médiím užívají redaktoři v televizích a rádiích více

hovorové mluvy a také často hovoří v přítomném čase kvůli navození dojmu aktuálnosti. (Ruß-Mohl, Bakičová, 2005)

3.5.2. Zdroje zpravodajství

Lidé pracující v médiích musí bez přestání pátrat po námětech pro nová sdělení a informace, které se stanou obsahem zpravodajství. Součástí profese každého novináře je budování sociální sítě kontaktů. Snaží se tak udržovat styky s nejrůznějšími subjekty a institucemi, ale i s jinými médii, které mu mohou posloužit jako informační zdroje. (McQuail, 1999)

Případné náměty na zpracování by měly být profiltrovány zpravodajskými hodnotami, jakým bude věnován prostor později. Výběr událostí, které se stanou obsahem zpravodajství, je dle Bourdieu (in Bourdie, 2002) ovlivněn i individualitou každého zpravodajce. Každý redaktor do určité míry výběr témat provádí na základě vlastního citu, který určí, zda je událost pro zpracování a zařazení do zpravodajství vhodná. (Bourdieu 2002).

3.5.3. Charakteristické znaky zpravodajství

Jak již bylo zmíněno výše, měly by být informace předkládané zpravodajstvím, prezentované vyváženou formou, přesným a srozumitelným obsahem, který by zároveň neměl být předpojatý. S nepředpojatostí se zároveň snoubí i poctivost žurnalisty při výběru témat, která hodlá veřejnosti prezentovat, a stejně tak při způsobu zpracování a výsledné prezentaci mediálního obsahu veřejnosti. (Osvaldová, 2001)

Přesnost obsahu by mělo zaručit více než jeden informační zdroj, které jsou zároveň aktuální. Vedle objektivity je primární zásadou zpravodajství také neutralita, či neosobnost, informace tedy nesmějí zahrnovat novinářův názor anebo jeho hodnocení. Osvaldová (in Osvaldová, 2001) definuje zpravodajství na základě šesti charakteristických znaků, kterými jsou:

- Přesnost
- Vyváženost
- Nepředpojatost
- Nestrannost
- Aktuálnost
- Jasnost (Osvaldová, 2001)

3.5.4. Zpravodajské hodnoty

Koncept zpravodajských hodnot vytvořili v šedesátých letech Galtung a Rugeová. (Reifová, et. al. 2004.) Burton a Jiráček (in Burton a Jiráček, 2001) tyto zpravodajské hodnoty následně vymezili jako: „soubor kritérií, jimiž média poměřují zpravodajskou přijatelnost událostí a zpravodajskou vhodnost jejich zpracování.“ (Burton a Jiráček, 2001, s. 240)

Na původní koncept zpravodajských hodnot postupně navázali i další autoři a rozšířili tak paletu stávajících hodnot o hodnoty nové.

Hodnota blízkosti dává ve zpravodajství přednost takovým událostem, se kterými se může publikum více identifikovat. Faktor blízkosti je veřejnosti předkládám skrz sociokulturní kontext. Událost by se tak měla týkat něčeho, co je divákovi blízké. (Burton a Jiráček, 2001). Dalo by se říci, že čím je téma kulturně a společensky bližší, tím je pro publikum zajímavější a pro prezentaci v médiích hodnotnější. (Reifová, et. al. 2004)

Na podobném principu jako hodnota blízkosti stojí i hodnota personalizace a hodnota vztahu k elitním národům, které přidávají na důležitosti takovým dějům, v nichž figurují celebrity či význačné osobnosti, anebo země či etnika, které jsou všeobecně známé pro svou četnost či demografické rozložení. (Reifová, et. al. 2004) Pro příjemce zpravodajství budou takové mediální obsahy zajímavé proto, že pojednávají o něčem, co je divákovi obecně známé (Známost má v tomto pojetí podobný význam právě jako blízkost.).

Hodnota kontinuity, nebo také hodnota možnosti dalšího vývoje upřednostňuje takové události, které nesou příslib dalšího vývoje. (Burton a Jiráček, 2001) Pokud již tedy některá událost byla již jednou ve zpravodajství prezentována, její případné pokračování nabude na mediální hodnotě. (Reifová, et. al. 2004)

Hodnota souznění motivuje novináře vybírat do mediálních obsahů taková témata, která splní očekávání diváka. (Reifová, et. al. 2004) V tomto pojetí lze jako specifickou kategorií hodnoty souznění vnímat i další zpravodajskou hodnotu – negativitu. (Reifová, et. al. 2004)

Hodnota negativity zajišťuje ve zpravodajství prezentaci události negativního charakteru. Špatné události je totiž možné považovat za více atraktivní pro diváka a jsou proto po určité médium příslibem větší pozornosti. (Burton a Jiráček, 2001)

Hodnotu konfliktu lze připodobnit k hodnotě negativity, jelikož dle Boyda (in Boyd, 1995) lze zpravodajsky prezentované téma vnímat jako opravdovou zprávu jenom tehdy, pokud v sobě nese určité dramatické fluidum a právě konflikt je základem každého dramatu. (Boyd, 1995)

Hodnota jasnosti klade u událostí důraz zřejmou diferenciaci účastníků události a rozdělení rolí vůbec. Čím snadněji se příjemce v události zorientuje a čím více se dokáže identifikovat s rolemi, které v prezentovaném ději hrají ústřední úlohu, tím je pro něj – a rovněž i pro zpravodajství událost více hodnotná. Hodnota jasnosti tak upřednostňuje takové události, v jakých je patrné, kdo je kdo. (Burton a Jiráček, 2001)

Zatímco hodnota jasnosti klade důraz, aby byla zpráva srozumitelná pro adresáty, Tuchman (in Tuchman, 1978) hovoří o hodnotě jednoduchosti a to v tom smyslu, aby byla zpráva srozumitelná pro novináře. Dle Tuchmana autoři zpravodajství veřejnosti předkládají spíše takové mediální obsahy, kterým sami rozumí, nemusí se učit je chápat, ani k jejich medializování nepotřebují odborné znalosti. (Tuchman, 1978) Hodnota jednoduchosti zohledňuje u událostí jejich celkovou srozumitelnost a také to, jak snadné děj mediálně prezentovat. Ve zpravodajství tak jsou upřednostňována témata, která lze chápat jako nesložitá, nebo „jasná na první pohled“. (Burton a Jiráček, 2001)

Hodnota výskytu, nebo také hodnota frekvence je Galtungem a Rugeovou (in Reifová, et. al., 2004) vymezena synchronizací mezi pracovní dynamikou daného média a tím, jak se událost vyvíjí. (Reifová, et. al., 2004) Tato hodnota je v médiích zohledňována významnou měrou. Dává do poměru čas, po který událost trvá společně s pracovním tempem média. Důležité je tak pro tuto hodnotu načasování. Více hodnotná je taková událost, která se stane v době, kdy jsou novináři v přítomnosti v zaměstnání, anebo když se zrovna shánějí po nových námětech. (Burton a Jiráček, 2001)

V rámci této hodnoty je pro událost specifické to, pokud se uskuteční před uzávěrkou. Pokud před ukončením termínu novináři nemají dostatek jiných námětů, událost, která se naskytne, se pro ně může stát více hodnotnou, a to i když je v rozporu s dalšími hodnotami. Naopak pokud je událost v souladu s jinými zpravodajskými hodnotami a teoreticky se jeví jako

sebehodnotnější, může dojít k devalvaci její hodnoty, pokud již mají novináři jiných událostí dostatek, mají je rozpracované a nemají čas zabývat se událostí novou. (Burton a Jiráček, 2001)

Hodnota výskytu činní určitý děj zpravodajsky cenný také pokud má tato událost jasně vymezené časové ohraničení. Děje, které nemají jasné začátky a konce, jsou v rámci zpravodajských obsahů méně hodnotné než ty, které mají svůj průběh, začátek a konec vymezený jasně. (Burton a Jiráček, 2001)

Hodnota překvapení pak zohledňuje nepředvídatelnost, či neočekávanost určitého děje, který je o to více nečekaný a pro diváky více zajímavý. (Machin, Niblock, 2006)

Hodnota předvídatelnosti upřednostňuje naopak takové události, u nichž lze predikovat jejich vývoj, což danému médiu dává možnost připravit se na průběh události. (Burton a Jiráček, 2001). Bell (in Machin, Niblock, 2006) jako příklad děje s hodnotou předvídatelnosti uvádí například sportovní utkání anebo politická zasedání či tiskové konference, které mají jasně vymezený harmonogram. (Machin, Niblock, 2006)

Hodnota novosti pak mezi událostmi upřednostňuje časově aktuální děje. (Burton a Jiráček, 2001)

Harcup s O'neillem (in Machin, Niblock, 2006) hovoří o hodnotě obrazové atraktivity, která klade důraz na takové události, jež jsou líbivé po vizuální stránce. (Machin, Niblock, 2006)

Zmiňují i hodnotu erotičnosti, podle níž je možné upřednostňovat děje, které nesou lechtivou tematiku. (Machin, Niblock, 2006)

Osvaldová a Halada (in Osvaldová a Halada, et. al., 2007) přidávají hodnotu exkluzivity, pod kterou je možné představit si neodlučitelné právo médií informaci zveřejnit. (Osvaldová a Halada, et. al., 2007)

3.6. Fenomén morální paniky

Společně se sociálními sítěmi redaktorů, jejich citem pro výběr správ a s filtrem, který skýtají zpravodajské hodnoty, má vliv na výběr určité události a její následné zpracování a

prezentování ve zpravodajství i celá řada dalších kritérií. Pro potřeby této diplomové práce je dobré zmínit i teorii morální paniky.

Jak v rámci sociokulturního kontextu, tak z hlediska médiích samotných je prioritou, aby normy a hodnoty, které reprezentují mediální obsahy prezentované ve zpravodajství, neodporovaly normám a hodnotám, které jsou ve společnosti obecně uznávané. (Burton a Jiráček, 2001)

Tento konsenzus je zárukou přijetí mediálních obsahů ze strany příjemců zpráv, kteří se při přijímání zpravodajských událostí zároveň utvrzují v tom, že jejich hodnoty a normy, jež uznávají, jsou skutečně vnímané i ostatními – které zde reprezentují média – právě jako správné. (Burton a Jiráček, 2001)

Média ovšem díky svému vlivu dokážou i obecně platné hodnoty a normy zpochybňovat, nebo je dokonce ohrozit a to právě na základě morální paniky. Tu reprezentuje takový stav, kdy dochází k disonanci mezi hodnotami prezentovanými ve zpravodajství a hodnotami, které jsou uznávané jako obecně platné. Tímto nesouladem mohou média u příjemců prezentovaných zpráv vyvolat neodpovídající reakce na zveřejněnou událost. (Burton a Jiráček, 2001)

Na základě morální paniky dochází ke stigmatizování osob anebo stavů, o nichž zpravodajská událost pojednává, přidělením pozitivní nebo negativní hodnoty. Morální panika vzniká zejména kvůli faktorům zjednodušování, nebo naopak zveličování události. (Burton a Jiráček, 2001)

Teorie morální paniky v sobě kombinuje řadu sociologických a také psychologických oblastí. Jedná se zejména o deviace, kriminalitu, davové jevy a chování, sociálně patologické jevy a také sociální hnutí. (Goode, Ben-Yehuda, 2009)

Morální panika operuje přímo s termínem tzv. „lidových d'áblů“. Tímto termínem mohou být ve zpravodajství označeny právě určité hodnoty a normy, anebo děje či obecné vzorce chování. V neposlední řadě ale také jednotlivci, sociální skupiny a organizace. V reakci na morální paniku vyvolanou médii může veřejnost začít tyto lidové d'ábly izolovat od většinové společnosti.

Morální panika tento projev marginalizace může buď přímo vyvolat, anebo podporovat takovou izolaci, která již ve společnosti vůči určitým lidem anebo jevům přetrvává.

Je tedy možné říci, že morální panika tak představuje společenskou reakci, která může mít podobu masového znepokojení týkajícího se určitých osob nebo stavu ve společnosti, jež díky mediálnímu podání budí dojem společenské hrozby. (Goode, Ben-Yehuda 2009)

3.7. Etika ve zpravodajství

Jak je patrné z předchozí kapitoly, na utváření podoby zpravodajství a novinářskou praxi vůbec má vliv rovněž i etický aspekt této profese. Jelikož etika v žurnalistice je mimo jiné vnímána jako neodmyslitelná podmínka kvalitního zpravodajství, a kvalitní zpravodajství je zároveň vnímáno jako to, které nese hodnoty pravdivosti a nezkreslenosti, je možné novinářskou etiku uchopit především na základě objektivit a nezkreslenosti prezentovaných informací. Boyd (in Boyd, 1995) ovšem o objektivitě hovoří jako problematice novinářské etiky a profese vůbec. Vnímá ji totiž jako něco, čeho nelze zcela dosáhnout. Každý reportér je coby člověk nositelem řady individuálních determinantů, jako jsou životní postoje, zkušenosti, vyznávané hodnoty a normy, které se samozřejmě – ať již vědomě či nikoliv – promítají i do tvořivého procesu a výsledné podoby zpravodajského obsahu, který je následně předkládán veřejnosti. (Boyd, 1995)

Dosáhnout objektivit v co největší možné míře je dle Malleta (in Malleta, 1994) možné, pokud se bude novinář snažit, aby jím prezentované formy zpravodajství byly co nejvíce pravdivé, přesné, úplné a také správné z kontinuálního hlediska. (Malleta, 1994)

Etika ve zpravodajství se samozřejmě nevěnuje pouze faktorům objektivit a pravdivosti. Moravec (in Moravec, 1974) hovoří o celé řadě oblastí, kterými se žurnalistická etika zabývá. Šest z nich vnímá jako více výrazné co do obsahu i formy. (Moravec, 1974)

První oblastí je narušení soukromí, ke kterému může dojít, když novinář přestane respektovat právo na soukromí občanů, jimiž se při své práci zabývá. Eticky problematické jsou tak například i bulvární články o celebritách, více se této problematiky ovšem dotýká například i novinařina, která se věnuje obětem a pachatelům trestných činů. (Moravec, 1974)

Střet zájmů je druhou oblastí žurnalistiky, nad kterou lze spatřit etický otazník. Střetem zájmů se rozumí zejména vliv jiných aspektů novinářova života, například jeho politické orientace, druhého zaměstnání, ale i světonázoru vůbec. (Moravec, 1974)

Třetí oblast pak patří úplatkům, které novináře odklánějí od objektivitu stejně jako střet zájmů. Zatímco při střetu zájmů novinář pracuje objektivně na základě vlastního přesvědčení, úplatky jsou prostředek, kterým si třetí osoba zajišťuje, aby byly prezentované děje medializovány podle jeho vůle. (Moravec, 1974)

Čtvrtou oblast, o které Moravec hovoří, reprezentuje klamání. Klamat může novinář nejen ve směru vůči příjemcům zpravodajských obsahů. Klamat lze ale i zdroje novinářů. Etický poklesek je možné spatřit i v tom, když novinář při zjišťování informací zatají svou identitu anebo úmysl zjišťované informace zveřejňovat. (Moravec, 1974)

Osobní účast na zprávě je další z etických problematik žurnalistů. Profesionální novinář by měl každou událost pouze komentovat, nikoliv ji sám prožívat, či se v ní nějak emočně angažovat. V kontextu problematiky osobní účasti je také možné setkat se s etickým dilematem novináře, který může mít z vlastních morálních zásad tendence do zejména vyhocených či katastrofických událostí zasahovat. V tomto kontextu je často zmiňován rozpor, zda li novinář chce událost spasit, či být nápomocen a ovlivňovat tak její průběh, nebo zda zůstat nestranný a celou věc opět pouze zdokumentovat. (Moravec, 1974)

Plagiátorstvím se rozumí nejenom vydáváním cizích informací za své vlastní, lze jej uchopit také jako prezentování těchto sdělení bez uvedení původních autorů. Zábraně plagiátorství se věnují zákony o autorství, ale také citační etika a normy. (Moravec, 1974)

Novinář by měl při své práci jako mravní povinnost vnímat určité aspekty své profese. Těmi Jirák a Köpplová (in Jirák, Köpplová, 2003) míní zejména schopnosti vybírat z neustálého dění důležité informace a ty pak určit jako vhodné pro mediální zpracování. Co se důležitých jevů týče, měl by je každý novinář umět zasadit do správného kontextu a vycítit jaký dopad bude mít zveřejnění informace na životy příjemců mediálních obsahů. I z toho důvodu musí vždy informace prezentovat v souladu s charakteristikami zpravodajství, tedy jako jasné, pochopitelné a zřetelné. (Jirák, Köpplová, 2003)

Etický aspekt žurnalistické profese obecně shrnují také Osvaldová s Haladou (in Osvaldová, Halada, et. al., 2007). Podle nich lze na žurnalistickou etiku nazírat jako na shrnutí zásad, které se odvíjejí od obecné hodnotové orientace, které mohou být psané i nepsané, a kterými by se měl každý novinář řídit. (Osvaldová, Halada, et. al., 2007)

3.7.1. Etický kodex novinářů

Jako v jiných profesích i v případě novinářského zaměstnání udává etický kodex především určité nástiny řešení, jak se zachovat v eticky nelehkých otázkách. Lze jej tak chápat jako určitý ukazatel.

Šiler (in Šiler, 2007) uvádí několik přínosů etických kodexů v žurnalistice. Novinářům má kodex usnadnit rozhodování v nelehkých situacích. Zejména se jedná o případy, kdy se novinář musí rozhodnout a nemá možnost svou situaci konzultovat s odbornou veřejností, například s kolegy. Kodex novináře do určité míry také chrání a to před vyhocenými etickými otázkami a spornými očekáváními, jež na něho může klást veřejnost. (Šiler, 2007)

Kodex je pro novináře či žurnalistickou společnost ukazatelem toho, že má určité vlastní normy a hranice. (Šiler, 2007)

Jako určitou problematiku novinářiny je totiž možné vnímat právě i statut tohoto povolání, které na rozdíl od například lékařů či právníků nemusí být veřejností vnímané, jako pravá profese s jasně vymezenými etickými zásadami. (Vaculíková, 2011)

Zákony demokracie deklarují svobodu slova a projevu, ale i právo každého člověka vyjadřovat a šířit informace za užití slova, písma či obrazu, čímž se v podstatě jakákoliv informace stává mediálním obsahem. (Vaculíková, 2011)

Každý člověk se může rozhodnout stát se novinářem a to bez ohledu na to, zda by měl k výkonu této profese vzdělání a předpoklady, anebo aniž by disponoval pověřeními, či byl členem nějaké organizace, jež se věnuje médiím. (Vaculíková, 2011)

Pokud člověk tato práva využívá a zároveň se řídí dle určitého etického novinářského kodexu, nabývá tak ta při své práci na větší profesionalitě, jelikož se vymezuje od skupiny, která informace šíří jen na základě práva o svobodě projevu a bez ohledu na etický aspekt či

výše zmíněné novinářské mravní zásady. Etický kodex, je tak možné vnímat jako způsob, který dokáže novinářskému povolání přidat na profesionalitě. (Vaculíková, 2011)

„Nejen témata, ale i forma a etika mohou být ukazateli úrovně či kvality práce žurnalistů. Kolektivně přijatá pravidla ukazují společné principy. Přesto může docházet k situacím, kdy jedna etická zásada může narazit na druhou, protože nejsou zcela univerzální. Mohou sloužit spíše jako odrazový můstek při rozhodování, čímž udržují morálku profese a v neposlední řadě také prestiž.“ (Vaculíková, 2011, s. 23)

V České republice a dalších zemích v Evropě byla přijata řada novinářských kodexů, pro jejichž tvorbu nejsou pevně stanovena kritéria. Proto mají kodexy nejrůznější obsahy. (Etický kodex novináře Syndikátu novinářů, [online])

3.8. Televizní zpravodajství

Tato práce se ve svém výzkumu zaměřuje na televizní zpravodajství, které je typické tím, že na publikum působí komplexně.

Informace předkládané televizním zpravodajstvím jsou divákovi komplexně předkládány jak zrakové vjemy, tak vjemy sluchové, ke kterým patří nejenom mluvené slovo ale i jiné zvuky dokreslující obrazový materiál. Autoři televizního zpravodajství, tedy redaktoři, užívají specifickou mluvu, kterou lze nazvat jako audiovizuální jazyk (Osvaldová, et. al., 2005). Jako autory televizního zpravodajství je také možné vnímat i kameramany, kteří divákům předkládají vizuální podobu a také již výše zmíněné zvuky, které obrazový materiál podtrhují.

Nicméně nelze říci, že by měla obrazová stránka mediálních obsahů televizního zpravodajství pouze doprovodnou funkci. Díky obrazové stránce televizního zpravodajství je zesílen dojem skutečnosti. Tím se rozumí schopnost obrazového materiálu vzbudit či zesílit u diváků pocit autentičnosti tématu, o jakém redaktor v reportáži hovoří. (Bourdieu, 2002)

Televizní zpravodajství se podle McQuaila (in McQuail, 1999) utvářelo podle dřívějšího schématu novinové žurnalistiky. Přesto si napříč vlastním vývojem získalo televizní zpravodajství a televize vůbec pevné místo mezi ostatními médii. (McQuail, 1999)

3.8.1. Regionální televizní zpravodajství

Co do svého obsahu a významnosti nese regionální zpravodajství stejnou významnost jako zpravodajství, jež působí celoplošně. Televizní diváci a příjemci mediálních obsahů vůbec mohou dávat více důležitosti a věnovat více pozornosti právě dějům, které se odehrály v jejich blízkosti. Lokalita, v níž se událost stala, je tak v rámci zpravodajské hodnoty blízkosti mnohdy upřednostňována nad jinými hodnotami, například významem, negativitou či šokujícím aspektem, které naopak upřednostňují televize celoplošné. (Ruß-Mohl a Bakičová, 2005)

Regionální televize jsou od těch celorepublikových nejenom odlišné v obsahu prezentovaných mediálních dějů. Lze se setkat i s určitou odlišností v profesním zaměření redaktorů. Zatímco v celostátních televizích vedle sebe působí specialisté na jednotlivé oblasti, regionální televize mají zpravidla o poznání menší finanční a z toho důvodu také personální zázemí. (Ruß-Mohl a Bakičová, 2005)

Redaktoři regionálních televizí musejí být obvykle schopni vybírat děje a zpracovávat reportáže napříč širokým spektrem témat a dění v regionu vůbec. Velmi často tak redaktor musí pracovat s takovými informacemi, u kterých nedisponuje dostatečným teoretickým zázemím. Při zpracovávání reportáží se proto musí radit s odborníky. (Ruß-Mohl a Bakičová, 2005)

Další specifickou charakteristikou regionálních televizí je tzv. integrita, neboli provázanost regionálních medií se subjekty, institucemi a veřejností, o nichž, pro které médium informace prezentuje. Tato integrita se do určité míry utváří samovolně. (Ruß-Mohl a Bakičová, 2005)

3.9. Televizní reportáž

Reportáž je možné označit jako základní mediální obsah jak zpravodajství, tak publicistiky. Lze u ní spatřovat dvě základní funkce, kterými jsou funkce analytická a sdělovací.

Publiku je televizní reportáž prezentována v souhrnném audiovizuálním jazyce. Audiální rozměr reportáže představuje komplexní soubor, do kterého patří především výpovědi dotazovaných probandů, redaktorův čtený komentář a také jeho živé vstupy před kamerou (tzv. stand dup). Do zvukového aspektu reportáže je také možné zařadit doprovodné zvuky, jako dodatečně simulované melodie a efekty dokreslující obsah reportáže, anebo přirozené

zvuky snoubící se s obrazovým materiálem. Vizualní aspekt reportáže zahrnuje ale i záběry archivní, anebo přímo ilustrační a simulované. Ty mohou mít podobu filmů, či fotografií.

Reportáže prezentované televizním zpravodajstvím by měly být ideálně věcné a časově nenáročné. Právě tyto faktory – jasnost a čas - si totiž získávají nejvíce divákovu pozornost. Ideální časová stopáž televizní reportáže by se měla pohybovat mezi jednou a dvěma minutami. (Osvaldová, Halada 2007)

Co se faktoru jasnosti týče, televizní zpravodajské relace prezentují zejména takové děje, jež nevyžadují hloubkovou analýzu anebo zdlouhavá vysvětlování, která by mohla opět způsobit pokles divákovy zájmu. (Malette, 1994) Je tedy důležité, aby televizní redaktoři předávali divákům informace srozumitelně, jasně a krátce. (Osvaldová, Halada 2007)

3.9.1. Struktura televizní reportáže

Pro každou televizní reportáž je nejdůležitější její úvod. Právě způsob, jakým je publiku prezentovaný začátek reportáže, má velký vliv na to, zda li si prezentovaný mediální obsah udrží pozornost diváka. (Malette, 1994)

Ještě před prezentací reportáže samotné bývá událost stručně prezentována moderátorem, který zpravodajskou relací diváky provází. (Mrzena, 2006)

Televizní reportáž by měla být kompozičně vyvážená. Osvaldová (in Osvaldová, 2001) tímto rozumí důležitost, aby objektivní fakta prezentovaná zejm. čteným komentářem redaktora byla prezentována s respondenty, coby zdroji informací, kteří ovšem své sdělení prokládají určitou mírou emocí. Emotivita s objektivitou jsou pak zárukou vyváženosti televizní reportáže. (Osvaldová, 2001)

Vedle vyváženosti je pro televizní reportáže důležitý také dojem hodnověrnosti. Ten u diváka zajišťují stand upy (živé výstupy) redaktorů z místa děje. Právě redaktorův stand up má u publika probudit dojem, že novinář byl fyzicky přítomen u zdroje události, kterou následně divákovi prezentuje. (Burton a Jiráček, 2001)

S možným vymezením struktury televizní reportáže přicházejí autoři Ruß-Mohl a Bakičová (in Ruß-Mohl, Bakičová, 2005), podle kterých by se každá reportáž měla sestávat ze tří charakteristických znaků, jež zaručují dramatickou soudržnost reportáže.

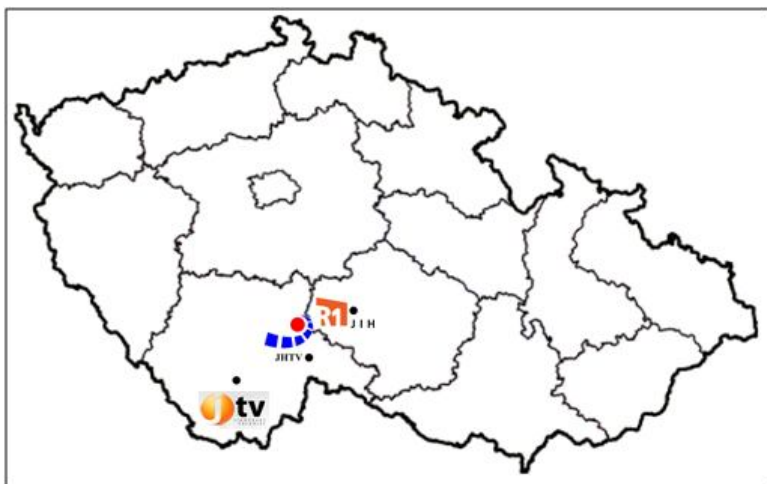
Tyto tři znaky Ruß-Mohl a Bakičová nazývají jako příčina, účinek a vyvrcholení. Příčina diváka informuje o tom, co prezentovaný děj způsobilo, případně za jakých okolností se stal. Vyvrcholení se pak nejvíce věnuje obsahové stránce a lze je vymezit odpovědí na otázku „Co se stalo?“. Atribut účinku pak prezentuje možné následné příčiny události. (Ruß-Mohl, Bakičová, 2005)

3.10. Regionální televize působící v jižních Čechách

Výzkum této práce se zaměřuje na regionální televize, které působí v Jihočeském kraji. Jedná se o trojici následujících televizí

- Jihočeská televize
- R1 Jih
- Jindřichohradecká televize

Obrázek č. 1.: Regionální televize v Jihočeském kraji



Zdroj: Vlastní výzkum

3.10.1. Jihočeská televize

Jihočeská televize, dříve známá jako TV GIMI a.s., má své sídlo v Českých Budějovicích, kde funguje více než sedmnáct let. V prvních letech svého působení fungovala Jihočeská televize jako samostatná společnost a realizovala výrobu televizních produktů ve vlastní režii

ale i ve spolupráci s dalšími televizemi. Následně zahájila Jihočeská televize součinnost s Českou Televizí, pro niž zajišťovala zpravodajství z českobudějovického regionu. S dalším vývojem navázala Jihočeská televize spolupráci i s dalšími televizními médii a to nejenom tuzemskými ale i zahraničními. V současné době Jihočeská televize úzce spolupracuje s televizí Prima. Vysílá z vysílače Klet' na 22. kanálu v multiplexu 3 a diváci si ji mohou naladit za pomoci set-top boxu. Produkci Jihočeské televize je možné shlédnout také na webu televize a rovněž i na Youtube. (Jihočeská televize, [online])

Vysílání Jihočeské televize má v současné době podobu půlhodinového bloku, který se v celodenní smyčce opakuje a je vysílán celých 24 hodin. (Jihočeská televize, [online])

Půlhodinový blok se každý den sestává z řady zpravodajských a publicistických pořadů. Prostor je věnován také reklamě. Zmínit lze například pořad „Studio Z“, ve kterém redaktoři hovoří se zajímavými hosty na nejrůznější témata. Ve vysílacím schématu nechybí ale ani předpověď počasí anebo pozvánkový pořad „Typy na volný čas.“ (Jihočeská televize, [online])

3.10.1. 1. TV zprávy

Praktikum diplomové práce se soustředí na reportáže vysílané ve zpravodajském magazínu Jihočeské televize pojmenovaném jednoduše „TV zprávy“. Ty si zabírají přibližně třetinu vysílacího času, trvají tedy vždy okolo deseti minut. Premiéru mají každý den v 18:00 a po půlhodině se opakují po celý následující den. TV zprávy obsahují zpravidla okolo pěti reportáží a Jihočeská televize tento pořad vysílá každý všední den a v neděli. Sobotní vysílání rekapituluje vybrané reportáže prezentované v uplynulém týdnu. (Kuděj, ústní sdělení)

3.10.2. R1 Jih

Televize R1 Jih je druhou televizí, na kterou se tato diplomová práce ve svém výzkumu zaměří. Televize R1 Jih zahájila své vysílání před devatenácti lety jako televize R1 Vysočina. Sídli v Pelhřimově a za dobu svého působení intenzivně spolupracovala jak s celostátními televizemi (TV Prima, Prima COOL, Prima Family), tak s těmi regionálními (Jindřichohradecká televize, Tv Pohoda). (Matiová, ústní sdělení)

R1 Jih produkuje každý všední den 15ti minutový blok, který je v současné době možné součástí programu TV Pohoda. Ta vysílá pozemním digitálním vysíláním v dobudovávané síti číslo 4, která je známá jako Multiplex 4. (Tv Pohoda, [online])

Televize R1 Jih je také součástí sdružení českých regionálních televizí, regionalnitemvize.cz, jehož program je zařazen v regionálním multiplexu České Budějovice, Včelná 209, kanál. Program regionálních televizí, který zahrnuje i vysílání R1 Jih, lze naladit za pomoci satelitu Astra 3B, který pokrývá celou Evropu. (Regionální televize, [online])

Vysílání R1 Jih je možné shlédnout také na facebooku a na internetových stránkách televize. (R1 Jih, [online])

Stěžejní část vysílání patří regionálnímu zpravodajství R1 Jih, které nese název Regionální zpravodajství Jižní Čechy a Vysočina. Součástí každodenního vysílání je ale i počasí a reklamní blok. Program R1 Jih zahrnuje také speciální dopravní zpravodajství a pořad „Z očí do očí“, ve kterém moderátor hovoří se zajímavými hosty. (Matiová, ústní sdělení)

3.10.2.1. Regionální zpravodajství Jižní Čechy a Vysočina

Regionální zpravodajství Jižní Čechy a Vysočina je současný název zpravodajského magazínu televize R1 Jih, jehož reportáže bude analyzovat výzkum této diplomové práce. Tento zpravodajský deník si zabírá minimálně polovinu a maximálně téměř celý čas vysílání (tedy přibližně od šesti do dvanácti minut) vždy podle toho, zdali je v určitý den do vysílacího schématu zařazen ještě nějaký jiný pořad. Zpravodajství tak může během všedního dne prezentovat například dvě, ale třeba i sedm zpráv. (Matiová, ústní sdělení)

3.10.3. Jindřichohradecká televize

Svému městu a nejbližšímu okolí dodává Jindřichohradecká televize televizní zpravodajství již osmnáct let. Během svého působení spolupracovala Jindřichohradecká televize s Jihočeskou televizí i s televizí R1 Jih, kde se také svého času vysílaly zprávy jindřichohradecké televize. V současné době Jindřichohradecká televize intenzivně spolupracuje s městy Třeboň a Dačice, kterým zprostředkovává jejich vlastní zpravodajství. Podobnou součinnost má i s Jihočeským krajem, na jehož internetové stránky dodává reportáže, které se právě činností jihočeského kraje týkají. V neposlední řadě Jindřichohradecká televize také medializuje příhraniční projekt Jižních Čech a dolního

Rakouska „Města v Rozletu“, do kterého jsou zapojena tři česká a tři rakouská města, o jejichž spolupráci a cílech, které si města v rámci projektu vymezila, Jindřichohradecká televize rovněž natáčí zpravodajské reportáže.

Vysílací čas Jindřichohradecké televize se sestává s dvouhodinového bloku, který je opakovaně ve smyčce vysílán vždy celý týden a šířen je jako samostatný digitální kanál, který je šířen kabelovým vysíláním a na Jindřichohradecku je možné jej naladit pomocí set-top boxu. Vysílání Jindřichohradecké televize je možné sledovat i na webových stránkách televize. (Jindřichohradecká televize, [online])

Dvouhodinový blok zahrnuje vedle stěžejního zpravodajského pořadu „Jindřichohradecký zpravodajský magazín“ i další pořady, jako je například pořad „Retro“, který opakuje staré zpravodajství a umožňuje divákům spatřit Jindřichohradecko a jeho okolí, jak vypadalo před patnácti lety. Součástí vysílání je i politický pořad „Na kafe“, kde starosta města zodpovídá na dotazy diváků. Televize také vysílá záznamy společenských a kulturních akcí, ale i sportovních zápasů.

3.10.3.1 Jindřichohradecký zpravodajský magazín

Diplomová práce se ve svém výzkumu zaměří také na reportáže, které vysílal Jindřichohradecký zpravodajský magazín. Tento týdeník má obvykle sestavu přibližně sedmi reportáží, které reflektují aktuální dění na Jindřichohradecku. Součástí zpravodajského magazínu je samostatná rubrika sportu, ta ovšem není pravidelnou záležitostí. Zatímco v některých magazínech je prezentována jedna až dvě reportáže z oblasti sportu, v jiných magazínech není sport prezentován vůbec. Zpravodajský magazín má premiéru každý pátek a díky pravidelnému opakování jej diváci mohou shlédnout hned dvanáctkrát denně po celý následující týden.

3.11. Souhrnný závěr

Třetí kapitola diplomové práce se věnovala oblasti médií. Opět byl na začátku věnován prostor obecným definicím pojmů z mediální oblasti, jako například charakteristické rysy médií a jejich význam v sociokulturním kontextu.

Pro potřeby této práce se svým obsahem následné kapitoly začaly věnovat dvěma oblastem. První z nich byl zpravodajský aspekt médií. Definice médií, zpravodajství, televize a

televizní reportáže poslouží jako vhodný teoretický základ pro praktikum diplomové práce, zejména pro kvantitativní část výzkumu (kapitola 7), která analyzuje počet a obsah reportáží z regionálních televizních zpravodajských relací.

Na kapitoly o charakteristikách zpravodajství a zpravodajských hodnotách navíc naváže další, poslední část teorie, která se bude věnovat již přímo vztahu médií a sociální práce (konkrétně se bude jednat o kapitolu 4.6.1.). Presentovaný vztah médií a sociální práce bude vymezen i na základě fenoménu morální paniky (4.6.2.), již byl v kapitole o médiích rovněž věnovaný prostor.

Mezi charakteristikami zpravodajství byl prostor věnován také etickému rozměru žurnalistiky. Ten má svůj význam především pro kvalitativní aspekt výzkumu práce (kapitola 8), který se bude zabývat motivy a hodnotovou orientací redaktorů, konkrétně důvodům, jaký prostor dávají ve svých zpravodajských relacích tématu sociální práce a proč.

Poslední kapitola, která pojednává o konkrétních televizích působících na jihu Čech je pak vnímána jako vhodný základ pro výzkum práce, kdy jeho kvantitativní část bude analyzovat reportáže tří zpravodajských magazínů (kapitola 7.2.), zatímco kvalitativní aspekt výzkumu se zaměří na redaktory (8.2.) působící v těchto regionálních televizích.

4. Sociální práce a média

4.1. Vztah sociální práce a médií

Možný vztah mezi sociální prací a oblastí médií vidí Šveřepa (in Burýšková, 2009) zejména v cílech sociální práce, které se mohou prolínat do oblasti, v níž působí média. Z hlediska cílů sociální práce mohou být média nápomocná při naplnění potřeby šířit informace o tomto oboru.

K uplatňování cílů sociální práce mohou média přispět již ze své vlastní podstaty. S ohledem na význam, který je médiím v rámci sociokulturního kontextu vlastní, mají významný podíl na vzniku a proměnnách celospolečenských hodnot, jejich hierarchizaci, ale i soudů a postojů jednotlivců žijícím v určité společnosti. Je tak možné říct, že média cíle sociální práce pomáhají naplnit tím, že podporují a obohacují vzdělání.

Ze své podstaty samozřejmě mohou média přispívat k utváření dobrého obrazu o sociální práci v povědomí veřejnosti, či k prezentaci oboru sociální práce vůbec. (Burýšková, 2009)

Podle Šveřepy nevystává pro většinovou společnost potřeba nechat se přímo ovlivnit oblastí sociální práce. Většina lidí totiž v průběhu celého svého života do přímého styku se sociálním pracovníkem nepříjde. Primární zdroj informací o působení sociální práce, jejích službách a významu pro společnost pak reprezentují právě média.

Woolf (in Šveřepa, [online]) na základě výzkumu Association of Directors of Social Servis prezentuje skutečnost, že je možné pozorovat výrazný rozpor v postojích veřejnosti vůči sociální práci. Rozdílné stanovisko vůči sociální práci zaujímají lidé na základě toho, zda li měli sami osobní zkušenost se sociální prací. Woolf také zdůrazňuje, že většina lidí se k práci sociálních pracovníků vyjadřuje kladně. (Šveřepa, [online])

4.2. Média v kontextu paradigmat sociální práce

Nejenom, že lze pozorovat vliv médií na sociální práci v komplexním kontextu (např. utváření povědomí o oboru), média mohou ovlivňovat ale i jednotlivá odvětví oboru, či profesní zaměření sociálních pracovníků. Toto mediální působení lze vztáhnout například k reformnímu a poradenskému paradigmatu sociální práce.

Pokud má sociální práce v rámci reformního paradigmatu usilovat o zlepšení podmínek pro společenský život takovým způsobem, při kterém budou sociální pracovníci vyvíjet snahu pro utváření příznivějšího sociálního klimatu, lze spatřovat média a jejich přínos zejména co se týče nejrůznějších průzkumů a šetření. Média mohou být nositelem určité výpovědní hodnoty, ohledně sociálních problémů, oblasti sociální práce ale i společnosti vůbec.

Média mají vliv na utváření veřejného povědomí, s nímž je třeba při naplňování cílů reformního paradigmatu počítat. Pokud média sociální práci věnují svou pozornost a předkládají jí dále, ovlivňují tak představu společnosti o sociální práci nejenom jako o komplexním oboru, ale i o jeho jednotlivých frakcích. Sociální pracovníci by v kontextu tohoto paradigmatu měli dbát na to, jakým způsobem je jejich obor prezentován. (Šveřepa, [online])

U poradenského paradigmatu, jehož nedílnou součástí je zvyšování vzdělanosti a poskytnutí informací, lze přínos médií spatřovat především právě v aspektu zvyšování vzdělanosti. Jak říká DuBois a Miley (in Šveřepa, [online]) vzdělání je samo osobě jednou z náplní sociální práce.

Média mohou zprostředkovat množství informací, které dokážou zodpovědět otázky týkající se sociálních problémů, stejně jako vypovídat o společenské nespravedlnosti. Tyto informace mohou média poskytnout přímo lidem, kteří je v rámci řešení vlastních sociálních problémů potřebují, ale i sociálním pracovníkům, kteří s těmito lidmi pracují. Média mohou také zpravovat nejenom o informacích samotných, ale i o jejich zdrojích, které lidem, jež o informace stojí, umožní dozvědět se o problému více.

V kontextu šíření informací hovoří DuBois a Miley také o prevenci vzniku nejrůznějších problémů v rámci sociální práce. (Šveřepa, [online])

Poskytováním informací lidem, kteří je potřebují, dochází ke zvýšení jejich vzdělanosti, což samozřejmě může vyústit i k navýšení potenciálu vyřešit si vlastní náročné životní situace anebo problémy se sociálním fungováním. „Sociální práce by měla vést k posilování jejich klientů ve všech oblastech života a právě média jsou jedním z vhodných prostředků, jak tyto kompetence klientům předávat.“ (Burýšková, 2009, s. 5)

4.3. Média v kontextu vývojových dilemat sociální práce

Média při své primární roli zprostředkovatele informací mohou nejenom prezentovat ale i dotvářet pomyslné hranice a tvar oboru sociální práce a to i v rámci vývojových dilemat tohoto oboru. (Burýšková, 2009)

V kontextu dilematu, které se zabývá formalizací a deformalizací sociální práce mohou média ukázat, jakým způsobem je na sociální práci nazíráno veřejností. Zda li je obor vnímaný jako formální instituce anebo naopak, jestli jsou jeho projevy vnímané spíše jako práce s klientem v jeho přirozeném prostředí. (Burýšková, 2009)

Statut samotných sociálních pracovníků mohou média přiblížit i v rámci dilematu profesionalizace a deprofesionalizace a dilematu pomoci a kontroly. Na základě prezentovaných mediálních obsahů si může veřejnost vytvořit vlastní dojem o profesi sociálního pracovníka, jejíž extrémní podoby jsou vyobrazené právě na protichůdných pólech dvou výše zmíněných dilemat. (Burýšková, 2009)

V kapitole, která se věnovala médiím, byl nastíněn i přínos médií v rámci utváření a prezentace společenských norem. Od těch se jistě do určité míry odvíjí také vývojové dilema normativnosti a nenormativnosti. Na tomto aspektu mediálního vlivu lze spíše nežli jasný vztah mezi médii a sociální prací spatřit mediální významnost, co se utváření norem a hodnot týče, a na vývojové dilema normativnosti a nenormativnosti je pak možné nazírat jako na jednu z mnoha specifických oblastí, které kdy média ovlivnila či je pomáhala utvářet.

4.4. Média jako nástroj profesního růstu

Jako výraznou funkci, zejména u odborně zaměřených médií, lze dle Philpota (in Šveřepa, [online]) vnímat možnost reflektovat práci profesionálů. Média je tak možné vnímat jako správnou cestu k dobré praxi, ale také i k větší profesionalitě, k níž lze dojít rozšířením či obeznámením se s novými profesními postupy. (Šveřepa, [online])

Média mohou poskytnout prostor pro odborné diskuze a umožnit tak vysvětlení nejrůznějších problémů anebo nejasností. Sociální pracovník se tak díky médiím může lépe identifikovat s vlastním oborem. (Šveřepa, [online])

Z výše zmíněného je možné spatřit shodu mezi přínosem médií pro sociální práci a supervizi v sociální práci. Tu charakterizuje Matoušek, (in Matoušek, 2003b) jako kvalifikovaný dohled nad průběhem programů či projektů, které se soustředí na kvalitativní aspekt činnosti sociálních pracovníků (a to nejen profesionálů, ale i dobrovolníků). (Matoušek, 2003b)

Matoušek v kontextu supervize vymezuje také její funkce, kterými míní funkci podpůrnou, vzdělávací, řídicí a zprostředkovací, která je patrná konkrétně u řešení problémů. (Matoušek, 2003b)

Jak poukázal Philpot (in Šveřepa, [online]), odborná média nastavují určité zrcadlo práce expertů. Sociálním pracovníkům tak mohou poskytnout určitý způsob interakce, která má podobu zpětné vazby. (Šveřepa, [online])

Média tak mohou sociální pracovníky obeznámit s novými postupy, či jim nabídnout možnosti, jak vyřešit nejrůznější problematické otázky. (Šveřepa, [online])

4.5. Média jako zprostředkující faktor mezi společnostmi a sociální prací

Média mohou také přispět k rozvoji jak společnosti samotné, tak oboru sociální práce a to zejména díky jejich vzájemné součinnosti, kterou mohou média usnadnit či zprostředkovat.

Média mohou poskytnout veřejnosti potřebné informace o roli sociální práce a významu tohoto oboru. Povědomí společnosti o výše zmíněném pak může ovlivnit i motivaci lidí spolupracovat na cílech sociální práce, či vůli podpořit samu existenci oboru.

Stejně dobře pak mohou média pomoci i sociálním pracovníkům, pro které se mohou stát užitečným nástrojem, při jejich snaze příznivě ovlivňovat společenský vývoj, jak je v souladu s cíli oboru v rámci reformního paradigmatu.

4.5.1. Mediální význam na utváření veřejného povědomí o sociální práci

Jak bylo nastíněno výše, mohou média významně podpořit vztahy mezi veřejností a sociálními pracovníky a stejně tak mohou ovlivňovat expanzi jednotlivých organizací sociální práce, jakož i naplňování jejich cílů.

Podle Klatovského, který (in Šveřepa, [online]), hovoří o významu styku s veřejností v kontextu sociální práce, je důležité public relations rozvíjet nejenom kvůli konkurenci mezi jednotlivými organizacemi sociální práce, ale zejména proto, aby jednotlivé subjekty snadněji dosahovaly vytyčených cílů. Právě naplňování cílů se může do určité míry odvíjet od správného pochopení a přispění veřejnosti, jíž mohou nejrůznější organizace oslovit také díky médiím. (Šveřepa, [online])

Média mohou dle Franklina a Partona (in Šveřepa, [online]) přispět v rámci vztahů k veřejnosti při oslovování podporovatelů, sponzorů anebo dárců, ale rovněž i při získávání klientů a uživatelů služeb. (Šveřepa, [online])

Média tak mohou reprezentovat určitou cestu, díky níž se veřejnost dokáže přiblížit více k sociální práci coby oboru a rovněž i k jejím výstupům a roli, jakou ve společnosti sehrává. Tímto přiblížením zároveň může dojít k obecné podpoře stability sociální práce a také k podpoře růstu tohoto oboru.

Média mohou veřejnost obeznámit s proměnami nebo s plánovaným vývojem sociální práce a „pouhým“ prezentováním plánů vizí plánovaných změn mohou také přispět k jejich realizaci.

4.5.2. Mediální podpora při snaze sociální práce změnit společnost

Jak říkají DuBois a Miley (in Šveřepa, [online]), sociální pracovníci by se měli zapojovat do nejrůznějších sociálních a politických akcí, které nesou příslib rovného přístupu ke společenským službám, zaměstnání, příležitostem a zdrojům, jež jsou zárukou naplnění základních lidských potřeb a plného rozvoje každého člověka. (Šveřepa, [online])

Sociální pracovník by se tedy mimo jiné měl snažit i o dosažení změn v kontextu společenských podmínek tak, aby byl minimalizován vznik případných krizí a nerovnováhy u sociálního fungování jednotlivých členů společnosti. (Matoušek, 2001)

Tento cíl může sociální pracovník naplnit v případě, že bude aktivně participovat na nejrůznějších akcích a činnostech, jež se staví do opozice vůči všemožným podobám marginalizace, diskriminace a jež se snaží podpořit rozvoj rovných příležitostí a změn právu k prospěchu každého, který to potřebuje. (Šveřepa, [online])

Sociální pracovníci se při svém snažení mohou opírat o skutečnosti prezentované v médiích a stejně tak média využít, aby dosáhli výše vymezených cílů. (Šveřepa, [online])

4.6. Sociální práce ve zpravodajství

Praktikum této práce se věnuje výskytu témat sociální práce v regionálním televizním zpravodajství. Kapitola pojednávající o médiích prezentovala faktor, jež ovlivňují jaké děje jsou do zpravodajství vybírány a na jaké události se žurnalisté soustředí.

Podle Šveřepy (in Šveřepa, [online]) jsou události s tematickým zaměřením sociální práce do zpravodajství zařazovány na základě vybraných zpravodajských hodnot. V kontextu prezentace sociální práce ve zpravodajství a médiích zohledňuje Šveřepa také fenomén morální paniky. (Šveřepa, [online])

4.6.1. Prezentace sociální práce v kontextu morální paniky

Morální panika, jak byla již vymezena v kapitole 3.6., stigmatizuje určité děje, k nimž si publikum na základě zkresleného mediálního podání vytvoří neadekvátní postoj. Morální paniku lze poměrně dobře vztáhnout právě na prezentaci událostí, jejich aktérů a vůbec oblastí týkající se sociální práce, jimž média mohou dávat určité nálepky nesoucí nepřiměřený význam.

Na základě zpravodajských hodnot (zejména hodnoty jednoduchosti a jasnosti, viz kapitoly 3.5.4.; 4.6.2.) se v reportážích často a až s přehnaným důrazem vymezují dobré a špatné role aktérů i dějů a prezentované události jsou poddávány až v extrémech černobílosti. Jak aktéry, tak děje také přiřazuje k pomyslným skupinám „my“ a „oni“. S tím že se skupina „my“ povětšinou reprezentuje jako ta, „dobrá“, majoritní a „morální“, k níž se přiklání i média samotná. Skupinu „oni“ pak reprezentují „ti druzí“, jak je média také mohou označovat. (Šveřepa, [online])

Franklin a Parton (in Šveřepa, [online]) se domnívají, že se od tohoto schématu odvíjí většina mediálně prezentovaných událostí z oblasti sociální práce ve Velké Británii, kde fenomén morální paniky způsobil, že média začala o sociální práci vytvářet negativní obraz v povědomí veřejnosti. Pokud se média soustřeďují zejména na události špatné a naopak ty

dobré nechávají bez povšimnutí, může mít takové jednání negativní důsledky na sociální práci samotnou. (Šveřepa, [online])

V tomto procesu opět hrají roli zpravodajské hodnoty a také tendence médií věci zveličovat a u publika probouzet neadekvátní reakční odezvy.

4.6.2. Sociální práce v kontextu zpravodajských hodnot

Šveřepa (in Šveřepa, [online]) také zhodnotil vhodnost sociální práce coby tématu k prezentaci ve zpravodajství a to z pohledu zpravodajských hodnot. (Šveřepa, [online])

S ohledem na hodnotu výskytu je podle Šveřepy sociální práce jako téma pro prezentaci ve zpravodajství nezajímavá. Čím je prezentovaná událost kratší, a čím snadněji dokáže zapadnout do rytmu média, tím je možnost její prezentace vyšší. Pracovní náplň sociálních pracovníků a sociální práce samotná, jako praktická disciplína, které je vlastní dlouhodobost, je pro zpravodajství vnímaná spíše jako neaktuální. (Šveřepa, [online])

Rovněž z hlediska hodnoty jasnosti nejsou témata ze sociální oblasti zpravodajsky vnímaná jako vhodná. Sociální práce je velmi specifickým oborem a spíše než její samotná a všední náplň se předmětem zpravodajství stávají děje „okrajové“, jako například selhání sociálního pracovníka u jednoho specifického případu. (Šveřepa, [online])

Prezentace takovýchto, pro sociální práci, krajních dějů je ve shodě s hodnotou negativity a také s hodnotou jednoduchosti, o čemž bylo hovořeno již v předchozí kapitole 3.4.1.

S ohledem na hodnotu dalšího vývoje se do zpravodajství mohou dostat události, které se týkají specifických oblastí sociální práce. Šveřepa jako příklad uvádí reportáže o týrání dětí, kterým mediální zpravodajství věnují často určitou pozornost. Takovým případům je totiž vlastní nejenom dramatický aspekt události, navíc je u nich možné předvídat další, navíc poměrně předvídatelný vývoj, jako vyšetřování, soud, umístění dětí do ústavu atd. (Šveřepa, [online])

Jak je na výše uvedeném příkladu patrné, vedle zpravodajských hodnot má v případě televizního zpravodajství určitý vliv také to, zdali lze událost zapracovat do konceptu

televizní reportáže, tak, aby obsahovala dramatický aspekt a byly jasné atributy příčiny, účinku a vyvrcholení, viz kapitola 3.9..

To, že média upřednostňují spíše negativní události, které se týkají sociální práce Šveřepa (in Šveřepa, [online]) dokládá i tvrzením, že: „smrt jednoho dítěte připoutá mnohem větší pozornost, než úspěšná péče o tisíc jiných. Běžná činnost sociálního pracovníka trvá měsíce a roky, nevytváří žádné „události“, což ji dělá mediálně neuchopitelnou.“ (Šveřepa, [online], s. 5)

4.7. Souhrnný závěr

Kapitulu pojednávající o vztahu sociální práce a médií lze chápat jako vyvrcholení teoretického zázemí diplomové práce. Kapitola opět začínala obecným rámcem vztahu sociální práce a médií, následně pak vymezila aspekty, v nichž mohou být média oboru sociální práce prospěšná. To bylo ukázáno i na vztahu média a sociální práce v kontextu v paradigmat a vývojových dilematech sociální práce. Následné kapitoly poukázaly na přínos médií pro sociální práci a to jednak v rámci zvyšování profesionality sociálních pracovníků a jednak při plnění cíle sociální práce zlepšit společnost.

Poslední kapitoly patřily již prezentaci sociálních témat ve zpravodajství, což je zároveň předmět výzkumného šetření práce. Na tuto kapitulu je tak možné nazírat jako na přemostění od teoretického zázemí diplomové práce k praktickému výzkumnému šetření.

Přesvědčení o nevhodnosti prezentace sociálních témat ve zpravodajství posloužilo ke stanovení hypotézy v rámci kvantitativního aspektu výzkumu (kapitola 7.4.1.). Naopak kvalitativní část šetření zohlední v rámci stanovených výzkumných otázek (kapitola 8.4.) zpravodajské hodnoty jakož i další kritéria, která mohou hovořit proti, ale také pro prezentaci sociálních témat.

Kapitola o morální panice zde byla prezentována jednak proto, že lze tento fenomén chápat jako důležitý při prezentaci sociálních témat. Zajímavým výstupem výzkumu ovšem bylo poukázání na to, že se redaktoři s morální panikou skutečně setkávají (viz kapitola 8.9.7.), ať jsou si toho vědomi či nikoliv. Touto otázkou se také zaobírá závěrečná diskuze (kapitola 9).

5. Metodologie

5. 1. Metodologické ukotvení práce

Pro potřeby diplomové práce bude užito jak kvantitativních, tak kvalitativních metod. Z hlediska metodologie stojí výzkum této práce na smíšeném výzkumu, jelikož v sobě kloubí kvantitativní analytické metody s interpretativními metodami kvalitativního výzkumu.

Hendl (in Hendl, 2008) o smíšeném výzkumu hovoří právě jako o kombinaci kvalitativních a kvantitativních metod, paradigmat a technik v kontextu jediné studie. (Hendl, 2008)

Dle Hendla (in Hendl, 2008) je věnována smíšeným výzkumům na poli metodologie stále větší pozornost. Smíšeným metodám výzkumů jsou vlastní určité přednosti. Kvalitativní a kvantitativní způsoby šetření se mohou vzájemně doplňovat. Je jich tedy možné užít v jediném prováděném výzkumu, pro který je vhodné sbírat a interpretovat data za užití více metod. Právě kombinací metod mohou vzniknout výsledky, které využívají síly, výhod a komplementarity jednotlivých přístupů. (Hendl, 2008)

Vedle řady autorů, kteří se zabývají přímo metodologií smíšených výzkumů, prezentuje Hendl také možné druhy způsobů, jak v rámci jediné studie kloubit kvalitativní a kvantitativní šetření. V této práci bude užito typu smíšeného výzkumu, který stojí na základě smíšeného modelu. Dle Hendla (in Hendl, 2008): „V tomto typu výzkumník využívá jak kvalitativní, tak kvantitativní výzkum uvnitř jednotlivých fází výzkumného procesu.“ (Hendl, 2008, s. 61)

V rámci tohoto druhu výzkumu se dle Hendla nejdříve stanovují cíle, následně dochází ke sběru dat, která se v závěru analyzují a interpretují. (Hendl, 2008)

6. Výzkumné zaměření práce

6. 1. Představení výzkumu práce

Tato diplomová práce se zaměřuje na prezentaci sociální oblasti ve zpravodajských reportážích regionálních televizí, které působí v Jihočeském kraji. Problematiku se diplomová práce snaží uchopit komplexně.

Výzkum diplomové práce se nejdříve zaměří na zjišťování počtu reportáží se sociální problematikou prezentovaných jihočeskými regionálními televizemi ve zkoumaném období let 2009 – 2012. Zjištěný počet reportáží umožní udělat si obrázek o tom, kolik prostoru je v regionálním televizním zpravodajství sociální problematice věnováno. Analýza počtu také umožní zjistit, jaký je poměr prezentovaných reportáží z oblasti sociální práce oproti jiným oblastem.

Vedle jejich počtu, bude rovněž kvantitativním způsobem analyzováno i tematické zaměření reportáží ze sociální oblasti. Analýzu obsahu reportáží lze chápat jako druhý výstup výzkumu diplomové práce, který prozradí, jaká sociální témata jsou v regionálních televizích prezentována nejčastěji a naopak, která jsou televizním zpravodajstvím opomíjena vůbec.

Třetí aspekt výzkumu se výše zjištěné skutečnosti následně pokusí odůvodnit a to informacemi zjištěnými z rozhovorů se zástupci regionálních televizí. Objasněn tak bude profesní chod jednotlivých redakcí, způsoby a kritéria, podle kterých jsou vybírána témata pro vypracování televizních reportáží. Rozhovor také zreflektuje postoje jednotlivých redakcí k prezentaci sociální práce ve zpravodajství a zkusí zjistit, zdali tyto postoje mají vliv na celkovou prezentaci sociální problematiky a jestli se rozhodnutí redaktorů určitá sociální témata prezentovat či nikoliv odvíjí spíše od profesionálních zásad nebo na základě subjektivních přesvědčení (např. zdali redaktorovo svědomí, osobní hodnoty anebo přesvědčení o potřebnosti šířit informace o sociální práci má vliv na výsledné mediální prezentaci této problematiky).

První dva výstupy práce, tedy analýza počtu a obsahu reportáží, budou zjišťovány kvantitativně. Výstup třetí, který má vedle objasnění fungování zpravodajství regionálních televizí objasnit především faktory, které ovlivňují výběr reportáží a také to, zdali lze k těmto faktorům řadit i hodnotovou orientaci a postoje redaktorů vůči sociální práci, bude uchopen kvalitativně.

Je třeba také zmínit, že diplomová práce, včetně výzkumu, volně navazuje a rozšiřuje bakalářskou práci: „*Analýza obsahu reportáží z regionálních televizí se zřetelem na sociální oblast*“ (Kronika, 2011), která byla stejným autorem sepsána v rámci studia sociální a charitativní práce v Teologické fakultě Jihočeské univerzity v roce 2011. Výsledky výzkumu této bakalářské práce, konkrétně se jedná o počet a obsah reportáží odvysílaných

regionálními televizemi Jihočeského kraje v letech 2009 a 2010, byly začleněny do výzkumného šetření prováděného v rámci této diplomové práce. Tato práce se tedy v kvantitativní části výzkumu zaměří na roky 2011 a 2012 a zjištěná data spojí s informacemi prezentovanými již v práci bakalářské v novém uceleném souboru.

6. 2. Cíle výzkumu

Z předchozí kapitoly lze vyvodit cíl této diplomové práce, který by dle Švece a Hrbáčkové (in Švec, Hrbáčková, 2007) měl mít podobu jasné a zřetelné otázky anebo výroku, jíž se následně výzkumné šetření snaží zodpovědět. (Švec, Hrbáčková 2007)

Komplexním cílem této práce je tedy:

Reflexe výskytu sociálních témat ve zpravodajských reportážích regionálních televizních v letech 2009 - 2012

Dílčí cíle byly rozčleněny do kategorií, na které se soustředí kvantitativní a kvalitativní aspekt výzkumu. Co se kvantitativní části šetření týče, byly dílčí cíle vymezeny následovně:

1. Určit počet reportáží, které regionální televize v jihočeském kraji věnovaly v letech 2009 – 2012 sociálním oblastem (resp. v letech 2011, 2012).
2. Určit poměr těchto reportáží vůči výskytu ostatních témat, vždy zvlášť za každý rok u každé televize.
3. Analyzovat obsah reportáží se sociální tematikou a vyjasnit tak, která sociální témata byla prezentována častěji a která méně.

Dílčí cíle pro kvalitativní aspekt výzkumu jsou formulovány takto:

- A. Přiblížit pracovní fungování jednotlivých redakcí.
- B. Konfrontovat zjištěný počet a tematické zaměření reportáží o sociálních tématech se zástupci televizí a osvětlit jejich profesní i osobní postoje vůči výsledkům kvalitativního šetření této diplomové práce i vůči výskytu sociální práce v médiích vůbec.
- C. Zjistit zdali je sociální oblast z hlediska redaktorské činnosti vhodná pro prezentaci, či nikoliv a proč tomu tak je.

D. Určit, zda výše zmíněné postoje redaktorů mají vliv na prezentování sociálních dějů a případně, pokud panuje rozpor mezi faktory profesního zaměření a osobními postoji, zjistit, který z těchto faktorů má na prezentaci sociálních dějů větší vliv.

V kategorii kvantitativních dílčích cílů je záměrem této práce zjistit počet reportáží se sociální tematikou (cíl 1.). Samostatná číselná hodnota počtu ovšem neumožňuje udělat si představu, natož jakkoliv zhodnotit, zda li je výskyt reportáží o sociální tematice nízký, nebo vysoký. To lze zjistit až poměřením s celkovým počtem odvysílaných reportáží, což by mělo umožnit splnění výzkumného cíle č. 2.

A konečně v rámci splnění dílčího cíle č. 3. potom diplomová práce reportáže věnující se sociálním tématům rozčlení do jednotlivých sociálních oblastí, dle určitých témat.

Kvalitativní výzkum objasní nastolování agendy reportáží a způsob výběru náměrů (cíl A.), což už samo o sobě může osvětlit, proč je počet a případně obsah reportáží se sociální tematikou takový, jaký je.

Konfrontace údajů zjištěných kvalitativním šetřením se zástupci redakcí (cíle B, C.) umožní zjistit, jaká jsou skutečná kritéria, jež ovlivňují počet a obsah reportáží se sociální tematikou. (Vedle pracovního chodu redakce, kterému se věnuje cíl A. tak bude zjišťováno, nakolik mají redaktoři při výběru reportáží „volnou ruku“, podle čeho si náměty volí, atd...)

Podstatu kritérií, jež ovlivňují počet a obsah reportáží se sociální tematikou, pak objasní cíl C. Jak bylo vypsáno v teoretické části práce (kapitola 4.4.), hovoří zejména zpravodajské hodnoty proti výskytu sociální práce ve zpravodajství. Na druhou stranu jak bylo zjištěno již v bakalářské práci (Kronika, 2011) byly to právě mimo jiné i osobní postoje redaktorů, které se zasadily o vyhledávání a zapracování sociálních témat do reportáží.

Pokud tedy redaktor má určitou svobodu při nastolování agendy (což objasní cíl A.), a není mu prezentace sociálních témat lhostejná, jako redaktorovi i jako člověku (cíl B.), může být právě toto osobní postojové ladění kritériem, které prezentaci sociálních témat ve výsledku ovlivní. Cíl D. tedy určí, jaké podstaty jsou kritéria, která výskyt sociální problematiky ve výsledku ovlivňují nejvíce.

Splněním cíle D. by mělo být poukázáno na roli etiky a morálky redaktorů v prezentaci sociální práce v televizním zpravodajství. (Etický rozměr výzkumu jasněji vymezí samostatná kapitola 8.6.) Zjišťování cílů C. a D. se bude odrážet od hodnotové orientace redaktorů, ale i od jejich svědomí, které do určité míry může zrcadlit již cíl B., který má víc než cokoli jiného objasnit spokojenost redaktorů s výskytem sociální práce.

Práce tak ve výsledku zrcadlí nejenom daný stav, tedy počet, obsah a poměr reportáží, ale i redakční chod televizí či postojové orientace redaktorů a další kritéria, jež mohou výskyt sociálních problematik ovlivnit.

Jak je z výše řečeného patrné, diplomová práce má ve svém hlavním cíli skutečně komplexně uchopit a zreflektovat výskyt sociálních témat ve zpravodajských reportážích regionálních televizních v letech 2009 – 2012.

7. Kvantitativní část výzkumu

7.1. Představení výzkumné metody

Pro potřeby kvantitativního aspektu výzkumu a splnění dílčích cílů 1., 2., 3. byla zvolena metoda obsahové analýzy dat.

Obsahová analýza vychází dle Scherera (Schulz, et. al. 2004) z palety sociálně vědních metod užívaných kvantitativním šetřením. Disman (in Disman, 2006) na tuto metodu nazírá jako na kvantitativní analýzu nejrůznějších informací. Analýza se může soustředit na obsahovou stránku informací, stejně jako na jejich formu, ale i na to, kdo je autorem sdělení a komu má být informace určena. Obsahová analýza dat je nejen kvantitativní, ale také by měla být objektivní. (Disman, 2006)

Schulz (in Schulz, et. al. 1998), který se o metodě vyjadřuje přímo v kontextu zkoumání mediálních obsahů, vymezuje obsahovou analýzu jako rozbor, který je vždy v rámci jednoho šetření zpracováván stejným způsobem a jehož výsledky jsou tak reliabilní. Výzkum, který stojí na obsahové analýze, by měl samozřejmě být také validní, výsledky by se měly odvíjet pouze od analyzovaného materiálu a při zkoumání užitých metod, naopak na osobě výzkumníka by neměly být závislé na osobě výzkumníka vůbec. (Schulz, et. al. 1998).

Cílem obsahové analýzy je tak dle Scherera (in Schulz, et. al. 2004) popis a zkoumání určitých obsahů. Výsledky lze následně zpracovat za užití statistik, výstup analýzy má tedy podobu takových dat, které lze interpretovat za užití čísel ale i nejrůznějších grafů a tabulek. (Schulz, et. al. 2004).

7.2. Představení výběrového souboru

Výzkum se v rámci naplnění dílčích cílů 1., 2. a 3. zaměří na reportáže prezentované regionálními televizemi Jindřichohradecká televize, R1 Jih a Jihočeská televize. Konkrétně bude analyzovat reportáže, které byly v letech 2009 - 2012 prezentované ve zpravodajských relacích:

- Jindřichohradecký zpravodajský magazín (Jindřichohradecká televize)
- Regionální zpravodajství Jižní Čechy a Vysočina (R1 Jih)
- TV zprávy (Jihočeská televize)

Více o těchto zpravodajských relacích i televizích vůbec pojednávala příslušná kapitola 3.10.

Výběrový soubor je víceméně totožný se souborem základním. V Jihočeském kraji totiž po celou dobu čtyř zkoumaných let nepůsobila žádná jiná regionální televize.

7.3. Představení integrované části výzkumu

Kvantitativní aspekt výzkumného šetření má komplexně představit počet a obsah reportáží se sociální tematikou, které výše zmíněné zpravodajské relace prezentovaly v letech 2009 – 2012. Navazuje přitom na bakalářskou práci „*Analýza obsahu reportáží z regionálních televizí se zřetelem na sociální oblast*“ (Kronika, 2011), která již v rámci vlastního výzkumného šetření vymezila počet a obsah reportáží zkoumaných regionálních televizí v letech 2009 a 2010. Vlastní výzkum diplomové práce tedy na výzkum bakalářské práce naváže a provede šetření pro roky 2011 a 2012.

Je nutné zmínit, že dvě ze zkoumaných televizí změnily od provedení výzkumu bakalářské práce svůj název. V níže prezentovaných výsledcích (kapitola 7.3.1.) jsou uvedeny původní názvy Jihočeské televize (TV GIMI) a televize R1 Jih (R1 Vysočina).

7.3.1. Analýza počtu reportáží ve zkoumaných televizích v letech 2009 - 2010

V rámci splnění dílčích cílů této diplomové práce 1. a 2. je z výzkumu bakalářské práce (in Kronika, 2011, s. 56)¹ možné: „vyvodit následující závěry:

- Díky třem zkoumaným televizím bylo během let 2009 a 2010 možné shlédnout v jejich zpravodajstvích celkem sto třicet osm reportáží pojednávajících o sociální práci.
- Poměrem k ostatním tématům upřednostňovala nejvíce sociální práci TV GIMI za rok 2009, kdy o této problematice pojednávalo 4,50 % reportáží. V roce 2010 to potom byla Jindřichohradecká televize, kdy z celku všech reportáží se sociální práci věnovalo 3,95% z nich.

¹ První a třetí bod závěru prezentuje zjištěná data v absolutních hodnotách. Reaguje tak na cíle stanovené v bakalářské práci (Kronika, 2011), které se soustředily na zjištění celkového počtu reportáží, které věnovaly regionální televize jihočeského kraje sociálním oblastem a rovněž na zjištění, která ze sociálních témat byla prezentována nejvíce.

Oproti tomu druhý bod závěru operuje s hodnotami relativními, které byly vhodně zvolené na základě cílu bakalářské práce, který měl vymezit poměr reportáží se sociálních oblastí vůči ostatním tématům.

- Nejvíce reportáží o sociální práci bylo možno shlédnout v roce 2009 v televizi R1 Vysočina. O sociálních oblastech informovala zdejší redakce pětatřicetkrát. O rok později o sociálních tématech informovala nejvíce TV GIMI a to v devětadvaceti reportážích.“ (Kronika, 2011, s. 56)

Tabulka č. 1: Výsledky integrované části výzkumu

Rok	TV GIMI			R1 Vysočina			Jindřichohradecká Televize		
	Celkový počet reportáží	Reportáže ze sociálních oblastí		Celkový počet reportáží	Reportáže ze sociálních oblastí		Celkový počet reportáží	Reportáže ze sociálních oblastí	
		vyjádřeno číselně	vyjádřeno procentuálně		vyjádřeno číselně	vyjádřeno procentuálně		vyjádřeno číselně	vyjádřeno procentuálně
2009	556	25	4,50%	1179	35	2,97%	287	12	4,18%
2010	823	29	3,52%	812	21	2,58%	405	16	3,95%

zdroj: Kronika, 2011

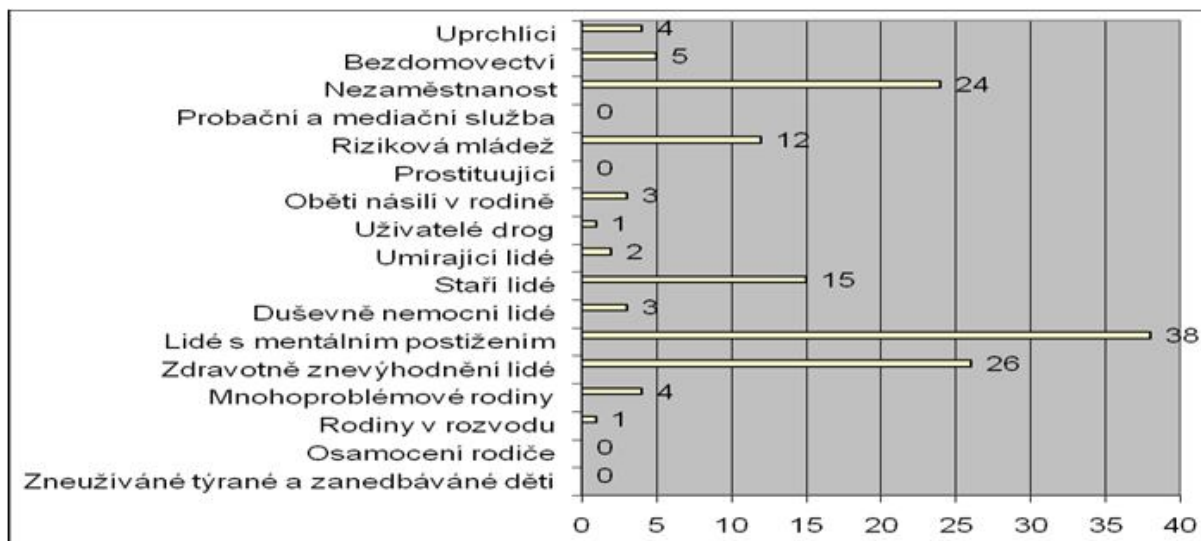
7.3.2. Analýza obsahu reportáží ve zkoumaných televizích v letech 2009 – 2010

V kontextu dílčího cíle č. 3. analyzuje tato diplomová práce tematické zaměření reportáží ze sociální oblasti v letech 2009 - 2012. Pro roky 2009 a 2010 je opět užito výsledků bakalářské práce (Kronika, 2011), kde bylo zjištěno, že každá z televizí upřednostňovala jiná sociální témata a některé oblasti sociální práce nebyly ve zpravodajství ani jedné televize zastoupeny.

„K těmto nezařazeným tématům patří probační a mediační služba, prostituce, problematika zneužívaných a týraných dětí a problematika osamocených rodičů. Nejvíce reportáží ze všech televizí poté pojednávalo o lidech s mentálním postižením, poměrně velká část reportáží se zabývala také zdravotně znevýhodněnými lidmi a faktorem nezaměstnanosti.

V následujícím grafu je zastoupeno všech sto třicet osm reportáží, které regionální televize působící v jižních Čechách věnovaly ve zkoumaných letech sociálním oblastem.“ (Kronika, 2011, s. 57.)

Graf č. 1: Analýza reportáží všech tří zkoumaných televizí se zřetelem na sociální oblast, v letech 2009 a 2010



zdroj: Kronika, 2011, N = 138

7.4. Stanovení hypotéz

Hypotézy byly pro potřeby kvantitativní části šetření stanoveny dvě.

Hypotéza č. 1.: Celkový počet reportáží ze sociální oblasti bude do 10 % vzhledem k celkovému počtu všech reportáží v každém ze sledovaných roků a u každé televize.

Hypotéza č. 2: Reportáže regionálních televizí, které v letech 2009 – 2012 pojednávaly o sociálních oblastech, se budou nejvíce za celkové toto období ve všech televizích věnovat tématice lidí s mentálním postižením.

7.4.1. Argumenty pro stanovení hypotéz

Argument pro stanovení hypotézy č.1.

První hypotéza byla vymezena na základě výroku, že zpravodajství neupřednostňuje témata věnující se sociální problematice, který má teoretické ukotvení v kapitole 4. 4.

Argumenty pro stanovení obou hypotéz

Obě hypotézy mají samozřejmě také přispět k naplnění dílčích cílů práce. Zatímco první hypotéza se zaměřuje na počet sociálních reportáží a reflektuje dílčí cíle 1. a 2, druhá zkoumá tematické zaměření těchto reportáží a stanovena byla v souvislosti s dílčím cílem 3.

Výsledná podoba obou hypotéz se odvíjí rovněž i od redaktorské praxe autora práce, díky níž bylo možné zpětně reflektovat jak počet, tak obsah sociálních reportáží, které byly vysílány jednou ze zkoumaných televizí, konkrétně televizí jindřichohradeckou. Obě hypotézy byly ve výsledné podobě zformulovány s ohledem na vědomí autora, že tato televize prezentuje sociální tematiku spíše v menší míře, a pokud se sociálním tématům věnuje, prezentuje zejména problematiku lidí s mentálním postižením.

Dalším důvodem pro stanovení hypotéz 1. a 2. ve výše uvedených podobách jsou i výsledky výzkumu bakalářské práce (Kronika, 2011), které byly představeny v předchozí kapitole 7.3.

7.5. Postup kvantitativního výzkumného šetření

Analýza počtu a obsahu reportáží se sociální tematikou proběhla vždy zvlášť pro každou ze zkoumaných televizí. Jako důvod pro oddělené šetření lze chápat skutečnost, že každá z televizí má jinou pracovní dynamiku, vysílací schéma a konečně i celkový počet reportáží, který produkuje (v případě R1 Jih a Jihočeské televize) denně anebo (v případě Jindřichohradecké televize) týdně.

Co se přístupu k potřebným materiálům, tedy k archivům reportáží týče, u zkoumané jindřichohradecké televize, jsem coby autor této diplomové práce, rovněž člověkem, který archiv a reportáže v něm obsažené spoluvytvářel. Jako redaktor Jindřichohradecké televize jsem měl k potřebným datům volný přístup.

V případě Jihočeská televize a televize R1 Jih bylo osloveno vedení obou společností. Stejně osoby byly osloveny již před dvěma lety v rámci realizace výzkumu bakalářské práce (Kronika, 2011), výzkum jim tedy nebyl neznámý a pro potřeby této diplomové práce umožnily přístup k potřebným informačním zdrojům.

Zejména pro reportáže, jejichž autorem jsem byl já sám, stačila pro třídění, analýzu počtu i tematického zaměření prohlídka psaného komentáře. V případě reportáží, jejichž autorkami byly mé kolegyně, byla reportáž shlednuta v její ucelené audiovizuální podobě.

S ohledem na kolegiální a dlouhodobou spolupráci mezi Jindřichohradeckou televizí a televizí R1 Jih byla pro potřeby výzkumu ze strany redakce R1 Jih poskytnuta soukromá,

databáze odvysílaných reportáží (v podobě tabulkového souboru excel), která značně usnadnila kategorizaci reportáží a určení počtu těch, které se týkají sociální práce.

Informace z této databáze byly užity pro realizaci té části výzkumu (viz kapitola 7.2.2.1.), který se zabývá celkovým počtem reportáží se sociálním tématem.

Ohledně zkoumané analýzy obsahu, vybrané reportáže s tematikou sociální oblasti byly následně dohledány ve volně přístupném archivu televize R1 Jih a tematicky rozřazeny.

V případě Jihočeské televize byl po předchozí dohodě s vedením umožněn přístup k archivu hotových reportáží. K dispozici zde nebyl seznam názvů, ani mluvené komentáře, proto byly reportáže přímo v redakci Jihočeské televize pouštěny jedna po druhé a na základě jejich prohlédnutí pak proběhla jejich kategorizace, určení celkového počtu vůči počtu reportáží se sociální tematikou, které byly následně, stejně jako v případě předchozích dvou televizí tematicky rozčleněny.

7.6. Kategorizace kvantitativního výzkumu

7.6.1. Kategorie sociální oblast

Diplomová práce již ve svém názvu operuje s termínem „sociální oblast“, od něhož se následně odvíjí i kategorizace s reportáží prováděná v rámci výzkumu. Pojem sociální oblast, reprezentuje nejenom oblast sociální práce, ale především cílové skupiny a problematiky, s nimiž se sociální pracovníci při své praxi setkávají. Bližší uchopení pojmu užívaného pro potřeby této práce umožňuje k tomuto účelu napsaná kapitola 2.8.

Prvotním záměrem diplomové práce bylo analyzovat reportáže, které by se věnovaly přímo a pouze činností sociálních pracovníků. Těch by ale byl skutečně tak malý počet, že jsem se rozhodl analýzu obsahu a počtu reportáží vztáhnout skutečně i na cílové skupiny, jak byly vymezeny právě v kapitole 2.8.

Jsem přesvědčený, že samotná prezentace těchto skupin, jejich specifik a případných problémů se sociální práce týká už jen v tom kontextu, že se pomocí reportáží tyto problémové skupiny dostávají do povědomí veřejnosti. Reportáže tak představují přínos pro sociální práci, jak bylo vymezeno v kapitole 4., a proto se domnívám, že přestože mnohdy

neprezentují přímo činnost sociálních pracovníků, organizací či dobrovolníků, do oblasti sociální práce patří.

V rámci splnění dílčího cíle 1. tedy určení počtu reportáží, které do kategorie sociální oblasti patří, pak byly řazeny reportáže, které se věnovaly zejména činností nejrůznějších občanských sdružení. Zařazeny sem byly ale například výstupy volnočasových aktivit seniorů (např. výstavy) a stejně tak výsledky práce ze sociálně terapeutických dílen.

V takovýchto reportážích není sociální oblast jako taková mnohdy primárním tématem, reportáž ovšem zahrnuje popis cílové skupiny a přibližuje ji tak veřejnosti a proto byly i tyto reportáže při analýze obsahu přiřazeny do kategorie sociální oblasti. Ze stejného důvodu se do kategorie „sociální oblast“ dostaly například i reportáže, které dokumentují například návštěvu starosty anebo hejtmána v sociálních institucích. Tyto reportáže jsou primárně také spojeny například s plánovanými investicemi do zmíněných institucí.

Samotný proces kategorizace proběhl zpravidla již po prvním zhlédnutí reportáže, případně po přečtení psaného komentáře. Nespornou výhodou třídění právě těchto mediálních obsahů – tedy televizních reportáží – je jejich stručnost, ale i faktory jednoduchosti a jasnosti, jak bylo vymezeno v příslušných kapitolách (3.5., 3.8., 3.9.)

Pokud jedna ze tří obsahových komponent reportáže (příčina, účinek, vyvrcholení), které vymezili Ruß-Mohl a Bakičová (in Ruß-Mohl, Bakičová, 2005), a které jsou blíže popsány v kapitole 3.9.1., byla vztažena na sociální oblast, byla reportáž přiřazena do této kategorie.

7.6.2. Ostatní kategorie reportáží

Nadrámcovým výstupem výzkumu je rovněž představení tematické členitosti všech zpravodajských reportáží, které vždy každá ze zkoumaných televizí prezentovala.

V rámci naplňování dílčího cíle 2., tedy k určení poměru prezentovaných sociálních témat vůči celkovému počtu reportáží, došlo vždy k prostudování celého archivu reportáží. Při tomto rozboru archivů jednotlivých televizí, došlo vedle primárního výběru sociálních témat i zevrubnému rozčlenění ostatních reportáží, například do oblastí kultury, sportu, školství.

Jelikož se jimi výzkum primárně nezabývá, vznikly tyto kategorie spíše jako vedlejší produkt při procesu hledání sociálních témat. Po skončení výzkumného šetření se jako zajímavá jevila možnost zjistit, na úkor jakých témat je sociální oblasti věnován malý prostor, ale i možnost porovnání počtu vybraných sociálních témat s množstvím jiných tematických oblastí, například se školstvím a zdravotnictvím, jelikož počet těchto témat byl zpravidla podobný počtu témat ze sociální oblasti.

Po uvážení byly i tyto ostatní kategorie ve výzkumných výsledcích prezentujících výskyt sociálních témat, zveřejněny (viz přílohy PII, P VII, PXIV). Jejich začlenění do výzkumu se ukázalo jako vhodné i v rámci kvalitativního šetření, kdy dotazovaní, redaktori se měli vyjadřovat k výskytu sociální práce v jejich zpravodajství. Díky těmto kategoriím se mohli redaktori k položené otázce vyjádřit komplexněji, jak lze zjistit z příslušné kapitole 8.9.4.

Zde je ovšem třeba zdůraznit, že ostatní kategorie stojí spíše než na jasně vyčleněných hranicích na vlastní redaktorské praxi autora a z ní plynoucí představy, k čemu se daná reportáž vztahuje. Panuje zde tedy předpoklad určité subjektivity a nelze proto zaručit reliabilitu četnosti dat v těchto zbylých kategoriích.

Kategorie byly stanoveny následovně:

- Akce pro veřejnost
- Doprava
- Ekonomika
- Hasiči
- Investiční akce
- Kriminalita
- Kultura
- Mimořádné události
- Nehody, katastrofy
- Ostatní
- Počasí
- Police
- Politika
- Sport

- Školství
- Zdravotnictví
- Zvířata
- Životní prostředí

Pro upřesnění budou v příloze P I kategorie definovány na základě příkladů událostí a reportáží, které o těchto událostech pojednávají.

7.6.3. Podrobná kategorizace sociální oblasti

Pro splnění dílčího cíle 3., tedy určení obsahu jednotlivých reportáží, které se věnují sociální oblasti, bylo užito kategorií které Matoušek, Koláčová a Kodymová (in Matoušek, Koláčková, Kodymová et. al., 2005) vnímají jako oblasti, na něž se ve České republice primárně soustředí nejvíce. Jedná se o následující kategorie:

- Zneužívané, týrané a zanedbávané děti
- Osamocení rodiče
- Rodiny v rozvodu
- Mnohoproblémové rodiny
- Zdravotně znevýhodnění
- Lidé s mentálním postižením
- Duševně nemocní
- Staří lidé
- Lidé umírající v hospici
- Uživatelé drog
- Oběti násilí v rodině
- Ženy, které poskytují placené sexuální služby
- Riziková mládež
- Probační a mediační služba
- Nezaměstnaní lidé
- Bezdomovectví
- Uprchlíci

Těmto celkem sedmnácti kategoriím, které reprezentují nejrůznější oblasti sociální práce, je věnován dostatečný prostor v kapitole 2.8.

Považuji za vhodné sdělit, že před začátkem šetření bylo počítáno s možností, že se objeví reportáž, která by se věnovala jiné sociální oblasti. Např. i Matoušek (in Matoušek, Koláčková, Kodymová et. al., 2005) hovoří o tom že výše zmíněných sedmnáct odvětví sociální práce nezahrnuje všechny oblasti oboru (schází zde například problematika Romů).

Pokud by se během šetření reportáž mimo stanovené kategorie skutečně objevila, plánovalo se s vytvořením dodatečné kategorie. Nicméně se tak nestalo ani u jedné ze zkoumaných televizí.

7.7. Prezentace výsledků kvantitativního výzkumu

7.7.1. Jihočeská televize

7.7.1.1. Analýza počtu reportáží se sociálním obsahem

Jihočeská televize odvysílala v roce 2009 ve své zpravodajské relaci celkem pět set padesát šest reportáží. Sociálním oblastem se věnovalo dvacet pět z nich. V roce 2010 bylo v tomtéž zpravodajství odvysíláno osm set dvacet tři reportáží, sociálním tématům se věnovalo devětadvacet. (Kronika, 2011)

V roce 2011 byla sociální tematika prezentována osmapadesátkrát a to z celkového počtu jednoho tisíce čtyř se třiceti čtyř odvysílaných reportáží. V roce 2012 odvysílala televize Jihočeská televize celkem šestnáct set a jednu reportáž. Sociální oblasti se věnovalo šedesát dva z nich.

Číselně znázorněné výsledky – viz příloha P II

Procentuelně je možné poměr výskytu sociálních reportáží ve zpravodajství Jihočeské televize vyjádřit následovně; v roce 2009 prezentovalo sociální oblasti 4,50 % reportáží, v roce 2010 pak již jenom 3,52 %. (Kronika, 2011)

Za rok 2011 je možné výskyt sociálních témat vyjádřit ve 4,04 %. V roce 2012 lze výskyt sociálních oblastí v relativní hodnotě vyjádřit jako 3,87 %.

Graficky znázorněný procentuální výskyt sociálních témat v jednotlivých letech – viz příloha P III

7.7.1.2. Analýza témat reportáží se sociálním obsahem

Jihočeská televize v roce 2009

O sociální problematice pojednávalo v tomto roce ve zpravodajství Jihočeské televize celkem dvacet pět reportáží. Pět reportáží informovalo o nezaměstnanosti a dalších pět o problematice lidí s mentálním postižením. Starým lidem se věnovaly čtyři reportáže, ve třech zprávách byla prezentována problematika uprchlíků a zdravotně znevýhodněných lidí. O bezdomovectví pojednávaly další dvě reportáže, stejný počet se věnoval i duševně nemocným lidem. Jedna reportáž prezentovala i problematiku umírajících lidí. (Kronika, 2011)

Graficky znázorněné výsledky – viz příloha P IV

Jihočeská televize v roce 2010

Celkem z devětadvaceti reportáží informujících o sociálních oblastech se redaktoři Jihočeské televize nejvíce zaměřili na téma zdravotně znevýhodněných lidí. O těch v roce 2010 pojednávalo sedm reportáží. Dalších pět reportáží se soustředilo na lidi s mentálním postižením. Vždy ve třech reportážích se ve zpravodajství Jihočeské televize prezentovaly problematiky nezaměstnanosti, rizikové mládeže, starých lidí a mnohoproblémových rodin. Dvě reportáže se věnovaly bezdomovectví a další dvě násilí v rodině. Poslední jedna reportáž se zabývala problémem rozvodu. (Kronika, 2011)

Graficky znázorněné výsledky – viz příloha P V

Jihočeská televize v roce 2011

Z padesáti osmi reportáží, které v roce 2011 pojednávaly o sociálních tématech, bylo nejvícekrát, celkem sedmnáctkrát odvysíláno téma lidí s mentálním postižením. Patnáctkrát se ve zpravodajství Jihočeské televize objevilo téma zdravotně znevýhodněných. Jedenáct reportáží pojednávalo o nezaměstnanosti. Čtyřikrát bylo prezentováno téma bezdomovectví a také téma duševně nemocných lidí. Po dvou reportážích dostala prostor i témata mnohoproblémových rodin, uživatelů drog a zneužívaných, týraných a zanedbávaných dětí. Jedna reportáž také pojednávala o rodinách v rozvodu.

Graficky znázorněné výsledky – viz příloha P VI

Jihočeská televize v roce 2012

I v roce 2012 byl největší prostor věnován problematice lidí s mentálním postižením. Z celkového počtu reportáží, které pojednávaly o sociální problematice, kterých bylo dva a šedesát, se těmto lidem věnovalo hned patnáct reportáží. Čtrnáctkrát byla prezentována nezaměstnanost a desetkrát byli ve zpravodajství Jihočeské televize vidět i lidé s mentálním postižením. Sedm reportáží pojednávalo o duševně nemocných lidech a šest o bezdomovectví. Čtyři reportáže patřily rizikové mládeži a třikrát byla prezentována i problematika umírajících lidí, stejně jako problematika zneužívaných, týraných a zanedbávaných dětí.

Graficky znázorněné výsledky – viz příloha P VII

7.7.2. R1 Jih

7.7.2.1. Analýza počtu reportáží se sociálním obsahem

Televize R1 Jih v roce 2009 prezentovala ve svém zpravodajství celkem tisíc sto sedmdesát devět reportáží, sociální tématicke se věnovalo pětatřicet. V roce 2010 odvysílala tato televize osm set dvanáct reportáží, kdy témat ze sociálních oblastí bylo dvacet jedna. (Kronika, 2011)

Co se týče roku 2011, celkový počet prezentovaných reportáží byl tisíc dvacet devět. Sociálním tématům se pak věnovalo čtyřicet devět z nich. V roce 2012 pak R1 Jih odvysílala celkem sedm set osmdesát tři reportáží a o sociální oblasti pojednávalo dvacet osm.

Číselně znázorněné výsledky – viz příloha P VIII

Poměr výskytu sociálních oblastí k celku lze relativní hodnotou vyjádřit následovně. V roce 2009 bylo reportáží se sociální tematikou 2,97 %, v roce 2010 pak již pouze 2,59 %. (Kronika, 2011)

V roce 2011 věnovalo zpravodajství R1 Jih sociální problematice 4,76 % z vysílacího prostoru. O rok později bylo reportáží se sociálním obsahem odvysíláno 3,58 %.

Graficky znázorněný procentuální výskyt sociálních témat v jednotlivých letech – viz příloha P IX

7.7.2.2. Analýza témat reportáží se sociálním obsahem

R1 Jih v roce 2009

Na celkovém počtu třiceti pěti reportáží se sociální tematikou prezentovaných televizí R1 Jih mají největší podíl události, které se týkají se nezaměstnanosti. Těch bylo ve výsledku třináct. Šest reportáží informovalo o lidech s mentálním postižením, pět o lidech starých a čtyři reportáže o lidech zdravotně znevýhodněných. Problematice rizikové mládeže se věnovaly tři reportáže a vždy v jedné zprávě se zpravodajský magazín dotkl i problematiky násilí v rodině, uprchlíků, bezdomovců a duševně nemocných lidí. (Kronika, 2011)

Graficky znázorněné výsledky – viz příloha P X

R1 Jih v roce 2010

V roce 2010 prezentovala televize R1 Jih ve svém zpravodajství sociální témata celkem jednadvacetkrát. Více než polovina, celých jedenáct reportáží, se zabývala problematice lidí s mentálním postižením. Čtyři reportáže se věnovaly rizikové mládeži a další tři potom problematice zdravotně znevýhodněných lidí. Vždy v jedné reportáži byly prezentovány i problematiky starých lidí, nezaměstnanosti a drog. (Kronika, 2011)

Graficky znázorněné výsledky – viz příloha P XI

R1 Jih v roce 2011

V roce 2011 prezentovalo zpravodajství televize R1 Jih celkem čtyřicet devět reportáží pojednávajících o sociálních tématech. Nejvíce, celých dvanáct, jich patřilo lidem s mentálním postižením. Téma starých lidí se ve zpravodajské relaci objevilo devětkrát a osmkrát byla prezentována problematika zdravotně znevýhodněných, stejně jako problematika nezaměstnanosti. Osm reportáží pojednávalo o zneužívaných, týraných anebo zanedbávaných dětech a vždy po jedné reportáži dostala prostor i témata problémových rodin osamocených rodičů, probační a mediační služby a bezdomovectví.

Graficky znázorněné výsledky – viz příloha P XII

R1 Jih v roce 2012

Z celkového počtu dvaceti osmi reportáží, které televize R1 Jih odvysílala v roce 2012, bylo nejčastěji, hned devětkrát prezentováno téma lidí s mentálním postižením. Stejný počet reportáží patřilo i seniorům. třikrát se ve zpravodajství objevilo téma nezaměstnanosti a třikrát problematika zdravotně znevýhodněných osob. Dvě reportáže pojednávaly o obětech násilí v rodině a vždy jedna reportáž se věnovala tématům osamocené rodiny a mnohoproblémových rodin.

Graficky znázorněné výsledky – viz příloha P XIII

7.7.3. Jindřichohradecká televize

7.7.3.1. Analýza počtu reportáží se sociálním obsahem

V roce 2009 odvysílala Jindřichohradecká televize ve své zpravodajské relaci dvě stě osmdesát sedm reportáží, z toho dvanáct se věnovalo sociální problematice. O rok později bylo odvysíláno Jindřichohradeckou televizí čtyři sta pět reportáží a problematice sociální práce se jich věnovalo šestnáct. (Kronika, 2011)

V roce 2011 mohli diváci jindřichohradeckého zpravodajského magazínu vidět celkem čtyři sta dvacet devět reportáží, sociální oblasti se jich věnovalo dvacet dva. V roce 2012 potom redakce jindřichohradecké televize odprezentovala tři sta padesát čtyři reportáží. O sociálních oblastech jich pojednávalo jednatřicet.

Číselně vyjádřené výsledky - viz příloha P XIV

V relativních hodnotách je možné vyjádřit výskyt sociálních oblastí v Jindřichohradeckém televizním zpravodajství následovně. Za rok 2009 se sociálním oblastem věnovalo 4,18 %, o rok později to bylo 3,95 %. (Kronika, 2011)

V roce 2011 lze procentuálně vymezit výskyt reportáží se sociálními tématy relativní hodnotou 5,13 %. O rok později se sociálním oblastem reportáží věnovalo 8,76 %.

Graficky znázorněný procentuální výskyt sociálních témat v jednotlivých letech – viz příloha P XV

7.7.3.2. Analýza témat reportáží se sociální obsahem

Jindřichohradecká televize v roce 2009

Celkem z dvanácti reportáží, které se věnovaly sociálnímu obsahu, utvářela v roce 2009 necelou polovinu, celých pět reportáží, témata věnující se lidem s mentálním postižením. Události týkající se zdravotně znevýhodněných lidí byly mediálně prezentovány třikrát. Jedna reportáž se vždy věnovala rovněž i problematice mnohoproblémových rodin, starých lidí, nezaměstnaných a rizikové mládeže. (Kronika, 2011)

Graficky znázorněné výsledky – viz příloha P XVI

Jindřichohradecká televize v roce 2010

Také v roce 2010 se z prezentovaných sociálních témat věnovala Jindřichohradecká televize nejvíce lidem s mentálním postižením. Nárůst lze pozorovat v prezentaci tématu zdravotně znevýhodněných. Obě skupiny byly v celkových šestnácti reportážích zastoupeny šestkrát. Zbylé čtyři reportáže se vždy po jedné věnovaly problematice nezaměstnanosti, rizikové mládeži, lidem starým a lidem umírajícím. (Kronika, 2011)

Graficky znázorněné výsledky – viz příloha P XVII

Jindřichohradecká televize v roce 2011

Rok 2011 do Jindřichohradeckého zpravodajství přinesl celkem dvacet dva reportáží, které se věnovaly sociálnímu obsahu. Nejvíce, celkem osmkrát, bylo prezentováno opět téma lidí s mentálním postižením. Jen o jednu reportáž méně mělo téma starých lidí, které se ve zpravodajství objevilo sedmkrát. Čtyřikrát byla prezentována problematika zneužívaných, týraných a zanedbávaných dětí. Dvě reportáže patřily zdravotně znevýhodněným a jedna se věnovala problematice osamocených rodičů.

Graficky znázorněné výsledky – viz příloha P XVIII

Jindřichohradecká televize v roce 2012

V posledním zkoumaném roce, tedy v roce 2012 se sociální témata v Jindřichohradeckém zpravodajském magazínu objevila celkem jednatřicetkrát. I tento rok byl největší prostor věnován lidem s mentálním postižením, kteří se ve zpravodajství objevili hned třináctkrát. Osmkrát byla prezentována sociální problematika starých lidí. Po třech reportážích měla

témata zdravotně znevýhodněných lidí, osamocených rodičů a také zneužívaných, týraných či zanedbávaných dětí. Jedenkrát se ve zpravodajství objevilo také téma bezdomovectví.

Graficky znázorněné výsledky – viz příloha P XIX

7.8. Souhrnný závěr výsledků kvantitativního šetření a verifikace hypotéz

Z výše prezentovaných zjištění lze interpretovat výsledky kvantitativního šetření následujícím způsobem:

- Zkoumané regionální televize, které působí v Jihočeském kraji, prezentovaly v letech 2009 – 2012 celkem 388 reportáží, které pojednávaly o sociálních tématech, kdy celkový počet reportáží byl 9 692.
- V poměru k ostatním tématům nejvíce prezentovala sociální oblast za rok 2009 nejvíce Jihočeská televize. V tomto roce se v této televizi sociálním oblastem věnovalo 4,50% reportáží. V roce 2010 pak měla největší poměr sociálních témat Jindřichohradecká televize. Z celkového počtu reportáží se sociálním tématům věnovalo 3,95%. V roce 2011 měla Jindřichohradecká televize také největší poměr reportáží se sociální tematikou. Těch bylo celých 8,76%. I v posledních ze zkoumaných let byl v Jindřichohradecké televizi největší poměr reportáží se sociální oblastí. V tomto roce byla sociální témata prezentována v 5,12%.
- V počtu reportáží prezentovala o sociálních oblastech v roce 2009 nejvíce televize R1 Jih. Zpráv se sociální tematikou bylo touto televizí odvysíláno celkem 35. V roce 2010 měla prvenství v počtu reportáží Jihočeská televize. Sociálním oblastem zde patřilo 29 reportáží. Jihočeská televize prezentovala sociální problematiku nejvíce o rok později, kdy prezentovala celkem 58 reportáží. Rovněž v posledním zkoumaném roce prezentovala o sociální problematice nejvíce právě Jihočeská televize. Sociálních reportáží odvysílala 62.

Tabulka č. 2: Shrnutí výsledků kvantitativního aspektu šetření

Výsledky kvantitativního aspektu šetření									
Zkoumané roky	Jihočeská televize			R1 Jih			Jindřichohradecá televize		
	Celkový počet reportáží	Reportáže se sociální tematikou		Celkový počet reportáží	Reportáže se sociální tematikou		Celkový počet reportáží	Reportáže se sociální tematikou	
		absolutní hodnota	relativní hodnota		absolutní hodnota	relativní hodnota		absolutní hodnota	relativní hodnota
2009	556	25	4,50%	1179	35	2,97%	287	12	4,18%
2010	823	29	3,52%	812	21	2,58%	405	16	3,95%
2011	1434	58	4,00%	1029	49	4,76%	429	22	8,76%
2012	1601	62	3,90%	783	28	3,58%	354	31	5,12%

zdroj: vlastní výzkum

Jak je možné dozvědět se z příslušných kapitol (7.7.1.2.; 7.7.2.2.; 7.7.3.2), každá ze zkoumaných televizí prezentovala jiná sociální témata a v jiné míře. Jediná z kategorií určených pro výzkum, která nebyla prezentována v žádné z televizí v žádném roce, byla kategorie věnující se prostituci. Poměrně malá pozornost byla věnována probační a mediační službě (pouze jediná reportáž) a také rodinám v rozvodu (jen dvě reportáže).

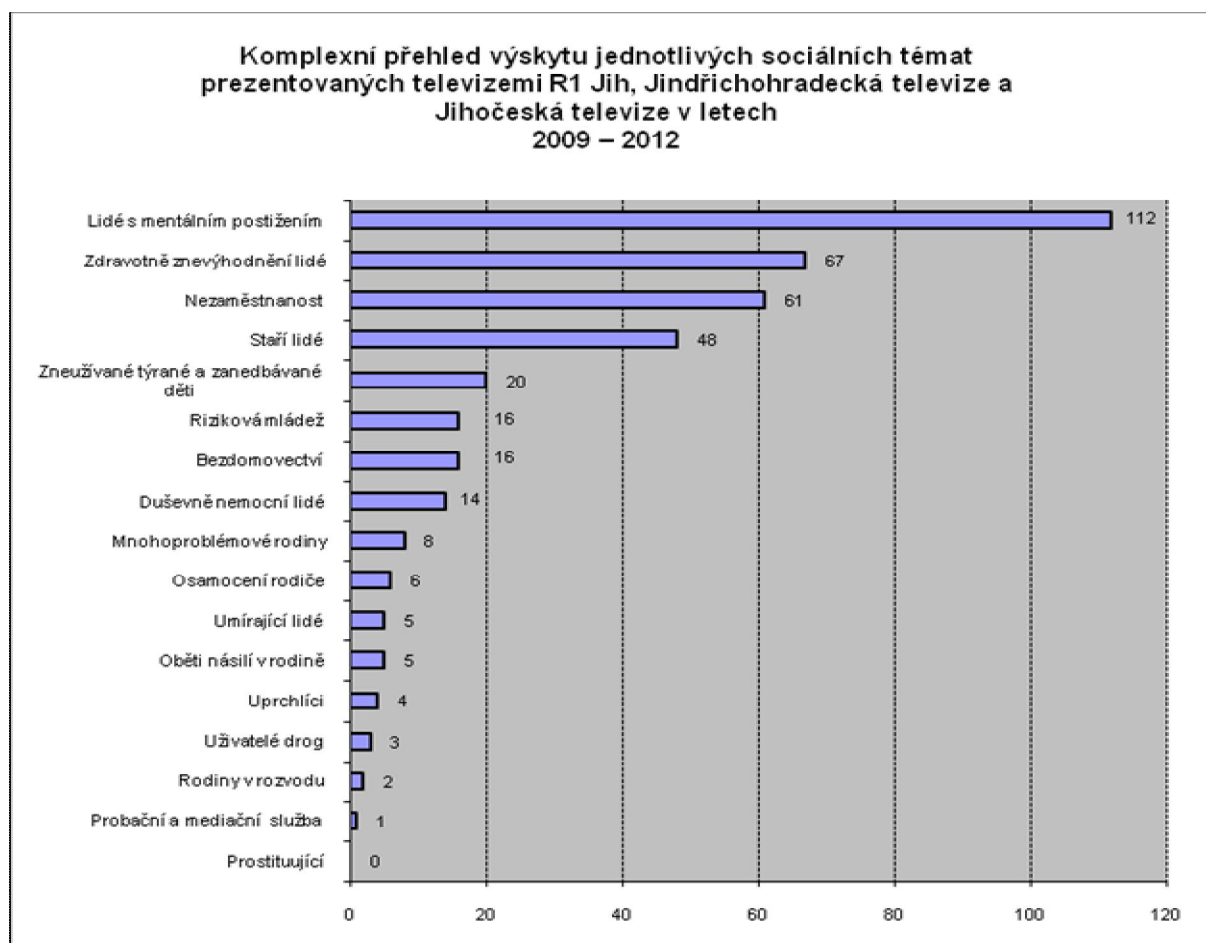
Naopak nejvíce reportáží ve všech televizích pojednávalo o lidech s mentálním postižením (dohromady jich bylo sto dvanáct). Poměrně ve velké míře byla prezentována i problematika zdravotně znevýhodněných lidí (těm patřilo šedesát sedm reportáží) a také problematika nezaměstnanosti (té se věnovalo šedesát jedna reportáží).

Tabulka č. 3: Komplexní přehled výskytu jednotlivých sociálních témat prezentovaných televizemi R1 Jih, Jindřichohradecká televize a Jihočeská televize v letech 2009 – 2012

Přehled výskytu jednotlivých sociálních témat v rámci všech tří zkoumaných televizí v letech 2009 - 2012		
Kategorie sociálních témat	absolutní hodnota	relativní hodnota
Prostituující	0	0,00%
Probační a mediační služba	1	0,26%
Rodiny v rozvodu	2	0,52%
Uživatelé drog	3	0,77%
Uprchlíci	4	1,03%
Oběti násilí v rodině	5	1,29%
Umírající lidé	5	1,29%
Osamocení rodiče	6	1,55%
Mnohoproblémové rodiny	8	2,84%
Duševně nemocní lidé	14	9,61%
Bezdomovectví	16	4,12%
Riziková mládež	16	4,12%
Zneužívané týrané a zanedbávané děti	20	5,15%
Staří lidé	48	12,37%
Nezaměstnanost	61	15,72%
Zdravotně znevýhodnění lidé	67	16,49%
Lidé s mentálním postižením	112	28,87%
Celkem	388	100%

zdroj: vlastní výzkum

Graf č. 2: Komplexní přehled výskytu jednotlivých sociálních témat prezentovaných televizemi R1 Jih, Jindřichohradecká televize a Jihočeská televize v letech 2009 – 2012



zdroj: vlastní výzkum, N = 388

Z výše uvedených údajů, je možné provést i verifikaci hypotéz vymezených v rámci kvantitativního šetření diplomové práce.

Hypotéza č. 1.: Celkový počet reportáží ze sociální oblasti bude do 10 % vzhledem k celkovému počtu všech reportáží v každém ze sledovaných roků a u každé televize.

Jak je patrné z tabulky č. 5, poměr reportáží věnujících se sociální oblastem oproti jiným tématům nepřesáhl ani u jedné ze zkoumaných televizí 10% a to jak v jednotlivých letech, tak obecně.

Hypotéza č. 1 se potvrdila

Hypotéza č. 2: Reportáže regionálních televizí, které v letech 2009 – 2012 pojednávaly o sociálních oblastech, se budou nejvíce za celkové toto období ve všech televizích věnovat tématice lidí s mentálním postižením.

Tabulka č. 6 a stejně tak souhrnný graf č. 2 prozradily, že téma lidí s mentálním postižením je v reportážích věnujících se sociálním tématům skutečně zastoupeno nejvíce.

Hypotéza č. 2 se potvrdila

Z údajů zjištěných v kvantitativním šetření bude částečně vycházet následující kvalitativní výzkum, viz kapitola 8.3.

8. Kvalitativní část výzkumu

8.1. Představení výzkumné metody

Pro potřeby kvantitativního aspektu výzkumu a splnění dílčích cílů A., B., C., D. byla zvolena metoda polostrukturovaného rozhovoru.

Podle Hendla (in Hendl, 2008) lze metodu polostrukturovaného rozhovoru nalézt na pomyslném pomezí metod rozhovorů strukturovaného a nestrukturovaného. (Hendl, 2008)

Co se polostrukturovaného rozhovoru týče, charakterizuje jej Hendl (in Hendl, 2008) jako rozhovor realizovaný podle určitého návodu, kterým je zpravidla soubor otázek. Ty se snaží zjistit potřebné informace, výzkumník se ovšem v rámci svého šetření těchto otázek nemusí držet doslova. Nejsou tak vnímány jako jediný platný postup, či doslovný manuál, podle jakého se musí postupovat. (Hend, 2008)

Výzkumník tak v rámci vedení polostrukturovaného rozhovoru může měnit pořadí otázek na základě toho, jak se rozhovor odvíjí. Jako výhodou metody lze vnímat to, že udržuje formu rozhovoru, zároveň ale dává výzkumníkovi prostor pro zapojení nových nápadů, případně i vlastního pohledu či zkušeností (Hendl, 2008)

8.1.1. Představení metody transkripce

V rámci této diplomové práce byla jako způsob transkripce zvolena technika shrnujícího protokolu. Tato metoda dle Hendla (in Hendl, 2008, s. 209) neuchovává celý text. „Předpokládá se, že v textu jsou zbytečná místa nebo že by jeho kompletní transkripce byla nákladná. Proto se např. hned při poslechu magnetofonu provádí jistý způsob shrnutí. Může se tak dít technikami obsahové analýzy.“ Proces tvorby shrnujícího protokolu nesmí proběhnout náhodně. (Hend, 2008)

Shrnující protokol sjednocuje úroveň obecnosti zjištěných údajů, díky čemuž dochází ke snížení rozsahu materiálu. Tato technika transkripce také umožňuje integraci jednotlivých částí rozhovoru, případně jejich vypuštění, pokud jsou již obsaženy v jiných jednotkách textu. (Hend, 2008)

8. 2. Představení výzkumného vzorku

Výzkumný vzorek pro kvalitativní část šetření se sestává celkem ze tří osob, které jsou kompetentní k zodpovězení otázek potřebných pro naplnění dílčích cílů diplomové práce, konkrétně cílů A., B., C., D..

Každý respondent zastupuje vždy zvlášť jednu ze zkoumaných regionální televizí, kde dotazovaní působí jako redaktoři. Jedná se o následující osoby:

- Redaktor z Jihočeské televize = respondent A
- Redaktor z R1 Jih = respondent B
- Redaktor z Jindřichohradecké televize = respondent C

V době stanovování výběrového vzorku činil základní vzorek dohromady jedenáct osob. V Jindřichohradecké televizi a televizi R1 Jih působí aktuálně tři redaktoři. V Jihočeské televizi pak redaktorů pět.

Výzkumný vzorek byl anonymizován a to i přes skutečnost, že dotazované osoby souhlasily s uveřejněním svého jména. Z vlastního redaktorského pohledu jsem si coby autor práce po skončení výzkumu zhodnotil informace, které dotazované osoby zveřejnily, a naznal, že by v budoucnu mohly být případným čtenářem chápány jako choulostivé, zejména pokud by měl čtenář vztah jednak přímo k respondentům anebo k institucím, tedy regionálním televizím, za které respondenti hovořili.

8.3. Užití výsledků kvantitativní části šetření pro kvalitativní aspekt výzkumu

Informace zjištěné kvantitativním šetřením (viz kapitola 7.8.) byly užity pro potřeby kvantitativního výzkumu ve třech zásadních rovinách:

1. Verifikované hypotézy měly svůj přínos při tvorbě výzkumných otázek pro kvantitativní část výzkumu, jak bude prezentováno níže (viz kapitola 8.4.)
2. Výsledky kvantitativního šetření měly vliv na formulaci otázek užitých pro polostrukturovaný rozhovor (kapitola 8.5.), jímž budou zjišťována další potřebná data.

3. Kvantitativní výzkum přispěl ke splnění vybraných dílčích cílů stanovených pro kvalitativní část šetření.

Zjištěný počet prezentovaných sociálních témat umožnil reflexi redaktorů, potřebnou ke zjištění, zdali jsou s výskytem sociálních témat ve vlastní zpravodajské relaci spokojeni. Toto zjištění je nezbytné pro splnění dílčích cílů B. a C.

Analýza témat sociálních reportáží posloužila jako vhodný námět pro diskuzi s redaktory na téma, jaká kritéria mohou ovlivnit výběr témat pro televizní zpravodajskou prezentaci. Tato část rozhovoru přispěla ke splnění dílčího cíle C.

8.4. Formulace výzkumných otázek

Pro potřeby plnění dílčích cílů kvalitativní části výzkumu, jak byly vymezeny v kapitole 6.2, byly stanoveny tři výzkumné otázky:

Výzkumná otázka č. 1.: Podle čeho se redaktoři orientují při výběru témat pro zpravodajské zpracování?

Výzkumná otázka č. 2.: Co je příčinou nízkého výskytu reportáží se sociální tematikou?

Výzkumná otázka č. 3.: Jaká kritéria ovlivňují výběr témat ze sociálních oblastí?

8.4.1. Argumenty pro formulace výzkumných otázek

Argument pro formulaci výzkumné otázky č.1.

První výzkumná otázka byla formulována tak, aby osvětlila, nakolik se redaktoři při hledání témat řídí profesními standardy (např. zpravodajskými hodnotami), a zdali je ovlivňují i další kritéria a případně jaké další faktory mají vliv na profesní dynamiku médií. Otázka byla stanovena rovněž na základě tvrzení vymezených v odborných zdrojích a prezentovaných kapitolách 3.5.2. a 3.7., která říkají, že právě i osobní dispozice redaktorů (např. postoje a hodnoty) se mohou promítnout jednak do jejich vnímání objektivitu a jednak do výběru určitých témat, která budou následně mediálně prezentována.

Argument pro formulaci výzkumné otázky č. 2.

Druhá otázka reaguje na hypotézu č. 1., jejíž verifikované tvrzení má doložit vysvětlením. Zároveň reaguje na teoretickou část práce, konkrétně kapitolu 4. 4., která hovoří o tom, že pro zpravodajství není sociální práce atraktivním tématem.

Tato otázka byla stanovena na základě osobní redaktorské praxe, díky které tuším, že právě zpravodajské hodnoty a profesní normy, od nichž se odvíjí fungování redakcí a výběr reportáží, jak bylo vymezeno v teoretické části (viz kapitoly 3.5.2., 3.5.3., 3.5.4.), ovlivňuje vyhledávání a upřednostňování určitých témat.

Argument pro formulaci výzkumné otázky č. 3.

Tato otázka ukazuje kritéria, která se mohou zasadit právě o prezentaci sociálních témat. Pro její formulaci byla opět rozhodující jak vlastní redaktorská praxe, tak již prezentovaná zjištění ve výzkumu bakalářské práce (Kronika, 2011), která se týkala souvislosti mezi vnímáním důležitosti prezentace sociální práce a jejím skutečným prezentováním.

Argumenty pro všechny tři výzkumné otázky:

Výzkumné otázky mají stejně jako hypotézy posloužit pro naplnění dílčích cílů práce. První výzkumná otázka koresponduje s naplněním dílčích cílů A. a D. Druhá a třetí výzkumná otázka byla formulována na základě dílčích cílů B. a C.

Stanovení výzkumných otázek se odvíjelo také od etického rozměru, který by měl z kvalitativní části výzkumu rovněž vyplynout.

Otázka č. 1 má ukázat, zdali osobní zájmy redaktorů a také jejich cítění potřebnosti prezentace určitého tématu se mohou promítnout do výběru témat pro zpravodajské zpracování. Pokud redaktoři vnímají jako potřebné šířit sociální práci (což osvětlí výzkumná otázka č. 3), a z určitých důvodů (které osvětluje otázka č. 2) toto nečiní, má otázka č. 3 rovněž reflektovat jejich svědomí, případně etické dilema, které může být rovněž příčinou pro vyšší prezentaci sociálních témat, jak by mělo potvrdit zodpovězení výzkumné otázky č. 3.

Etický kontext diplomové práce bude představen v samostatné kapitole 8.6.

8.5. Okruhy otázek pro rozhovor

Dle Hendlovy (in Hendl, 2008) kategorizace otázek, zahrnuje soubor otázek otázky vztahující se k názorům a k pocitům a následně otázky vztahující se ke zkušenostem anebo k chování.

Otázky vztahující se ke zkušenostem a k chování:

1. Jaká kritéria mají vliv na zvolení tématu pro reportáž?
2. Pokud je takových kritérií více, která mají větší důležitost?
3. Pokud se naskytne více reportáží než je potřeba odvysílat, jak je prováděna jejich selekce?

Otázky vztahující se k názorům a k pocitům:²

4. Jste spokojen/spokojena s poměrem odvysílaných reportáží?
5. Je podle vás takové rozčlenění témat v pořádku?
6. Myslíte si, že reportáží, které se věnují sociální oblasti, je dostatečný počet? Nemělo by jich být více?
7. Pokud ano, co podle vás brání v prezentaci sociálních témat ve větší míře?
8. Jaký je váš osobní názor na výskyt problematiky sociální práce a sociálně potřebných v médiích?
9. Myslíte si, že osobní postoje redaktorů, případně jejich přesvědčení o významu prezentace nějakého tématu, může ovlivnit nastolování agendy reportáží?
10. Jak to máte vy?

² Hendel (in Hendel, 2008) člení otázky zvlášť na otázky vztahující se k myšlení a otázky vztahující se k citění. Vlastní dotazování má ovšem ve svém cíli zohlednit především etický aspekt smýšlení redaktorů, v kterém se snoubí jak kognitivní, tak emoční aspekt, z toho důvodu byly otázky, které se vztahují k myšlení a k citění, zařazeny do společné kategorie

8.6. Etický rozměr výzkumu

Předpoklad výše zmíněného rozporu lze očekávat jednak na základě vlastní redaktorské praxe, i na základě výpovědi jiných redaktorů. V bakalářské práci (Kronika, 2011) totiž bylo nad rámec tehdejšího výzkumu zjištěno, že pokud redaktoři vnímají jako potřebné sociální práci mediálně prezentovat, může mít toto jejich individuální přesvědčení vliv na celkovém počtu reportáží se sociálními tématy. Proti takovému osobnímu postoji redaktora ovšem stojí profesní normy médií i zpravodajské hodnoty, o kterých hovořila kapitola 3., a které nejsou v souladu s prezentací sociální práce, jak bylo vymezeno v kapitole 4.

Na druhou stranu právě i Bordieu (in Bordieu, 2002) a Boyd (in Boyd, 1955) říkají (jak bylo již vymezeno v příslušných kapitolách 3.5.2. a 3.7.), že právě i individuální postoje a další osobní dispozice redaktora mohou mít na výběr, zařazení tématu do zpravodajství nebo na následné zpracování vliv.

Etický rozměr výzkumu, je zde pozorován s ohledem na studovaný obor, v rámci kterého je tato práce psaná. Jako teoretická základna mu krom výše zmíněných kapitol slouží i kapitola 1., která se přímo věnuje etice.

Výpovědi respondentů, které se týkají zmiňovaného etického rozporu, lze chápat jako etickou dimenzi výzkumu a zároveň i jako jednu z odpovědí pro výzkumnou otázku číslo 3.

Zjištění, které se etické oblasti týkají, budou zveřejněny především v kategorii *Rozpor profesních hodnot a vlastního přesvědčení* (kapitola 8.9.9.) a v kategorii *Možná řešení rozporu profesních hodnot a vlastního přesvědčení* (kapitola 8.9.10.)

8.7. Postup kvalitativního výzkumného šetření

Rozhovory se uskutečnily vždy zvlášť v profesním prostředí, tedy v redakcích respondentů. Ti byli osloveni a obeznámeni s výzkumem této diplomové práce. Všechny tři rozhovory byly uskutečněny právě až po vypracování kvantitativního aspektu šetření.

Z důvodu anonymizace zde nebudou zveřejněna ani data, během kterých byly rozhovory s respondenty zrealizovány.

V případě televize R1 Jih byl nezávisle na rozhovoru potřebného pro výzkum proveden ještě rozhovor s editorkou zpravodajství Mirkou Matiovou, která poskytla informace o obecných charakteristikách televize R1 Jih, které byly prezentovány v teoretické části práce (kapitola 3.10.2.)

V případě Jihočeské televize bylo ze stejných důvodů nezávisle na výzkumu hovořeno ještě s technickým manažerem společnosti Štěpánem Kudějem, který vymezil základní informace o Jihočeské televizi, jež byly prezentovány v teoretické části (viz kapitola 3.10.1.).

Před zahájením samotných rozhovorů byli respondenti obeznámeni s tím, že jejich výpovědi budou zveřejněny v této práci. Dotazovaní dali souhlas k uveřejnění jmen. Od tohoto záměru bylo ovšem upuštěno z důvodů vymezených v kapitole 8.2.

Při realizaci samotných rozhovorů došlo k jejich nahrávce na diktafon. Rozhovory trvaly vždy v rozmezí 20 – 30 minut a v ucelené podobě jsou uloženy v osobním archivu autora, stejně jako skutečná jména probandů a data, kdy k rozhovorům došlo.

Po realizaci rozhovorů samotných přišel na řadu jejich poslech a také první redukce, která je v souladu se zvolenou technikou přepisu shrnujícím protokolem. Samotná analýza obsahu spočívala v opakovaném přehrávání všech tří výpovědí. Ty umožnily v rozhovorech určit, nalézt a vypsát důležité pasáže a ty následně pojmenovat. Vznikly tak klíčové kategorie, které následně sdružovaly výroky potřebné pro splnění dílčích cílů a zodpovězení výzkumných otázek. Kategorizace proběhla nejdříve zvlášť pro každého probanda, následně pak došlo ke sloučení zkoumaných obsahů všech tří respondentů. Při tomto slučování také došlo k eliminaci těch kategorií, které nesly stejný význam, ale byly pojmenované různě.

8.8. Tvorba a popis kategorií v kvalitativním výzkumu

Opakovaným poslechem rozhovorů a obsahovou analýzou sdělení respondentů vzniklo ve výsledku celkem deset kategorií sdružujících výroky respondentů. Tyto kategorie budou následně představeny:

1) Spolupráce televizí s dalšími subjekty

Tato kategorie objasňuje v obecnější míře redakční chod jednotlivých televizí, snaží se určit pracovní dynamiku zkoumaných médií, jejich priority a filosofii, konkrétně

faktory, které v obecné míře nastavují rámec pro výběr reportáží či námětů pro zpracování. První ze zmiňovaných kategorií poukazuje na to, jakým způsobem zkoumané médium ovlivňuje součinnost s jinými subjekty, či participace na různých projektech.

Informace v této kategorii jsou potřebné pro splnění dílčího cíle A. a zodpovězení výzkumné otázky č. 1.

2) Zdroje námětů pro reportáže

V této kategorii byly sdruženy jednotlivé zdroje informací, odkud redaktoři čerpají při hledání námětů.

Informace v této kategorii jsou potřebné pro splnění dílčího cíle A. a zodpovězení výzkumné otázky č. 1.

3) Upřednostňování témat pro reportáže

Tato kategorie je pak již více specifická a snaží se objasnit kritéria redaktorů, podle jakých vybírají z nabídky témat ta, která budou zapracována do zpravodajství.

Informace v této kategorii jsou potřebné pro splnění dílčího cíle A. a zodpovězení výzkumné otázky č. 1.

4) Spokojenost s tematickým rozložením veškerých témat

Čtvrtá kategorie reflektuje spokojenost dotazovaných redaktorů na údaje zjištěné kvantitativním šetřením. Reflexe redaktorů je v souladu s částečným plněním dílčího cíle B., který má hodnotit postoje redaktorů ovšem se zřetelem již na sociální oblast.

Ukázala se totiž spojitost mezi spokojeností s tématy na obecné rovině se spokojeností, která se týká právě výskytu sociálních tématik. Zjišťovaná reflexe je tak v určitém ohledu rovněž důležitá i pro splnění dílčího cíle D. Případná nespokojenost s tematickým rozložením reportáží totiž posloužila jako vhodný odrazový můstek pro reflexi osobních postojů redaktorů, kteří byli potřební právě pro dílčí cíl D.

5) Zhodnocení výskytu reportáží sociálních oblastí

Tato kategorie volně navazuje na kategorii předchozí. Oproti obecné rovině zde ovšem shrnuje postoje dotazovaných již přímo ke zjištěnému počtu reportáží sociální oblasti.

Tato kategorie sdružuje informace potřebné ke splnění dílčího cíle B.

6) Zhodnocení témat reportáží sociálních oblastí

V této kategorii se probandi vyjadřovali k tematickému rozčlenění sociálních reportáží ve vlastních médiích. Zdůvodňují zde, proč jsou některé sociální oblasti prezentovány ve zpravodajství ve větší míře a z jakých důvodů jsou jiná sociální témata opomíjena, či řazena do zpravodajství méně.

Tato kategorie sdružuje informace potřebné ke splnění dílčího cíle B.

7) Nevhodnost prezentace sociálních témat

V této kategorii byly sdruženy výpovědi, které se týkají důvodů, proč není sociální práce pro mediální prezentaci ve větší míře vhodná.

Informace v této kategorii zodpovídají výzkumnou otázku č. 2., tedy proč není sociální tematika vhodná pro prezentaci obrazovými médii. Z jedné poloviny také informace z této splňuje dílčí cíl C.

8) Důvody pro prezentování sociálních témat

Tato kategorie naopak shrnuje důvody, které se naopak mohou zasadit o to, aby byly sociální děje do televizních zpravodajství řazeny.

Kategorie tak zodpovídá výzkumnou otázku č. 3 a z druhé poloviny splňuje dílčí cíl C.

9) Rozpor profesních hodnot a vlastního přesvědčení

Tato kategorie shrnuje i etický aspekt výzkumu. Reaguje na nesoulad osobního přesvědčení redaktorů o potřebnosti prezentace sociálních tématik s profesně stanovenými kritérii, které této prezentaci brání. Kategorie osvětluje, zda li tento nesoulad redaktoři vnímají jako etické dilema, které je nějakým způsobem ovlivňuje.

Kategorie slouží k zodpovězení třetí výzkumné otázky a splnění dílčích cílů B. a D.

10) Možná řešení rozporu profesních hodnot a vlastního přesvědčení

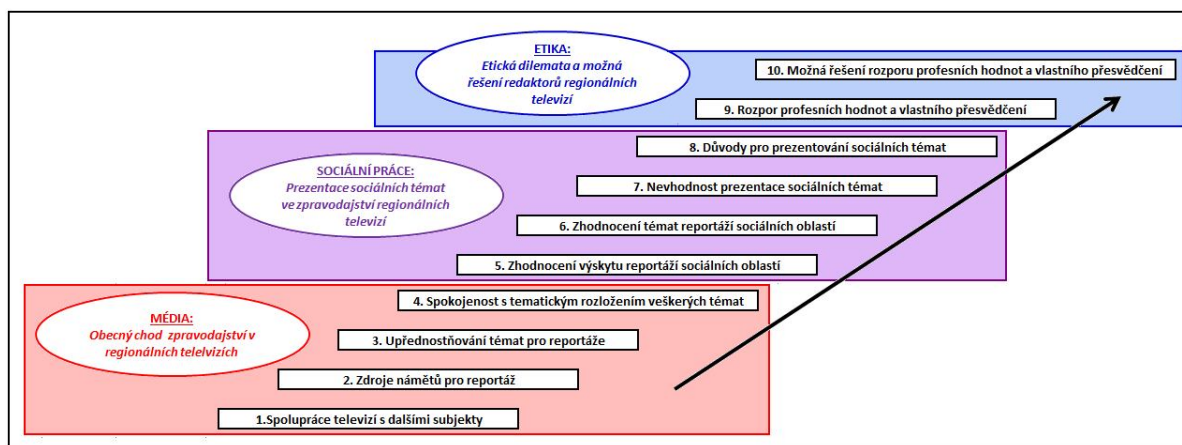
Poslední kategorie pak představuje způsoby, jakými se redaktoři s případným nesouladem vypořádávají.

Kategorie slouží k zodpovězení třetí výzkumné otázky a splnění dílčích cílů B. a D.

Kategorie byly do výsledné podoby uspořádány pro snazší a přehlednou interpretaci zjištěných informací – viz obrázek č. 2. Jejich seřazení je jednak tematické a jednak kontinuální.

První čtyři kategorie zůstávají v obecné rovině fungování médií. Další čtyři se pak věnují oblasti sociální práce, a poslední dvě kategorie v sobě nesou etický rozměr výzkumu, kterým je celé kvantitativní šetření zakončeno.

Obrázek č. 2: Tematické a kontinuální členění kategorií výroků respondentů kvalitativního výzkumu



zdroj: vlastní výzkum

8.9. Interpretace výsledků kvalitativního výzkumu

8.9.1. Spolupráce televizi s dalšími subjekty

Pracovní náplň všech tří televizí se značně odvíjí od toho, zdali se jedná o nezávislé subjekty, jak je tomu v případě Jindřichohradecké televize, nebo od toho, zdali není činnost

regionálního média propojena s celostátní televizí, což je případ Jihočeské televize, nebo zdali regionální médium s televizí celoplošnou alespoň částečně nespolupracuje, jak je tomu v případě televize R1 Jih.

„Výběr reportáží vlastně ovlivňuje poptávka našeho chlebováře, televize Prima. Takže jsou to spíše reportáže, které v sobě mají nějaký problém.“ (Respondent A, Jihočeská televize)

Televize Prima tedy regionální Jihočeskou televizi podporuje a její vlastní zájem je příčinou toho, že Jihočeská televize má zpravodajství podobné spíše celorepublikovému médiu. Stejně tak i provoz televize R1 Jih je ovlivněn spoluprací s Tv Prima. R1 Jih ve svém zpravodajství ve zkoumaných letech prezentovala přibližně čtyři reportáže denně, z toho obvykle polovinu přebírala přímo z redakce Tv Prima.

„Jsou většinou reportáže přebírané přímo od zpravodajství z Primy, protože pro nás dělají externě dvě redaktorky, který točí pro Primu, takže v podstatě tam až tak nevybíráme a bereme to, co ony natočí.“ (Respondent B, R1 Jih)

Jindřichohradecká televize není vázána spoluprací s celorepublikovým médiem, nicméně i výslednou podobu jindřichohradecké televize dotváří její spolupráce s různými subjekty. Významným je například Jihočeský kraj, pro jehož propagační potřeby televize dodává reportáže.

„Pokud točíme něco pro kraj a zároveň to jde alespoň trochu vztáhnout na Jindřichův Hradec, tak to samozřejmě odvysíláme i v našem magazínu.“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

Podobu jindřichohradeckého zpravodajského magazínu v posledním ze zkoumaných let ovlivnil i přeshraniční projekt Města v rozletu, jehož činnost Jindřichohradecká televize dokumentuje. Vznikají tak příspěvky o městech, která se projektu zúčastní a která nemají jinou vazbu na Jindřichův Hradec, nežli tu, že je město také členským městem projektu. Jindřichohradecké zpravodajství tak informuje občany i o dění ostatních členských měst, například Třeboně, Schremsu, Zwettlu anebo Telče.

„Do magazínu dáváme všechny reportáže, které točíme v rámci Měst v rozletu.“
(Respondent C, Jindřichohradecká televize)

8.9.2. Zdroje námětů pro reportáže

Jak pro Jihočeskou televizi, tak pro tu Jindřichohradeckou je jako jeden z hlavních zdrojů reportáží považována síť vlastních kontaktů. Tu utvářejí styky se zástupci organizací a PR manažeři.

Všechny tři televize získávají náměty také ze zaslaných pozvánek případně z tiskových konferencí, na které jsou redaktoři zváni. Pro obě výše zmíněné televize je důležitý i individuální zájem redaktorů o všeobecné dění.

„Je důležité řídit se podle principu: Pokud něco přijde zajímavé mně, může to být zajímavé i pro další.“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize) Tento princip je užíván redaktory Jindřichohradecké televize i při vyhledávání zpráv na internetu či u ostatních médií, což je jako významný zdroj námětů nejenom pro Jindřichohradeckou televizi, ale i pro zbylá dvě zkoumaná média.

Internet a jiná média jsou také klíčovým zdrojem informací pro redaktory z R1 Jih, která zohledňuje i celorepubliková témata.

„...většinou na internetu, o čem se mluví tak, tak jak třeba pojmut to, co je celorepublikové téma, tak pojmut to tak... ..jak je to v našem regionu, jestli je to podobně jako v celé republice, nebo jestli náš region se něčím liší a jestli je něčím specifický?“ (Respondent B, R1 Jih)

Případných námětů na natočení reportáže ze strany diváků je podle všech tří dotazovaných redakcí jen zřídka. *„Pokud nám někdo napíše, tak se ozvu nazpět a snažím se zjistit, jestli by se to téma nedalo natočit.“* (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

3.9.3. Upřednostňování témat pro reportáže

Redakce všech tří televizí hledí na celkovou tematickou vyváženost zpráv. Redakce R1 Jih například vyhledává takové děje, které jsou tematicky odlišené od reportáží, jež obdržela od

Primy. I Jihočeská televize se vedle zaměření na negativitu snaží své zpravodajství zaplnit i jinými tématy. Jako jediná ze tří televizí má redaktory zvlášť pro jednotlivá témata.

„Mělo by to být takové, aby ta témata si nebyla podobná.“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

Jak bylo zmíněno již v kategorii 8.9.1., spolupráce s Tv Prima má zásadní vliv pro podobu reportáží u televizí R1 Jih a Jihočeské televize. Reportáže poskytnuté z Primy nesou nejčastěji faktor negativity.

„Jsou to spíše reportáže, které mají v sobě nějaký problém, nebo obsahují nějaké nehody nebo katastrofy.“ (Respondent A, Jihočeská televize)

Tv Prima nejenom že Jihočeské televizi poskytuje reportáže, které mají hodnotu negativity, ale vybízí také vlastní redaktory této televize, aby natáčeli o negativních událostech.

Také převážnou část reportáží, které byly prezentované v televizi R1 Jih a pojednávaly o kriminalitě a nehodách, pocházely od redaktorů z Tv Prima.

Zpravodajství obou televizí je tak tímto významně ovlivněno. Zástupci R1 Jih i Jihočeské televize si tímto zdůvodňují i početný výskyt nehod a kriminality, který kvantitativní část šetření dokázala zjistit.

Všechny tři televize, zejména ale právě televize R1 Jih, zmiňovala jako důležitý faktor lokálnosti. Televize tak nejvíce upřednostňují takové děje, které se váží k regionu, kde médium působí.

„Naše televize je regionální. Vysíláme tak takové reportáže, které jsou zajímavé a blízké lidem z našeho regionu.“ (Respondent A, Jihočeská televize) *„Mělo by se to týkat Jindřichova Hradce a okolí.“* (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

Vedle faktoru lokálnosti zmiňovali všechny tři redakce i zpravodajskou hodnotu aktuálnosti. Ta je chápána jako nejvíce významná pro Jindřichohradeckou redakci.

„Mělo by být aktuální to téma. Nejdůležitější jsou taková témata, která jsou hodně aktuální, ať se už jedná o námět z jakékoliv oblasti.“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

Aktuální témata mají samozřejmě přednost nad těmi nadčasovými. *„To, co je aktuální odvysíláme hned, a pokud se něco dá odložit, necháme to do příštího zpravodajství.“* (Respondent B, R1 Jih)

Redaktoři byli dotazováni také právě na upřednostňování témat a to zejména v případech, že má redakce pro daný magazín větší nabídku námětů než potřebuje. Zde má rozhodující vliv právě faktor aktuálnosti.

Nadčasová témata se buď nezpracují, anebo se odloží do další zpravodajské relace.

„...ta nadčasová témata se mohou odvysílat vlastně kdykoliv.“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

8.9.4. Spokojenost s tematickým rozložením veškerých témat

Redaktorky ze všech tří televizí hodnotí tematické rozložení témat zjištěné kvantitativním aspektem šetření vesměs pozitivně. Nejméně překvapený byl redaktor z Jihočeské televize. Zbylí dva respondenti měli k rozložení témat výhrady.

„Já si myslím, že je to celkem takový docela vyvážený, akorát tu vyčnívá ta kriminalita...“ (Respondent B, R1 Jih) Zvýšený výskyt reportáží s negativním nábojem si respondent B ovšem jednak zdůvodňuje spoluprací s Tv Prima, jednak připouští, že je hodnota negativity ceněna diváky. *„Lidi po tom prahnou. Chtějí vidět tu krev.“* (Respondent B, R1 Jih) S tímto výrokem souhlasí i redakce Jihočeské televize.

„Mě tam možná chybí ta ekonomika... ...si myslím, že ekonomika je v dnešní době jakoby důležitá, ale moc o tom netočíme.“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize) Absenci této kategorie si ovšem respondent C zdůvodňuje skutečností, že ekonomická témata jsou většinou vhodná pro celorepublikové zpravodajství a věnovat by se jim měla spíše celoplošná média. Pro jindřichohradeckou redakci byl překvapivý také nulový výskyt reportáží o zvířatech.

8.9.5. Zhodnocení výskytu reportáží sociálních oblastí

Redaktoři se svorně a kladně vyjádřili i k početnímu výskytu sociálních témat. Ani jeden z redaktorů nehovořil ve smyslu, že by reportáží o sociálních tématech bylo málo.

*„K tomu poměru, když se podívám, nemyslím si, že by to bylo málo. Myslím si, že to stačí...
...nepřijde mi to špatně rozložené.“* (Respondent C, Jindřichohradecká televize) *...je to relativně slušný počet... ...se snažíme těmhle tématům docela i věnovat...“* (Respondent A, Jihočeská televize) *„...není to nejhorší. Někdo to nezařazuje třeba vůbec.“* (Respondent B, R1 Jih)

Zároveň ale všichni tři redaktoři vyjádřili také myšlenku, že by bylo záslužné prezentovat sociální oblast ve větší míře.

„Možná bych klidně přidal/a... ...o takových třeba za ten rok, třeba deset, patnáct reportáží přidal/a...“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize) *„...určitě by si zasloužovala tahle ta oblast větší prostor.“* (Respondent A, Jihočeská televize) *„No mohlo by to být o malinko lepší.“* (Respondent B, R1 Jih)

8.9.6. Zhodnocení témat reportáží sociálních oblastí

Stejně jako u tematického rozložení veškerých reportáží vyjádřili všichni dotazovaní redaktoři svoji spokojenost i vůči rozčlenění jednotlivých témat ze sociální oblasti. Je třeba zmínit, že respondenti měli co říct jen k některým kategoriím, zejména k těm, jejichž výskyt byl nejvyšší a nejnižší.

Vysokou prezentaci nezaměstnanosti vysvětluje redaktor z R1 Jih hodnotami aktuálnosti a blízkosti.

„...to je téma, které je sice celorepublikové, ale je to hodně aktuální. A pro každý region ta situace může být jiná, takže se to dá vztáhnout i na Vysočinu a jižní Čechy zvlášť.“ (Respondent B, R1 Jih)

K nezaměstnanosti se vyjádřil i redaktor z Jindřichohradecké televize, kde byl výskyt tohoto tématu naopak nízký.

„...ta nezaměstnanost, proto, že si myslím, že se hodně lidí týká v dnešní době, takže tam bych přidal/a témata, protože to je téma, které je pořád aktuální, ale zase na druhou stranou nevím jestli je atraktivní, nezaměstnanost nás trápí pořád stejně, zatím v tom nejde vidět vývoj.“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

Jindřichohradecká redakce, která se jako jediná staví proti faktoru negativity, si tak zdůvodňuje i nízký počet prezentace drogově závislých a prostituujících lidí anebo týraných a zanedbávaných dětí.

„Tady jde o to, jaký zprávy chceme vysílat. Můžeme být jako bulvár, který hledá věci, který jsou hnusný a nechutný. Samozřejmě je určitě dobře to občas ukázat, aby prostě to lidi viděli, co se děje a byli třeba opatrnější na to, kdo jim ty děti hlídá... ..tyhle zprávy bych ale do televize dával/a v co nejmenší míře...“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

K výskytu reportáží o lidech s mentálním postižením, zdravotně znevýhodněných, duševně nemocných a seniorech hovořil i respondent A v kontextu událostí, které se těchto lidí týkají, ale které jsou nějakým způsobem mimořádné a mohou být zajímavé i pro širší veřejnost.

„...Na příklad závody postižených dětí, anebo výstava výtvarných děl, sbírka určená na nějaké zařízení... ..z hlediska komunální politiky může být zajímavé i poskytnutí dotace na modernizace zařízení, takové informace jsou zajímavé pro většinové publikum.“ (Respondent A, Jihočeská televize)

8.9.7. Nevhodnost prezentace sociálních témat

Všechny tři redakce jako zásadní příčinu nízkého výskytu reportáží se sociální tematikou vnímají v nízké atraktivitě tématu. Podle mínění všech tří respondentů není sociální oblast atraktivním tématem pro většinové publikum.

„Důležité je pro nás získat si pozornost diváků a proto je nutné zpracovávat taková témata, která jsou pro ně zajímavá.... ..ta oblast je jistě zajímavá, ale jen pro určitou část diváků, kteří se v tom pohybují.“ (Respondent A, Jihočeská televize)

„...ta sociální témata, to si myslím, že pro většinu diváků není zajímavý...“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

„Kdo se dnes zajímá o tuhle problematiku? Spíš jde o lidi, kteří jsou ve styku tady s těmito oblastmi... ...kdo s postiženými nepřijde do styku, nemá v rodině třeba nikoho takového, tak ho to až tak nezajímá... ...nemá s tím přímý kontakt a jde to mimo něj.“ (Respondent B, R1 Jih)

Jako další důvod nízké prezentace sociálních oblastí prezentovaly všechny tři televize také neproměnlivost sociální oblasti. Sociálním oblastem bývá dle probandů vlastní určitá neměnnost. Nelze tedy ve větším počtu produkovat reportáže o stejném tématu, avšak pokaždé originálně vypracované. *„...Přijde mi, že tam nejsou zase až takový novinky a tak strašně jako měnící se informace, že by bylo potřeba o tom stále natáčet a mohlo by se z toho stát takový jakoby reportáže o ničem.“* (Respondent C, Jindřichohradecká televize) *„...ta témata se ve větší míře nemohou prezentovat... ...snažíme se předejít stereotypu.“* (Respondent A, Jihočeská televize) *...někteří lidé říkají, že to nechtějí vidět pořád“* (Respondent B, R1 Jih)

Je tedy možné říci, že pokud by sociální témata byla prezentována více a způsob zpracování by se opakoval, hrozila by ztráta zájmu publika.

V kontextu atraktivity a zájmu publika je možné zdůvodnit si nízký výskyt sociálních témat také na základě jednostranné představy diváka o sociální práci, který je částečně způsobený i ekonomickou situací našeho státu, jak zmínil redaktor jindřichohradecké redakce:

„...když se řekne sociální tematika tak co koho nejčastěji napadne? Dávky a bezdomovci. A to je podle mě takový strašně takový neatraktivní a lidi jsou naštvaní, když to třeba vztáhnu na ty bezdomovce na ty sociálně slabší jo, v dnešní době máš lidi, kteří pracují a na dávky, na který by měli mít nárok, tak ho nemají... ...pak máš lidi, kteří nechtějí pracovat nesnaží se, jenom čerpají dávky... ...Myslím si, že lidi, kteří na tohle budou koukat, tak budou akorát naštvaní, když uvidí, prostě komu všemu jdou ty dávky, tady jsou lidi který je potřebují víc a nemají na ně, protože na to v našem státě nejsou peníze... ...Víc odvysílaných reportáží, kdo na co má nároky a takhle, tak lidi akorát pobouří a naštvě a lidi na to nebudou koukat.“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

Zajímavou myšlenku vyslovil respondent B a to v kontextu minulého režimu, kdy se o sociálně znevýhodněných lidech téměř nehovořilo a proto zejména starší generace v dnešní době tato témata v médiích nevidí ráda.

„...všude jsou teď postižení, a ti starší diváci, jak vyrostli za tý totality, tak tenkrát byli postižení uklizení a nikde nebyli a té starší generaci to teď jako připadá, že je to teď všude, samý postižení. My zase už to bereme jinak, ale oni to tak mají zažitý, a to si myslím, že je ta totalita tím poznamenala.“ (Respondent B, R1 Jih)

O nevhodnosti prezentace sociálních témat se přímo v kontextu zpravodajských hodnot vyjádřili i redaktoři Jindřichohradecké a Jihočeské televize.

„Zpravodajský hodnoty už více méně ze svý podstaty proti té sociální sféře jsou jakoby nešťastně zvolený, protože pokud se redaktor striktně drží těchto hodnot, tak zase bych řekl/a i já ze své praxe že tyto hodnoty jsou proti tomu zařazování.“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

„...aby to bylo jasné a stručné nejlépe. Tak třeba u té sociální práce bych řekl/a, tam to moc není... ...Většinou ty případy jsou zdlouhavé, nelze snadno říci, o co jde a ani není moc jednoduché vymezit kdo má jakou roli...“ (Respondent A, Jihočeská televize)

Tento výrok má blízko i k fenoménu morální paniky, o které se právě i z důvodu složitosti sociálních témat vyjádřila i respondentka za R1 Jih:

„...tohle je možný, že to je důvod, proč je to zařazovaný míň. Opravdu ono někdy redaktoři neproniknou až do hloubky toho problému a vyčlení si teda jen něco a někoho tam představí, že jeden je ten dobrej a druhý je ten špatnej, a ono to pak vyjde napovrch, že to bylo vlastně naopak.“ (Respondent B, R1 Jih)

Respondent z Jindřichohradecké televize, která jako jediná ze zkoumaných televizí nehledí na faktor negativity, ještě zmínila další důvod proč vybraná témata sociální práce spojená právě s negativitou neprezentovat. *„Je lepší motivovat lidi k pozitivnímu a neukazovat negace.“* (Respondent C, Jindřichohradecká televize) Tento výrok vysvětluje na příkladu, kdy na místo reportáží o rizikové mládeži nebo o problematice drog věnuje prostor raději

akci pro veřejnost, která může dětem poskytnout volnočasové vyžití a je lepší alternativou k sociálně patologickým jevům.

8.9.8. Důvody pro prezentování sociálních témat

Všichni tři redaktoři vyjádřili svorně myšlenku, že regionální televize si mohou dovolit prezentovat sociální témata ve větší míře, než média celorepubliková.

„V tom si myslím, že je výhoda regionálních televizí, kdy ten jakoby prostor proto máme...“ (Respondent B, R1 Jih) *„...regionální televize si mohou dovolit natáčet i o méně zajímavých událostech, pokud proběhnou v regionu, kde ta televize působí.“* (Respondent A, Jihočeská televize). *„Pokud je zpráva z regionu, můžeme o ní natočit, už jen proto, že je z regionu a my jsme regionální televize. Téma, o čem točit, když je to lokální, tam už je ten výběr docela svobodný.“* (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

Lokálnost je tedy určitou protiváhou mediální neatraktivy sociálních oblastí. Výskyt sociálních reportáží působí v regionálních televizích více přirozeně, právě kvůli faktoru lokálnosti.

Redaktor z R1 Jih ještě vyjádřila myšlenku, že čím větší působnost médium má, tím, méně prezentuje právě sociální témata.

„Do celoplošného zpravodajství takové zprávy v podstatě nedostanete. To musí být něco hodně kuriózního, nebo něco co se ve velkém rozsahu dotýká většiny obyvatel v republice, jinak prostě do těch zpráv se to nedostane. Ono samozřejmě jde jim tam o sledovanost, soupeří... ...oni prostě staví ty zprávy tak, aby si to člověk zapamatoval, tamhle se něco stalo strašného, nebo něco vyloženě, co se skutečně dotýká každého... ...ta sociální témata, to si myslím, že pro celoplošný televizi není zajímavý.“ (Respondent B, R1 Jih)

Regionální televize se sociální problematice věnují více a zejména, když se zde některá ze sociálních oblastí projeví. Tehdy je prezentace sociálních témat ve zpravodajství příznivá. S lokalitou se v této podmínce snoubí i faktor zajímavosti.

Jak již bylo zmíněno ze strany Jihočeské redakce v kategorii 8.9.5., působení sociální oblasti je možné zařadit do zpravodajství, pokud je spojeno s něčím mimořádným, co osloví i širší publikum.

„...například kulturní akce, zábavní odpoledne, anebo trhy... sbírka, ta je určena normálním lidem, aby přispívali, takže tam to lze zařadit snadno.“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

Právě prezentace mimořádných akcí je dle Jindřichohradeckého redaktora svázána i s vlastní snahou sociálních organizací o prezentaci v médiích. K tomu se přiklání i respondent A:

„...pokud nás zástupci organizací osloví, že se něco bude dít, je větší šance, že z tohoto námětu natočíme reportáž.“ (Respondent A, Jihočeská televize)

Ze sdělení redaktorů Jindřichohradecké a Jihočeské televize tak vyplývá, že předpokladem pro prezentaci sociálních témat je i začleněnost sociálních organizací do společnosti.

„I sociální práce do našeho regionu patří...“ (Respondent A, Jihočeská televize) *„...aby nebyla izolovaná od většiny ze společnosti.“* (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

Pokud fundraiseri a PR manažeři naváží kontakt s Jindřichohradeckou televizí a mají zajímavý námět, redakce se prezentaci tématu nebrání.

Sociální oblast je dle redakce Jihočeské televize právě i díky pořádání nejrůznějších akcí součástí společenského života, který mají média odrážet. Redaktoři Jihočeské a Jindřichohradecké televize svorně vypověděli, že právě život regionu má zpravodajství odrážet v pokud možno objektivní a ucelené formě.

„Region, to je to, o čem máme natáčet. A čím víc podob má, tím bohatší může být i naše zpravodajství...“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize) *„...do toho, co vyhledáváme a zpracováváme do zpravodajství, sociální oblasti patří.“* (Respondent A, Jihočeská televize)

Zároveň ale respondent A vyjádřil také domněnku, že určitým předpokladem pro prezentaci sociálních témat, je právě i samotný zájem redaktorů o tuto oblast.

Vyšší prezentace sociálních témat by mohla pomoci i samotné sociální práci. Na tom se shodli redaktoři R1 Jih a Jindřichohradecké televize.

„Bylo by to víc v kontaktu. Na jedné straně ty organizace, například pro postižený, a na druhý veřejnost aby vůbec věděla, co všechno to určitý sdružení pro ty lidi dělá...“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize) *„...třeba ty služby, lidi by se mohli dozvědět, že na něco mají nárok, nebo že v jejich městě funguje nějaká ta organizace.“* (Respondent B, R1 Jih)

8.9.9. Rozpor profesních hodnot a vlastního přesvědčení

Rozpor mezi vlastním názorem a profesními požadavky, které zjišťovali poslední z otázek kladených během rozhovorů, ovšem žádná z dotazovaných respondentů nevnímá přímo jako vlastní dilema.

Na druhou stranu si ale redaktoři dovedou představit, že k pocitu vnitřního dilematu v rámci jejich profese dojít může.

„Pokud je ta tematika pro někoho obzvlášť palčivá...“ (Respondent A, Jihočeská televize) *...může k tomu dojít, ale to potom musí ten redaktor zvážit, jak to udělá a co vyhraje.“* (Respondent B, R1 Jih)

Co se vlastních zkušeností a postojů týče, případnou disonanci mezi vlastní potřebou prezentace sociálních témat a zpravodajskými hodnotami probandi z Jihočeské televize a z televize R1 Jih upozadují na úkor faktoru svobodného působení redaktorů v rámci svého zaměstnání.

Pokud má redaktor vlastní ambice sociální reportáže natáčet, je podle redaktora Jihočeské televize také důležité, aby mu jeho záměr schválilo vedení společnosti. O faktoru svobody redaktora při výběru hovořil i respondent B z R1 Jih. Právě svoboda, respektive její nedostatek znemožňuje podle respondenta B zaobírat se vlastními zájmy a osobními preferencemi redaktora při výběru témat.

„Nevím, jestli si to může někdo až takhle ovlivňovat, protože si myslím, že oni většinou pracují pro někoho, a musí se držet nějakého tématu nebo nějakého rámce...“ (Respondent B, R1 Jih)

Vedle profesní volnosti redaktorů hovořil redaktor z Jihočeské televize také o faktoru profesionality, který by měl mít větší váhu než vlastní pocity potřebnosti prezentace sociální práce.

„Musel/a bych se k tomu postavit jako profesionál, já jako redaktor/ka nemám rozhodně dávat najevo vlastní pocity. Mám být nestranný/á.“ (Respondent A, Jihočeská televize)

Ani redaktor z Jindřichohradecké televize nikdy nepocíťoval případné dilema ovšem zcela z jiného důvodu:

„Nestalo se mi to nikdy, protože si myslím, že každý téma do zpravodajství zapadne, když víš, jak ho pojmout.“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

Redaktor z Jindřichohradecké televize při své výpovědi nezohlednil faktor svobody, jako zástupci zbylých dvou redakcí. O faktoru profesionality hovořil ovšem zcela v jiném kontextu.

„Tím že je to zajímavý pro redaktora, tak určitě to téma nemusí být zajímavé pro všechny lidi. Ale určitě si to najde svoje diváky.“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

Vlastní zájem redaktora může tedy podle respondenta C mít stejnou váhu jako zpravodajské hodnoty, sám zmínil například hodnotu aktuálnosti:

„Tím, že je to pro mě zajímavé a není to třeba úplně aktuální, neznamená, že to lidi nebude zajímat.“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

8.9.10. Možná řešení rozporu profesních hodnot a vlastního přesvědčení

„Když se to téma vztahuje aspoň trochu k tomu regionu a kdyby ne, tak všechno se týká všech a všem se může stát všechno. Jako nikdy se mi nestalo, že bych do vysílání něco úplně neuměl/a dát. Leda třeba jen akce, které se netýkají regionu, jsme omezení lokalitou... ...Ale

co se týče tématu jako takového, jakože sociálního, tak si myslím, že se to dá vždycky napasovat na region.“ (Respondent C, Jindřichohradecká televize)

Právě takovým způsobem řeší Respondent C případný rozpor mezi individuálním přesvědčením a profesionálními požadavky na výběr tématu.

Jak bylo uvedeno v předchozí kategorii, zbylí dva respondenti, které rozpor nevnímají jednak kvůli profesionalitě a jednak kvůli faktoru svobody a požadavků vedení, případné vlastní dilema, pokud by jej přece jen pocítili, řešili konzultací s vedením.

„Zkusil/a bych to zkonzultovat s nadřízenými, zda li by to šlo...“ (Respondent A, Jihočeská televize) „...zeptal/a bych se, jestli mi to doporučí, anebo ne, a tak nějak to rozhodnutí bych asi nechala spíš asi na něm.“ (Respondent B, R1 Jih)

Pokud by vedení redaktorů z R1 Jih a Jihočeské televize jejich návrhy zamítlo, považovali by věc za vyřešenou a případnými vlastními pocity by se již více netrápili.

8.10. Souhrnný závěr výsledků kvalitativního šetření a zodpovězení výzkumných otázek

Výše zjištěné informace budou v této kapitole uspořádány přímo tak, aby přinesly odpovědi na stanovené výzkumné otázky. Právě výzkumné otázky jsou v původním znění obsažené v názvech následujících kapitol.

8.10.1. Podle čeho se redaktoři orientují při výběru témat pro zpravodajské zpracování?

Jak výzkum zjistil, na celkovou podobu zpravodajství má vliv to, zda li je televize vázáná na jiné subjekty, případně participuje li na nějakém projektu. Požadavky těchto externích faktorů mají vliv na výslednou podobu zpravodajství. Příkladem může být projekt Města v rozletu, díky němuž jsou v Jindřichohradecké televizi prezentována i mimolokální témata, anebo spolupráce Jihočeské televize s celorepublikovou televizí Prima, jejíž důraz na faktor negativitu lze spatřovat právě i u reportáží Jihočeské televize.

Zdroje námětů pak redaktoři získávají na základě vlastních sítí kontaktů. O nejrůznějších dějích informují redakce PR manažeři a zástupci jednotlivých organizací, měst, zájmových skupin. Zdroje je možné získat také z tiskových konferencí.

Bohatým zřídlem zdrojů je pak internet, případě sledování okolních médií. Redakce také mohou zpracovat náměty z řad publika, pokud diváci redaktory osloví. Zdroje pro reportáže redaktoři získávají také na základě vlastního zájmu o okolní dění i díky pocitům potřebnosti prezentace určitého tématu.

Výběr jednotlivých témat na úkor těch ostatních je podmíněn právě chodem jednotlivých redakcí. Výsledný soubor prezentovaných reportáží by měl být vyvážený. U regionálních televizí je brán nejvyšší zřetel na lokálnost. Vlivy mají i zpravodajské hodnoty negativity (R1 Jih, Jihočeská televize) a aktuálnosti (Jindřichohradecká televize).

Aktuální témata mají vždy přednost nad těmi nadčasovými.

Je možné spatřit vazbu mezi vazbami regionální televize a upřednostňovanými zpravodajskými hodnotami, stejně jako s kulturou pracoviště, která je u každého ze zkoumaných médií odlišná, což se projevuje i na rámci prezentovaných témat. Právě i tato pracovní kultura má ve výsledku vliv na to, které zdroje informací jsou kterým médiem upřednostňovány, či jaká témata ve svém zpravodajství jednotlivé televize upřednostňují.

8.10.2. Co je příčinou nízkého výskytu reportáží se sociální tematikou?

Důvodem pro nízkou prezentaci sociálních témat je jejich nesoulad se zpravodajskými hodnotami, zejména pak nesoulad s hodnotami výskytu, jednoduchosti a jasnosti. Dále pak i skutečnost, že sociální práce je specifickou oblastí, která zajímá jen úzký okruh lidí.

K nejvýznamnějším důvodům lze zařadit i neatraktivitu, ale i stereotyp sociálních témat.

Právě kvůli těmto důvodům se redakce regionálních televizí obávají rovněž i ztráty zájmu diváků, či přímo z jejich rozhněvání při prezentaci sociálních témat.

Neatraktivitu sociálních témat mohou zejména u starších generací způsobovat i vzpomínky na minulý režim, kdy sociální oblasti nebyly prezentovány v takové míře jako dnes. Proto může starší generaci dnešní zvýšená prezentace sociálních témat pobouřit.

Ze zjištěných informací vyplývá, že obava ze ztráty divákovy zájmu je prvotním důvodem, kvůli kterému jsou sociální témata prezentována v malé míře. Divákův nezájem má souvislost jak s neatraktivitou sociálních témat, tak i se zpravodajskými hodnotami, které mají za úkol zajistit právě i divákovu spokojenost.

8.10.3. Jaká kritéria ovlivňují výběr témat ze sociálních oblastí?

Samotné regionální médium je kritériem pro vyšší prezentaci sociálních témat, jelikož v lokálních médiích jsou dle výpovědí respondentů prezentována častěji, než v médiích celorepublikových.

Častější výskyt v regionálních médiích, je podmíněn faktorem lokálnosti. Pokud tedy sociální instituce působí v regionu oblastního média, může být její činnost do zpravodajství snadněji zařazena.

Faktor zajímavosti je dalším kritériem, díky jakému se sociální témata mohou do zpravodajství dostat. Sociální oblast je tak prezentována spíše v kontextu mimořádných událostí, které osloví širokou veřejnost. Do zpravodajství se tak dostávají spíše mediálně zajímavé, nevšední výstupy, či podoby sociální oblasti (výročí občanského sdružení, rekonstrukce budovy, kde sídlí sociální organizace).

O výskyt sociální práce v médiích se mohou zasadit i aktivity PR manažerů a fundraiserů jednotlivých organizací. Samotná sociální oblast tedy musí jevit zájem o prezentaci a novináře kontaktovat.

I zájem redaktorů o oblast sociální práce se může do výsledného počtu prezentace sociálních témat promítnout. K tomuto zájmu lze zařadit i to, zdali redaktoři cítí přímo jako potřebné, aby byla sociální práce v médiích prezentována.

Pokud sociální oblast redaktoři z osobních důvodů chtějí prezentovat, řeší svůj záměr v kontextu svobody a profesionality. Svoboda je pro výskyt sociální práce rozhodující, pokud má redaktor od vedení média předem určeno, jaké mediální děje vytvářet. Pokud má volnější pole působnosti, je větší šance zařazení těchto témat.

V případě, že potřebnou míru svobody redaktoři nemají a prezentovat určité, třeba i sociální téma přeci jen chtějí, je pro ně alternativou konzultace problému s nadřízeným. To, pokud záměr prezentovat určité téma zamítne, je celá věc pro redaktora vyřešena a dále se ji nezabývá.

Aspekt profesionality je důležitý pro to, aby výsledek zpravodajství nebyl ovlivňován osobními záměry redaktora. V tomto ohledu se redaktoři buď mohou vzdát osobních záměrů na úkor profesionality, anebo se při vlastním záměru prezentace určitého tématu snaží děj mediálně zpracovat takovým způsobem, aby výsledná podoba mediálního obsahu byla v souladu s celkovým profesionálním výrazem média.

Diskuze

Diskusi, která zároveň komplexně shrne zjištění výzkumu této práce, bych rád zahájil právě etickým rozměrem výzkumu, zejména pak jistým osobním předpokladem (viz kapitola 8.6.), který se ovšem při šetření nepotvrdil.

Domníval jsem se totiž, že u případného rozporu individuálního pocitu potřeby prezentace sociální práce s profesními normami a zpravodajskými hodnotami může určitý aspekt hrát také svědomí redaktora.

Jak ukázaly výsledky, ani svědomí ani přímo etická dilemata zástupci zkoumaných televizí nepociťují (viz kapitola 8.9.9.). To lze odůvodnit snahou dotazovaných redaktorů dodržovat profesní normy. Právě profesionalita, byť může být v rozporu s osobním přesvědčením, je v kontextu novinářského povolání u dotazovaných redaktorů vnímána jako správná a to bez ohledu na to, zdali se na jejím základě redaktoři rozhodnou určitá témata prezentovat, či nikoliv.

I podle mého vlastního názoru může být profesionalita kritériem, které se může zasadit o prezentaci sociálních témat, jak o tom hovořil respondent C (8.9.10.). Ten pokud cítí potřebnost nějakého tématu, které je méně vhodné pro prezentování, zpracuje ho tak, aby bylo ve shodě s profesními požadavky média.

Na druhou stranu i z výpovědí zbylých dvou respondentů A a B (8.9.9.) je možné zjistit, že profesionalita skutečně může zapříčinit i nízkou prezentaci sociálních témat.

Každopádně si myslím, že pokud se redaktor rozhodne na základě profesionality sociální téma prezentovat, či nikoliv, už jen z toho důvodu, že jedná právě na základě profesionality, nevnímá přítomnost etického dilematu. Domnívám se, že právě i proto jej nemusí trápit ani svědomí. Jakoby tak zde „vítězila“ etika profesní nad etikou osobní.

Vedle hodnotové orientace a etických dilemat redaktorů bych se tu rád zmínil také o další oblasti etiky. Jak bylo již interpretováno ve výsledcích výzkumu, nezanedbatelný vliv může mít svoboda redaktora při jeho profesním působení a výběru reportáží vůbec. Určitě souhlasím s tím, že teprve předpoklad určité svobody na pracovišti může dát vzniknout

etickému dilematu, anebo projevu individuálních hodnot redaktora, které se na úkor hodnot zpravodajských zasadí o vyšší prezentaci sociálních témat.

Volné pole působnosti redaktorů bylo zdůrazněno i v rozhovorech s redaktory (kapitola 8.9.6.), které musí své náměty pro zpracování předkládat vedení televize a domnívají se, že tomu tak je i v dalších, zejména v celoplošných médiích.

Média samotná mohou redaktorům jasně stanovit, jaká témata mají vyhledávat. Pověštinou se opět jedná o nehody a kriminální činnost, aby byl naplněn faktor negativity, který je pro publikum žádoucí.

Jak je patrné z výpovědí redaktorů, každá ze zkoumaných televizí primárně hleděla na jiné zpravodajské hodnoty. Pro televizi R1 Jih se zdála být nejaktuálnější hodnota blízkosti. Jindřichohradecká televize naopak upřednostňuje hodnotu aktuálnosti a pro Jihočeskou televizi byla významná hodnota negativity.

Rád bych v této diskuzi ale věnoval prostor i dalším zpravodajským hodnotám, které dle kapitoly 4.6.2. spíše brání výskytu sociálních témat v televizním zpravodajství.

Například hodnoty jednoduchosti a jasnosti jsou dle mého mínění příčinou toho, že se sociální problematiky dostávají do zpravodajství nejenom v omezené ale i ve specifické míře. Ovlivňují tedy jak kvantitu témat, tak jejich obsahovou stránku.

Obsahová analýza reportáží, rozhovor s respondenty a stejně tak i vlastní redaktorská praxe mi umožnila zjistit, že reportáže, které se sociálním obsahům věnují, z maximální možné míry neprezentují všední náplň sociální práce. Ta může figurovat na pozadí reportáže, nosným tématem zprávy bývá ale jiná událost, například výstava děl a výrobků klientů sociálních zařízení, anebo závody handicapovaných. O přítomnosti takových reportáží jsem se s ohledem na vlastní redaktorskou praxi zmiňoval v praktické části (viz kapitola 7.6.2.) ještě před zahájením samotného výzkumného šetření. Ve stejném duchu pak ovšem hovořili i respondenti z jiných televizí (viz kapitola 8.9.6.).

Myslím si, že takováto prezentace jen určitých podob sociální práce je do značné míry důvodem, proč jsou některé oblasti sociální práce prezentovány často a jiné naopak vůbec, jak lze vidět i ve výstupech kvantitativního šetření práce (viz kapitola 7.8., tabulka č. 3).

Sociální práce, která se věnuje lidem s mentálním a tělesným postižením nebo seniorům, je realizována v institucích, které se nejrůznějšími způsoby snaží klienty integrovat do většinové společnosti. V rámci této snahy jsou pořádány například právě výstavy děl seniorů anebo lidí s postižením, případně sportovní závody handicapovaných, benefiční trhy, či jiné volnočasové aktivity, které jsou pro mediální zpracování i z pohledu redaktorů vhodnější, nežli je běžná náplň sociálních pracovníků, tedy „čistá“ sociální práce. Takovéto specifické děje se do zpravodajství dostanou snáze, jelikož jsou v souladu se zpravodajskými hodnotami jasnosti, jednoduchosti a aktuálnosti.

Organizace věnující se lidem s postižením a seniorům také samy vyvíjejí snahu o mediální prezentaci, jak o tom bude zmiňováno v následujících odstavcích. I tato skutečnost ovlivňuje dle mého mínění zvýšený výskyt témat lidí s postižením či seniorů ve zpravodajských reportážích.

Mediální prezentaci „čisté“ sociální práce brání zpravodajská hodnota kontinuity, ale také hodnoty výskytu a předvídatelnosti, jak o nich hovoří Šveřepa (in Šveřepa, [online]) v kapitole 4.6.2.

Jelikož hodnoty výskytu a kontinuity hledí na časovou uchopitelnost prezentovaného tématu, mezi reportážemi ze sociální oblasti se často objevovala témata, která proběhla v jasně vymezeném čase „od – do“ jednalo se tedy například o rekonstrukci stacionáře, pořádání letního tábora pro handicapované děti, anebo významné výročí občanského sdružení, kdy reportáž připomínala jeho zrod a rekapitulovala vývoj instituce.

U dějů, které jsou v souladu s hodnotou kontinuity lze také často predikovat další vývoj. Tato zpravodajská hodnota se tak v určitém smyslu překrývá i s hodnotou předvídatelnosti. Myslím si, že obě tyto hodnoty mohou mít vliv na mediální prezentaci jen určitých aspektů sociální práce.

Reportáže, které se věnují „čisté“ sociální práci, vznikají v regionálních televizích dle mého názoru, pouze pokud se o danou oblast zajímá redaktor na základě jiných, nežli zpravodajských hodnot, a pokud mu takovou prezentaci tématu schválí vedení redakce v souladu s aspektem svobody redaktora, o kterém bylo hovořeno výše. Z vlastní praxe můžu uvést příklad, že k mediálnímu zpracování „čisté“ sociální práce, konkrétně k prezentaci služeb, jaké nabízí odbor sociálních věcí v J. Hradci, (bez ohledu na to, že by zde došlo k nějakým pro veřejnost významným změnám - což by mohlo být v souladu s hodnotou aktuálnosti), se naše redakce uchýlila v momentě, kdy byl nedostatek jiných témat ke zpracování.

To je v určitém smyslu opět v souladu s hodnotou výskytu, která zohledňuje taková témata, jejichž zpracování je v souladu s pracovní dynamikou média. Pokud je tedy například před uzávěrkou a daná redakce nemá dostatečný počet natočených reportáží, sáhne dle mého mínění i po takových tématech, jaká by za normálních okolností neprezentovala.

Co se hodnoty blízkosti týče, ta může na jedné straně zapříčinit nízkou míru prezentace sociálních témat z důvodů, jak o nich hovořili dotazovaní respondenti (kapitola 8.9.6.), a tedy že sociální práce reprezentuje specifickou oblast, která je zajímavá jen pro úzký okruh lidí.

Na druhou stranu mezi tématy ze sociální práce se na předních místech (viz kapitola 7.8., tabulka č. 3) objevila nezaměstnanost, která je v současné době aktuálním tématem blízkým většině lidí. Myslím si, že právě proto, že problém nezaměstnanosti lze vztáhnout na většinovou společnost, byla právě tato oblast sociální práce ve zkoumaných médiích prezentovaná tak často, což je v souladu právě s hodnotou blízkosti a aktuálnosti.

Hodnota blízkosti je u regionálních médií více v souladu s faktorem lokálnosti. Regionální médium se totiž nesnaží oslovit většinovou společnost, ale právě jen obyvatele určitého regionu. Lze tak říct, že to, co se děje v regionu, je zajímavé pro jeho obyvatele.

Toto tvrzení je klíčové pro medializaci sociální práce v regionálních médiích. Jak ve výzkumu bakalářské práce (Kronika, 2011), tak ve výpovědích respondentů (kapitola 8.9.8.) zazněla myšlenka, že právě sociální problematiky mají s ohledem na faktor lokálnosti větší šanci dostat se do regionálního zpravodajství, nežli do zpravodajství celorepublikového,

v jehož rámci se z hodnoty blízkosti stává hodnota, která hovoří spíše proti prezentaci sociálních témat.

U regionálních médií je ale hodnota blízkosti pro prezentaci sociálních témat významná právě proto, že koresponduje s lokální působností média. Myslím si, že regionální televize mohou více než ty celorepublikové mediálně prezentovat právě i „čistou“ sociální práci, specifickou činnost určitého sdružení anebo sociálního pracovníka, pokud se tyto děje odehrávají v regionu, kde médium působí.

Za televizi, v níž pracuji, mohu říct, že jsme natáčeli o většině občanských sdružení a dobrovolnických spolecích či programech, které na Jindřichohradecku působí, zejména právě kvůli faktoru blízkosti. Počet těchto organizací měl dle mého mínění vliv na výsledný počet reportáží se sociální tematikou a stejně tak i zaměření těchto organizací se otisklo do rozmanitosti témat. Například od roku 2010, kdy byl na Jindřichohradecku zřízen Klokánek, coby zařízení pro ohrožené děti, začalo se ve zpravodajství Jindřichohradecké televize objevovat téma zneužívaných, týraných a zanedbávaných dětí, které v prvních dvou výzkumných letech nebylo zastoupeno vůbec.

Domnívám se tedy, že čím více organizací působí v oblasti, na kterou se médium zaměřuje, tím se zvyšují potencionální náměty pro zpracování do reportáže.

Vedle faktoru lokálnosti ovšem jako stejně důležité kritérium považuji i samotnou snahu sociálních organizací o vlastní prezentaci v médiích. Kapitola 3.5.2., která hovoří o zdrojích pro zpravodajství, zmiňuje i síť kontaktů, kterou si redaktoři budují. Tato síť se obohacuje zájmem subjektů, které redaktory oslovují s žádostí o prezentace. Pokud se v regionu, kde médium působí, nachází sociální instituce a její fundraiser či PR manager redakci sám osloví, má tato organizace větší šanci být mediálně prezentována, nežli taková organizace, která sama snahu nevyvine a médium nekontaktuje.

Dle mého názoru, který potvrzují i rozhovory výzkumu (viz kapitoly 8.9.2., 8.9.3., 8.9.7.), redaktoři při aktivním hledání nových témat a kontaktů hledí spíše na takové, které jsou v souladu se zpravodajskými hodnotami a sociální organizace spíše přehlížejí na úkor témat, která jsou z pohledu zpravodajských hodnot zajímavější.

Z vlastní praxe musím potvrdit, že převážná část reportáží o sociálních oblastech v Jindřichohradecké televizi vznikla na základě toho, že sociální organizace oslovila naši redakci. Na základě takového navázání kontaktu se ale utváří pravidelná spolupráce.

Myslím si, že pokud redakce již jednou naváže kontakt s organizací a natočí reportáž o určitém tématu, případnému zpracování dalších témat, o kterých redakci organizace zpraví, se již televize nebrání. Takovéto druhy spolupráce ovšem vznikají spíše na popud samotných organizací. Tento můj názor potvrdili nejenom respondenti výzkumu diplomové práce ale i další redaktori, s nimiž bylo hovořeno již v rámci bakalářské práce (Kronika, 2011), konkrétně se jednalo o dva redaktory z Jindřichohradecké televize, a jednu redaktorku z televize Jihočeské a jednu z televize R1 Jih.

V souvislosti s faktorem lokálnosti a vlastní iniciativou organizací a fundraiserů, co se mediální prezentace týče, mne napadá i další možné zdůvodnění toho, proč jsou prezentovány jen určité oblasti sociální práce. Jak prozradila obsahová analýza, například problematiky drog, prostituce anebo probační a mediační služby byly prezentovány v minimální anebo nulové míře.

Jak již bylo zmíněno, je jednak nutné, aby se v daném regionu, kde médium působí, nacházely organizace, které se těmito oblastem věnují. Na druhou stranu některé aspekty sociální práce se z vlastní podstaty brání prezentaci. Již v bakalářské práci (Kronika, 2011) jsem prezentoval domněnku, že například kontaktní centrum pro drogově závislé o prezentaci vlastního působení v médiích stát nemusí, například upozornění médiem na to, kde se centrum nachází, by poškodilo anonymitu a nenápadnost místa, kde zařízení funguje a vůbec celkovou diskrétnost kontaktního centra, která je nezbytná pro jeho efektivní fungování. Zástupci takovýchto organizací zpravidla média samy od sebe neosloví. A pokud by se o jejich existenci redaktor dozvěděl z jiných zdrojů, je otázkou, zda li by sociální pracovníci byli ochotní při natáčení reportáže spolupracovat. Jednodušeji řečeno, pokud představitelé sociální oblasti v regionu nejsou, nebo nejsou ochotni mluvit, není s kým reportáž natočit.

Jako příklad mohu uvést fragment rozhovoru prezentovaný již v bakalářské práci, (Kronika, 2011), kdy zástupci jedné z redakcí zdůvodnili nulovou prezentaci bezdomovectví tím, že jsou si sice vědomi toho, že problém v regionu existuje, nicméně nevěděli o nikom, kdo by byl ochotný s nimi o problému hovořit. Shodou okolností se o rok později v regionu

vystavěla noclehárna pro muže bez přístřeší a již kvantitativní šetření výzkumu diplomové práce prozradilo, že o této noclehárně stejná redakce reportáž natočila.

Výskyt sociální práce ve zpravodajství tedy ovlivňuje to, zdali v regionu, kde médium působí, existuje zástupce dané sociální oblasti. Tato podmínka platí ovšem oboustranně. Dovedu si představit, že může existovat sociální organizace, která stojí o prezentaci, nicméně se nachází v oblasti, kde žádná z regionálních televizí nepůsobí. Takto naši redakci oslovil například stacionář pro osoby s lehkou mentální retardací, který se ovšem skutečně nacházel mimo dosah naší působnosti a tuším, že žádná z televizí, jež v jižních Čechách působí, se právě na tuto část regionu nezaměřuje.

Regionální televize jsou totiž většinou samostatné subjekty s různým dosahem lokální působnosti. Jelikož na sobě nejsou závislé, nezohledňují působnost jiných médií a nejsou tak jasně vymezené hranice mezi regionálními oblastmi, které jednotlivá média pokrývají. Existují tak území, kde působí například více regionálních médií naráz. Zároveň jsou ale lokality, kde není regionální televize žádná.

Snaha samotných sociálních pracovníků o prezentaci sociálních oblastí je jistě pro vytváření sociálních reportáží důležitá. Neméně tak je ale důležitý právě i postoj novináře k určitému tématu. Jak v příslušných kapitolách (3.5.2. a 3.7.) říkají autoři odborných publikací Bordieu (in Bordieu, 2002) a Boyd (in Boyd, 1955), žádný novinář nemůže nikdy 100% objektivní a nestranný. Vždy se do jeho úsudku budou promítat i osobní přesvědčení, postoje a hodnoty, což bylo ostatně i předpokladem pro stanovení etického rozměru výzkumu.

Jsem přesvědčený o tom, že pokud má redaktor určitou svobodu, jednak vůči vedení společnosti kde působí a jednak vůči všem zpravodajským hodnotám, hodně záleží na tom, co si on sám myslí o určité problematice. A právě toto jeho mínění se ve výsledku promítne do výsledné podoby reportáží, které vytváří.

Všichni dotazovaní respondenti (8.9.5) vyjádřili přesvědčení, že by bylo záslužné natáčet o sociální práci ve větší míře. Respondent A dokonce v kapitole 8.9.8. vyjádřil vlastní domněnku, že právě i toto přesvědčení se může zasadit o větší výskyt sociální práce ve zpravodajství. S tímto výrokem naprosto souhlasím. Podobná myšlenka byla vyjádřena i jednou redaktorkou dotazovanou již v rámci bakalářské práce (Kronika, 2011).

Právě u regionálních televizí působí většinou malý počet redaktorů a ti se nespécializují jen na určité oblasti, ale musejí umět vytvářet reportáže o jakémkoliv tématu (viz kapitola 3.8.1.). Pokud médium má redaktora pouze na sociální témata, jak tomu u větších televizí může být, není dle mého názoru tolik patrný vliv jeho osobních dispozic. K těmto dispozicím, lze vedle postojů a hodnot přiřadit i to, zda li má redaktor k nějakému tématu kladný vztah anebo zdali mu vůbec rozumí. O tomto také hovoří i hodnota jednoduchosti, na základě které si redaktoři vybírají taková témata, u kterých mají jistotu, že je dokážou správně zpracovat, protože jim jsou blízká.

Právě u regionálních, kde je ale dle mého názoru situace taková, že velmi často všichni redaktoři pořizují reportáže o všech tématech. Pro prezentaci sociálních témat tak může mít vliv právě i to, zdali redaktor sám z vlastních pohnutek toto téma upřednostňuje anebo vyhledává, anebo pokud mu alespoň rozumí.

Tento svůj názor si dovoluji podtrhnout zjištěním ve vlastním výzkumu. Právě u Jindřichohradecké televize, v níž působím, lze za poslední zkoumané dva roky (viz kapitola 7.7.3., příloha P XV) zpozorovat nárůst sociálních reportáží. Tyto reportáže jsem většinou natáčel sám, sociální témata jsem neodmítal a sám také některá z nich aktivně vyhledal.

Jelikož mi tento můj záměr schválilo vedení, což je samozřejmě důležitý předpoklad, je výsledný počet sociálních témat v Jindřichohradecké televizi na takové úrovni. Víím, že kdybych v Jindřichohradecké televizi nepůsobil, anebo bych se rozhodl sociálním tématům nevěnovat, některá z nich by zcela jistě natočena nebyla vůbec a celková podoba sociálních témat v našem zpravodajství by byla úplně jiná.

Tento můj názor bych rád rozšířil ještě o domněnku, která se opět vztahuje k profesionálnímu zaměření všech redaktorů. Respondent A z Jihočeské televize sdělil (8.9.3.), že v jejich redakci mají redaktoři náměty, ze kterých reportáže pořizují, tematicky rozčleněná. Oproti Jindřichohradecké televizi právě televize Jihočeská napříč zkoumanými roky vykazuje určitou vyváženost v prezentaci sociálních témat (7.7.1., příloha P III). Snad právě to, že má redakce Jihočeské televize stálého redaktora pro tuto oblast, může být důvodem stabilního počtu sociálních reportáží napříč zkoumanými roky?

Rád bych se v této diskuzi ještě vrátil k problematice mediálního prezentování pouze některých sociálních témat, což může ovlivnit i často zmiňovaná hodnota negativity, která je pro současná média tolik ceněná. I tato hodnota, na jejíž úkor média nezařazují sociální témata, se totiž určitým způsobem může zasadit právě i o prezentaci sociální oblasti. Například u problematiky týraných a zanedbávaných dětí, která se ve výzkumu prezentace jednotlivých témat sociální práce držela také na předních příčkách (viz. kapitola 7.8.), lze předpokládat, že právě takovéto události bývají prezentovány na základě hodnoty negativity.

Je třeba také připomenout postoje redaktorů (kapitola 8.9.6.), kdy respondenti televize R1 Jih a Jihočeské televize zmínili, že faktor negativity je pro jejich organizace důležitý. Naopak respondent C z Jindřichohradecké televize se negativním zprávám snaží vyhýbat. Toto upřednostňování rozdílných hodnot má vliv i na výslednou podobu jednotlivých témat z oblasti sociální práce.

Hodnotu negativity lze samozřejmě vztáhnout na další témata z oblasti sociální práce, které nesou určitý negativní náboj. Na mysli mám například prostituci anebo problematiku návykových látek. Jak zmínil Šveřepa (in Šveřepa, [online]) v kapitole 4.6., pokud děje ze sociálních oblastí vypovídají o kriminalitě a skandálech, mohou se do zpravodajství dostat snadno. Myslím si ale, že taková to prezentace je kontraproduktivní, jelikož reportáž nemá vypovídající hodnotu pro sociální práci, které může naopak i uškodit, jelikož pokřiví povědomí o veřejnosti o tomto oboru.

Při mediálním zpracování „negativní sociální práce“ totiž může dojít na základě hodnot jednoduchosti a jasnosti k pokřivení prezentace, k jakému dochází i díky fenoménu morální paniky, kterému se v teoretickém rámci práce věnovaly kapitoly 3.6. a 4.6.1.

Domnívám se, že jsem se při obsahové analýze setkal právě s tímto fenoménem, zejména u několika reportáží zaměřených vyloženě na faktor kriminality. Jednalo se o prezentování několika kriminálních událostí, kdy pachatelé byli bezdomovci. Ve výsledném vyznění reportáže mne zarazilo, proč redaktorka o pachateli hovořila jako o bezdomovci, stejně tak mohla užít oslovení „muž“ nebo jen „pachatel“, jelikož jeho bezdomovectví nebylo dle mého názoru relevantní pro prezentovaný údaj. Jistě to, že se osoba bez přístřeší dopustila kriminální činnosti, mohlo být důsledkem jejího bezdomovectví, nicméně ani redaktorka, ani výpovědi policistů o této spojitosti nehovořili. Napadlo mne, že ve výsledku je právě

označování negativní osoby v reportáži jako bezdomovce, obecně může přispět k negativnímu chápání této skupiny lidí. Výpovědní hodnotě reportáže by v žádném případě neuškodilo, kdyby redaktorka neopakovala, že pachatel byl mužem bez domova, nebo se o tomto zmínila jen okrajově a nepoužívala oslovení bezdomovec jako synonymum pro „pachatel“ nebo člověk páchající trestnou činností. Nicméně právě kvůli hodnotě jednoduchosti a jasnosti a stejně tak kvůli hodnotě negativity redaktorka nejspíš sloučila tyto pojmy, aby podtrhla negativitu a přidala reportáži na dramatu. Mohlo by být zajímavé, zjistit při případném rozhovoru s redaktorkou zdali je obeznámena s fenoménem morální paniky, či zda si uvědomuje, že způsobem, jaký ve svých reportážích užila, může cílové skupině bezdomovců uškodit.

Diskuzi bych rád uzavřel myšlenkou, že sociální témata mohou ve zpravodajství zaujmout plnohodnotné místo, právě pokud budou na jedné straně redaktoři tuto oblast považovat za důležitou k prezentaci a na straně druhé, pokud i sami sociální pracovníci budou mít zájem o to, aby bylo toto téma mediálně předkládáno veřejnosti. Tato oboustranná motivace může zejména u regionálního televizního zpravodajství výrazně přispět k častější prezentaci sociálních oblastí.

Závěr:

Diplomová práce ve výsledné podobě splnila cíle vytyčené již v jejím úvodu.

Teoretické zázemí vymezilo vždy zvláště oblasti etiky, médií a sociální práce, kdy bylo postupováno vždy od obecných charakteristik oborů ke specifickým pro výzkumné šetření adekvátním tématům. Tato témata byla vzájemným odkazováním na sebe sama provázána a to proto, aby došlo ke komplexnímu celku informací, jež tvoří základ pro výzkumné šetření.

Vyústěním teorie je také samostatná kapitola, která se snaží nastínit jednak problematiku prezentace sociální práce médií a jednak prospěšnost spolupráce těchto oborů s médií. Tato spolupráce si sama o sobě jistě zaslouží mnohem více prostoru a pozornosti a může být zajímavá nejenom pro sociální pracovníky, ale i pro stranu médií.

Sociální práce v rámci výzkumu byla totiž prezentována jako předmět mediálního zpracování. Praktikum diplomové práce díky sociální oblasti ukázalo řadu informací, jež vrhají světlo právě na fungování zkoumaného druhu média, tedy regionálních televizí.

Kvantitativní část šetření reflektovala výstupy zpravodajské činnosti jihočeských regionálních televizí. Kvalitativní výzkum pak tyto výstupy prohloubil o rovinu zákonitostí a důvodů, jež objasňují pracovní dynamiku médií stejně jako kritéria, která mohou být důležitá pro pracující redaktory. Zejména tuto část výzkumného šetření ozvláštnil etický rozměr výzkumu, díky kterému vyšly najevo další skutečnosti, které by mohly být snad zajímavé nejen pro etiky, ale i pro potencionální čtenáře z oblasti médií.

Nevyřčeným, ovšem podstatným cílem práce bylo právě smysluplně skloubit tři světy: médií, etiky a sociální práce.

Coby autorovi mi nezbyvá než si přát, že i tento cíl se alespoň částečně podařilo naplnit, a že diplomová práce bude mít co nabídnout všem, kteří by se o výše vymezené problematiky v budoucnu mohli zajímat.

Seznam užité literatury:

1. ANZENBACHER, A.: *Křesťanská sociální etika: Úvod a principy*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury. 2004. ISBN: 80-7325-030-6
2. ANZENBACHER, A.: *Úvod do etiky*. Praha: Academia, 2001. ISBN: 80-200-0917-5
3. BANKS, S. *Ethics and values in social work*. New York: British Association of Social Workers: PALGRAVE. 2001. ISBN: 0-333-94798-3
4. BOURDIEU, P.: *O televizi*. Brno: Doplněk. 2002. ISBN: 80-7239-122-4
5. BOYD, A.: *Příručka pro novináře: zpravodajství v rozhlase a televizi*. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky. 1995.
6. BURTON, G., JIRÁK, J.: *Úvod do studia médií*. Brno: BARRISTER and PRINCIPAL. 2001. ISBN: 80-85947-67-6
7. BURÝŠKOVÁ, I.: *Prezentace sociální práce obrazovými médii*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové. 2009
8. CAIRNCROSS, F.: *Konec vzdálenosti. Jak komunikační revoluce změni naše životy*. Praha: Computer Press. 1999. ISBN: 80-7226-155-X
9. CAKIRPALOGLU, P. *Psychologie hodnot*. Olomouc: Votobia. 2004. ISBN: 80-7220-195-6
10. DESPINOZA, B.: *The Ethics*. Teddington: Echo. 2006. ISBN: 1-40680-683-8
11. DISMAN, M.: *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum. 2006 ISBN: 80-246-0139-7
12. DOROTÍKOVÁ, S.: *Etika. Příspěvek k etice jednání*. Praha: Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy. 2005. ISBN: 80-7290-238-5
13. DOROTÍKOVÁ, S.: *Filosofie hodnot. Problémy lidské existence, poznání a hodnocení*. Praha: Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy. 1998. ISBN: 80-86039-79-X
14. FROLOV, I. T.: *Filosofický slovník*. Praha: Pravda. 1982. ISBN: 75-103-82
15. GIDDENS, A.: *Sociologie*. Praha: Argo. 1999. ISBN 80-7203-124-4
16. HENDL: *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál. 2008. ISBN: 978-80-7367-485-4
17. JANKOVSKÝ, J.: *Etika pro pomáhající profese*. Praha: Triton. 2003. ISBN: 80-7254-329-6
18. JIRÁK, J., KOPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. Praha: Portál. 2003 ISBN: 80-7178-697-7

19. KOPŘIVA, K.: *Lidský vztah jako součást profese*. Praha: Portál. 2006. ISBN: 80-7367-181-6
20. KRAUS, B., POLÁČKOVÁ, V.: *K otázkám sociální pedagogiky – Člověk, prostředí, výchova*. Brno: Paido. 2001. ISBN: 80-7315-004-2
21. KRONIKA, O., A.: *Analýza obsahu reportáží z regionálních televizí se zřetelem na sociální oblast*. České Budějovice: Teologická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. 2011
22. MACHIN, D., NIBLOCK, S.: *Newsproduction: theory and practice*. New York: Routledge. 2006.
23. MALLETTE, M. *Příručka pro novináře střední a východní Evropy*. Praha: Lidové noviny. 1994. ISBN: 80-7106-045-3
24. MATOUŠEK, O.: *Metody a řízení sociální práce*. Praha: Portál. 2003a. ISBN: 807178-548-2
25. MATOUŠEK, O., KOLÁČKOVÁ J., KODYMOVÁ, P., et. al.: *Sociální práce v praxi*. Praha: Portál. 2005. ISBN: 80-7367-002-X
26. MATOUŠEK, O.: *Slovník sociální práce*. Praha: Portál. 2003b. ISBN: 80-7178-549-0
27. MATOUŠEK, O.: *Základy sociální práce*. Praha: Portál. 2001. ISBN 80-7178-473-7
28. MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál. 1999. ISBN: 80-7178-200-9
29. MORAVEC, V., et. al.: *10 let v českých médiích*. Praha: Portál. 1974. ISBN:
30. MRZENA, P.: *Zpravodajská reportáž (současné pojetí, formy a tendence v českém televizním vysílání)*. Brno: Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně. 2006.
31. MUSIL, L.: *Ráda bych Vám pomohla, ale... Dilemata práce s klienty v organizacích*. Brno: Marek Zeman. 2004. ISBN: 80-903070-1-9
32. NAVRÁTIL, P.: *Úvod do teorií a metod sociální práce*. Brno. Národní centrum pro rodinu. 2000.
33. NAVRÁTIL, P. *Teorie a metody sociální práce*. Brno. Marek Zeman. 2001. ISBN: 80-903070-0-0
34. NAKONEČNÝ, M.: *Psychologie osobnosti*. 2009. Praha: Academia. ISBN: 978 -80-200-1680-5
35. NEČASOVÁ, M.: *Úvod do filozofie a etiky v sociální práci*. Brno: Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně. 2001.

36. OSVALDOVÁ, B., HALADA, J., et. al.: *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri. 2007. ISBN: 978-80-7277-266-7
37. OSVALDOVÁ, B.: *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum. 2001. ISBN: 80-246-0248-2
38. THOMPSON, M.: *Přehled etiky*. Praha: Portál. 2004. ISBN: 97880-717-8806-5
39. TUCHMAN, G.: *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press. 1978
40. REIFOVÁ, I., et. al.: *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál. 2004. ISBN: 80-7178-926-7
41. REMIŠOVÁ, A.: *Etické kodexy*. Bratislava: Ekonóm. 1998. ISBN: 80-225-0952-3
42. RICKEN, F.: *Obecná etika*. Praha: ISE. 1995.
43. RUß-MOHL, S., BAKIČOVÁ, H.: *Žurnalistika*. Praha: Grada. 2005. ISBN: 80-247-0158-8
44. SCHULZ, W., et. al.: *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum. 1998. ISBN: 80-7184-548-5
45. SEKNIČKA, P.: *Etické řízení ve firmě*. Praha: Grada Publishing. 2007. ISBN: 978-80-247-1621-3
46. SCHELLMAN, B., et. al.: *Média – základní pojmy – návrhy – výroba*. Praha: Europa-Sobotáles. 2004. ISBN: 80-86706-06-0
47. SOKOL, J.: *Malá filosofie člověka a Slovník filosofických pojmů*. Praha: Vyšehrad, 1998.
48. SOKOL, J., PINC, Z.: *Antropologie a etika*. Praha: Triton. 2003. ISBN: 80-7254-372-5
49. SKOBLÍK, J.: *Přehled křesťanské etiky*. Praha: Karolinum. 2004. ISBN: 80-7184-357-1
50. ŠILER, V.: *Etika pro žurnalisty*. Olomouc: Filosofická fakulta University Palackého v Olomouci. 2007
51. ŠVEC, V., HRBÁČKOVÁ, K.: *Průvodce metodologií pedagogického výzkumu: Pracovní sešit*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. 2007. ISBN: 978-80-7318-547-3
52. VACULÍKOVÁ, K.: *Práva a povinnosti žurnalisty v kontextu novinářské etiky*. Brno: Masarykova univerzita. 2011.

Seznam užitých elektronických zdrojů:

1. *Asociace poskytovatelů sociálních služeb České republiky*. [cit. 20. října 2012].
Dostupné na WWW: <<http://www.apsscr.cz/>>
2. *Etika sociální práce – principy*. [cit. 14. prosince 2011].
Dostupné na WWW:
<http://socialnipracovnici.cz/public/upload/image/mezinarodni_eticky_kodex.pdf>
3. *Etický kodex novináře Syndikátu novinářů*. [cit. 12. listopadu 2011].
Dostupné na WWW: <<http://syndikatnovinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>>
4. *Jihočeská televize*. [cit. 20. ledna 2013].
Dostupné na WWW: <<http://www.jihoceskatelivize.cz/>>
5. *Jindřichohradecká televize*. [cit. 20. ledna 2013].
Dostupné na WWW: <<http://www.jhtv.cz>>
6. MUSIL L, NAVRÁTIL, P.: *Sociální práce s příslušníky menšinových skupin*. [cit. 22. září 2012].
Dostupné na WWW: <socstudia.fss.muni.cz/pristup.php?soubor=080404095539.pdf>
7. *Tv Pohoda*. [cit. 20. ledna 2013].
Dostupné na WWW: <<http://tvpohoda.cz/>>
8. *R1 Jih*. [cit. 20. ledna 2013].
Dostupné na WWW: <www.r1jih.cz>
9. *Regionální televize*. [cit. 20. ledna 2013].
Dostupné na WWW: <<http://www.regionalnitelevize.cz/cz/10-kde-nas-vidite.html>>
10. ŠVERĚPA, M.: *Sociální práce a média*. [cit. 2011-02-10].
Dostupné z WWW: <<http://socialnirevue.cz/sverepa/vyuka.html>>

Seznam ústních sdělení:

1. KUDĚJ, Š.: *Rozhovor o fungování Jihočeské televize*. Jihočeská televize: Neplachova ul. 2297/1. České Budějovice. Telefonický rozhovor proběhl dne: 8. 3. 2013
2. MATIOVÁ M.: *Rozhovor o fungování televize R1 Jih*. R1 Jih: Nádražní ul. 319. Pelhřimov. Osobní rozhovor proběhl dne: 28. 2. 2013

Seznam tabulek:

Tabulka č. 1:

Výsledky integrované části výzkumu..... 77

Tabulka č. 2:

Shrnutí výsledků kvantitativního aspektu šetření..... 90

Tabulka č. 3:

Komplexní přehled výskytu jednotlivých sociálních témat prezentovaných televizemi R1 Jih, Jindřichohradecká televize a Jihočeská televize v letech 2009 – 2012..... 92

Tabulka č. 4:

Jihočeská televize - Analýza počtu reportáží se sociálním obsahem..... Příloha P II

Tabulka č. 5:

R1 Jih – analýza počtu reportáží se sociálním obsahem..... Příloha P VIII

Tabulka č. 6:

Jindřichohradecká televize – analýza počtu reportáží se sociálním obsahem.... Příloha P XIV

Seznam obrázků:

Obrázek č. 1:

Regionální televize v Jihočeském kraji 57

Obrázek č. 2:

Tematické a kontinuální členění kategorií výroků respondentů kvalitativního výzkumu..... 104

Seznam grafů:

Graf č. 1.:

Analýza reportáží všech tří zkoumaných televizí se zřetelem na sociální oblast, v letech 2009 a 2010..... 78

Graf č. 2.:

Komplexní přehled výskytu jednotlivých sociálních témat prezentovaných televizemi R1 Jih, Jindřichohradecká televize a Jihočeská televize v letech 2009 – 2012..... 93

Graf č. 3:

Jihočeská televize - poměr výskytu sociálních témat vůči celkovému počtu reportáží..... Příloha P III

Graf č. 4:

Jihočeská televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2009..... Příloha P IV

Graf č. 5:

Jihočeská televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2010.... Příloha P V

Graf č. 6:

Jihočeská televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2011.... Příloha P VI

Graf č. 7:

Jihočeská televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2012.... Příloha P VII

Graf č. 8:

R1 Jih - poměr výskytu sociálních témat vůči celkovému počtu reportáží..... Příloha P IX

Graf č. 9:

R1 Jih - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2009..... Příloha P X

Graf č. 10:

R1 Jih - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2010..... Příloha P XI

Graf č. 11:

R1 Jih - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2011..... Příloha P XII

Graf č. 12:

R1 Jih - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2012..... Příloha P XIII

Graf č. 13:

Jindřichohradecká televize - poměr výskytu sociálních témat vůči celkovému počtu reportáží..... Příloha P XV

Graf č. 14:

Jindřichohradecká televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2009..... Příloha P XVI

Graf č. 15:

Jindřichohradecká televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2010..... Příloha P XVII

Graf č. 16:

Jindřichohradecká televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2011..... Příloha P XVIII

Graf č. 17:

Jindřichohradecká televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2012..... Příloha P XIX

Seznam příloh:

Příloha P I: Kategorie reportáží mimo sociální oblast

Příloha P II: Jihočeská televize - analýza počtu reportáží se sociálním obsahem

Příloha P III: Jihočeská televize - poměr výskytu sociálních témat vůči celkovému počtu reportáží

Příloha P IV: Jihočeská televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2009

Příloha P V: Jihočeská televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2010

Příloha P VI: Jihočeská televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2011

Příloha P VII: Jihočeská televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2012

Příloha P VIII: R1 Jih – analýza počtu reportáží se sociálním obsahem

Příloha P IX: R1 Jih - poměr výskytu sociálních témat vůči celkovému počtu reportáží

Příloha P X: R1 Jih - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2009

Příloha P XI: R1 Jih - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2010

Příloha P XII: R1 Jih - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2011

Příloha P XIII: R1 Jih - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2012

Příloha P XIV: Jindřichohradecká televize – analýza počtu reportáží se sociálním obsahem

Příloha P XV: Jindřichohradecká televize - poměr výskytu sociálních témat vůči celkovému počtu reportáží

Příloha P XVI: Jindřichohradecká televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2009

Příloha P XVII: Jindřichohradecká televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2010

Příloha P XVIII: Jindřichohradecká televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2011

Příloha P XIX: Jindřichohradecká televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2012

Přílohy:

Příloha P I.: Kategorie reportáží mimo sociální oblast

Kategorie užitá při analýze počtu sociálních reportáží jsou v této příloze definovány na základě příkladů událostí a reportáží, které do nich byly řazeny:

- Kategorie „Akce pro veřejnost“ je podobná kategorii „Kultura“. Do kategorie akcí pro veřejnost byly řazeny události krátkodobé, například společensko-kulturní události, jako je masopust, anebo zábavné odpoledne pořádané v rámci dnů dětí. Řazeny sem byly ale i workshopy pořádané pro veřejnost.
- Kategorie „Doprava“ zahrnovala reportáže, které se týkaly provozu. Nejčastěji se jednalo o témata, která prezentovala aktuální uzavírky na určitých komunikacích. Do této kategorie byly ale řazeny například i reportáže o projektech kraje či města souvisejících s dopravní obsluhností.
- Kategorie „Ekonomika“ soustřeďuje zejména celostátní ekonomická témata, v kontextu jejich dopadu na daný region, lokaci či město. Často do této kategorie byly řazeny reportáže o zdražování nejrůznějších, zpravidla pak hospodářských výrobků, které se v daném regionu, kde televize působí, produkuje.
- Kategorie „Hasiči“ prezentovala činnost této profese, spíše než o zásahy u tragických událostí se jednalo o reportáže, které dokumentovaly historii sborů dobrovolných hasičů anebo jejich soutěže.
- Kategorie „Investiční akce“ reprezentuje řadu témat, která souvisejí s investicemi měst, kraje anebo státu či evropských fondů do nejrůznějších oblastí. Do této kategorie byly řazeny reportáže o rekonstrukcích památek, domů, ale i chodníků a silnic. Investic se dotýkají i věci komunální politiky a především financí. Proto sem byly řazeny i reportáže, které se věnují rozpočtům měst.
- Kategorie „Kriminalita“ sdružuje reportáže o událostech, které se týkaly úmyslného porušení zákonů. (Právě aspektem úmyslnosti se tato kategorie vymezuje vůči kategorii katastrof a nehod.) Nejčastěji byly do této kategorie řazeny reportáže o krádežích. Svůj prostor zde ale bohužel měly i vraždy anebo násilí či vyhrožování.

- Kategorie „Kultura“ je obsáhlou rubrikou, která zahrnuje zejména pořádání výstav v muzeích a galeriích, ale také například iniciativu měst či občanských sdružení, která v rámci cestovního ruchu a propagace regionu či města realizují nejrůznější akce a projekty. Vedle reportáží o výstavách byly do této rubriky řazeny i dlouhodobé činnosti kulturních společností, anebo představení jejich výstupů (například natočení filmu o historii pohraničních vesnic, anebo vytištění propagačního materiálu pro město)
- Do kategorie „Mimořádné události“ se dostaly reportáže prezentující děje, které nesly určitý společenský význam. Například sem byly řazeny reportáže věnující se celebritám a jejich návštěvám v regionu, anebo čestná ocenění, či uznání občanů měst za jejich významné činy.
- Kategorie „Nehody, katastrofy“ zahrnuje nešťastné události, zejména pak nehody na silnicích. Kategorie ale zahrnula například i reportáže o požárech, nebo o úmrtích významných obyvatel regionu.
- Kategorie „Ostatní“ vznikla jako poslední a dostaly se do ní takové reportáže, které nešlo přiřadit k ostatním tematickým celkům. Jednalo se například o téma, které se věnovalo dávání netradičních křestních jmen, nebo reportáž pojednávající o tom, že Češi patří v rámci mezinárodního průzkumu k neaktivnějším uživatelům internetových sítí.
- Kategorie „Počasí“ je ve zpravodajství specifická. Nejedná se o předpověď počasí, která následuje po skončení zpravodajské relace, ale právě o zpravodajských reportážích, které zpravidla patří netradičním výkyvům počasí anebo významným důsledkům, které mohou klimatické změny způsobit.
- Kategorie „Policie“ sdružuje reportáže, které se týkají činnosti policie zejména pak preventivních aktivit, jako jsou například kontroly chatových oblastí pro zamezení vykrádání. K této kategorii byly přiřazeny například reportáže o akcích, kdy policisté měřili rychlost vozidel na silnicích, anebo když převáděli děti po silničních přechodech v rámci preventivní akce spojené se začátkem školního roku.

- Kategorie „Politika“ se věnuje zejména komunální politice. Řazeny sem byly reportáže, které pojednávaly o nejrůznějších schůzích starostů a hejtmanů anebo o volbách do důležitých politických funkcí. Kategorie zahrnuje například i reportáže o územních plánech měst.
- Kategorie „Sport“ patřila nejvíce reportážím o zápasech jihočeských sportovních týmů. Jednotlivé televize pravidelně prezentovaly hokejové, basketbalové anebo fotbalové souboje svých týmů. Dále byly v této kategorii prezentovány i mimořádné soutěže, jako okresní přebory v plavání pro širokou veřejnost, anebo koňské dostihy. Do kategorie se dostaly i reportáže o cyklovýletech pořádných k zahájení či ukončení turistické sezóny, anebo například i oceňování sportovců krajem či městy za nevídané úspěchy.
- Kategorie „Školství“ zahrnuje témata spojená se vzděláváním. Reportáže řazené do této kategorie se věnovaly například činnosti výchovných poradců a speciálních pedagogů, zápisů dětí do školek a prvních tříd, ale i přijímacím řízením na školy střední. Další reportáže z oblasti školství se věnovaly výměnným pobytům či mimo studijním aktivitám studentů, které byly nějakým způsobem prospěšné pro město či region.
- Kategorie „Zdravotnictví“ zahrnuje reportáže, které byly nějakým způsobem spojeny s touto oblastí. Řazeny sem byly události, které pojednávaly o rozšíření služeb určité nemocnice (například instalace baby-boxu), anebo činnosti pojišťoven. Reportáže se často v této kategorii věnovaly problematice dárcovství krve.
- Kategorie „Zvířata“ sdružuje nejčastěji reportáže ze zoologických zahrad ale i o ztrátách nebo nálezech domácích mazlíčků.
- Kategorie „Životní prostředí“ se věnovala reportážím spojených s ekologií. Nejvíce prostoru zde bylo věnováno tématům skládek, třídění odpadu a koupě či rozmístění popelnic na elektroniku v určitých městech.

Příloha P II: Jihočeská televize - analýza počtu reportáží se sociálním obsahem

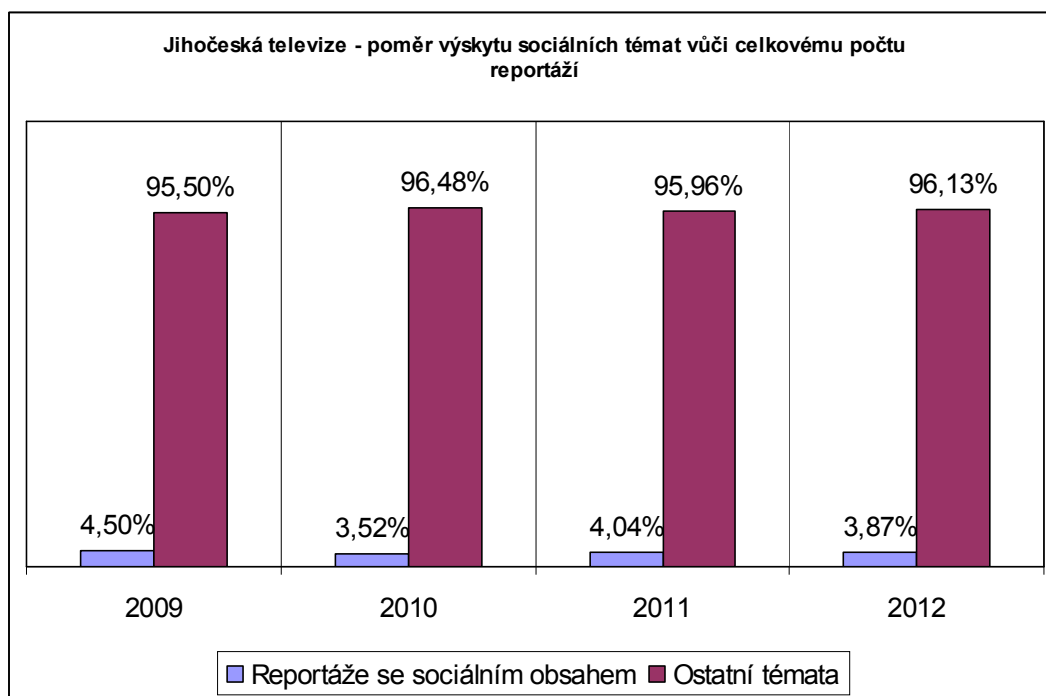
Tabulka č. 4:

Analýza počtu reportáží se sociálním obsahem Jihočeská televize				
Zkoumané roky	2009	2010	2011	2012
Akce pro veřejnost	67	67	156	174
Doprava	40	49	123	142
Ekonomika	25	39	135	169
Hasiči	0	0	14	8
Investiční akce	52	63	139	167
Kriminalita	16	23	98	122
Kultura	95	156	171	168
Mimořádné události	10	16	22	39
Nehody, katastrofy	46	84	79	98
Ostatní	2	4	12	3
Počasí	2	5	6	8
Policie	15	30	35	24
Politika	17	24	41	48
Sociální oblast	25	29	58	62
Sport	48	91	168	157
Školství	24	70	64	84
Zdravotnictví	36	45	81	76
Zvířata	12	9	21	18
Životní prostředí	24	19	11	34
Celkem	556	823	1434	1601

zdroj: vlastní výzkum

Příloha P III: Jihočeská televize - poměr výskytu sociálních témat vůči celkovému počtu reportáží

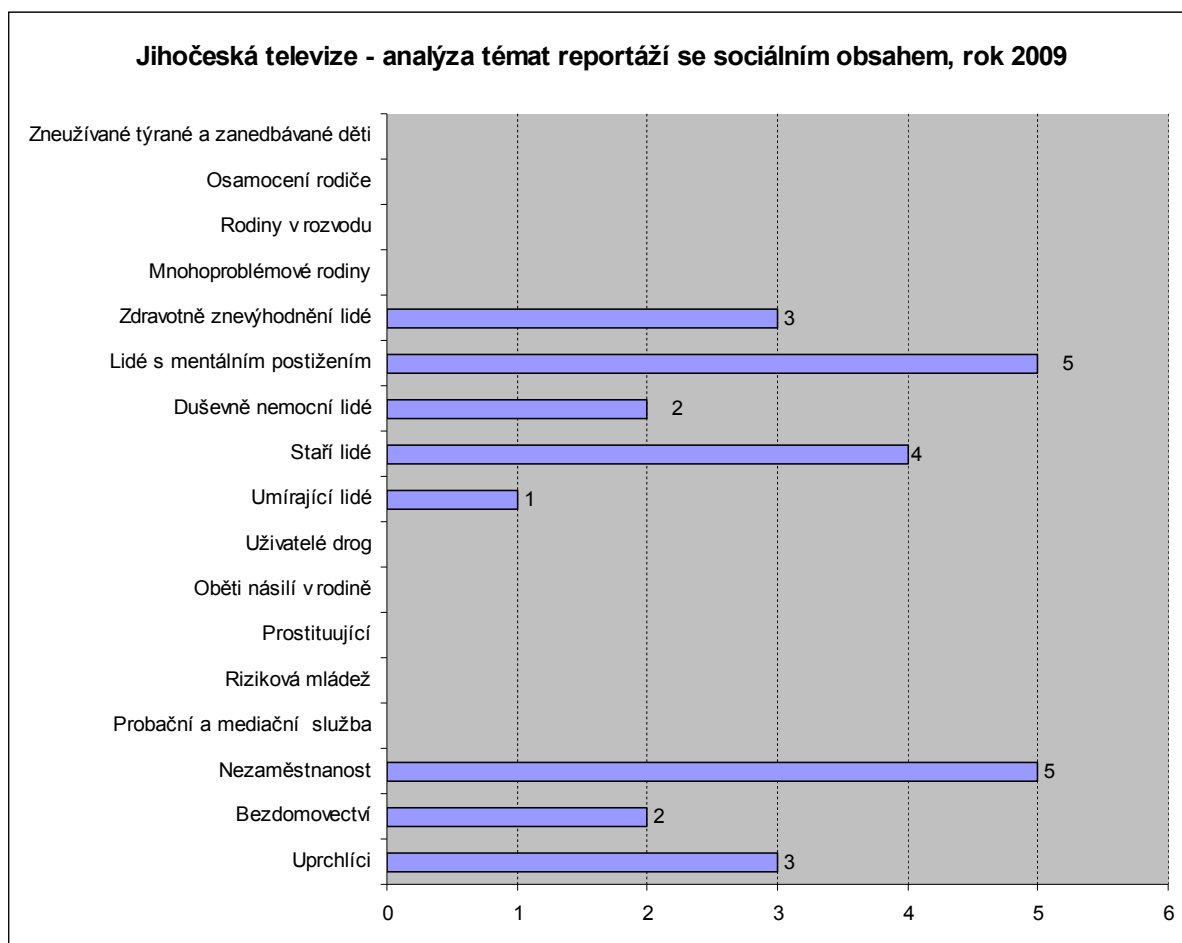
Graf č. 3:



zdroj: vlastní výzkum

Příloha P IV: Jihočeská televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2009

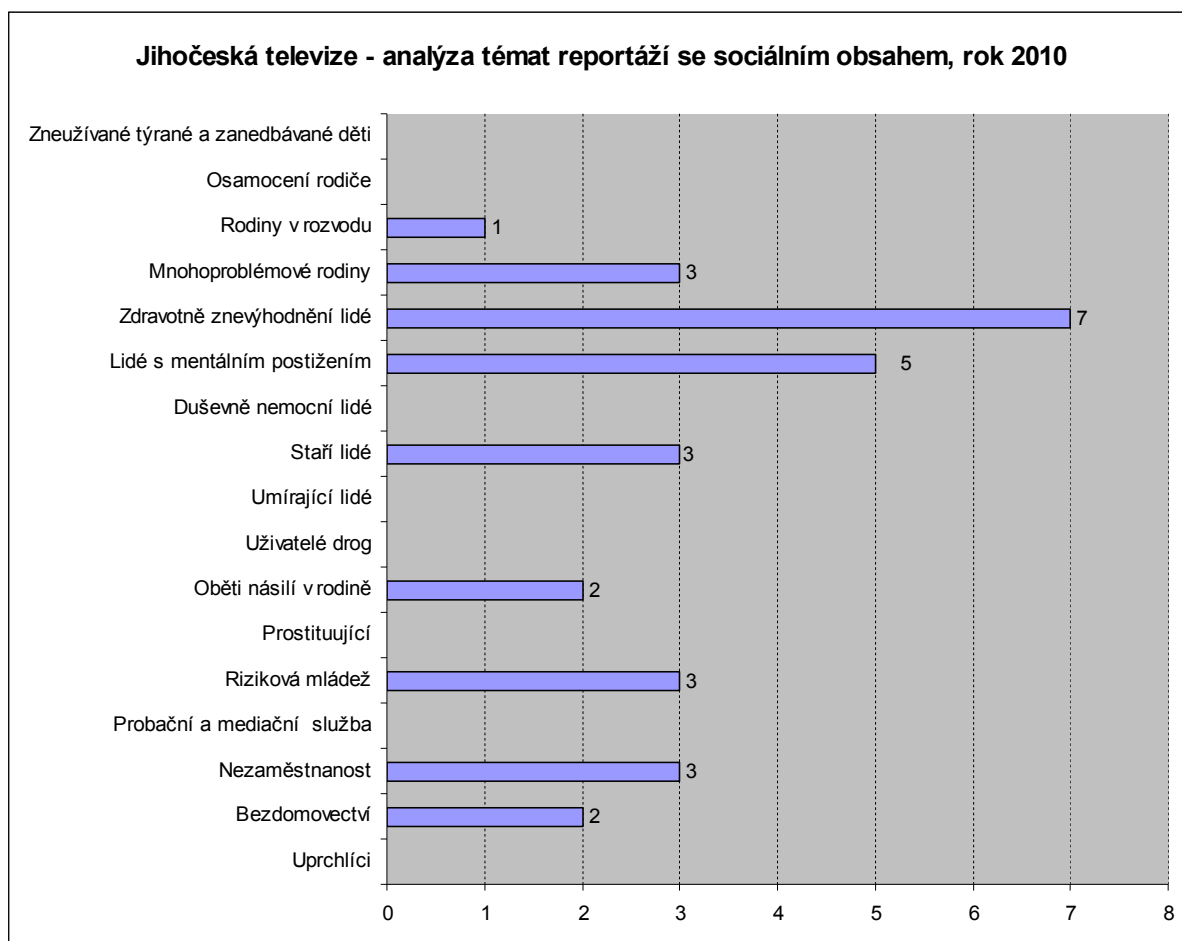
Graf č. 4:



zdroj: vlastní výzkum, N = 25

Příloha P V: Jihočeská televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2010

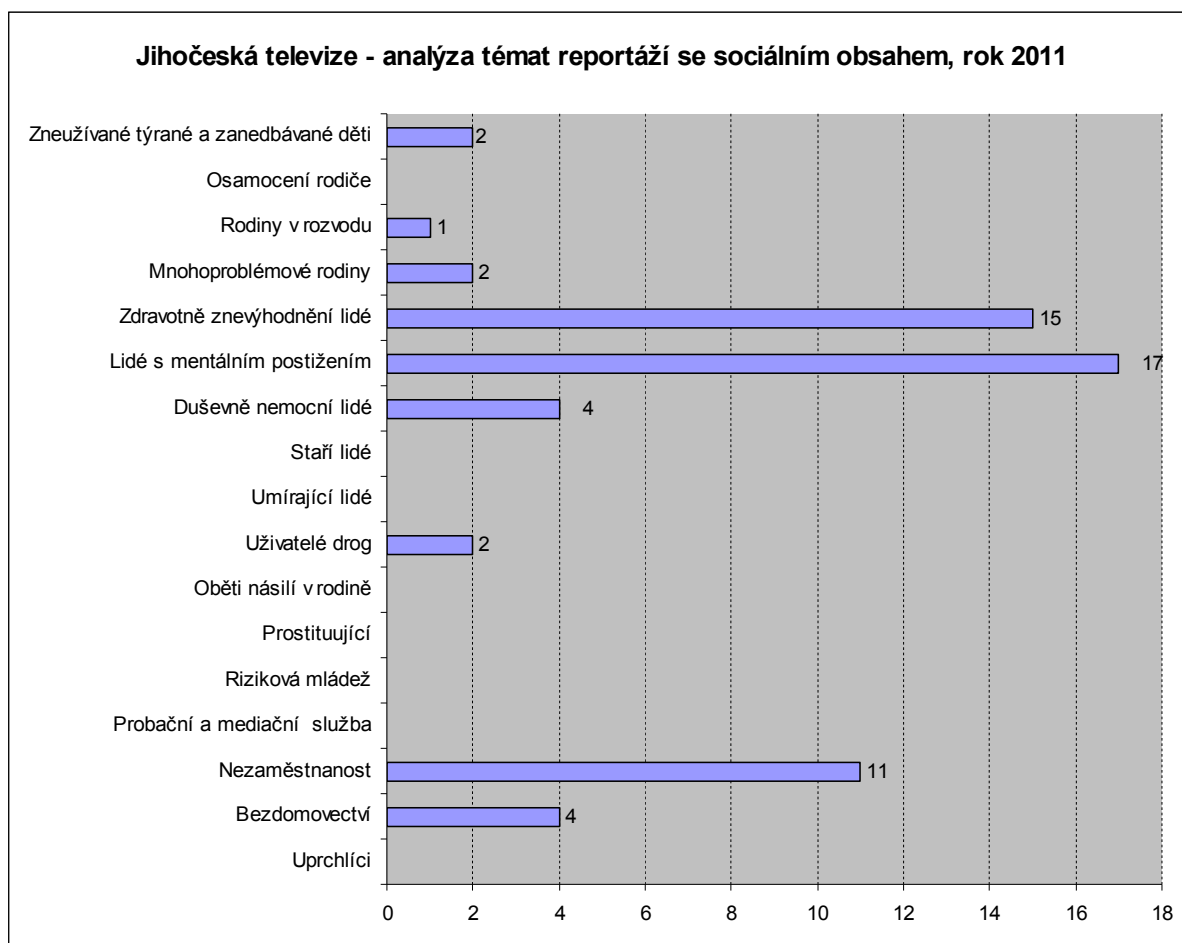
Graf č. 5:



zdroj: vlastní výzkum, N = 29

Příloha P VI: Jihočeská televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2011

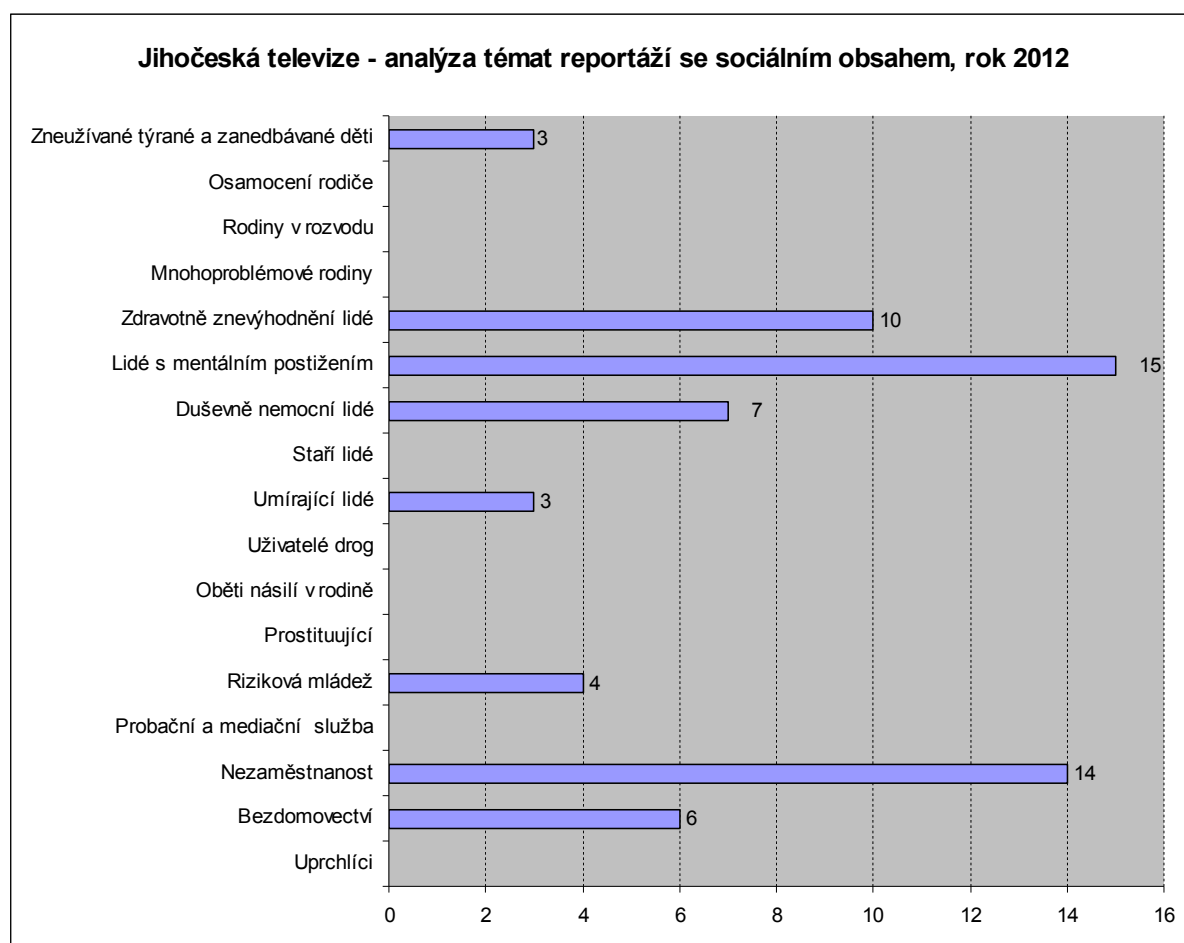
Graf č. 6:



zdroj: vlastní výzkum, N = 58

Příloha P VII: Jihočeská televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2012

Graf č. 7:



zdroj: vlastní výzkum, N = 62

Příloha P VIII: R1 Jih – analýza počtu reportáží se sociálním obsahem

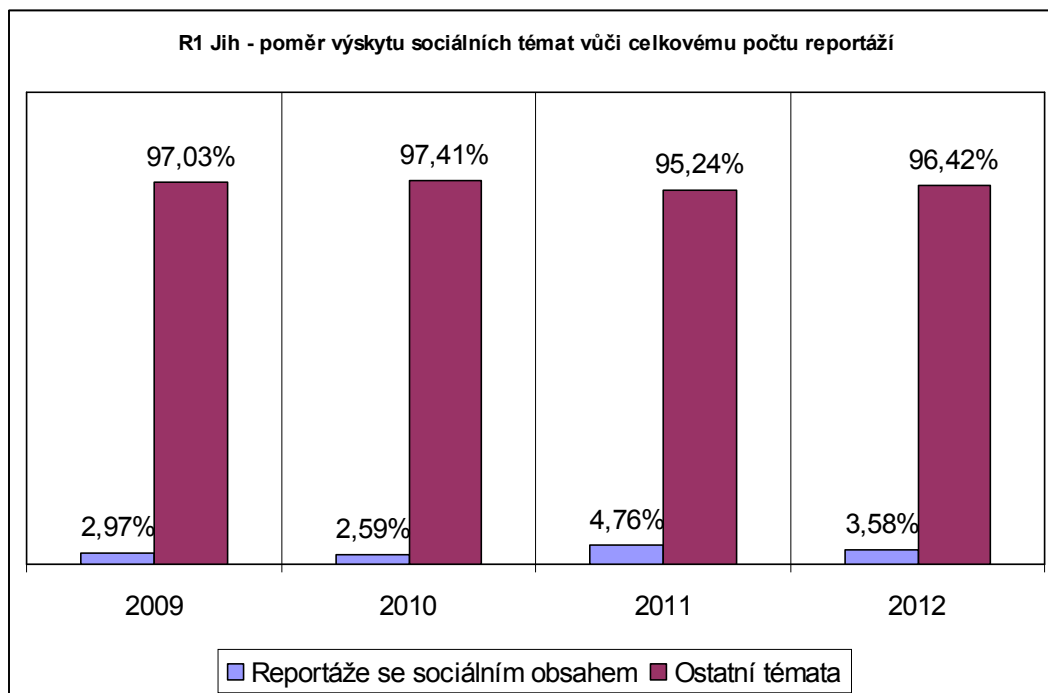
Tabulka č. 5:

Analýza počtu reportáží se sociálním obsahem				
R1 Jih				
Zkoumané roky	2009	2010	2011	2012
Akce pro veřejnost	108	63	91	84
Doprava	62	25	40	43
Ekonomika	40	41	46	26
Hasiči	0	0	12	9
Investiční akce	144	70	104	66
Kriminalita	81	72	115	122
Kultura	158	107	98	93
Mimořádné události	32	29	17	7
Nehody, katastrofy	31	33	90	68
Ostatní	11	5	17	14
Počasí	16	6	13	11
Policie	29	6	28	19
Politika	17	16	24	13
Sociální oblast	35	21	49	28
Sport	229	202	120	93
Školství	45	54	75	36
Zdravotnictví	87	21	59	30
Zvířata	27	21	15	12
Životní prostředí	27	20	16	9
Celkem	1179	812	1029	783

zdroj: vlastní výzkum

Příloha P IX: R1 Jih - poměr výskytu sociálních témat vůči celkovému počtu reportáží

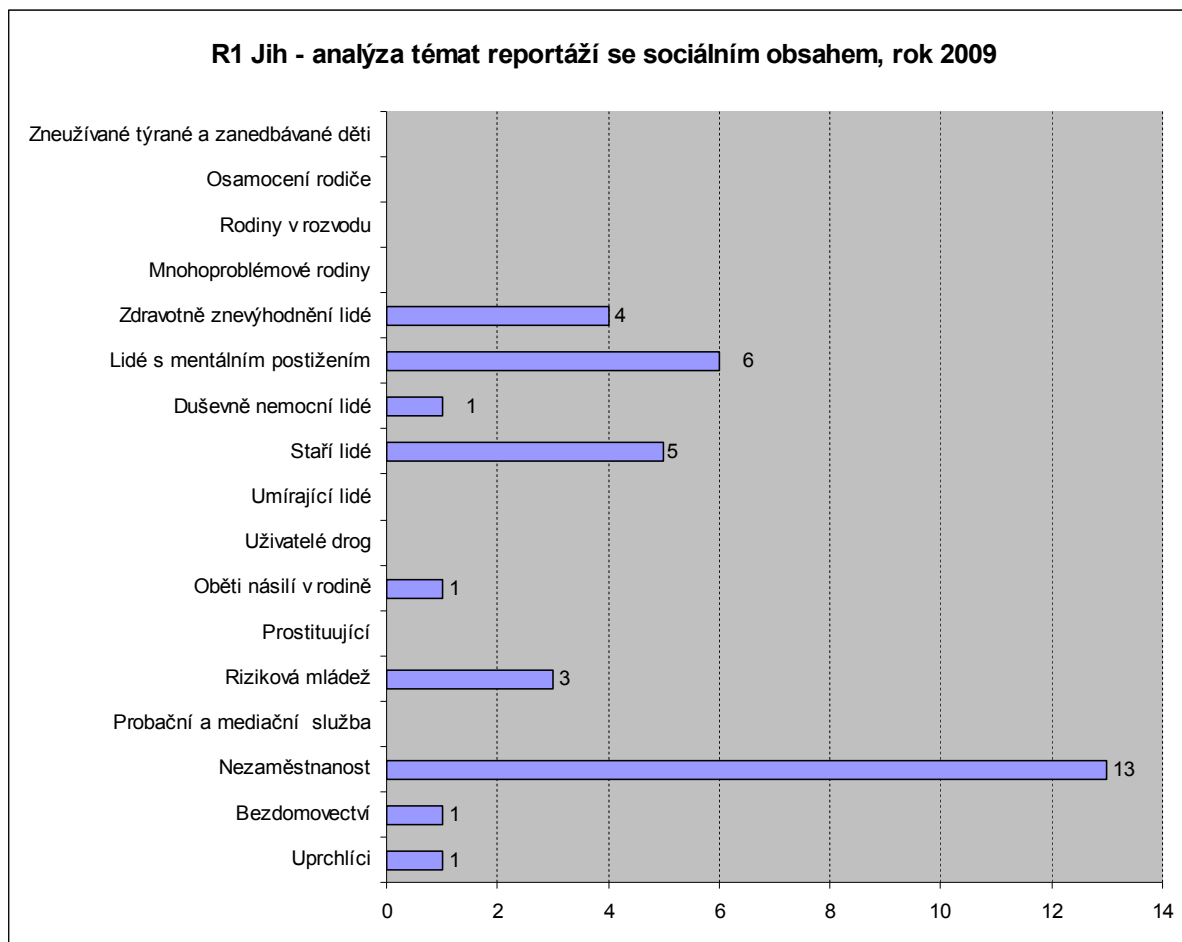
Graf č. 8:



zdroj: vlastní výzkum

Příloha P X: R1 Jih - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2009

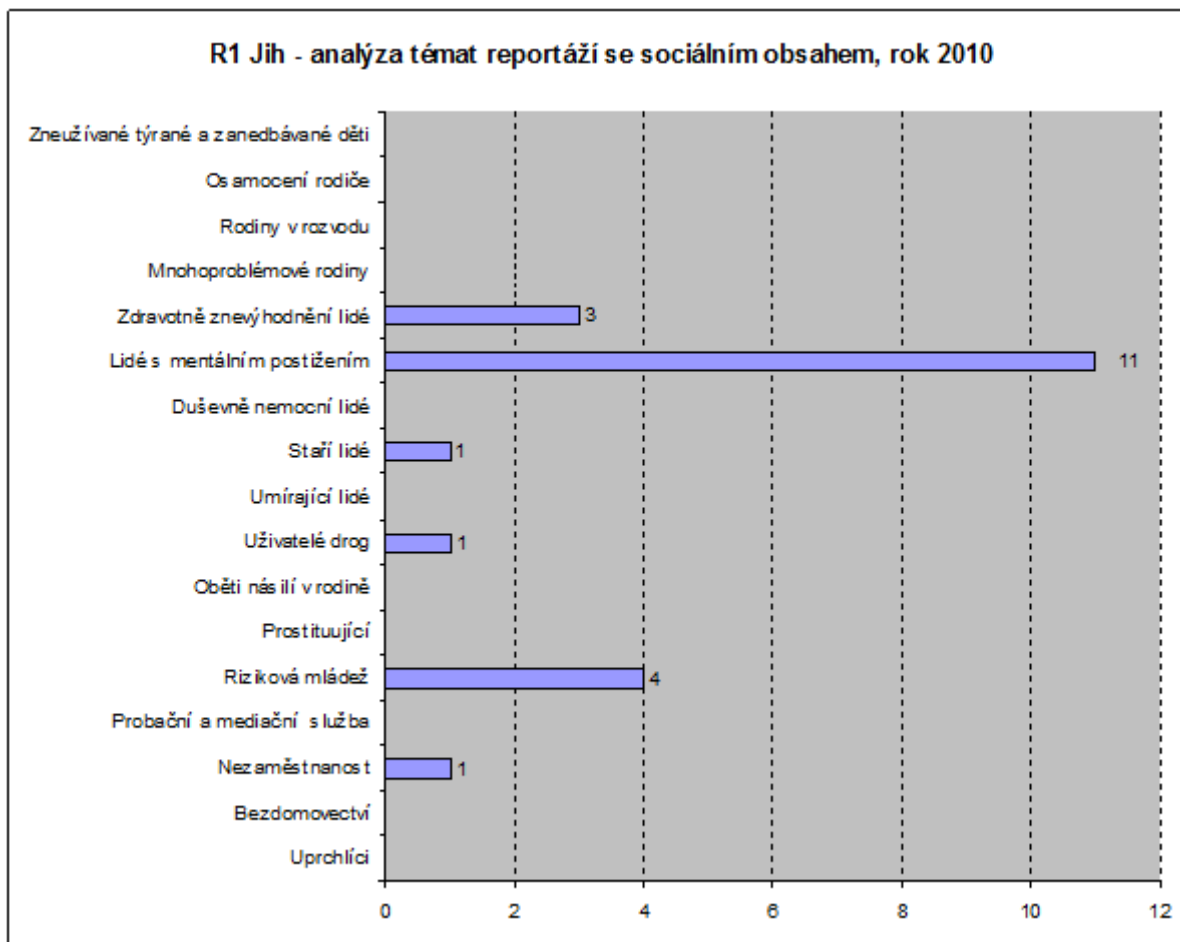
Graf č. 9:



zdroj: vlastní výzkum, N = 35

Příloha P XI: R1 Jih - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2010

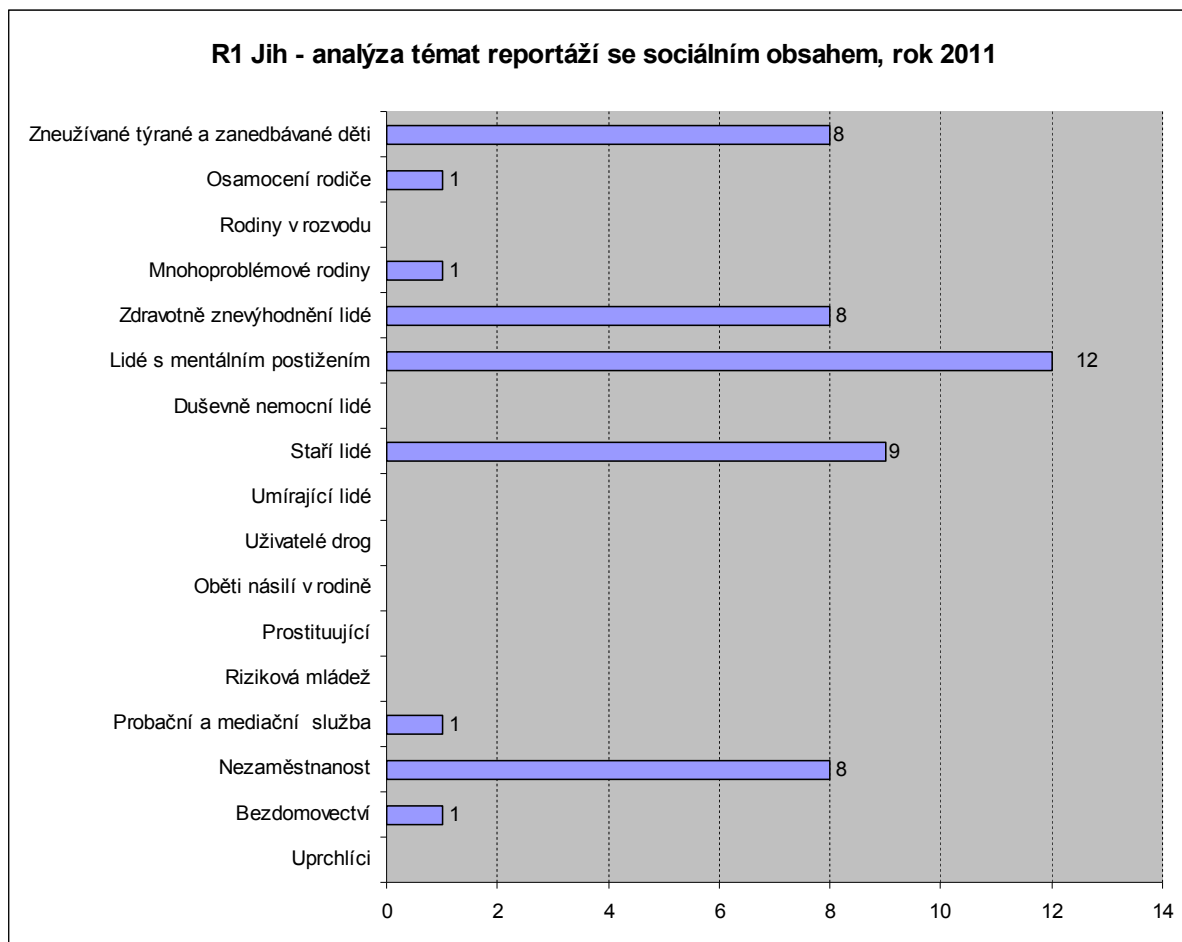
Graf č. 10:



zdroj: vlastní výzkum, N = 21

Příloha P XII: R1 Jih - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2011

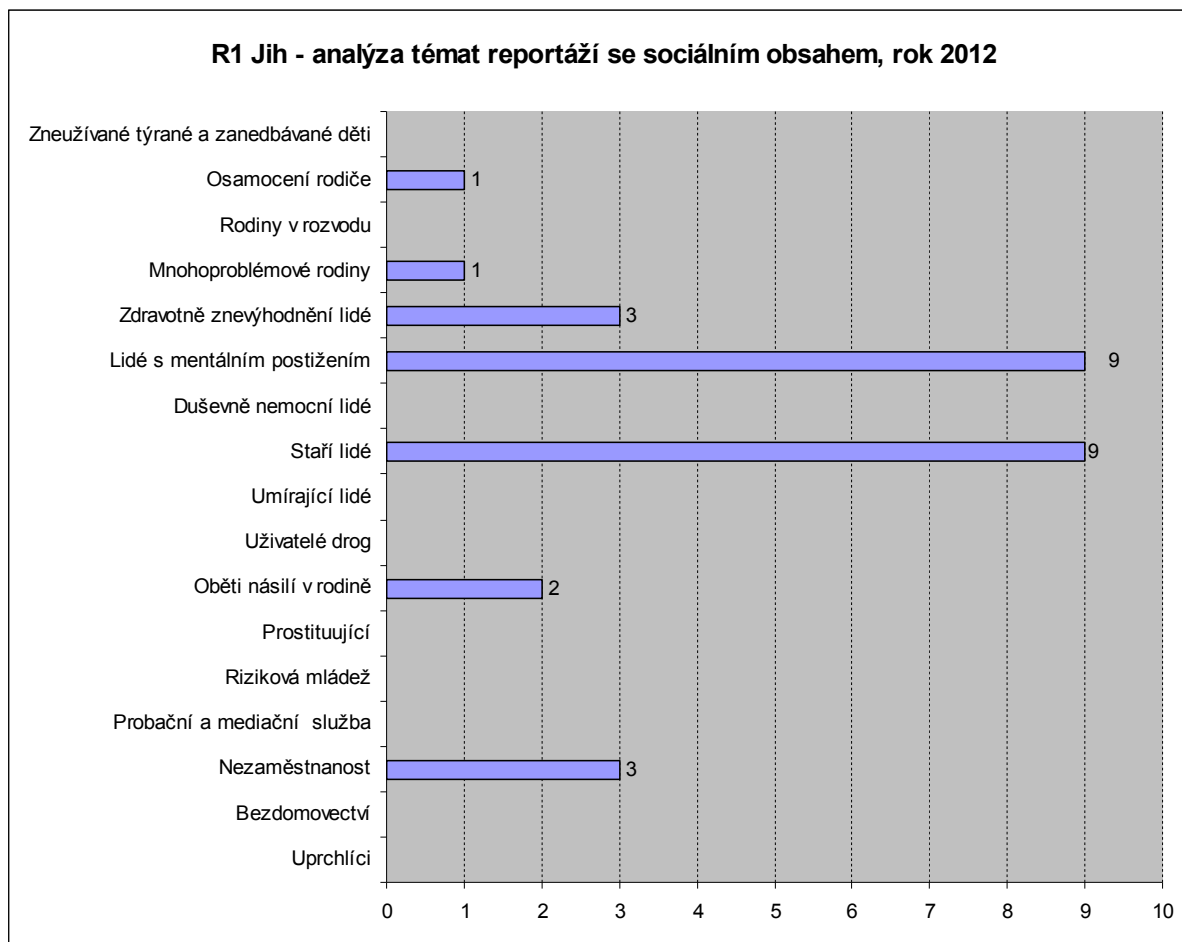
Graf č. 11:



zdroj: vlastní výzkum, N = 49

Příloha P XIII: R1 Jih - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2012

Graf č. 12:



zdroj: vlastní výzkum, N = 28

Příloha P XIV: Jindřichohradecká televize – analýza počtu reportáží se sociálním obsahem

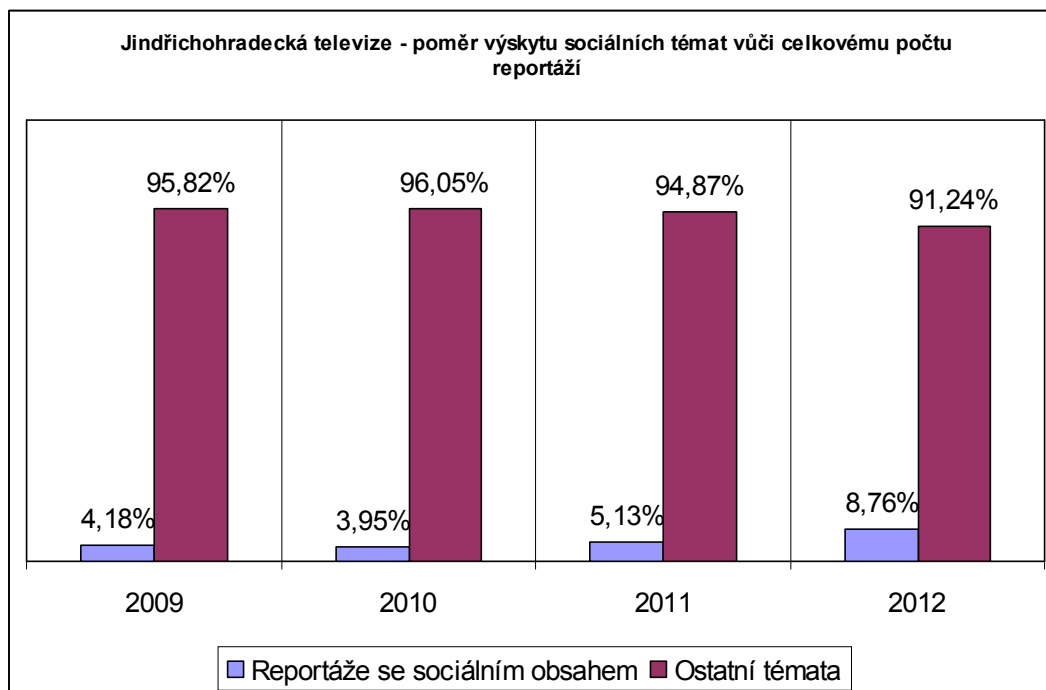
Tabulka č. 6:

Analýza počtu reportáží se sociálním obsahem Jindřichohradecká televize				
Zkoumané roky	2009	2010	2011	2012
Akce pro veřejnost	37	49	31	28
Doprava	0	0	6	7
Ekonomika	0	0	0	0
Hasiči	0	0	5	5
Investiční akce	56	65	70	60
Kriminalita	0	0	2	1
Kultura	78	122	132	88
Mimořádné události	0	0	5	8
Nehody, katastrofy	5	11	5	6
Ostatní	0	0	0	0
Počasí	0	0	0	0
Policie	0	0	8	11
Politika	11	13	13	8
Sociální oblast	12	16	22	31
Sport	59	96	79	61
Školství	17	29	34	24
Zdravotnictví	9	4	11	15
Zvířata	0	0	0	0
Životní prostředí	3	0	6	1
Celkem	287	405	429	354

zdroj: vlastní výzkum

Příloha P XV: Jindřichohradecká televize - poměr výskytu sociálních témat vůči celkovému počtu reportáží

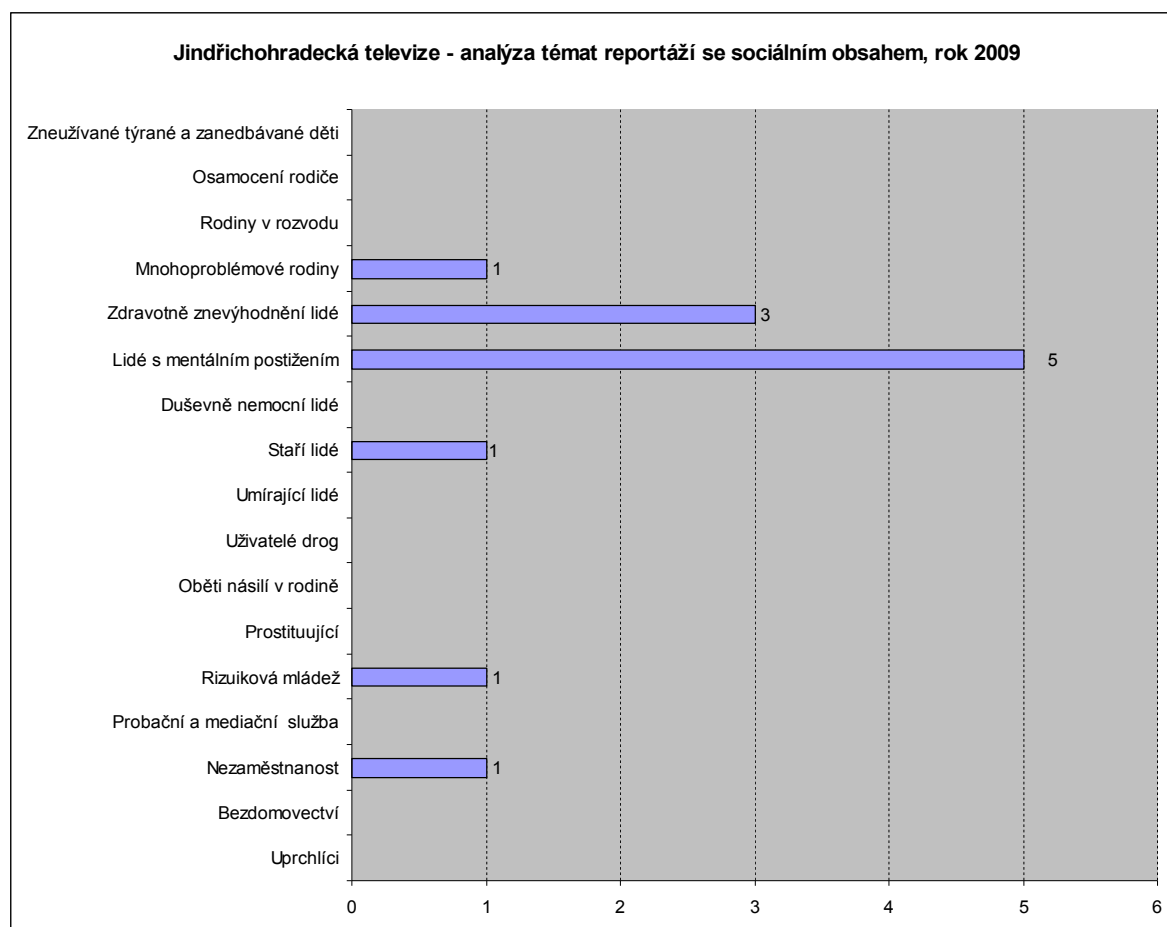
Graf č. 13:



zdroj: vlastní výzkum

Příloha P XVI: Jindřichohradecká televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2009

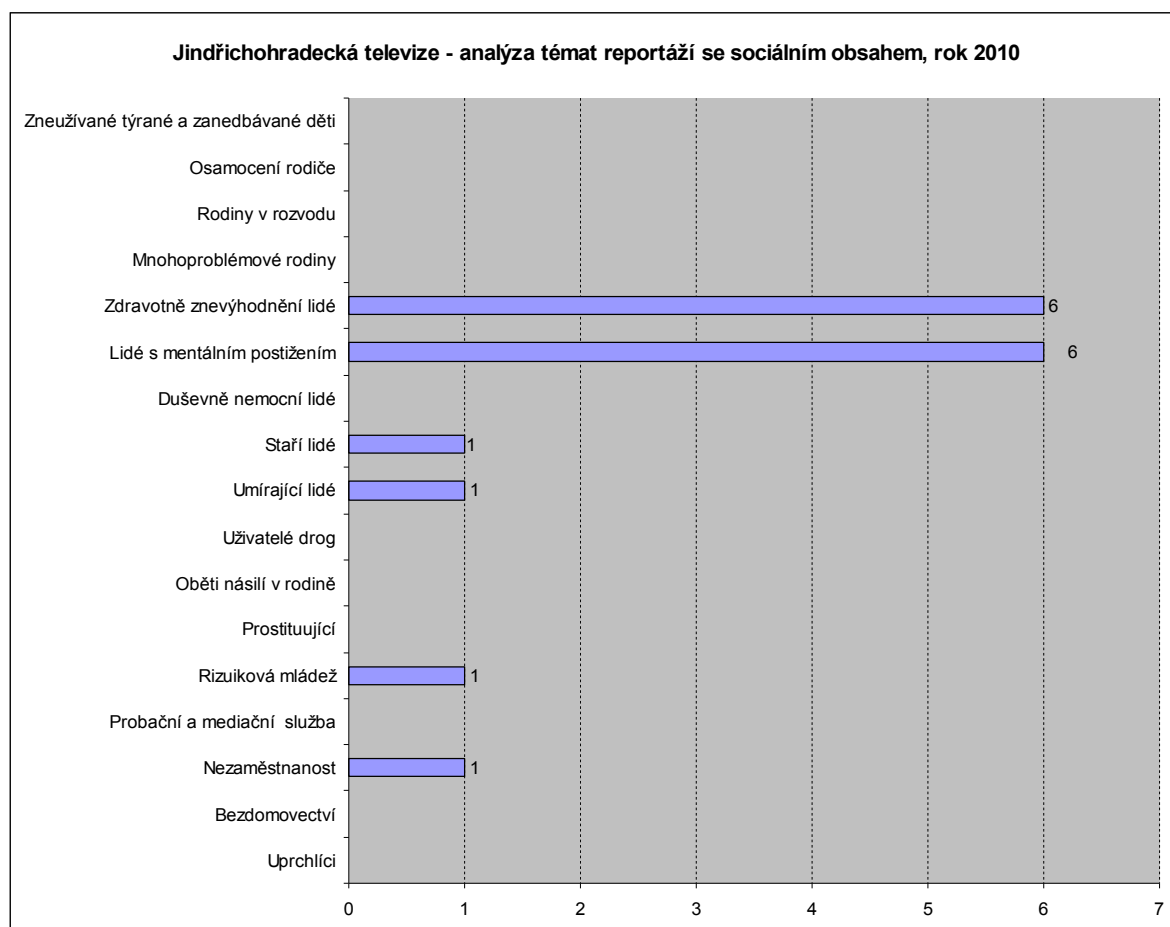
Graf č. 14:



zdroj: vlastní výzkum, N = 12

Příloha P XVII: Jindřichohradecká televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2010

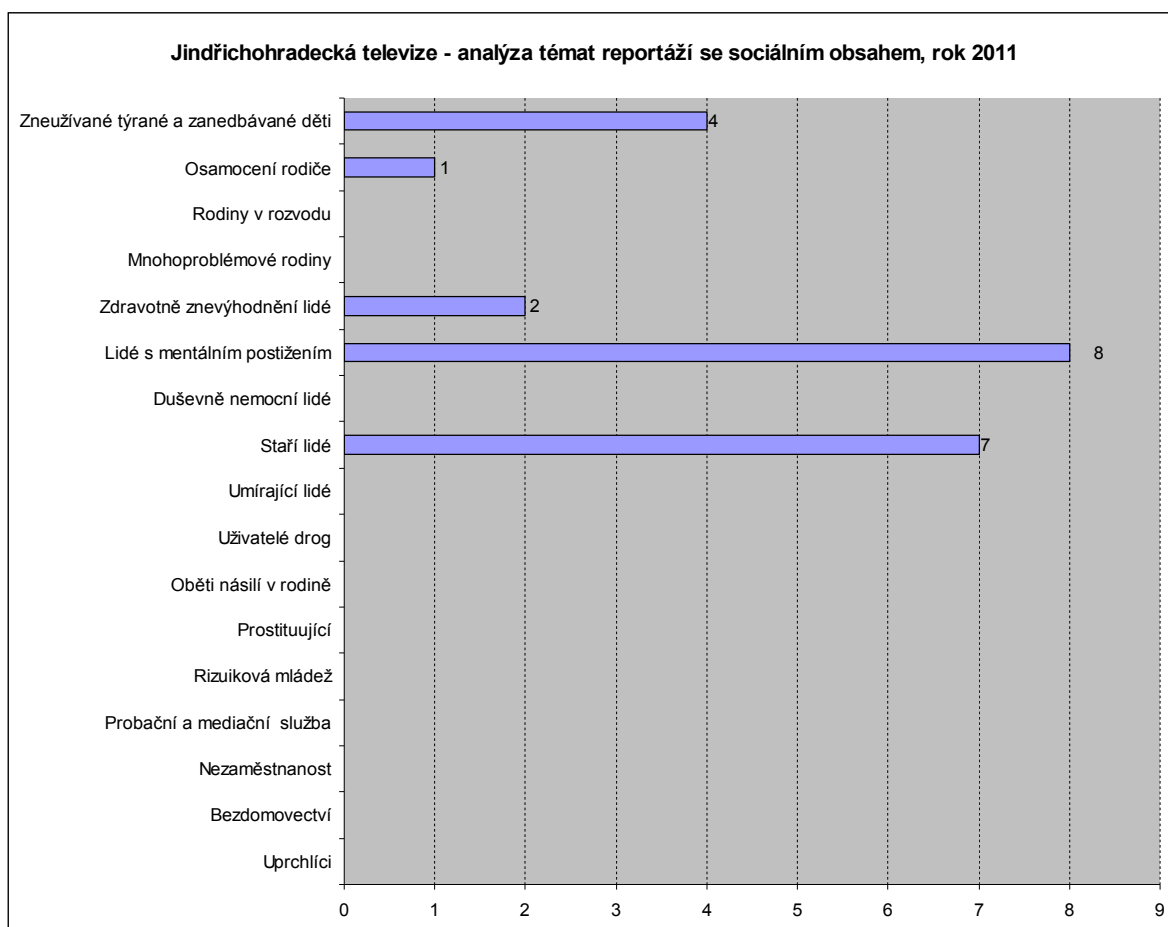
Graf č. 15:



zdroj: vlastní výzkum, N = 16

Příloha P XVIII: Jindřichohradecká televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2011

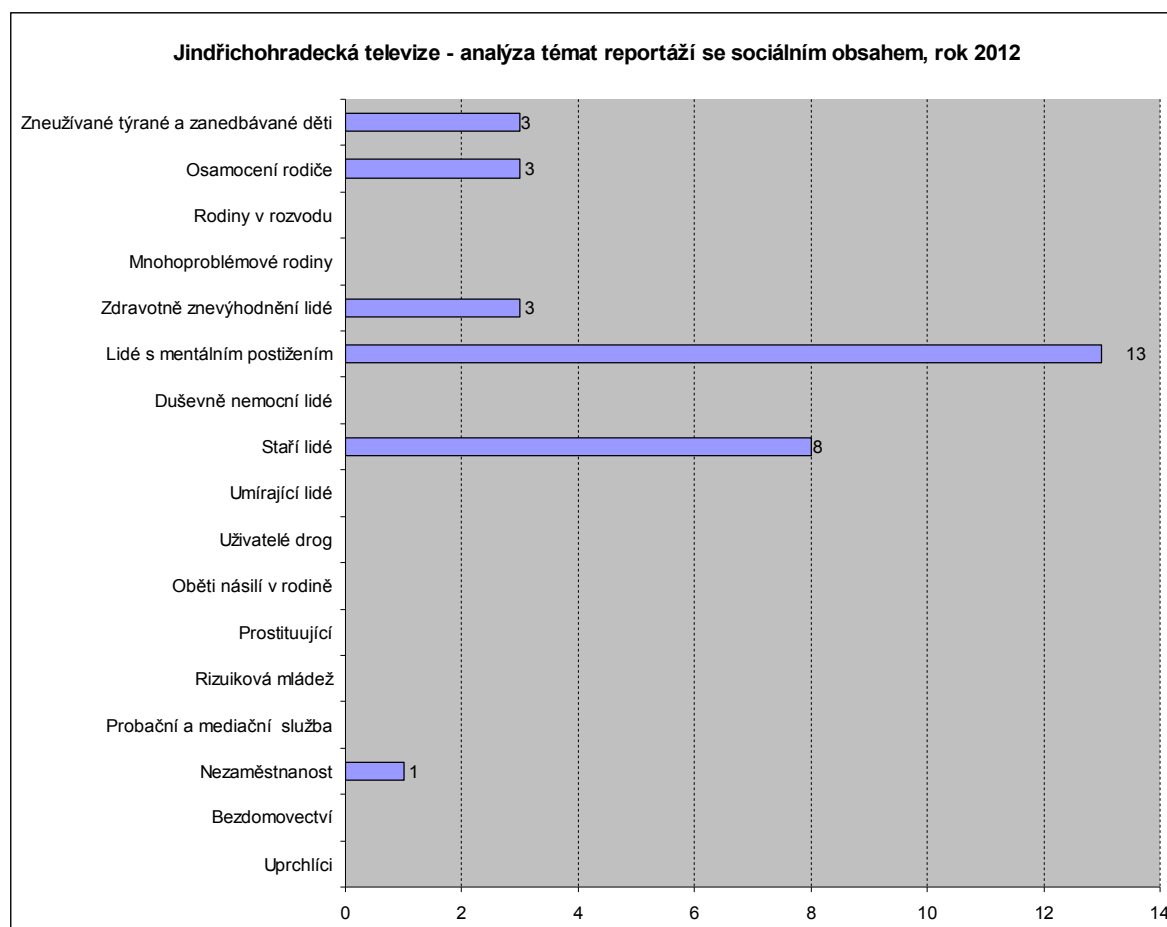
Graf č. 16:



zdroj: vlastní výzkum, N = 22

Příloha P XIX: Jindřichohradecká televize - analýza témat reportáží se sociálním obsahem, rok 2012

Graf č. 17:



zdroj: vlastní výzkum, N = 31

ABSTRAKT

Abstrakt

Kronika, O. A. Reflexe výskytu a podmínek zařazování sociálních témat do zpravodajských reportáží regionálních televizí. České Budějovice. 2013. Diplomová práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Teologická fakulta. Katedra praktické teologie. Vedoucí práce: Mgr. L. Maliňáková.

Klíčová slova: Sociální práce, média, etika, Jihočeský kraj, zpravodajství, analýza reportáží, postoje redaktorů, smíšený výzkum, obsahová analýza, polostrukturovaný rozhovor.

Diplomová práce se soustřeďuje na výskyt sociálních témat ve zpravodajských reportážích, odvysílaných regionálními televizemi působícími v Jihočeském kraji v letech 2009 – 2012. Za užití smíšeného výzkumu byl nejdříve zkoumán počet a obsah reportáží (kvantitativní část šetření), které souvisí se sociální oblastí. Počtem těchto reportáží výzkum vymezuje jejich poměr k ostatním tématům. Analýza obsahu potom zkoumá, která témata sociální práce jsou mediálně upřednostňovaná.

Informace následně posloužily jako podklad pro rozhovor s redaktory zkoumaných televizí (kvalitativní část šetření). Respondenti ve svých výpovědích objasňují profesní chod televizí a stejně tak i kritéria, podle jakých jsou témata pro reportáže vybírány. Vedle postojů redaktorů vůči prezentaci sociální práce v médiích zveřejňují rozhovory také faktory, které tuto prezentaci mohou podpořit a naopak i kritéria, jaká mediálnímu zprostředkovávání sociální oblasti brání.

V rámci etického rozměru práce se rozhovor soustředí rovněž na to, zda li může osobní přesvědčení redaktora o důležitosti prezentace sociálních témat ovlivnit výskyt této problematiky ve zpravodajství i navzdory profesním normám a zpravodajským hodnotám, které hovoří spíše proti této prezentaci. Rozhovor tak umožní zjistit, zdali redaktoři nepocítují určité dilema, případně jakou roli hraje jejich svědomí, při upřednostňování buď profesních norem anebo osobních postojů.

Podle praktika diplomové práce byla zvolena podoba teoretické části. Ta se v samostatných kapitolách věnuje právě oblastem etiky, sociální práce a médií. Součástí teorie je i kapitola, která se zabývá přímo vztahem sociální práce a médií. Vedle vymezení základních pojmů

poskytuje teoretická část i zázemí pro výzkum, prezentuje některé výzkumné soubory, kategorie pro šetření a také argumenty pro formulaci hypotéz.

Zjištěné informace byly ve výsledné podobě konfrontovány se zástupci redakcí regionálních televizí, jejichž výpovědi objasňují profesní chod televizí, i to na jakém principu jsou reportáže vybírány. Práce rovněž zveřejňuje postoje těchto redakcí ohledně prezentování sociální práce v médiích. Tomuto vztahu se vedle vymezení základních pojmů a problematik rovněž věnuje i teoretická část práce.

ABSTRACT

Abstract

Kronika, O. A. Occurrence reflection and selection criteria of social issues in the regional television reports. České Budějovice 2013. The diploma thesis. University of South Bohemia in České Budějovice. Faculty of Theology. Department of Practical Theology. Supervisor Mgr. L. Maliňáková.

Keywords: Social work, media, ethics, South Bohemia Region, news, reports analyses, editors' attitudes. mixed research, content analysis, semi-structured interview.

This thesis focuses on the incidence of social issues in news reports, broadcasted by regional television stations operating in the South Bohemia Region from 2009 to 2012.

Mixed research was used to investigate the number and content of the reports (quantitative part of the research) that are related to the social sphere. The research, according to number of reports, defines their ratio to other topics. Content analysis then examines what topics of social work are preferred by the media.

Information subsequently served as the basis for interviews with the editors of the surveyed television stations (qualitative part). Respondents in their statements make clear running of television stations and the criteria by which selected topics for coverage are selected, as well. Besides editor attitudes towards the presentation of social work in the media, the interviews publish factors than can promote the presentation and vice versa the criteria that act against mediation of social issues.

Within the framework of the ethical dimension of work, the interview also focuses on issue, if an editor's personal belief, regarding the importance of presentation of social topics, can influence the occurrence of this issue in the news, despite professional standards and values that do not support such kind of presentation. Interview can find out whether editors do not feel a dilemma or what is decisive, in preference to either personal attitudes or professional standards.

As a form of the thesis was picked out a form of a theoretical work. This work is, in independent chapters, devoted to just the areas of ethics, social work and media. A chapter

that deals with the direct relationship between social work and media forms a theoretical part of the thesis, as well. Besides the definition of basic concepts, theoretical part provides a background for research, presents some research files, categories for investigation and also arguments for the formulation of hypotheses.