

**Univerzita Palackého v Olomouci
Cyrilometodějská teologická fakulta**

Katedra křesťanské sociální práce

Sociální a humanitární práce

Daniela Niebauerová

*Mediální konstrukce rasismu a rasově motivovaných
činů*

Bakalářská práce

vedoucí práce: PhDr. Mirka Nečasová, Ph.D.

2012

Čestné prohlášení

„Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně a že jsem všechny použité informační zdroje uvedla v seznamu literatury.“

V Olomouci 18. 4. 2012

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla mnohokrát poděkovat vedoucí mé práce PhDr. Mirce Nečasové, Ph.D. za její čas, cenné rady a odborné vedení. Dále mé poděkování patří Mgr. Ivo Mludkovi za ochotnou spolupráci a inspiraci.

Obsah

Úvod.....	6
1 Definování pojmů.....	8
1.1 Definování pojmů z tématu rasismus	8
1.1.1 Rasa	8
1.1.2 Rasismus.....	8
1.1.3 Produkty rasismu	9
1.1.4 Potírání rasismu a nesnášenlivosti.....	10
1.1.5 Etnický a rasový konflikt	11
1.1.6 Xenofobie	12
1.1.7 Etnocentrismus	12
1.1.8 Předsudky	12
1.2 Definování pojmů z oblasti médií	13
1.2.1 Média.....	13
1.2.2 Masová média	13
1.2.3 Mediace (zprostředkování).....	13
1.2.4 Masová komunikace.....	14
2 Média a stereotypy	15
2.1 Zobrazování minorit v médiích	15
2.2 Stereotypní zobrazení Romů	17
3 Vlivy a účinky zpráv	19
3.1 Typy předpokládaného působení médií	19
3.1.1 Krátkodobý a dlouhodobý dopad působení médií.....	20
3.1.2 Přímé a nepřímé působení médií	21
3.1.3 Plánované a neplánované působení	21
3.1.4 Vliv médií na jednotlivce	22
3.1.5 Medializace jako společenská změna.....	24

3.2	Mediální gramotnost	26
4	Manipulace v médiích	27
4.1	Druhy manipulace podle stupně narušení subjektivity jednotlivce.....	27
4.2	Metody a účinky manipulace	28
4.2.1	Nastolování agendy neboli agenda setting	28
4.2.2	Spirála mlčení neboli spiral of silence theory	32
4.2.3	Efekt třetí osoby neboli third person effect	34
4.2.4	Efekt skrytého přesvědčování neboli the hidden persuasion.....	34
5	Metodologická část	35
5.1	Použitá metoda výzkumu	35
5.2	Hlavní výzkumná otázka	35
5.2.1	Dílčí výzkumné otázky a hypotézy	35
6	Analytická část	37
6.1	Charakteristika výběrového souboru.....	37
6.2	Počet sledovaných článků a jejich rozsah	38
6.3	Zobrazování Romů v médiích	39
6.4	Nastolování agendy	40
6.5	Srovnání deníků.....	42
	Závěr.....	43
	Použité zdroje.....	44

Úvod

Bakalářská práce se zabývá tématem médií a rasismu, konkrétně mediální konstrukcí rasismu a rasově motivovaných činů. V dnešní době mají masmédia obrovskou sílu na společnost, proto je velmi důležité, aby si tuto informaci všichni uvědomovali. Zobrazení, které nám nabízejí média není obrazem reality, ale její konstrukcí, více či méně upravenou. Problematika médií a jejich manipulace je velmi složitá, ale přesto nebo právě proto je důležité věnovat se jí na poli sociální práce. Média mohou vytvářet a také prohlubovat či posilovat stereotypy ve společnosti. Sociální práce by měla proti stereotypnímu vnímání minorit bojovat, a proto sociální pracovníci musí vystupovat v médiích, a toto stereotypní vnímání bořit, předávat veřejnosti pravdivé informace. Nejde se spoléhat na novináře a novinářskou etiku a doufat, že všichni budou informovat objektivně. Podle Šveřepy jsou masová média vlivnou součástí moderní společnosti a sociální pracovníci by to měli zohlednit ve způsobu své práce. „Media ovlivňují celkové uspořádání společnosti, dokáží přimět sociální instituce ke změně chování, formují veřejné mínění, posilují informovanost a vzdělanost svého publika, rozvíjejí nebo rozvracejí společenský konsenzus-a přímo či nepřímo tak zasahují do mnoha oblastí, v nichž se sociální pracovníci pohybují.“ (Šveřepa, 2005, s. 111). Také lze říci, že by se sociální pracovníci podle kodexu měli angažovat v akcích pro rozvoj příležitostí pro všechny, ale hlavně pro znevýhodněné a potřebné. Proto by měli vystupovat proti diskriminaci (Šveřepa, 2005, s.112). V časopisu Sociální práce/Sociálna práca se o problematice médií psalo, konkrétně o tom, jaký je obraz sociální práce v médiích, jak jsou naplňovány cíle sociální práce prostřednictvím médií. Velký prostor byl věnovaný zpravodajství a zpravodajským hodnotám a nastolování agendy, tedy důležitosti témat. Těmto tématům se věnuje i tato práce. Sociální pracovníci si musí uvědomit, že je důležité, vyjadřovat se k sociálním otázkám, kauzám. Musí se naučit s médii správně komunikovat a zastupovat znevýhodněné, kteří se mnohdy vyjádřit sami nemůžou. Tímto bojovat nejen proti zavedeným stereotypům, ale taky proti diskriminaci a netoleranci ve společnosti.

Cílem práce je identifikovat mediální konstrukci vybrané kauzy. Práce se skládá z teoretické, metodologické a analytické části. V teoretické části je poskytnuto teoretické ukotvení znalostí, ze kterého později vycházím ve formulování výzkumných otázek a hypotéz a v samotném vyhodnocování obsahové analýzy. V metodologické

části je popsána vybraná metoda výzkumu (obsahová analýza), ale také hlavní výzkumná otázka a dílčí výzkumné otázky a jejich hypotézy. V poslední analytické části je představena sledovaná kauza a média, dále jsou shrnuty výsledky obsahové analýzy.

Motivem pro volbu tématu byl můj osobní zájem o tuto problematiku. Zejména při studiu mediální gramotnosti, jsem si uvědomila, jakou moc nad námi média mají a jak snadno s námi dokáží manipulovat. Kauzu Šluknov sleduji od jejího počátku a je stále aktuální. Proto jsem si ji vybrala na obsahovou analýzu.

1 Definování pojmů

Tato kapitola se věnuje definování pojmů, a to z tématu rasismu, ale také z tématu médií. Definování pojmů, je důležité pro teoretické ukotvení a ujasnění si, co pojmy, které se vyskytují v průběhu práce, znamenají.

1.1 Definování pojmů z tématu rasismus

Tato kapitola se věnuje definování nejdůležitějších pojmů, které se budou objevovat v průběhu celé práce.

1.1.1 Rasa

Definice vyjadřujících, co je rasa, je opravdu hodně, lidstvo se o tuto otázku zajímá dlouho, pohledy se vyvíjely (např. dnes už jistě víme, že není žádná rasa nadřazena té druhé) a liší se především podle zaměření autora definice, jinou definici uvede biolog, jinou antropolog a jinou sociolog.

Frištenská uvádí definici sociologickou a filozofickou a popisuje rasu jako: „antropologický termín, vztahující se k druhové diferenciaci lidských plemen. Jde o souhrn společných dědičných rysů (morfologických, anatomických atd.), jimiž se vyznačuje jistá skupina lidí (tři hlavní rasy- kavkazoidní, mongoloidní, negroidní) (Frištenská, 1998, s. 13).

1.1.2 Rasismus

Dacík (2001, s. 78) definuje rasismus jako sociální a sociokulturní fenomén, který vychází z rasových teorií a předsudků, které zdůvodňují rasovou nerovnost. Rasový (tj. biologický) aspekt je stigmatem.

Podle Frištenské je rasismus ideologií, která vychází z konceptu strachu z cizího (xenofobie-viz níže). Tato ideologie předpokládá, že lidské rasy si nejsou rovny, a to jak ve fyzických, duševních dispozicích. Všechny rasové teorie jsou založeny na tom, že lidstvo lze rozdělit do dvou skupin: vyšší a nižší rasy. Vyšší, to je ta, která je tvůrčí a je nositelkou pokroku a objevů. Nižší tohoto schopna není, proto je jí potřeba vést. Rasismus byl v historii používán pro vysvětlení agresivního chování, vykořisťování a ovládání určitých ras. Pro pochopení pojmu rasismus nám pomůže i rozdělení na tzv. „měkký“ a „tvrdý“ rasismus. V prvním případě se jedná spíše o latentní společenský postoj, můžeme ho dost dobře objevit v české společnosti. Nejedná se o veřejně

hlásanou ideologii, jejími nositeli není stát, ale spíše většinová společnost. Proto se tzv. měkký rasismus stává celospolečensky sdílenou normou. Druhá forma rasismu je tzv. „tvrdý“ rasismus, to je agresivní forma tohoto postoje, např. fašismus, nacionalismus, apartheid, atd. Nositeli této ideologie jsou často politická hnutí nebo i samotný stát a jeho instituce. Mezi projevy tvrdého rasismu patří: hanobení, podněcování, vyhrožování, rasové násilí, atd. Lze říci, že tzv. „měkkí“ rasisté často s projevy „tvrdého“ rasismu nesouhlasí, či je dokonce hluboce odmítají (Frištenská, 1998, s. 13).

1.1.3 Produkty rasismu

Produkty rasismu můžeme rozdělit na rasovou diskriminaci a na rasové násilí.

1.1.3.1 Rasová diskriminace

Krchová a Víznerová uvádějí, že zákaz diskriminace vyplývá z čl. 7 Všeobecné deklarace lidských práv, která deklaruje rovnost každého před zákonem a právo na ochranu před diskriminací. Ochranu před diskriminací upravuje řada mezinárodních smluv, např. Mezinárodní pakt o občanských a politických právech, Úmluva o odstranění všech forem diskriminace žen, Úmluva o ochraně lidských práv a svobod (Krchová, Víznerová, 2008, s. 9).

Podle Mezinárodní úmluvy o odstranění všech forem rasové diskriminace č. 95/1974 Sb. je pod pojmem rasové diskriminace „jakékoliv rozlišování, vylučování, omezování nebo zvýhodňování založené na rase, barvě pleti, rodovém nebo na národnostním nebo etnickém původu, jehož cílem nebo následkem je znemožnění nebo omezení uznání, užívání nebo uskutečňování lidských práv a základních svobod na základě rovnosti v politické, hospodářské, sociální, kulturní nebo v kterékoliv jiné oblasti veřejného života“ (Šišková, 2001, s. 34).

Diskriminaci můžeme také spojovat s dalším velmi důležitým pojmem, a to s předsudkem. Krchovská a Víznerová uvádějí, že: „Diskriminace se děje na základě předsudků. Tak označujeme názory nebo postoje jedné skupiny vůči druhé. Diskriminace naopak spočívá ve skutečném jednání s druhými. Předsudky se v myšlení lidí udržují pomocí stereotypního uvažování, které může vycházet z přejatých, často špatných či nedostatečných informací. Mluvíme-li o diskriminaci, máme na mysli jakékoliv chování, kterým bychom mohli dát druhému člověku najevo, že nám není příjemné s ním mluvit, potkávat ho či s ním pracovat. Projevy diskriminace mohou být

zcela zřejmé, či se mohou v chování každého z nás projevovat skrytě, například v mimice, zvoleném tónu komunikace, změně gestikulace atd. Zákaz diskriminace vychází z principu spravedlivého posuzování člověka podle jeho osobních kvalit a schopností, nikoliv podle příslušnosti k určité skupině. Diskriminace není jen problémem menšin, obětí diskriminace se můžeme stát všichni. Diskriminován může být jak jedinec, tak i celá skupina. “ (Krčhovská , Víznerová 2008, s. 8).

Frištenská (1998, s. 14) píše, že se Česko zavázalo velkým množstvím mezinárodních smluv, úmluv k odstranění diskriminace, otázkou je, jestli se mu to daří. Zvyšuje se počet extrémisticky smýšlejících mladých lidí, neustálé rasové násilí, které málokdy soud posuzuje z tohoto hlediska. Nespokojení občané si vybíjejí své frustrace na vyloučených skupinách, jako jsou Romové a národnostní menšiny. Rasová diskriminace zahrnuje dva typy chování: úmyslnou/vědomou a diskriminaci strukturální. Obsahem úmyslné diskriminace je úmyslné chování, které směřuje ke konkrétnímu příslušníkovi diskriminované skupiny určitým obsahem (např. upírání určitého zaměstnání). V druhém případě je diskriminace vlastností určitých systémů a procedur, které ač diskriminovat nechtějí, jsou pro diskriminovanou skupinu obtížné a nedostupné, právě proto, že nepočítají s jejími odlišnostmi a možnostmi (např. vzdělávací systém, který nebere v úvahu jazykové možnosti Romů).

1.1.3.2 Rasové násilí

Frištenská popisuje, že pod termínem rasového násilí rozumíme násilné chování (ve smyslu fyzického násilí) s rasovým motivem, obětí tohoto násilí je neindividualizovaný příslušník rasově odlišné skupiny. Podstatné je, že „oběť nemá tvář“, útočník napadá odlišnou rasu a konkrétní oběť útoku je nahraditelná kýmkoliv z této skupiny. Do rasového násilí můžeme zahrnout celou škálu násilného chování: genocida, pogrom, zabití, ublížení na zdraví apod. (Frištenská, 1998, s. 14-15).

1.1.4 Potírání rasismu a nesnášenlivosti

Niessen popisuje, že odstranění všech forem rasové diskriminace je pro demokratickou společnost nezbytná. Většina členských zemí Evropské Unie vnesla do svých ústav ustanovení zakazující rasovou diskriminaci. Avšak pouze omezený počet zemí podpořil toto ustanovení zavedením antidiskriminačních zákonů. Česká republika přijala antidiskriminační zákon roku 2008 (198/2009 Sb.). Navzdory tomu, že jsou podnikány iniciativy zaměřené na boj s rasismem (na úrovni místní, regionální, celostátní

i mezinárodní), stále přetrvává rasová diskriminace v evropské společnosti. Rasovou a etnickou diskriminaci nelze vymýtit pouhými právními opatřeními, avšak právě tato právní opatření jsou klíčová. Proto musí stát zajistit, aby trestní stíhání činu rasistické nebo xenofobní povahy mělo vysokou prioritu a aby bylo stíhání důsledně a aktivně vedeno. Oběti diskriminace musí mít k dispozici odpovídající zákonné prostředky, díky kterým mohou uplatnit nárok na finanční či jiné odškodnění. Oběťmi diskriminace musí být k dispozici odpovídající právní pomoc, dále oběti rasismu musí být informovány o tom, jaké právní prostředky mohou využít (Niessen ,2000, s. 85-87).

Země, které přijaly antidiskriminační zákony, neustále hledají metody zdokonalování a praktického využití. Důležitý je přesun důkazního břemene, což znamená, že nikoliv oběť rasismu musí dokázat, že k diskriminaci došlo, nýbrž pachatel musí dokázat, že k diskriminaci nedošlo (Niessen , 2000, s. 85-87).

1.1.5 Etnický a rasový konflikt

Tesař vymezuje: „Rasové konflikty tvoří největší skupinu konfliktů, které - v závislosti na zvolených hlediscích - můžeme a nemusíme považovat za konflikty etnické.“ (2007, s. 34).

Tesař píše, že: „Fyzický vzhled umožňuje okamžitou identifikaci příslušníka cizí skupiny bez přímého osobního kontaktu. A rozlišování lidí podle vzhledu (nejčastěji podle barvy pleti) se řídí předpokladem, že společný vzhled souvisí se společnou kulturou. To je podepřeno tím, že k základům etnického cítění patří víra ve společný původ. Odlišný fyzický vzhled automaticky upozorňuje na odlišný původ.“ (Tesař, 2007, s. 35).

Tesař definuje pojem rasy, který je s tímto problémem úzce spojen: „Pojem rasa, jakkoliv nejasný, bývá vnímán prostřednictvím kolektivní fyzické odlišnosti (většinou se však předpokládá také odlišnost psychická). S fyzickou odlišností se často pojí i odlišnost kulturní, která utvrzuje přesvědčení o etnické odlišnosti. Někdy je mírně jiný vzhled zdůrazněn kulturními rozdíly, například způsobem odívání, případně kulturní rozdíly samotné mohou vyvolávat dojem fyzické odlišnosti, což jenom ukazuje, že bez ohledu na proměnlivost kategorií jde v zásadě stále o to samé. Jestliže přijímáme, že etnikum se vymezuje mimo jiné přesvědčením o společném původu a sdílenou kulturou, pak můžeme jako etnický pracovně označit každý konflikt, v němž hraje roli etnické cítění, bez ohledu na to, zda v konkrétním případě převažuje hledisko fyzického

vzhledu či různost kulturních prvků, ať už to je jazyk, nebo třeba tradiční způsob obživy. Někdy bývá zdůrazňována příslušnost k náboženské obci: nejde zde o věrouku, jako v případě německých katolíků a protestantů či arabských sunnitů a šiitů, ale o to, že příslušnost k náboženskému společenství zahrnuje nesmírně důležitý kulturní komplex, poskytující jednotlivci i skupině základní opěrné body jejich identity.“ (Tesař, 2007, s. 35-36).

1.1.6 Xenofobie

Podle Tesaře (2007, s. 69-70) není pojem xenofobie často definovaný, ale o to víc užívaný, to může být zmatečné, lze však říci, že: „Obecná shoda asi panuje v tom, že jde o negativní postoj vůči jiným, skutečně nebo domněle odlišným lidem, spojený s nedůvěrou, strachem, pocitem ohrožení plynoucím z vědomí jejich existence či přítomnosti, a často agresivním chováním vůči nim.“

Xenofobie doprovází etnocentrismus, ale není výhradně vázána na etnicitu. (Tesař, 2007, s. 70).

1.1.7 Etnocentrismus

Tesař (2007, s. 68, podle McEvoy, 2002, s. 39-49) definuje etnocentrismus jako: „Jde o vědomé nebo nevědomé přesvědčení, že vlastní kultura, komunita či rasa je nadřazená, spojené s tendencí neuvědomovat si předpojatost v tom obsaženou.“

Pojem egocentrismu je velmi rozšířeným jevem a je i do jisté míry přirozeným procesem, protože v etnocentrismu se odráží vědomí kulturní příbuznosti. Rozdělení na „my“ a na „oni“ je také přirozené. Rasismus je jedním projevem etnocentrismu (Tesař, 2007, s. 69).

1.1.8 Předsudky

Šišková uvádí: „Předpojatosti až předsudky jsou jakýmsi „natočením“ osobnosti ke stylu efektivní či neefektivní komunikace. Předpojatost vyplývá z hodnotových vzorců chování, tradic, zkušeností, informací (resp. dezinformací) a ze sociální percepce. Vede nás k takovým závěrům a interpretacím, které jsou akceptovány jako pravdivé bez jakýchkoliv důkazů. Obvykle je naše domněnka o lidech ovlivněná hodnotami, informacemi a zkušenostmi s podobnými jedinci a my vyvozujeme závěry na základě věcí, ve které věříme či jež očekáváme. To že díky tomuto faktoru mnohdy ubližujeme a nedáme druhému šanci, ani nevnímáme.“ (Šišková, 2001, s. 15).

1.2 Definování pojmů z oblasti médií

V této podkapitole budou definovány hlavní pojmy, tzv. média, masová média a hlavně masová komunikace.

1.2.1 Média

Média jsou podle Jiráka velmi významnou společenskou institucí, dle některých autorů je jejich význam roven rodině, škole nebo je i převyšuje (Thomson, 1995). Stále větší množství poznatků o světě kolem nás přijímáme z médií. V některých oblastech nemáme ani jinou možnost než se spokojit se zkušeností z médií, protože v daném oboru nejsme odborníky a nepohybujeme se v něm (např. zkušenosti z vesmíru). I když je velmi těžké vysledovat vztah mezi mediálními obsahy a názorem veřejnosti, je velice pravděpodobné, že tento vztah je a bude velmi silný (Jirák, 2003, s. 9).

1.2.2 Masová média

Jirák a Köpplová (2009, s. 24) vychází z toho, že: „Masová média jsou součástí a iniciátorem svérázné, celospolečenské, historickým vývojem podmíněné komunikační aktivity člověka, že představují svébytnou oblast sociální komunikace - v tomto případě masovou komunikaci, resp. mediální komunikaci.

1.2.3 Mediaci (zprostředkování)

Podle Jiráka a Köpplové je mediaci proces, kdy mezi dvě vystupující strany vstupuje prostředník. Může se jednat o nestranného prostředníka, který se snaží vyjednat či sjednat např. obchod, schůzku či urovnat konflikt. Mediací může být také zprostředkování nějakého společenského jednání, události či poznání publiku. Role prostředníka či moderátora zde mají právě masové média. Média jsou prostředníkem v komunikaci mezi různými sociálními vrstvami, skupinami ve společnosti. Nebo přináší představu o určitých skupinách ve společnosti (pro ně neznámých), o jejich uspořádání a rozložení sil, odpovědnosti. Každé zprostředkování je aktivní interpretativní činnost. Média jako autonomní instituce dávají procesu mediaci tzv. svoji podobu. Média mají mnoho funkcí, které se projevují v procesu mediaci, a to např. předávání svědectví o světě/události, a to hlavně z té oblasti, kde příjemce nemá či nemůže mít vlastní zkušenosti. Dále média přesvědčují o správnosti či nesprávnosti určitého chování, kromě toho všeho se snaží příjemce pobavit (Jirák, Köpplová, 2009, s. 92-93)

Je zde ještě jeden důležitý pojem, který s mediací přímo souvisí. Tím je **medializace**. „Medializací se rozumí unikátní sociální změna, jejíž podstatou je nebývalé rozšíření komunikačních médií a její stále zřetelnější podíl na životě společnosti.“ (Jirák a Köpplová, 2009, s. 95)

1.2.4 Masová komunikace

McQuail definuje masovou komunikaci: „Pojem „masový“ odkazuje k velkému počtu, rozsahu či množství (ať už lidí nebo produktů), zatímco „komunikace“ označuje předávání a přebírání významů, vysílání a přijímání sdělení.“ (McQuaila, 2007, s. 31).

Janowitz (1986, str. 82) říká: „Masová komunikace zahrnuje instituce a postupy, jímž specializované skupiny využívají technické prostředky (tisk, rozhlas, filmy apod.) pro šíření symbolického obsahu směrem k rozsáhlému, nesourodému a široce rozptýlenému publiku.“

Média a společenské vztahy popisuje McQuail: „V nejobecnější rovině jsou masová média považována za ustavené společenské instituce s vlastní svébytnou množinou pravidel a postupů, která je ale v celém rozsahu svých činností určována a omezována společností, v níž působí. Z toho vyplývá, že masová média jsou v podstatě závislá na „společnosti“, zvláště na institucích, jež představují a vykonávají politickou a ekonomickou moc.“ (McQuail, 2007, s. 22).

Podle Jiráka a Köpplové příchod masových médií a jejich rozvoj přinesl člověku nové možnosti, už není omezen jen na informace z jeho bezprostředního okolí. Díky médiím má zprostředkovaná nejrozličnější sdělení v širokém rozpětí, od zpráv až po zábavu.

Média se tak stávají zvláštní společenskou institucí. Hrají nezastupitelnou roli ve společenské komunikaci, můžou zajišťovat sociální soudržnost a podporovat rozdělení moci (Jirák, Köpplová, 2007, s. 89-90).

2 Média a stereotypy

Podle Jiráka si však málokdy uvědomujeme, že média nejsou odrazem sociální reality, ale že jsou svérázným a vysoce interpretativním zpracováním. To se děje ze dvou důvodů: zaprvé média podávají a nabízejí sdělení, která korespondují s představami a hodnotami jejich konzumentů. Zároveň produkují sdělení, která odpovídají jejich vnitřním pravidlům. Oba tyto faktory na sebe navazují a ovlivňují se. Média se opírají o tzv. nezpochybnitelné a paušálně zjednodušující soudy, které prezentují jako nabyté zkušenosti, které společnost spojuje s jevy a skupinami, s nimiž se snaží vyrovnat. Právě fakt, že média prezentují paušální soudy (stereotypy) a ty mají v dané společnosti nezpochybnitelnou váhu, vede k tomu, že studium mediovaných obsahů se stává významným zdrojem poznatků o dané společnosti. Stereotypy v médiích korelují se stereotypy ve společnosti. A v případě masových médií lze předpokládat, že půjde o stereotypy pro většinu společnosti samozřejmé nebo přinejmenším přijatelné. Představa o stereotypy v médiích stojí za celou řadou výzkumů, které se snaží odhalit analýzou mediálních sdělení stereotypy ve společnosti. Ať už se jedná o stereotypy genderové, stereotypní vnímání příslušníků jiného národa, etnika či kultury nebo stereotypní vnímání vztahu mezi většinou a menšinou. Výzkum stereotypů prováděný na nejrůznějších typech masových médií, ať bulvárních či seriózních v různých společenských a kulturních kontextech vede velmi často k podobným závěrům, a to: veškeré skupiny či jevy, které se v dané společnosti jeví většinou jako problémové, jsou v médiích marginalizovány a zjevně zjednodušovány. Tato marginalizace sahá od přehlížení až po zpracování s nádechem nadřazenosti a dobročinné blahosklonnosti, bez ohledu na fakta. Je velmi důležité, aby se mediálními obsahy zabývali odborníci a aby si je a jejich dopady lidé uvědomovali. A to proto, že média nabízejí některé obsahy a s nimi i určité hodnoty a předávají je tak, že jsou tyto soudy, jevy a hodnoty zřejmé, až přirozené. Média jako významná sociální instituce, se mohou se svými paušálními soudy stát překážkou v řešení důležitých sociálních otázek (Jirák, 2003, s. 9-10).

2.1 Zobrazování minorit v médiích

Trampota popisuje zobrazení minorit v médiích popř. ve zpravodajství jako žánr, který prezentuje názory bílého heterosexuálního muže střední třídy, tuto definici si propůjčuje od Hartleyho (1982). Tato myšlenka vychází z toho, že ve zpravodajských redakcích převládají lidé určitého pohlaví, rasy, minority a sociální příslušnosti, při tvorbě zpráv

se nezbytně promítá jejich vidění světa. Tato skutečnost se může projevovat ve způsobu, jakým komentují o představitelích sociálních skupin, ke kterým oni sami nepatří. Ve zpravodajských obsazích se to může projevovat jako explicitní označení odlišnosti, zdůrazněním odlišujících atributů nebo jejich prezentací jako základní vlastnosti aktéra. Prostřednictvím označování odlišnosti může docházet k posílení rozdělování na my a oni. Opakovaná prezentace odlišností může být založena na uvedení příslušnosti k etniku, sexuální orientaci, sociální třídě, v takovém kontextu, kdy příslušnost k majoritě zmiňována není, protože se očekává a je považována za běžnější, tím pádem za „normální“. Uvádění takovýchto identifikujících znaků spojených s určitým typem události, často negativní povahy, vede ke stereotypnímu obrazu dané skupiny. Je vytyčením hranice mezi my a oni a tyto vlastnosti se už nepřipisují jen konkrétnímu aktérovi, nýbrž celé skupině, kterou zastupuje (Trampota, 2006, s. 97).

Trampota přímo uvádí: „Pokud dochází v textu zprávy k identifikaci zločince jako Roma a nemá to žádnou hlubší souvislost s faktickým obsahem zprávy a v případě představitele majoritního etnika označení zahrnuto není, dochází k posilování stereotypu, že běžné a normální je nebýt Rom. Hlavním určujícím faktorem **reprezentace** sociálních skupin je otázka, v souvislosti se kterými událostmi a tématy se dostávají do mediálních obsahů a do jaké míry.“ (Trampota, 2006, s. 97)

Karhanová Homoláč píše, že: „V komentářích i zprávách o násilných trestných činech proti Romům bývá špatná zkušenost a Romy, kteří páchají trestné činy nebo se chovají jinak asocíálně, uváděná jako příčina skrytého rasismu české společnosti, respektive její lhostejnost vůči činnosti hnutí skinheads“ (Karhanová, Homoláč, 2003. s. 8).

Podle Karhanové a Homoláče v pozitivním zobrazení Roma můžou média paradoxně také přispět k posilování stereotypů, a to tak, že příliš vychvalují pozitivní a slušné chování Roma, pak dávají veřejnosti na vědomí, že toto chování je výjimečné. (Karhanová, Homoláč, 2003. s. 8)

Trampota říká, že problémem v reprezentaci Romů v médiích je to, že je do nich jejich zástupci dostávají jen v omezené míře a v omezených tématech, téměř nikdy ne v souvislostech s vysokými posty např. v politice, ekonomice, atd. Tento fakt je pro reprezentaci Romů silně určující. Podstatným aspektem reprezentace je, v rámci jakého typu událostí se dané subjekty do zpravodajství, popř. médií dostávají a jak se jeví, to znamená, jaké role zastávají a v jakých situacích zde vystupují. Opakovaná prezentace

subjektu v určitém typu situací může vést k dojmu, že právě tyto situace jsou pro danou skupinu, minoritu typické a normální, může tak docházet k situační atribuci, kdy jsou vlastnosti situace vztahovány na subjekt samotný (Trampota, 2006, s. 97-98).

Trampota popisuje: „Kontinuální spojování určitých sociálních skupin s negativními událostmi může být určitou formou **etiketizace** a vytváření obrazu, že negativní události se týkají právě těchto skupin a nic pozitivního od nich nelze očekávat. Stejně tak vyřazení (exkluze) některých skupin s určitých veřejných témat může posilovat pocit, že jejich vyjádření je nerelevantní a nedůležité.“ (Trampota, 2006, s. 98)

Podle Trampoty: „Podobný vliv může mít výběr zahraničních událostí na reprezentaci jiných národů a států. Země, které nejsou médiem považovány za důležité (nejčastěji země třetího světa), se do zpravodajství dostávají téměř výhradně ve spojitosti se silně negativními událostmi; neštěstími, pohromami, nepokoji a válkami. Jejich mediální reprezentace tak vyvolává dojem, že se v těchto oblastech ani nemůže nic pozitivního dít.“ (Trampota, 2006, s. 99).

2.2 Stereotypní zobrazení Romů

Jak píše Kleková záleží na novinářích, jak o Romech píší. Někteří se snaží jejich mentalitu a život poznat hlouběji, pro jiné jsou Romové zdrojem senzace. Také záleží, jak se k romské problematice staví celá redakce, pokud tedy jednoznačný postoj má. Pokud chce novinář opravdu pravdivě informovat a nesetrvávat ve stereotypch, je žádoucí, aby romskou minoritu poznal osobně. Šel pozorovat a mluvit s romskými rodinami, zjistil jejich názory na rodinu, výchovu, vzdělání, zaměstnanost, ale taky na kriminalitu, drogy a lichvu. Kromě romských rodin by měl novinář vyslechnout i pracovníky neziskových organizací, které s Romy pracují. Záporné a zjednodušené vidění Romů se projevuje hlavně ve vyjadřujících stereotypch jako např. romští spoluobčané, snědý pachatel, muž tmavší pleti, gadžo. Občasné výrazy, kvůli častému či nelogickému použití vyznívají ironicky a směšně. Využívá se tak přímého citování Romů, kteří používají nesprávnou češtinu. Když se cituje politik nebo známá celebrita, novináři jejich vyjádření opraví jak stylisticky, tak gramaticky. Není žádný důvod, proč by tomu tak nemělo být i u vyjádření Romů. Další otázkou je zmiňování etnické příslušnosti, zda je nutná nebo vede jen k výše zmíněné senzacechtivosti (Kleková, 2003, s. 17-19)

Problém o informování o menšinách je hlavně ten, že novináři nejsou schopní mezi Romy rozlišovat. V redakcích se tyto otázky příliš neřeší, a proto uchopení zůstává víceméně na novináři a jeho osobním názoru či hodnocení. I když se stále objevují stereotypy v zobrazování této menšiny, tak se podle autora situace zlepšuje. Jiným problémem je nepochopení obtíží romského života. Obecně lze říci, že si novináři i redakce uvědomují, že není možné přijímat a vykreslovat Romy s předsudky, kterými česká společnost trpí (Kotra, 2003, s. 20-23).

3 Vlivy a účinky zpráv

Jirák a Köpplová píší, že působením médií a jeho dokazováním se zabývají dvě oblasti. První oblastí je sociální teorie, která uvažuje o roli médií v celospolečenském měřítku. Tyto teorie bývají zobecňující a deduktivně uvažují o možném vlivu médií na různé aspekty života. Druhou oblastí jsou empiricky podložené studie, které pátrají po konkrétním působení médií, jednoho konkrétního média, typu mediálních obsahů či typu mediálních produktů. Jejich zájem je namířen na pozorování či působení určitého aspektu mediální komunikace či postoje a chování příjemců/uživatelů, např. volební chování, chování spotřebitelů či chování občanů (zvyšující se agresivita, úzkost). Hranice mezi těmito oblastmi je tenká až polopropustná, navzájem se ovlivňují a obohacují. Autoři se zabývají pojmy vliv, důsledek, působení, účinek. Uvádějí, že pokud si přebereme chápání pojmů z anglosaské literatury, tak: *impact* přeložíme jako *dopad* či *působení*, *influence* jako *vliv* a *effect* jako *účinek*. Všechny tyto pojmy se vztahují k působení médií na společnost či jednotlivce. V českém prostředí se používají pojmy takto: *působení*, *role* a *dopad* médií lze chápat jako pojmy zahrnující jak *vlivy*, tak *účinky* médií. Vliv a role odkazují více na sociální teorii, tedy k přístupu historickému a teoreticko-spekulativnímu. Účinek a efekt spíše k druhé empiricky podložené oblasti (Jirák, Köpplová 2009, s. 324-326).

Trampota uvádí, že příjemci zpravodajských obsahů vstupují do procesu jejich vnímání s různou motivací. Důvod, proč zpravodajské obsahy vyhledávají, může ovlivnit to, jak zprávu pochopí, co je na ní upoutá, co si zapamatují a co si později i vybaví. Proto můžou zprávy ovlivňovat jednotlivé příjemce různým způsobem, záleží např. na kognitivních vlastnostech či psychické stránce či sociální charakteristice jednotlivce. Vliv a význam zpráv se může lišit u jednotlivých etnických či sociálních skupin (Trampota, 2006, s. 103).

3.1 Typy předpokládaného působení médií

Ke studii médií patří i snaha o systematizaci typů působení médií podle povahy sledovaného či předpokládaného dopadu a podle jeho průběhu. Na působení médií lze nahlížet různými pohledy. Na jedné straně stojí představa, že média mají potenciálně silný dopad, který se děje z jejich iniciativy, resp. z iniciativy podavatele, ten však nemusí být záměrný a zamýšlený. Média produkují určité obsahy, tyto obsahy vyvolávají určité účinky, vyvolávají reakce, ovlivňují, kultivují příjemce. Zde slovo

kultivace nemá pozitivní ani negativní význam (na rozdíl od češtiny, kde je význam spíše pozitivní). Tento *kultivační* neboli *účinkový přístup* k mediálnímu vlivu popisuje, že publikum je aktivní činitel v procesu mediální komunikace, že lidé nejsou pouhými pasivními příjemci mediálních obsahů či produktů, ale jejich aktivní uživatelé. Tito uživatelé si vybírají nabízené mediální produkty a podle svého životního stylu, osobního zájmu či momentálního rozpoložení s nimi nakládají. Navíc média jsou ekonomicky závislá na přízni uživatelů, proto se musí v tomto kontextu publiku přizpůsobovat. Podle této představy nepůsobí jen média na publikum, ale stejně tak publikum na média, dochází k obousměrnému ovlivňování. Důraz na interaktivitu může vést ke zjištění, že média sice sama o sobě nezpůsobují posuny v chování či postojích, ale mohou autorizovat, posilovat či oslabovat nebo dokonce zpochybňovat nějaké tvrzení, chování či jev. Kultivační přístup vychází z mechanismu příčiny a následku a hledá, které typy obsahů či chování médií mohou způsobovat určitý typ změn, u jakých příjemců a za jakých okolností. Lze tuto představu popsat tak, že média vydají nějaký podnět a příjemce na něj nějak zareaguje, jeho reakce bude ovlivněná jeho zkušenostmi, momentálním rozpoložением, povahou a taky tím, v jaké společnosti žije. Naproti tomu *antropologický* neboli *etnografický přístup* se soustřeďuje na to, jak se média podílejí na tvorbě a ustavování mýtů či na formování a dynamice rituálů. Proto si antropologický přístup všímá žurnalistiky, protože právě žurnalista může reorganizovat realitu a tím přispívat k ritualizované konstrukci významů. Jednotlivé typy vlivů a účinků lze charakterizovat na obecných parametrech: za prvé časový rozměr, zda působí bezprostředně a krátkodobě nebo dlouhodobě. Za druhé zda je dopad vyvolán přímo podnětem z médií nebo nepřímo, tím, že ho zprostředkoval někdo jiný. Za třetí jestli jde o působení záměrné či nezáměrné. Za čtvrté jaké povahy je účinek, za páté koho se týká a za šesté jak je intenzivní (Jiráček, Köpplová, 2009, s. 329-333).

3.1.1 Krátkodobý a dlouhodobý dopad působení médií

Při úvahách o dopadech působení médií se často rozlišuje, zda jde o okamžitou, spontánní reakci na nějakou událost, která potom působí zpravidla krátkodobě nebo zda se jedná o působení dlouhodobější, které vyvolává jak změny v postojích jedince, tak i v uspořádání společnosti. Pokud je člověk vystaven určitým mediálním obsahům, mohou se u něj projevit okamžité a bezprostřední reakce, tyto reakce jsou zpravidla pomíjivé. Tyto reakce mohou být emocionální, konativní či fyziologické, např. cítíme nadšení či rozhořčení, zvýší se nám tepová frekvence, můžeme pociťovat úzkost při

sledování či čtení zpráv. Naproti tomu lze sledovat dlouhodobý dopad působení médií, např. podíl médií na formování představy o tom, která témata jsou společensky významná a která nikoliv, jedná se o tzv. *nastolování agendy* či *agenda setting* (viz. kap. 4.2.1). Jedinec není pod izolovaným vlivem mediálních obsahů, nýbrž se k němu dostávají podněty z jeho okolí. Proto nelze hledat přímou kauzální vazbu mezi jedním souborem podnětů přicházející z médií a konkrétním jednáním jedince. I když je tento podnět z médií inspirující a má zásadní podíl na chování jedince, jedná se jen o jeden z více inspirativních zdrojů, ze kterých chování vychází (Jirák, Köpplová, 2009, s. 333-335).

3.1.2 Přímé a nepřímé působení médií

„U vlivu médií lze sledovat i přímý a nepřímý či zprostředkovaný dopad. Pokud budeme přemýšlet o přímém dopadu, budeme se pohybovat v myšlenkovém rámci modelu podnět- reakce, kdy jsou média spojována s působením nabízeného mediálního obsahu jako rozhodujícího podnětu. Součástí úvah o přímých účincích médií je i víra, že by bylo možné plánovaně a záměrně působit na příjemce, ale i obavy z možného zneužití, jako je propaganda. Proto je tu snaha omezit či vyloučit legislativními opatřeními a organizačními zásahy přístup k některým mediálním obsahům, neboť tyto obsahy (např. pornografie, násilí či xenofobie) mohou mít přímý vliv na jednotlivce, zvláště pak na děti či mladistvé, mohou negativním způsobem ovlivnit vývoj a postoje mladistvého či vyvolávat či posilovat rasovou nesnášenlivost ve společnosti. Na straně druhé stojí představa, že vliv mediálních obsahů může být nejrůznějším způsobem zprostředkován, např. tzv. významným druhým či názorovým vůdcem. Existencí masových médií se stává komunikační proces víceúrovňový a mediální obsahy jsou přijímány přes jednoho či více prostředníků. Je zřejmé, že dnes, po nástupu síťových médií, se mediální komunikace stává natolik propojenou s interpersonální, že stavět je do protikladu a poměřovat jejich sílu je obtížné a v zásadě málo smysluplné.“ (Jirák, Köpplová, 2009, s. 335-336).

3.1.3 Plánované a neplánované působení

„Výroba a šíření mediálních produktů je záměrná. Intence v liberálnědemokratických režimech je především ekonomické, politické či vzdělávací povahy. Mluvíme tedy o účincích reklamy na spotřebitelské chování, účinky propagandy na ideologii, účinky politických kampaní na volební chování či účinky osvětových kampaní na chování

jedinců. Vedle plánovaného působení médií, existuje i neplánované působení, které nikdo nezamýšlel a neplánoval, a to: účinky mediálního násilí na agresivní chování, dopad mediálních výjevů na sociální konstrukci reality a účinky předpojatosti médií na stereotypizaci.“ (Jirák, Köpplová, 2009, s. 336-337).

3.1.4 Vliv médií na jednotlivce

„Při pozorování předpokládaného působení médií je užitečné rozlišovat, zda se toto působení projevuje na mikroúrovni, tedy u jedince nebo malé skupiny, nebo na makroúrovni, tedy na rovině celé společnosti, jejích institucí. U jednotlivce se jedná o nejrůznější typy reakcí na média a změny či utvrzení se v postojích, poznání, emocích či chování. Právě tyto reakce budeme popisovat v následujících podkapitolách. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 355-356).

3.1.4.1 Poznávací působení médií na učení

Jirák uvádí, že jako kognitivní či poznávací působení se označuje schopnost médií nabízet podněty, které je možné se naučit. Média nabízejí uživatelům poznatky, které se lze naučit, zapamatovat, později vybavit a také použít. Tyto účinky mohou být záměrné i nezáměrné. Když hovoříme o záměrném působení, myslíme tím hlavně zpravodajství ze strany médií a reklamu a osvětu ze strany zadavatele, ale můžeme sem zahrnout i stranu publika, která si informace sama vyhledává, zejména kvůli lepší orientaci v okolním světě. Nezáměrné kognitivní procesy se dějí mimoděk, např. při sledování filmu, kdy jde uživateli jen o relaxaci, přijímá poznatky o daném tématu. Z nezáměrného kognitivního působení médií vychází *teorie sociálního učení* od Alberta Bandury (1977). Tato teorie vychází z toho, že média mají velký vliv na socializaci, na posilování stability společnosti. Média nám podávají obrazy sociálního očekávání. Výsledkem toho je, že média nám nabízejí nepřehledné množství zdrojů, jak se chovat v určité roli, situaci. Uživatel se s touto předlohou může ztotožnit, a tak se lépe včlenit do společnosti. Řada kritiků zakládá své výhrady vůči působení médií, zvláště tak televize na tom, že uživatel média je v nezáměrném procesu poznávání vůči tomuto procesu pasivní, a tedy bezbranný. Zvláště u reklamních či propagandistických komunikačních strategií se média snaží dostat pod kontrolu procesy pasivního učení, a tak s uživateli cíleně manipulovat (viz. níže kap. 4). Tuto kritiku podporuje i hypotéza tzv. *efekt třetí osoby* (viz níže kap. 4. 2. 3) od W. Phillipse Davidsona (1993). Tato hypotéza říká, že při vnímání informací máme tendenci věřit tomu, že přijímaná

informace neovlivní nás, tedy první osobu ani naše blízké, druhou osobu, ale u široké veřejnosti, tzv. třetí osobě, v ovlivnění věříme. Máme tendenci podhodnocovat působení médií na nás a naše blízké a nadhodnocovat vliv médií na ostatní. Mezi kognitivní působení médií lze zařadit i úvahy o tzv. ohlupujícím účinku médií (tzv. *dumbing down effect*). Média zprostředkovávají zjednodušený, schematizovaný a trivializovaný pohled na svět jak ve fiktivních, tak nefiktivních produktech. Stále větší důraz kladou na emoce, než na kritické uvažování, také se stále opakují stereotypní výkladová schémata (Jirák, Köpplová, 2009, s. 356-358).

3.1.4.2 Působení médií na postoje

Představy o vlivu médií na utváření postojů vycházejí z předpokladu, že média nám předkládají mediální obsahy, které jsou schopné vytvářet, formovat či rozvíjet názory, postoje a přesvědčení a to jak u jedinců, tak v celé společnosti. Lze říci, že média hlavně posilují již existující názory (tedy i předsudky) či postoje. To však neznamená, že média nemohla postoje také vytvářet či měnit (viz. kultivační hypotéza kap. 3.1). Vysvětlení můžeme nalézt v *teorii kognitivní disonance* od Festingera (1957). Ten vychází z představy, že člověk se snaží chovat tak, aby byl v souladu s jeho postoji, jednáním a pocity, pokud se však dostanou do rozporu, nastává stav kognitivní disonance, který vyvolává nejistotu a úzkost. Člověk se potom snaží dostat zpět do harmonie. Z této představy plyne, že ovlivňovat lze hned několika způsoby. Je možné argumentací přesvědčit ke změně postojů a tak i k jednání, ale taky zmanipulovat ke změně chování (Jirák, Köpplová, 2009, s. 358-359).

3.1.4.3 Působení médií na chování

Můžeme také uvažovat, o tom jaké jsou behaviorální účinky médií. Vystavení určitému mediálnímu obsahu může podpořit změnu ve spotřebitelském chování (reklama), či změnu v komunikačním chování (téma, podnět z médií se může stát konverzačním tématem) nebo změnu v chování a postojích k nejbližšímu okolí (dítě po zhlédnutí nevhodného programu může být nedůvěřivé ke svému okolí). Dalším příkladem je *sekundární viktimizace*. Oběť je traumatizovaná tím, že musí celou věc popsat, a tím ji může znovu prožít. Navíc se oběť trestného činu může stát středem zájmu médií. Avšak některé zobrazení obětí může vést k zatracování či odsuzování dané oběti (záleží na hodnotách sdílených majoritou). Toto nebezpečí hrozí zejména obětem znásilnění (maskulinní společnost přenáší část viny na ženu), můžeme ho však pozorovat

i u krádeží či podvodů (neměl se nechat napálit). Postižený se tak stává obětí dvakrát, prvně při útoku a druhotně při obtěžování novináři a hlavně při pohrdání od okolí. Dalším příkladem působení médií na chování je možnost *nápodoby* chování. Proto se před těmito účinky varuje, zvláště nebezpečné je zobrazování sociálně nebezpečného chování, jako je násilí, trestná činnost. Je velmi důležité, jakým způsobem je násilí včleněno do mediálního produktu. Rizikové je, když je násilník zobrazován jako kladná postava nebo když je násilí prezentováno jako samozřejmé, jeho použití není vysvětleno a sankce za použití násilí jsou minimální nebo žádné. Nebezpečné taky je, pokud násilí připadá divákovi realistické. Vliv mediálních obsahů na chování jedinců není pouze o rizicích nápodoby násilí, ale stejně tak i o nápodobách fyzických vzorů (dnešní kult štíhlosti má velký vliv na poruchy příjmu potravy, jako jsou anorexie či bulimie) (Jirák, Köpplová, 2009, s. 360-362).

Média mohou mít různé typy účinků, např. *zesilující účinek* se projevuje tehdy, kdy mají média zvýšený zájem o nějakou skutečnost, zvyšují tak v krátkodobém horizontu její důležitost. Média však mohou mít i *potvrzující účinek*, což znamená, že pokud si člověk není nějakým postojem či názorem jistý a najde ho v médiích, přijímá ho jako pravdu. Média mohou ovlivňovat už svou přítomností, to se projevuje ve *zpětném účinku*. Např. účastník demonstrace se při přítomnosti kamer bude chovat jinak, než by se choval bez jejich přítomnosti, stejný vliv se může projevit i u policie, která bude proti demonstrantům zasahovat. Její zásah bude buď tvrdší, nebo naopak jemnější (Jirák, Köpplová, 2007, s.181).

3.1.5 Medializace jako společenská změna

Média významně podporují moc a postavení těch, kteří je ovládají, protože média jsou schopna směřovat jedince k integraci do společnosti. Média mají podíl na stabilitě společnosti, a to tím, že přispívají k hegemonii (vládnoucí vrstva vládne bez použití hrubé síly), nabízejí únik z každodenního stereotypu (např. příběhy tzv. červené knihovny, je možná identifikace jedince s příběhem, a tak i reálné zlepšení kvality života) a jsou nástrojem společenské kontroly. Hypotéza *spirála mlčení* (viz. kap. 4. 2. 2) od německé socioložky Elisabeth Noellové-Neumannové předkládá myšlenku, že lidé nejsou příliš ochotní vyjadřovat své postoje veřejně, pokud necítí podporu. Pokud jejich postoje nejsou konzistentní se společností, raději se uchylují k mlčení. Přičemž masová média se za hlas společnosti považují, proto média výrazně ovlivňují podobu převažujících postojů. Média mají silný hegemonizační účinek, především neustálým

opakováním stejného či podobného významu, tím média přispívají k tomu, že uživatelé vnímají určité obsahy jako přirozené. Média touto *naturizací* či zesamozřejmováním podsouvají představu, že sociální realita je jasně daná, a to tak, jak to sama prezentují. Přitom věci, které nejsou tzv. přirozené, jsou výsledkem sociálního a kulturního vývoje a promítají se do nich zájmy různých sociálních skupin a sociální nerovnosti. Toto se týká např. stereotypního zobrazování etnických menšin, gendrové problematiky, atd. Nejvlastnějším nástrojem naturalizace je pro média používání mýtů (Jiráková, Köpplová, 2009, s. 342-345).

3.1.5.1 Mytologie veřejného mínění

Veřejné mínění je nejdůležitějším nástrojem demokracie a základem působení masových médií. Úkolem demokracie je realizovat vůli lidu, tato vůle se projevuje veřejným míněním. Masová média mají prezentovat veřejné mínění a chránit před manipulací. V ideálním případě veřejné mínění, které je projevem vůle společnosti, prezentují masmédia a vlády a státní instituce, toto veřejné mínění respektují a podle něho jednají. Může platit, že veřejné mínění a jeho prezentace v médiích je opravdu odrazem názoru většiny, ale rozhodně to nelze brát vždy za platné. Avšak manipulace veřejným míněním je dnes všeobecným zájmem masmédií i politiků. Často se zapomíná, že veřejné mínění je subjektivní, navíc může být neetické a zkreslené. Považování všeobecného úsudku za pravdu by bylo chybné. Mělo by se stále myslet na to, jak média dokážou ovlivnit veřejné mínění, že s veřejností manipulují. Pravdou sice je, že podle profesní etiky nemá manipulace v médiích co dělat, ale skutečnost je jiná. Pokud chybí jasné a jednoznačné veřejné mínění, vytváří se pole pro korupci, zneužívání moci a klientelismus. Tím podporují šíření etické lhostejnosti, občanské pasivity, atd. Na formování veřejného mínění se podílí mnoho činitelů, jedním z nejdůležitějších je historická zkušenost, tedy tradice, vztah k hodnotám, dále současný stav hospodářství, kultury, atd. (Ilowiecki, Žantovský, 2008, s. 53-56)

3.1.5.1.1 Mytologická rovina zpráv

V každé společnosti lze najít soubor ideálů, představ, hodnot, které jsou všeobecně respektované a tzv. drží výklad světa. Tyto představy a ideály se promítají do různých textů, např. do tvorby zákonů, ale také do tvorby zpráv. Tyto představy se projevují v podobě tzv. mýtů, tedy obecně sdílených příběhů, které stojí „za“ a „pod“ kulturní produkcí dané společnosti a představují tzv. archetypální příběhy. Mytologie je pro lidi

zdrojem jistoty, toho, že svět dnes je ten, který včera opouštěli, poskytuje příklady dobra a zla a jiné protiklady. Studium mytologie ve zpravodajství se autoři snaží odhalit myšlenkové a hodnotové rámce v dané společnosti. Faktické informace, jako jsou jména, data, místa atd. se ve zprávách objevují denně, neustále se obměňuje, ale symbolický systém, do něhož jsou tyto informace vloženy, zůstává, je do zpráv pouze převyprávěn. Zprávy lze vnímat jako neustálé převyprávění mýtů. Mytologie zpráv nám tedy neustále nabízí utvrzení se, že v dané kultuře, společnosti se nic zásadního nezměnilo a my jsme její součástí. Při čtení zpráv máme často pocit, že jsme podobnou zprávu už četli. Zprávy jako mýty nám vyprávějí příběhy z veřejného života. Používají tyto příběhy informování a ilustraci (Trampota, 2006, s. 68-69).

3.2 Mediální gramotnost

Orientace ve světě médií je jedním z nejdůležitějších a zároveň nejtěžších úkolů pro dnešního člověka. Kromě orientace v nich je potřebné i uvědomění si, jak na nás média působí, jakou mají sílu. Současná média přecházejí do všech sfér, do ekonomické, politické, kulturní a sociální a tím ovlivňují veškeré dění kolem nás. Také jsou stále častěji média formou vyplnění volného času. Právě proto potřebuje dnešní člověk, žijící ve společnosti prostoupené médii, základní výbavu, která ho před tímto světem uchrání, tzv. *mediální gramotnost*. Důležitost této kompetence dokládá fakt, že mediální gramotností a jejím rozvojem se zabývá i Evropská komise, která v roce 2007 vydala dokument: *Evropský přístup k mediální gramotnosti v digitálním prostředí*. Pod mediální gramotností si můžeme představit jistou dovednost či znalost při užívání médií, slouží hlavně jako prevence ochrany spotřebitele. Správně informovaní spotřebitelé by měli být schopni chápat sdělení mediálního obsahu a využít ho ve svůj prospěch. Zvyšování mediální gramotnosti probíhá na několika rovinách, a to jako: *mediální výchova, mediální osvěta a profesní/odborná příprava*. Mediální výchova by měla probíhat na školách (ZŠ, SŠ, VOŠ) nebo v mimoškolních aktivitách (kroužky apod.). Jedná se o předávání poznatků o médiích, pro lepší orientaci v nich a prevenci manipulace a nevhodného působení médií na děti či mládež. Mediální osvěta se realizuje nejčastěji pomocí médií a jde hlavně o informování veřejnosti např. pomocí mediální kritiky tisku, vzdělávacími programy, osvětovými a kritickými weby. Profesní přípravou se myslí na jedné straně příprava těch, kdo mediální výchovu realizují (učitelé, vychovatelé), ale i těch, kteří se podílejí na mediální produkci (novináři) (Jiráková, Köpplová, 2009, s. 372-374).

4 Manipulace v médiích

Pojem manipulace definuje Ilowiecki a Žantovský jako: „Manipulaci tedy chápeme jako určitý způsob ovlivňování jednotlivce nebo skupiny, či dokonce celé společnosti, jimiž se mění jejich názory a postoje, samozřejmě bez toho, aniž si to jednotlivci anebo skupiny uvědomovali. Jde tedy o způsoby, resp. metody, v jejichž důsledku je manipulovaná osoba přesvědčená, že sama je původcem nějakého jednání, že se tak sama rozhodla nebo něco zhodnotila. Zatímco ve skutečnosti je jen nástrojem v ruce autora. Manipulace má už svojí podstatou přivádět lidi v omyl. Kdoví, zda právě proto, že se těžko odhaluje, není mnohem nebezpečnější než snadno identifikovatelná propaganda v totalitních režimech.“ (Ilowiecki, Žantovský, 2008, s. 31).

4.1 Druhy manipulace podle stupně narušení subjektivity jednotlivce

Ilowiecki a Žantovský rozdělují manipulaci na čtyři druhy:

- a) Přesvědčování neboli persuaze: lze chápat jako umění získat adresáta pro své argumenty. Ne vždy je přesvědčování negativní, např. když rodiče poučují dítě nebo když masmédia plní své celospolečenské poslání tím, že přesvědčují lidi k občanskému celospolečenskému chování. Takové správné přesvědčování je jen tehdy, pokud daný člověk ví, že je přesvědčován. Ale pokud jde o skryté přesvědčování, jedná se už o manipulaci. Manipulující persuaze neboli povzbuzující persuaze povzbuzuje k určitému chování za pomoci nečistých triků.
- b) Nátlak: má rozličné formy, např. ekonomický nátlak, člověk pod hrozbou ztráty zaměstnání, a tak svého příjmu může jednat pod ekonomickým nátlakem. Dále nátlak právní, který je ve společnosti a státě ovšem nutný.
- c) Násilí: jde o nucení někoho do něčeho silou, pod pohrůzkou násilí. Hlavně v diktátorských režimech bývá spojováno s fyzickým ohrožením života a zastrasováním. Násilí je nejstarší formou zbavování lidí jejich subjektivity a v některých zemích slouží nebo sloužilo jako nástroj k udržení moci.
- d) Manipulace: je dnes nejrozšířenějším a nejúčinnějším masmediálním nástrojem určitých zájmových skupin, které touží získat moc. Manipulace má blízko k násilí. Hranice mezi manipulací a přesvědčováním a manipulací a nátlakem je tenká, a proto je těžké je rozeznat (Ilowiecki, Žantovský, 2008, s. 31-32).

4.2 Metody a účinky manipulace

Podle Ilowieckého a Žantovského (2008, s. 33) média využívají, některé psychologicko-společenské jevy k ovlivnění společnosti. Pro pochopení metod a účinků manipulace je důležité vydefinování těchto pojmů:

4.2.1 Nastolování agendy neboli agenda setting

Ať už pojem Agenda setting budeme překládat jakkoliv, je faktem, že pro manipulaci a ovlivňování společnosti prostřednictvím médií je tento pojem klíčový. Zprávy v médiích nemusejí mít pouze krátkodobý účinek, když příjemce novinku zpracuje, kdy ho média informují, naopak agenda setting informuje o dlouhodobém účinku, kterým na nás média působí. Jsou to právě média, která vybírají tzv. důležitá témata, to o čem se mluvit bude a o čem ne. Podle Cohena (1963) jádrem agendy setting je myšlenka, že: „Média nemusejí být schopná určovat, co si lidé mají myslet, ale jsou úspěšné v určování, o čem mají přemýšlet.“ Příkladem může být informování o ptačí chřipce. Tím, že o ní média píšou často a dlouhodobě, neovlivní, jak na ni lidé budou nahlížet, ale že ji lidé začnou vnímat jako celospolečenský problém (Trampota, 2006, s. 113).

Podle Trampoty se na zpravodajství můžeme dívat nejen jako na výběr událostí a jejich aktérů, ale také jako na výběr témat, ke kterým se události vztahují. Některá témata jsou médií zobrazována častěji a hlavně dlouhodobě, zatímco některá témata jsou méně častá a některá jsou selektována úplně. Agenda setting nepojednává ani tak o výběru jedné události, ale týká se zpráv dlouhodobých. Témata se spojují a uvádí do konceptu, kdy se více zpráv sdruží pod jedno nadřazené, např. u agendy setting si nevšímáme obsahu zprávy o dopadení distributorů drog, ale toho, jak často a v jakém rozsahu média informují o drogové problematice. Zpravodajství spolu s publicistikou se na nastolování témat podílejí největším dílem. Zpravodajství každý den vybírá z velkého množství zpráv a kauz ty, které se zdají být nejdůležitější, a ty prezentují příjemcům. Média mají navíc silný sklon tematizovat události, propojit více témat, která sledují dlouhodobě, např. boj s terorismem a ptačí chřipku (Trampota, 2006, s. 113).

Podle Weavera (1986) výzkum nastolování agendy vychází ze dvou základních předpokladů: za prvé, že média nejsou pouhým zrcadlem reality, ale realitu nejen filtrují, ale také upravují nebo tvarují tak, aby se jim hodila do konceptu. A za druhé,

že důraz médií na relativně málo témat vede společnost k vnímání, že témata, která se do médií dostávají (zvláště ta, kterým je věnována dlouhodobější pozornost), jsou důležitější než ostatní (Trampota, 2006, s. 113).

Typy agendy:

Podle Dearinga a Rogerse (1996) je tematická agenda jednou z možností, kterou agendu můžeme při nastolování agendy zkoumat. Postupem času vykrytalizovaly tři hlavní agendy, které hrají ve výzkumech důležitou roli (Trampota, 2006, s. 114).

- Veřejná agenda: jedná se o témata a vnímání jejich závažnosti širokou veřejností. Zkoumá se pomocí výzkumu veřejného mínění.
- Mediální agenda: představuje témata a intenzitu jejich výskytu v médiích. Měří se pomocí obsahové analýzy¹ zpravodajských médií. Snaží se, zreflektovat množství zpráv na dané téma.
- Politická agenda: tato agenda je zaměřená na sledování politických akcí.

Jistě se zde nabízí otázka, která agenda ovlivňuje kterou, jaká je jejich provázanost a jak se projevuje. Trampota píše, že za nejčastější směr vlivu je od politické agendy na agendu mediální a posléze její schopnost ovlivnit agendu veřejnou (Trampota, 2006, s. 114)

Důležitost zprávy

Podle McCombse o důležitosti novinového sdělení nám dokáže napovědět to, zda je zpráva na titulní straně či na těch dalších, také velikost titulku a délka článku. V televizním vysílání rozhoduje pořadí zpráv i to, jaký prostor je jednotlivým kauzám udělen, zda se o nich informuje v dlouhodobějším intervalu. Ale už to, že se zpráva dostane do hlavního zpravodajského vysílání, je známkou její důležitosti. Prvním krokem při ovlivňování veřejného mínění je zajištění, aby se daná zpráva stala důležitou, a dostala se tak do veřejné agendy (McCombs, 2009, s. 26).

4.2.1.1 Nastolování agendy atributů

Média nejen témata vybírají a zveřejňují, ale také určitým způsobem zpracovávají. Původní (prvotní) zkoumání agendy setting si tohoto jevu nevšímal a vnímalo zprávy k jednomu tématu jako sobě rovné. Záleží však, jak média zprávu zpracují, např. mohou

¹ Popsána v metodologické části práce

některé vlastnosti zdůraznit, jiné přehlížet či potlačit. Na tuto skutečnost se zaměřila až pozdější zkoumání, která se soustředila hlavně na tzv. druhotnou úroveň nastolování agendy – nastolování agendy atributů. Mezi tyto atributy patří *zarámování* neboli *framing a vypíchnutí* neboli *priming* (Trampota, 2006, s. 122).

Rámcování je tedy výběr a zdůraznění určitých konkrétních atributů. Díky tomuto výběru a nastolování agendy atributů si lidé objekty zasazují do rámců a přisuzují jim různou důležitost. Popisy osob ve zpravodajství jsou od jednoduchých atributů po komplexní atributy. Většina rámců má sklon ke komplexnosti, protože sdružuje množství atributů nižšího řádu, rámce vyzdvihují některé atributy nižšího řádu na úkor dalších atributů. Rámce slouží ke spojování atributů. Další vlastností rámců je, že dokážou ovlivnit, jak přemýšlíme, strukturovat naše myšlení (McCombs, 2009, s. 131-133).

Analýza zarámování agendy tak ukazuje, že nestačí pouhá kvalitativní obsahová analýza při zkoumání mediálních agendy, protože vychází z omezeného množství témat a ztrácí informaci, jak je téma zarámováno. Přitom tematické zarámování může mít podstatný vliv na to, jak budou zprávy vnímány a přijímány. Zarámování představuje výběr, některých aspektů vnímané reality a jejich zdůraznění. Tím se nabízí určitá definice problému, její zhodnocení, či dokonce její řešení. Mnoho aktérů informace zarámuje tak, aby se to hodilo jejich potřebám. Pod zkoumání rámování patří výzkumy zpravodajských obsahů, tak i výzkumy, které se snaží popsat, jak se šíří rámování témat od médií k veřejnosti. Rámování se může projevovat dvojím způsobem, rámování epizodické a tematické. Ve zpravodajství se setkáváme hlavně s rámováním epizodickým, kdy jsou témata prezentována na pozadí určitých událostí. Epizodické rámování je založeno na používání konkrétních příkladů. Naproti tomu tematické rámování vkládá událost, zprávu do širšího kontextu. Např. ve zprávě o nezaměstnanosti bude epizodické rámování zobrazovat příklad konkrétního nezaměstnaného a jeho vyrovnávání se s touto skutečností, na rozdíl od tematického rámování, které při stejném tématu bude představovat statistiky o nezaměstnanosti, prognózy vývoje atd. (Trampota, 2006, s. 122-123).

Kalvan, Váně s Štípková (2012, s. 7-8) se ve svém konceptu snažili propojit agendu setting a rámcování:

„Naše snaha spojit teorii nastolování agendy a teorii rámcování respektuje Scheufeleho kritiku a nachází inspiraci v přístupu Lechelerové, de Vreese a Slothuuse [Lecheler, de Vreese, Slothuus 2009]. Tvrdíme, že proces rámcování vytváří podmínky procesu nastolování agendy. Netvrdíme ale, že proces rámcování přímo ústí do procesu nastolování agendy. Stejně jako Scheufele [2000] jsme přesvědčeni, že jde o kognitivně odlišné a paralelní procesy, a bylo by tedy chybné pojímat je jako dvě části jednoho kauzálního řetězce. Zároveň se však domníváme, že spolu oba procesy interagují: jeden vytváří podmínky pro druhý. Předpokládáme, že je proces nastolování daného veřejného problému úspěšnější, pokud se prosadí ve veřejném diskurzu některé rámce. Rozdílné rámce mají, dle našeho názoru, rozdílnou schopnost podporovat proces nastolování agendy (podobně uvažují i Wanta a Hu [Wanta, Hu 1993]). Ostatně i McCombs ve své pozdější práci říká, že „některé popisy objektu mohou přesvědčivěji než jiné vytvářet významnost objektu pro veřejnost“ [McCombs 2009: 139]. Objektem je zde třeba chápat veřejný problém a popisem rámec, do kterého je veřejný problém zasazen. Podobně Cobb a Elder [Cobb, Elder 1983] zdůrazňují, že pro veřejnou podporu problému je klíčové, jakým způsobem bude tento problém definován.“

Dalším důležitým atributem nastolování agendy druhého stupně je vypíchnutí (priming). Nastolování agendy vede příjemce k vnímání důležitosti tématu, tak vypíchnutí vede ke změně postoje. V mediálních obsazích můžeme vypíchnutí sledovat jako zdůraznění určitých vlastností aktéra či určitých podrobností k události, toto vypíchnutí může usměrňovat příjemce ve vnímání zprávy (Trampota, 2006, s. 123-124).

4.2.1.2 Zpravodajská hodnota

Zpravodajská hodnota podle Reifové: „všechny znaky, které rozhodují o zařazení zprávy do zpravodajství, vlastnosti extramediální události, které určují pravděpodobnost toho, zda událost projde branou médií a bude převedena na zprávu a dále jako taková mediována.“ (Reifová, 2004, s. 76).

Zpravodajské hodnoty jsou faktory, díky nimž se určitá skutečnost či událost stane pro média důležitou a vstoupí do zpravodajství. Zpravodajských hodnot je mnoho a každý je interpretuje trochu jinak. V mém výzkumu nás budou zajímat dvě zpravodajské hodnoty negace a konflikt (Reifová, 2004, s. 77).

Další sledovanou hodnotou je negativita: „události, jejíž následky měly, mají nebo mohou mít citelně nepříjemné či tragické důsledky, mají větší naději na zpracování zpravodajského výstupu.“ (Reifová 2004, s. 77-78).

Hodnota konfliktu je také velmi důležitá, pro tzv. dostání se do zpravodajství. „Pro média není důležitá podstata (substance) konfliktu, jeho hodnověrnost nebo dopad na společnost, nýbrž jeho vnější projev a to, jak snadno je sdělitelný a pochopitelný, zpracovatelsky i uživatelsky nenáročný a levný.“ (Veis, 2003, s. 11).

4.2.1.3 Dispozice příjemce k přebírání agendy

Otázkou, proč jsou někteří příjemci více ovlivnitelní médii než jiní, se snažilo zjistit už mnoho vědců. Podle McCombse a Shawa mají na tuto skutečnost vliv tři vlastnosti příjemce. Za prvé zájem o obsah médií, za druhé zda jsou v tomto tématu nejistí a neznalost tématu a za třetí úsilí spojené s vyhledáním spolehlivého zdroje informací. První dva faktory označili autoři za potřebu orientace. Protože právě potřeba orientovat se vede k zvýšenému vystavení se mediálnímu obsahu, a tím i většímu vystavení agendy setting. Pojetí potřeby orientovat se vychází z předpokladu, že člověk se chce orientovat v prostředí, ve kterém žije. Už to, že jsou jedinci vystaveni mediálnímu obsahu častěji, má vliv na to, že častěji přebírají mediální agendu. Toto však nelze tvrdit vždy, to že příjemce má zvýšený zájem o nějakou skutečnost neznamena, že bude více ovlivnitelný. Může být v této oblasti dobře informovaný, a proto bude přistupovat k získaným informacím více kriticky a agendě nebude podléhat. Intenzitu nastolování agendy zřejmě ovlivňují také další vlastnosti příjemců, jako jsou: demografické ukazatele (věk, rod, vzdělání), dále behaviorální ukazatele (intenzita používání médií) a psychologické ukazatele (důvěra v média, zájem o politiku, veřejné dění). Nastolování agendy by se mělo více projevovat u starších lidí a lidí s vyššími příjmy, a to proto, že tyto skupiny mají zvýšenou potřebu přijímání mediálních obsahů, a tím i častěji vystavují médiím. Vliv agendy může být také menší u minorit právě z důvodů, že zprávy většinou vytváří představitelé majority a předkládají svůj pohled na věc. Dále je důležité, zda je dané médium vnímáno jako důvěryhodné. Příjemci, kteří důvěřují médiím, budou více náchylní k nastolování agendy a budou více přebírat mediální agendu (Trampota, 2006, s. 121-122).

4.2.2 Spirála mlčení neboli spiral of silence theory

Teorie německé socioložky Noelle-Neumanové našla důkaz, který potvrzuje Tocquevilleho výrok, že lidé se více bojí izolace než toho, že by se mohli mýlit. Proto se připojují k většině přesto, že s ní nesouhlasí. Autorka se pomocí empirického výzkumu snažila podpořit proces formování veřejného mínění na základě toho, jak jednotlivci pozorují své sociální prostředí. Předpoklad, že se lidé velmi obávají izolace, je základní součástí všech procesů veřejného mínění. Jednotlivci každý den zvažují, na které názorové straně stojí, musí přehodnocovat, jaký je podle nich většinový názor společnosti. Pokud se jeho názor shoduje s většinou, jeho sebedůvěra narůstá a má menší zábrany svůj názor vyslovit, ale pokud se naopak domnívá, že jeho názor je

v opozici, má tendence mlčet a přidávat se tak k většině. Jedinec může dojít k tomu, že jeho názor je menšinový a obávat se ho vyjádřit, toto se podle výzkumů stává asi 4/5 společnosti. Fakticky se nejedná o menšinu, ale o většinu, která není slyšet a je jí vsugerováno, že její názor je menšinový, a proto se bojí ho vyjádřit. Autorka vytvořila před samotným zkoumáním pět hypotéz. První hypotéza popisuje, že jednotlivci formují obraz názorového klimatu svého sociálního prostředí. Snaží se zkoumat, které názory ve společnosti sílí a které naopak upadají. Intenzita pozorování nezávisí na stupni zájmu jednotlivců o danou problematiku, ale na tom, jak moc se jedinec domnívá, že sám sebe a svoje názory ve společnosti odhalí. Druhá hypotéza tvrdí, že ochota odhalit vlastní názor, stoupá s přesvědčením, že tento názor bude shodný s většinovým a naopak. Z tohoto vydedukovala autorka třetí hypotézu a to, že vyhodnocení jednotlivcem a skutečnost jsou rozdílné. Děje se tak, protože názor, jehož postavení je nadhodnoceno, je veřejně více prezentován (zvláště tak v médiích). Ve čtvrté hypotéze, která se však nepodařila prokázat ve výzkumu, existuje pozitivní korelace mezi aktuálním a budoucím posouzením. Pokud je tedy názor chápán jako převažující, je velice pravděpodobné, že tomu tak bude i v budoucnu a naopak. Poslední hypotéza hovoří o tom, že pokud je jedinec přesvědčen, že názorové klima se blíží k jeho názoru, nebojí se tolik sociálního vyloučení, a proto je ochotnější svůj názor veřejně a pravdivě prezentovat. Pokud však na určité téma nepanuje ve společnosti stejný názor, rozšíří se počet těch, kteří budou ochotni svůj názor prezentovat. Zkoumání těchto hypotéz bylo uskutečněno pomocí metody multipředmětného výzkumu, který byl proveden r. 1971 v Institutu veřejného mínění v Allensbachu v Německu na reprezentativním vzorku populace (1000-2000) pomocí strukturovaných rozhovorů. Výsledkem výzkumu bylo potvrzeno, že ochota veřejně diskutovat na kontroverzní témata se liší podle věku, pohlaví, zaměstnání, příjmu a bydliště. Ochotnější k diskuzi na tato témata jsou muži, mladší osoby žijící ve velkých městech a pracující v manažerských či vysoce postavených postech (Noelle-Neumanová, 1993, s. 43-46).

Když dochází k potlačování menšiny v širším společenském rozsahu, vzniká tzv. spirála mlčení. Nastává tak mlčení jedněch a o to hlasitější projev druhých, tím dochází k opětovnému ovlivnění společnosti. Tímto nastává lavinový nárůst mlčících (proto spirála) a dochází k sjednocování veřejného mínění zdánlivé většiny (Ilowiecky, Žantovský, 2008 s. 36).

4.2.3 Efekt třetí osoby neboli third person effect

Lidé si velmi rádi myslí, že vliv médií je obrovský na veřejnost, ale na ně samotné nepůsobí. Tohoto faktu využívají média, je totiž snazší působit na osobu, která ovlivnění či manipulaci neočekává. Vše vychází z toho, že si lidé myslí, že jsou lepší než ti druzí, ostatní. Sami mají pocit, že se vlivu ubránili. Efekt třetí osoby nabízí pohled na ovlivnění ze třech rovin, tak jak to vidí jedinec: první osoba jsem já/jedinec samotný, druhá osoba moji blízcí, třetí osobou je pak široké okolí, veřejnost, společnost. U prvních dvou osob máme pocit, že ovlivnění nenastává nebo je minimální, naopak u třetí osoby máme pocit, že vliv je obrovský (Ilowiecky, Žantovský, 2008 s. 36).

4.2.4 Efekt skrytého přesvědčování neboli the hidden persuasion

Tento typ manipulace je vůbec nejnebezpečnější, neboť pro laika je velmi těžko odhalitelný. Když se používá skryté přesvědčování, je dobré používat vícevýznamové pojmy a přisuzovat jim konkrétní význam, příjemce se pak cítí zahanbeně, že doposud pojmy neznal nebo si je vykládal jinak. Tento typ manipulace je neúčinnější v nevzdělané společnosti, v případě funkčních analfabetů (dnes lidé, co umějí číst i psát, ale nejsou schopni správně pochopit většinu informací). Funkční analfabetismus je na počátku 21. století zřetelnou vlastností postkomunistických zemí. Manipulátoři vědomě využívají této skutečnosti. Nabízejí falešné nebo minimálně diskutabilní skutečnosti a prezentují je jako jasnou věc. Pro naivní publikum můžou podpořit i výzkumy, které potvrzují jejich tvrzení (často nějakou ideologii). Toto tvrzení je prezentováno jako normální, otevřené a pokrokové. Skrytá persuaze se přiživuje na neznalosti problematiky a její ignoraci (Ilowiecky, Žantovský, 2008 s. 37).

5 Metodologická část

Následující část je zaměřena na metodologii. Přestavíme si zde použitou metodu výzkumu, výzkumné otázky a jejich hypotézy. Výzkumné otázky a hypotézy vycházejí z teoretického základu uvedeného v předchozích kapitolách. Cílem výzkumu je identifikovat mediální konstrukce vybrané kauzy.

5.1 Použitá metoda výzkumu

Jako metoda výzkumu je zde použita kvantitativní obsahová analýza. (Schultz, Scheger, Hagen, Reifová, Končelík, 2004, s. 29-50). Kvantitativní obsahová analýza je vysoce strukturovaná metoda, jejím dalším významným znakem je vysoká míra ověřitelnosti. Každý krok podléhá jasně daným postupům. Výsledkem a cílem je popis mediálních obsahů. Její výsledky se navíc dají přehledně znázornit v grafech a tabulkách (Schultz, Scheger, Hagen, Reifová, Končelík, 2004, s. 29-30).

5.2 Hlavní výzkumná otázka

Jaké vybrané charakteristiky mediální konstrukce vykazuje kauza Šluknovsko?

5.2.1 Dílčí výzkumné otázky a hypotézy

Výzkumná otázka 1: Jaké bylo zobrazení Romů ve vybraných médiích?

Hypotéza 1: Předpokládáme, že se ve vybraných médiích vyskytovaly stereotypy.

Indikátor: Hypotéza bude platná, pokud budou stereotypy v textu nalezeny.

Hypotéza 2: Předpokládáme, že nebude rovnoměrné zastoupení zainteresovaných skupin.

Indikátor: Hypotéza bude platná, pokud vyjádření Romů bude méně než 50 procent.

Výzkumná otázka 2: Jakým způsobem byla nastolována agenda?

Hypotéza 1: Předpokládáme, že byly využívány zpravodajské hodnoty negace a konfliktu a tyto hodnoty byly ještě zdramatizovány.

Indikátor: Hypotéza se prokáže, pokud budou tyto hodnoty identifikovány.

Hypotéza 2: Předpokládáme, že nejčastěji se objevovalo epizodické zarámování.

Indikátor: Hypotéza se prokáže, pokud bude epizodické zarámování použito v 50 a více procentech.

Hypotéza 3: Předpokládáme, že se ve člancích objevovalo tzv. vypíchnutí neboli priming.

Indikátor: Hypotéza bude platit, pokud se vypíchnutí v člancích objeví.

6 Analytická část

V analytické části představíme sledovanou kauzu, dále v jakých médiích a jak dlouho ji budeme sledovat, také důvody výběru médií a eliminaci ostatních typů médií. Poté budou následovat už samotné výstupy z výzkumu. Jsem si vědoma, že výsledky z této analýzy nelze vztahovat na ostatní deníky ani obecně na média. Tato analýza je v podstatě sonda do problematiky. Při analýze vycházím pouze ze článku, ne z přímého setkání s lidmi, tedy nezkoumám, jak se věci opravdu staly, ale pouze, jak o ní média informovala.

6.1 Charakteristika výběrového souboru

Výzkum mediální konstrukce rasismu a rasově motivovaných činů probíhá ve dvou internetových denících, a to: idnes.cz a novinky.cz. Tyto servery jsem si je vybrala, protože patří mezi nejčtenější. Internetové deníky obecně jsem zvolila kvůli jisté aktuálnosti a bezprostřednosti. Po zjištění jisté informace se nemusí čekat na uzávěrku jako u tištěných médií, ale informace se rovnou posílá tzv. ven ke čtenářům. Ve výzkumném vzorku jsme pominula bulvární deníky jako např. blesk.cz a ahaonline.cz.

Výzkum se věnuje kauze ze Šluknovska, kde byly problémy sžití majority s Romskou minoritou už delší dobu. Vše vygradovalo 7. 8. 2011, po tzv. mačetovém útoku, který spáchala skupina Romů na trojici mužů bílé pleti v herně v Novém Boru. Po tomto útoku se obyvatelstvo nejen v Novém Boru, ale v celém šluknovském výběžku začalo bouřit. Upozorňovalo na těžké soužití s Romy, na problém jejich nezaměstnanosti a jejich vysoké koncentrace zde. Občané začali protestovat proti bezpečnostní situaci na severu Čech, požadovali nárůst policejních posil kvůli zlepšení situace. Kauzu budu sledovat ve vybraných médiích dva týdny, protože právě prvotní informace a to, jak je na začátku situace prezentovaná a jak se k ní média postaví, dá ráz celému nahlížení na kauzu. Pokud je kauza už od začátku prezentovaná jako rasistický čin nebo se o tom alespoň spekuluje, tak ji veřejnost začne takto vnímat, bez ohledu na to, že se později ukáže, že se jednalo pouze o trestný čin a rasistický podtext je vyloučen. Také záleží, komu dají média prostor, pokud se jedná jen s jednou stranou, je pohled vždy zkreslen, zvláště pokud je tato strana majorita.

Základní výzkumnou jednotkou byly články v internetových denících. Kódovací jednotkou budou pouze články s titulky, nikoliv fotografie a její popis či následná

diskuze. Zaměřím se na články v období od 7. 8. 2011 do 21. 8. 2011, ve kterých se vyskytovaly slova Rom, rasismus, rasistický čin, rasový útok, sestěhování, sociálně slabí, nepřizpůsobiví a nuance těchto slov, dále Šluknovsko, šluknovský výběžek, Nový Bor, Rumburk, Varnsdorf. Bude se zkoumat, jak velký prostor věnovaly této kauze vybraná média. Rozsah článků rozdělíme podle počtu řádků na tři kategorie (krátký do 25 řádků, střední 26-40 řádků, dlouhý 41 a více řádků).

Jsem si vědoma síly televizního vysílání, jako největšího hybatelem s veřejným míněním, ale v rámci výzkumu se mu nebudu věnovat, hlavně z důvodu rozsáhlosti a náročnosti tohoto tématu. Dále musím zmínit stále větší sílu sociálních sítí, ale těm se také nebudu věnovat, ze stejných důvodů jako u televizního média. Tuto problematiku v kauze Šluknovska dobře nastiňuje politolog Pehe, který přisuzuje velký vliv elektronickým médiím, zvláště tak televizi. Podle něj problém na Šluknovsku reálně existuje, ale není náhodou, že se tyto problémy vygradovaly v době, kdy koalice zavádí reformy ve formě asociálních opatření. Televize podle něj informují o situaci zde populisticky a pouze jednostranně. Pehe nezlehčuje problémy na Šluknovsku, ale chybí mu hlubší analýza věci, než srdcervoucí záběry kamer. Kritizuje politiky, kteří od pádu komunismu nepřišli na účinnou sociální politiku, naopak jejich jednání vede ke vzniku ghett a sestěhování tzv. nepřizpůsobivých občanů, segregací romských dětí ve školách, atd. Populistické zpracování kauz médii a silné řeči politiků ještě zhoršují situaci a podporují rasistické stereotypy. Tak se není, co divit, že se k pokojným pochodům občanů hojně přidávaly extremistické skupiny, které z tohoto akorát těží. A samotné selhání sociální politiky je kompenzováno represí, více policistů, vězení, které problém nevyřeší, ale pouze na čas potlačí. Tento nátlak na lidi žijící v ghettech vede k tomu, že tito lidé už nemají, co ztratit a jejich chování je stále radikálnější (Pehe, 2011).

6.2 Počet sledovaných článků a jejich rozsah

V deníku idnes.cz se za sledované období (7. 8. 2011 - 21. 8. 2011) věnovalo dané kauze deset článků. Rozsah textu byl: jeden článek krátký, šest článků středních a čtyři dlouhé.

Server novinky.cz ve stejném období vydal článků pouze osm. Rozsah textu byl: dva krátké články, dva střední a čtyři dlouhé články.

6.3 Zobrazování Romů v médiích

Média se dopouštěla stereotypního zobrazování Romů (viz. kap. 3, 3.2) Např.: „Recept na kritickou situaci, která se začala zhoršovat poté, co realitní kanceláře z celé země na sever vystěhovávají desítky nepřizpůsobivých obyvatel - převážně Romů.“ (Angermannová, 2011a). To že jsou Romové označováni za nepřizpůsobivé obyvatele, je stereotypní pohled, lze hovořit o etiketizaci, navíc jim je přisuzována špatná bezpečnostní situace. K podobným výrokům se deník vrací. Lze také diskutovat, zda je potřebné uvádět etnický původ pachatelů nebo zda je uveden kvůli zvýšení čtivosti. Dále se objevuje výrok: „Lidé zde budou protestovat proti přílivu Romů a chtějí slyšet recepty na boj s nárůstem kriminality.“ (Švehla, 2011a). Nejen, že lidé protestují proti Romům. Nechtějí s nimi žít, protože právě oni jsou těmi zmíněnými kriminálníky.

Na novinkách.cz se stereotypní zobrazení ukázalo na otištěném výroku barmanky, který potvrzuje hned dva stereotypy: „Romové sem chodí hrát často. Nikdy nebyl žádný problém, chovali se slušně.“ (Šebelka, 2011b). A to, že Romové často prohrávají své peníze v automatech a navíc upozorňuje, že s nimi nebyl problém a že se chovali slušně. Jako by nebylo normální, že se Romové chovali slušně.

Pokud se jedná o poměr zastoupení (viz. kap. 3.1) ve vyjádření se, čísla hovoří jasně. Ani jeden z deníků nedal dostatečný prostor menšině. Lze tedy předpokládat, že obraz může být zkreslen. Idnes.cz dal prostor pěti vyjádření Romů, a to hlavně z Novoborského Česko-Romského občanského sdružení, které se k situaci vyjadřovalo na tiskové konferenci. První komentář od romské minority byl uveřejněn až 11. 8. 2011, celé čtyři dny po incidentu. A přináší se nám zcela nový pohled na věc, ale tím se média příliš nezabývají. I když se sdružení od akce distancovalo a odsoudilo ji, stejně byla použita slova, která působila negativně, např.: „Přestože Romové s tím, co se stalo, nesouhlasí, dále svalovali vinu na barmanku. "Na ní je devadesát devět procent viny," hřímal bratr Štefana Gorola Dušan. Nato vystoupil starosta Dvořák a prohlásil, že odmítá tak zjednodušený pohled na to, co se stalo: "Nemůžeme to bagatelizovat, protože to byl masakr, jinak to nazývat nebudu. Souhlasím ale s tím, aby to policie co nejrychleji vyšetřila a viníci byli potrestáni.“ (Šebelka, 2011b). Podle mého názoru pan Gorol věc nebagatelizoval, pouze se vyjádřil k tomu, že kdyby barmanka mladíky vůbec nepouštěla do herny, tak by se celý incident nestal. Ale i tak mu to bylo tzv. vkládáno do úst. Majorita měla zastoupení pětikrát vyšší, tedy dvacet pět příspěvků. Nejčastěji se vyjadřovali starostové (Nového Boru, později i Varnsdorfu, Rumburku) či místní

politici, mluvčí policie a záchranné služby, později i účastníci demonstrace, barmanka nebo příbuzní obětí.

Novinky.cz měly poměr vyjádření obdobný, pět vyjádření Romů a dvacet jedna vyjádření majority. Co se týče zastoupení, lze říci, že je téměř stejné jako u deníku idnes.cz, první vyjádření minority nastává také až čtyři dny po útoku na tiskové konferenci. Za velmi populistický a zjednodušovaný lze považovat titulky z 12. 8. 2011: „Za útok mačetami může servírka, tvrdí Romové“ (Švehla, 2011a). Zde se vyjadřuje zejména Štefan Gorol, který pouze upozorňuje, jak by to mohlo dopadnout, kdyby se ze strany obsluhy neporušoval zákon. A vyjadřuje pochybnosti, že se vše nemuselo stát tak, jak píše média, což je zcela pochopitelné, když máme vyjádření pouze jedné strany.

6.4 Nastolování agendy

Zpravodajské hodnoty (viz. kap. 5.2.1.3) negace a konfliktu se objevovaly často, byly nalezeny v každém článku a neustále se opakovaly, což vedlo k dramatizaci. Často se tyto dvě hodnoty překrývaly. Kromě neustálého opakování, byla podstatná jména ještě vygradována přídavným jménem, které pro dané informování nebylo nijak důležité, ale vedlo k výše zmíněné dramatizaci. Pro ilustraci uvedeme několik příkladů, které se objevovaly ve více článcích, v obou denících: krvavý útok, krvavý incident, brutální útok (těchto výroků bylo často zmíněno, že šlo o útok mačetami a obušky), likvidační útok, odplata přinesenými zbraněmi, masakr, útok Romů, protest proti Romům, sestěhování Romů, rostoucí kriminalita, romská kriminalita, sociálně slabí, sestěhování sociálně slabých. Dále se zde objevovalo: rasově motivovaný čin, rasový motiv, i když rasový podtext nebyl potvrzen, odkazy na něj a pojmenovávání ho tak se objevovaly často. Také se tato situace spojovala s extrémisty, pravicovými radikály, skiny. Tato skutečnost mohla vést k tomu, že veřejnost začala kauzu vnímat jako rasisticky motivovanou.

Epizodické rámování (viz. kap. 5.2.1.2) bylo nalezeno v každém článku, vždy se jednalo o příběh konkrétních lidí, ať už o tzv. mačetový útok v Novém Boru, tak pozdější demonstrace v Novém Boru či Varnsdorfu. Příklad tematického rámování jsme mohli pozorovat při uvedení statistiky o nárůstu kriminality v tzv. Šluknovském výběžku. Ale vzhledem k tomu, že u této statistiky nebyly uvedeny žádné zdroje, můžeme diskutovat nad její pravdivostí. Tato statistika se objevuje ve dvou článcích idnes.cz. (Angermannová, 2011a), (Bořil, Frouzová, Chlebná, 2011). Ve článcích se

hovoří o vzrůstající kriminalitě, která je vysvětlená zejména sestěhováním sociálně slabých. Ale nedá se říci, že by se o problematice romské minority mluvilo v širším okruhu, např. o přístupu ke vzdělání a zaměstnanosti, poukazuje se pouze na to, že Romové můžou za narůstající kriminalitu.

Vypíchnutí neboli priming (viz. kap. 5.2.1.2) byl identifikován, často spolu se zpravodajskou hodnotou negace, konfliktu nebo dokonce s oběma najednou. Za vypíchnutí lze považovat všechny případy, kde jsou jako pachatelé či útočníci označeni Romové, také označování útoku za rasistický a spojování s odvetou pravicových extrémistů, atd. Např. titulek z idnes.cz: „Tak jsme to bílejm hlavám nandali, řekl jeden z útočníků s mačetou“ (Karásková, Werner, 2011) nebo ve stejném článku označení pachatelů za tzv. trestní komando. Další vypíchnutí lze najít ve výroku: „Romové dokonce nabídli policii, že zbývající dva násilníky, kteří jsou na útěku, pomohou dopadnout.“ (Karásková, Werner, 2011) Slovo „dokonce“ v předchozí citaci působí na něco zvláštního až neuvěřitelného.

Výroky demonstrantů, které uveřejňuje idnes.cz jasně ukazují, kdo za všechno tzv. může: „Policie nekoná to, co má. Romové si tu dělají, co chtějí.“ a „Když někdo přijde na policii, že se dostal do potyčky s Romy, tak se ani nedělá zápis. Potom to vypadá, že zde problémy s Romy nemáme.“ (Šebelka, 2011c) nebo „Do některých lokalit už nelze ani jít, Romové nám spílají, že je to jejich území, že tam nemáme co dělat.“ ((Angermannová, 2011b). Tyto výroky a jejich následné uveřejnění může vést veřejnost ke změně či utvrzení se v názoru, že za zhoršenou situaci opravdu mohou Romové. A následné „burcování“ a vyzývání ke změně: „Lidem dochází trpělivost a chtějí zastavení přílivu nepřizpůsobivých zajistit.“ (Angermannová, 2011a).

U novinek.cz jsme se setkávali i s použitím pozitivních slov při popisu napadené strany a negativně zabarvených slov při popisování chování útočníků, např.: „Důvodem napadení hostů baru bylo údajně napomenutí za hlučné chování.“ (Novinky.cz, 2011b). To že tomu následovalo napadení mladíků-pachatelů, to už se zde neuvádí. Nebo jasně vypovídající vyjádření autora, které má za cíl ovlivnit čtenáře: „Olej do ohně však přilil předseda romského sdružení z Nového Boru Štefan Gorol. Ten pro server Romea.cz řekl, že hosté baru útok vlastně vyprovokovali.“ (Švehla, 2011b). Takto popsal autor článku Gorolův názor na to, jak se věci udály.

Velmi mě překvapilo, že ani jeden deník nectí to, že se nesmí uvádět žádné informace o nezletilém. Novinky.cz uveřejňují celé jméno patnáctiletého a sedmnáctiletého chlapce, u staršího je k vidění i fotografie (Švehla, 2011c). Server idnes.cz uvádí jméno staršího z chlapců (Horáček, 2011).

6.5 Srovnání deníků

V obsahové analýze článků vybrané kauzy, jsme objevili všechny atributy, které vedou k mediální konstrukci, hypotézy se tedy potvrdily. Při podrobném studiu textů, jsem nemohla uvěřit, že se nejedná o tzv. bulvární plátky, protože na mě tak působily. Populistické vyjadřování, neustálé zdramatizování a opakování negativních a konfliktních slov či slovních spojení bylo k vidění u obou deníků. Pokud bych měla opravdu srovnávat, tak deník idnes.cz vyjde z hodnocení o trochu lépe, zejména protože dokola neomílal to samé, a že neuveřejnil jméno nejmladšího a fotografii druhého nejmladšího pachatele. Co se týče prostoru pro vyjádření obou zúčastněných stran, dopadly deníky oba stejně.

Závěr

Cílem práce bylo identifikovat mediální konstrukce vybrané kauzy. Pro dosažení tohoto cíle bylo nutné poskytnout dostatečné teoretické ukotvení. První kapitola se zabývá definováním pojmů z oblasti rasismu a médií, vysvětlují se zde základní pojmy a vztahy, které se prolínají celou prací. Druhá kapitola se věnuje médiím a stereotypům, uvádí vysvětlení, proč se stereotypy v médiích a tím i ve společnosti neustále vyskytují. Dále se rozebírá zobrazení minorit v médiích a zobrazení Romů v médiích. V této kapitole se také uvádí, jaký je vliv na veřejnost, pokud se nedá prostor oběma zúčastněným stranám. Třetí kapitola popisuje vlivy a účinky zpráv. Jak na nás působí přijímání zpráv a typy působení. Dále se analyzuje působení na jednotlivce, na chování a postoje. Důležitou podkapitolou je mediální gramotnost, která by měla být východiskem, jak zabránit manipulaci médií. Čtvrtá kapitola popisuje manipulaci v médiích, druhy manipulace a metody manipulace. Z metod manipulace bych vyzvedla podkapitolu nastolování agendy, která je použita ve výzkumu, konkrétně se sleduje výskyt zpravodajských hodnot, rámování a vypíchnutí. Pátá kapitola je zaměřená na metodologii. Popisuje se zde použitá metoda výzkumu, tedy obsahová analýza a důvod jejího výběru. Také jsou zde uvedené hlavní a vedlejší výzkumné otázky. V poslední kapitole se představuje sledovaná kauza, období jejího sledování a výběr médií. Poté jsou představeny samotné výsledky výzkumu. K shrnutí výsledků, oba deníky nevěnovaly dostatečný prostor romské minoritě. Také byla identifikována stereotypní zobrazení Romů. Z tématu nastolování agendy se sledoval výskyt zpravodajských hodnot negace a konfliktu, tyto hodnoty byly nalezeny v každém článku, vybrané a opakované hodnoty jsou uvedeny v analytické části. Epizodické rámování se vyskytovalo také v každém článku. Vypíchnutí neboli priming se objevovalo např. v samotném titulku či v přímých citacích zúčastněných. V poslední podkapitole je srovnání obou deníků.

V obsahové analýze se prokázalo, že vybraná média kauzu zkonstruovala a že používala metody k ovlivnění čtenáře. Kauza by se dala rozpracovat do širšího kontextu, bylo by zajímavé, jakým směrem se kauza dále vyvíjí. Jestli média stále ovlivňují veřejnost a pokud ano, tak jakým způsobem.

Použité zdroje

ANGERMANNOVÁ, Andrea. Kriminalita na Šluknovsku roste, lidem dochází trpělivost a kupují psy. *Idnes.cz* [online]. 2011a[cit. 2012-04-10]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/kriminalita-na-sluknovsku-roste-lidem-dochazi-trpelivost-a-kupuji-psy-133-/domaci.aspx?c=A110817_185145_usti-zpravy_oks

ANGERMANNOVÁ, Andrea. Protest proti kriminalitě ve Varnsdorfu odvolali, i tak přišlo 60 lidí. *Idnes.cz* [online]. 2011b[cit. 2012-04-10]. Dostupné z: http://usti.idnes.cz/protest-proti-kriminalite-ve-varnsdorfu-odvolali-i-tak-prislo-60-lidi-1jx-/usti-zpravy.aspx?c=A110820_1638059_usti-zpravy_ab

ČTK.CZ a PRAVO.NOVINKY.CZ. Hromadná rvačka dvaceti proti čtyřem v Rumburku, jeden skončil v nemocnici. *Novinky.cz* [online]. 2011[cit. 2012-04-12]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/krimi/242400-hromadna-rvacka-dvaceti-proti-ctyrem-v-rumburku-jeden-skoncil-v-nemocnici.html>

Dacík, T., 2001, Člověk a rasa, Brno: Akademické nakladatelství CERM, s. r. o

Frištenská, H., 1998, Pojmy xenofobie, rasismus, rasové násilí a rasová diskriminace. In Šišková, T.,(Ed.), *Výchova k toleranci a proti rasismu*, Praha: Portál, s. r. o.

HORÁČEK, Aleš. Policii se přihlásil první ze tří hledaných útočníků s mačetami. *Idnes.cz* [online]. 2011[cit. 2012-04-10]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/policii-se-prihlasil-prvni-ze-tri-hledanych-utocniku-s-macetami-pwg-/krimi.aspx?c=A110811_160352_liberec-zpravy_alh

IDNES.CZ. Skupina mužů napadla mačetou obsluhu herny v Novém Boru. *Idnes.cz* [online]. 2011a[cit. 2012-04-10]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/skupina-muzu-napadla-macetou-obsluhu-herny-v-novem-boru-p2t-/krimi.aspx?c=A110807_155845_liberec-zpravy_ab

IDNES.CZ. Policie zadržela dva útočníky, kteří v herně napadli mačetou hosty. *Idnes.cz* [online]. 2011b[cit. 2012-04-10]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/policie-zadrzela-dva-utocniky-kteri-v-herne-napadli-macetou-hosty-1ck-/krimi.aspx?c=A110808_123305_liberec-zpravy_oks

IDNES.CZ. Policie obvinila dva útočníky, kteří napadli mačetami hosty herny. *Idnes.cz* [online]. 2011c[cit. 2012-04-10]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/policie-obvinila-dva-utocniky-kteri-napadli-macetami-hosty-herny-pym-/krimi.aspx?c=A110809_154943_liberec-zpravy_oks

Ilowiecki, M.T., Žantovský, P., 2008, *Manipulace v médiích*, Praha, Univerzita Jana Amose Komenského Praha

Jiráček, J. 2003, Nečitelní cizinci, Jak se (ne)píše o cizincích v českém tisku, Praha, Multikulturní centrum Praha, o.s.

Jiráček J., Köpplová, B., 2007, Média a společnost [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace], Praha, Portál s. r. o

Jiráček J., Köpplová, B., 2009, Masová media, Praha: Portál s. r. o

KALVAS, František, Jan VÁNĚ, Martina ŠTÍPKOVÁ a Martin KREIDL. Rámcování a nastolování agendy: Dva paralelní procesy v interakci. *Sociologický časopis*. 2012, č. 1, s. 37. Dostupné z: http://sreview.soc.cas.cz/uploads/99442ea63836874d8cc54a132363c58004f94245_R%C3%A1mcov%C3%A1n%C3%AD%20a%20nastolov%C3%A1n%C3%AD%20agendy.pdf

KARÁSKOVÁ, Ivana a Lukáš WERNER. Tak jsme to bílejším hlavám nandali, řekl jeden z útočníků s mačetou. *Idnes.cz* [online]. 2011[cit. 2012-04-16]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/tak-jsme-to-bilejm-hlavam-nandali-rekl-jeden-z-utocniku-s-macetou-p85-/krimi.aspx?c=A110817_213949_domaci_brm

Karhanová, K., Homoláč J., 2003, Protěžují novináři Romy? In Pospíšil, F., Šimáček, M., Vochocová, L. (eds.), Očernění. Etnické stereotypy v médiích, Člověk v tísni

Kleková, S., Stereotypy v nás i jinde, In Pospíšil, F., Šimáček, M., Vochocová, L. (eds.), Očernění. Etnické stereotypy v médiích, Člověk v tísni

Kotra, M., 2003, Editoři a téma menšin, In Pospíšil, F., Šimáček, M., Vochocová, L. (eds.), Očernění. Etnické stereotypy v médiích, Člověk v tísni

Krchová, A., Viznerová, H., 2008, Diskriminace azylantů a azylantek v ČR z genderové perspektivy, Evropská kontaktní skupina v České republice

McQuail, D., 2007, Úvod do teorie masové komunikace, Praha, Portál s. r. o

McCombs, M., 2009, Agenda setting, Praha, Portál s. r. o

Niessen, J., 2000, Rozmanitost a soudržnost: nové úkoly v oblasti imigrantů a menšin, Vydavatelství Rady Evropy

Noelle-Neumann, E., 1993, The Spiral of Silence: public opinion-our social skin, Chicago, London: University of Chicago Press

NOVINKY.CZ. Obsluha okřikla hosta, ten přivolal posily s mačetami. *Novinky.cz* [online]. 2011a[cit. 2012-04-12]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/krimi/241127-obsluha-okrikla-hosta-ten-privolal-posily-s-macetami.html>

NOVINKY.CZ. Jeden z útočníků s mačetami z Nového Boru byl obviněn. *Novinky.cz* [online]. 2011b[cit. 2012-04-12]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/krimi/241238-jeden-z-utocniku-s-macetami-z-noveho-boru-byl-obvinen.html>

PEHE, Jiří. Až začnou Romové využívat Twitter. [online]. 2011[cit. 2012-04-01]. Dostupné z: <http://www.pehe.cz/Members/redaktor/az-zacnou-romove-vyuzivat-twitter>

PRAVO.NOVINKY.CZ. Policie již identifikovala podezřelé z mačetového útoku, jeden se přihlásil sám. *Novinky.cz* [online]. 2011[cit. 2012-04-12]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/krimi/241592-policie-jiz-identifikovala-podezrele-z-macetoveho-utoku-jeden-se-prihlasil-sam.html>

Reifová, I., 2004, Slovník mediální komunikace, Praha, Portál, s. r. o

Schultz, W., Scheger, H., Hagen, L., Reifová, I., Končelík, J., 2004, Analýza obsahů mediálních sdělení, Praha, Karolinum

ŠEBELKA, Jan. Kvůli útoku v Novém Boru svolávají lidé demonstraci, půjde i starosta. *Idnes.cz* [online]. 2011a[cit. 2012-04-10]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/kvuli-utoku-v-novem-boru-svolavaji-lide-demonstraci-pujde-i-starosta-122-/domaci.aspx?c=A110810_183231_liberec-zpravy_alh

ŠEBELKA, Jan. Romové z Nového Boru se bojí odvety, vinu dávají i obsluze herny. *Idnes.cz* [online]. 2011b[cit. 2012-04-10]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/romove-z-noveho-boru-se-boji-odvety-vinu-davaji-i-obsluze-herny-pvx-/krimi.aspx?c=A110812_205754_liberec-zpravy_abr

ŠEBELKA, Jan. Pět minut ticha za útok mačetou, tak protestovali lidé v Novém Boru. *Idnes.cz* [online]. 2011c[cit. 2012-04-16]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/pet-minut-ticha-za-utok-macetou-tak-protestovali-lide-v-novem-boru-10a-/domaci.aspx?c=A110815_173158_liberec-zpravy_oks

ŠVEHLA, Jaroslav. Za útok mačetami může servírka, tvrdí Romové. *Novinky.cz* [online]. 2011a[cit. 2012-04-12]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/krimi/241722-za-utok-macetami-muze-servirka-tvrdi-romove.html>

ŠVEHLA, Jaroslav. Občané Nového Boru otřesení krvavým běsněním budou demonstrovat. *Novinky.cz* [online]. 2011b[cit. 2012-04-12]. Dostupné z:

<http://www.novinky.cz/domaci/241510-obcane-noveho-boru-otreseni-krvavym-besnenim-budou-demonstrovat.html>

ŠVEHLA, Jaroslav. V Novém Boru se chystá demonstrace, Romy vyzvali, ať na ni nechodí. *Novinky.cz*[online]. 2011c[cit. 2012-04-12]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/krimi/241794-v-novem-boru-se-chysta-demonstrace-romy-vyzvali-at-na-ni-nechodi.html>

ŠVEHLA, Jaroslav. V Novém Boru se po mačetovém útoku demonstrovalo za klid v ulicích. *Novinky.cz*[online]. 2011d[cit. 2012-04-12]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/241892-v-novem-boru-se-po-macetovem-utoku-demonstrovalo-za-klid-v-ulicich.html>

Šveřepa, M., 2005, Sociální práce a média, *Sociální práce/Sociálnapraca*, č. 4, s. 111-119

Trampota, T., 2006, Zpravodajství, Praha, Portál, s. r. o.

Veis, J., 2003, Nastolování témat: o čem a proč (se píše v novinách a natáčí v rozhlasu a v televizi), In Pospíšil, F., Šimáček, M., Vochocová, L. (eds.), *Očernění. Etnické stereotypy v médiích, Člověk v tísní*