

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2018

Eva Straškrábová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Rámcování tématu bezdomovectví českými celostátními
médií**

Diplomová práce

Autor práce: Eva Straškrábová

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Alice Němcová Tejkalová, Ph.D.

Rok obhajoby: 2018

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 25. července 2018

Eva Straškrábová

Bibliografický záznam

STRAŠKRÁBOVÁ, Eva. *Rámcování tématu bezdomovectví českými celostátními médii*. Praha, 2018. 125 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Alice Němcová Tejkalová, Ph.D.

Rozsah práce: 170 364 znaků včetně mezer

Anotace

Diplomová práce se zabývá specifickou oblastí fungování masových médií na příkladu konkrétního sociálního problému, bezdomovectví. Skrze autorský výzkum deskriptivně analyzuje mediální obsahy českých celostátních médií a identifikuje rámce, které bezdomovectví v komunikátech typicky provází. Stěžejní teoretická východiska pro práci proto představují zejména sociální konstruktivismus a rámcování. Klíčovou částí předloženého textu je samotný výzkum, který je inspirován především zahraničními studii T. G. Shieldse (2001) a C. Zuffereyové (2014). K jeho uskutečnění je zvolena metoda kvantitativní obsahové analýzy, pomocí níž jsou zkoumány mediální výstupy šesti vybraných celostátních médií napříč třemi mediatypy. Konkrétně jsou zkoumány zpravodajské a publicistické texty deníků Právo a Blesk, televizních stanic ČT 1 a Nova a rozhlasových stanic Radiožurnál a Impuls, publikované v desetiletém období od 1. ledna 2007 do 31. prosince 2016. Pozornost je věnována především prostoru danému zpravodajství o této tematické, způsobu mediální reprezentace osob bez domova, rámcování příčin a řešení bezdomovectví a zdroji, již dostávají v médiích prostor explicitně se vyjádřit. Práce svým rozsahem a zaměřením přináší jedinečné a aktuální poznatky doplňující momentálně minimální znalosti o bezdomovectví v českém prostředí v perspektivě mediálních studií.

Annotation

This master's thesis focuses on a specific area of mass media functioning, with reference to a particular social problem – homelessness. Descriptive analysis is used to investigate media content by original research, and to identify frames, which typically accompany the topic of homelessness in the Czech nationwide media. Therefore, the main theoretical framework is outlined by the paradigm of social constructivism and the theory of media framing. The major part of the presented text is the research itself, initially inspired by the foreign media studies of T. G. Shields (2001) and C. Zufferey (2014). The method of quantitative content analysis is used to explore the contents of six selected nationwide media, covering three various media types. To be exact, the contents considered are media news issued by daily Právo and Blesk, by television channels ČT 1 and Nova, and radio channels Radiožurnál and Impuls, within the decade of January 1st 2007 to December 31st

2016. Primary attention is drawn to the media space dedicated to reporting on the topic of homelessness, to the manner in which homeless people are represented in the media, to framing of causes and treatment of homelessness, and to the speakers, who are given the chance to explicitly speak in the media. Last but not least, the scope and the focus of this thesis provide unique and contemporary pieces of insight, supplementing currently minimal knowledge of homelessness within the Czech environment via the perspective of media studies.

Klíčová slova

Bezdomovectví, obsahová analýza, kvantitativní výzkum, mediální rámcování, sociální konstruktivismus

Keywords

Homelessness, content analysis, quantitative research, media framing, social constructivism

Title

Framing of Homelessness by the Czech Nationwide Media

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala PhDr. Alici Němcové Tejkalové, Ph.D. za její vstřícnost a všechen čas, který vždy velmi ochotně věnovala odbornému vedení celé této práce. Děkuji také PhDr. Vlastimilu Nečasovi, Ph.D. za několik společných konzultací v souvislosti s metodologií výzkumu. Z celého srdce pak děkuji svým báječným rodičům, nejmilejší Jiřince a nejmilovanějšímu Ondřeji za jejich každodenní podporu, lásku a trpělivost.

Obsah

| | |
|--|-----|
| Úvod | 2 |
| 1. Teoretická východiska | 5 |
| 1.1 Vybrané koncepty mediálního diskurzu | 6 |
| 1.1.1 Mediální a sociální konstrukce reality | 6 |
| 1.1.2 Rámcování | 9 |
| 1.1.3 Média a bezdomovectví | 17 |
| 1.2 O bezdomovectví | 19 |
| 1.2.1 Bezdomovectví | 19 |
| 1.2.2 Mediální reprezentace bezdomovectví | 21 |
| 1.2.3 Současný stav bezdomovectví v České republice | 29 |
| 2. Vlastní výzkum | 39 |
| 2.1 Metodologická východiska | 39 |
| 2.1.1 Výzkumný cíl | 39 |
| 2.1.2 Výzkumné otázky | 39 |
| 2.1.3 Výzkumná metoda | 40 |
| 2.1.4 Operacionalizace výzkumných otázek | 41 |
| 2.1.5 Výzkumný vzorek | 52 |
| 3. Prezentace výsledků | 57 |
| 3.1 VO1: Kolik prostoru věnují vybraná média tématu bezdomovectví a jak se tento mediální prostor vyvíjí v čase? | 57 |
| 3.2 VO2: Jakým způsobem zobrazují vybraná média lidi bez domova? | 62 |
| 3.3 VO3: Jak vybraná média rámcují příčiny bezdomovectví? | 69 |
| 3.4 VO4: Jak vybraná média rámcují řešení bezdomovectví? | 72 |
| 3.5 VO5: Kdo se ve vybraných médiích k bezdomovectví vyjadřuje? | 76 |
| 4. Diskuze | 82 |
| Závěr | 89 |
| Summary | 94 |
| Použitá literatura | 96 |
| Teze diplomové práce | 109 |
| Seznam příloh | 113 |

Úvod

Předmětem diplomové práce je výzkum specifické oblasti fungování masových médií na příkladu konkrétního sociálního problému, bezdomovectví. Cílem práce je skrze autorský výzkum popsat, jakým způsobem se v českých celostátních médiích typicky prezentuje téma bezdomovectví, tedy konkrétně, jaké rámcování toto téma provází. Ze své podstaty se tak práce soustředí především na mediální rozměr daného tématu, v rámci kterého zkoumá mediální obsahy.

První část práce poskytuje teoretická východiska, která slouží jako základ pro ukotvení vlastního výzkumu. Vzhledem ke stanoveným cílům práce je věnována pozornost zejména paradigmatu sociálního konstruktivismu a konceptu mediálního rámcování. Mimoto je stručně představena problematika bezdomovectví a nastíněna role médií v souvislosti s mediací tohoto sociálního problému. Významnou součástí tohoto oddílu jsou pak zjištění již uskutečněných zahraničních výzkumů, které se rámcováním bezdomovectví v médiích zabývají. Právě tyto studie slouží jako klíčová inspirace pro konstrukci vlastního výzkumu. První část práce uzavírá přehled současného stavu bezdomovectví v České republice, a to jak z pohledu sociální reality, tak z pohledu postojů veřejnosti k bezdomovectví. Tato podkapitola má ovšem pouze doplňující, komplementární charakter a nabízí relevantní rozšíření kontextu zkoumaného tématu.

Druhá část práce je pak věnována autorskému výzkumu, který je postaven na metodologii kvantitativní obsahové analýzy. Na základě výzkumného cíle a zvolené metody jsou stanoveny a operacionalizovány výzkumné otázky a definován výzkumný vzorek. Analyzovaný soubor zahrnuje vybrané mediální výstupy několika předem zvolených celostátních médií reprezentující tři různé mediatypy (tisk, televizi a rozhlas), jež byly vydané v období posledních deseti let¹. Veškeré postupy jsou zde detailněji vysvětleny. Stěžejní součástí práce tvoří analýza výsledků výzkumu a jejich interpretace v souvislosti s poznatky představenými v první části práce.

Mediálnímu zpracování tématu bezdomovectví se již dříve věnovalo několik autorů, a to především formou výzkumů mediálních obsahů vybraných, zejména zahraničních, médií soustředících se obvykle na jeden konkrétní mediatyp. Příkladem může být práce T. G. Shieldse (2001) a výzkum Zuffereyové (2014). Právě tyto studie jsou prvotní obsahovou i

¹ Vzhledem k době psaní práce je zkoumané období charakterizováno jako interval od 1. ledna 2007 do 31. prosince 2016.

metodologickou inspirací této diplomové práce, kterou doplňují i autoři dalších zahraničních výzkumů (viz například Buck et al., 2004; Schneiderová et al., 2010; Schneiderová, 2011; Widdowfieldová, 2001 a další). V tomto směru je tedy náš text obohacen o řadu dalších zdrojů, jež nebyly v tezích původně uvedeny, a které byly objeveny při rozsáhlé rešerši existujících materiálů ve snaze pečlivého zpracování tématu. V českém prostředí prozatím nebyla mediálnímu obrazu bezdomovectví věnována významnější pozornost. Výjimkou je několik bakalářských a diplomových prací, které ovšem užívají zejména kvalitativního přístupu (viz například Aujezdský, 2014; Balcar, 2013; Hejnal, 2012 a další). I z tohoto důvodu je u nás možné zaznamenat aktuální požadavek rozsáhlejší odborné studie zabývající se tímto fenoménem s ohledem na jeho mediální rozměr (viz například Kliment, Dočekal, 2016). Náš výzkum by se tak svým charakterem kvantitativní obsahové analýzy, rozsahem soustředícím se na období jedné dekády i zaměřením na česká celostátní média měl stát jedinečným doplněním existujících studií a poznatků.

Mediální studia pak nabízejí velké množství zdrojů zabývajících se rámcováním, sociálním konstruktivismem i dalšími mediálními koncepty a teoriemi diskutovanými v práci. Pro zpracování tématu je užitá česká i zahraniční odborná literatura, která je v porovnání s tezemi významně rozšířena.

Diplomová práce se mírně odchyluje od původních tezí v několika bodech teoretických východisek i oblastech vlastního výzkumu. Tato změna je provedena záměrně a uváženě a reflektuje naši snahu dodržet a naplnit cíl práce v jeho plné relevantnosti. Obsah teoretických východisek, který byl navrhnout v tezích, pojímá téma více zeširoka a s ohledem na očekávané požadavky a rozsah práce neumožňuje natolik detailní zpracování dané problematiky. Z tohoto důvodu po pečlivém zvážení záměrně náplň práce více koncentrujeme a zabýváme se jen vybranými klíčovými oblastmi, zato více do hloubky. V některých případech je pak práce naopak doplněna o nové poznatky, které byly objeveny při rešerši a psaní samotné práce, a to zejména v souvislosti s aktuálním stavem bezdomovectví. Ve všech případech jsou to ovšem poznatky, které jsou pro práci zcela relevantní. Obdobně jsou především rozšířeny oblasti zkoumané v rámci vlastního výzkumu, a to opět ve snaze přinést ucelené, hlubší a přesné výsledky analýzy naplňující výzkumný cíl. Záměr diplomové práce představený v tezích zůstává nezměněn, a naopak je vyvinuta maximální snaha jej kvalitně naplnit. Veškeré provedené změny proto považujeme za přínosné a ku prospěchu práce.

Z provedených změn lze jmenovat například upuštění od bližšího zkoumání konceptů mediální konstrukce životního rizika a zpravodajských hodnot. Nastolování agendy je pak v práci zmíněno jen okrajově, a to v úzké souvislosti s teorií rámcování. Jak bylo již zmíněno, práce se s ohledem na mediální rozměr zabývá primárně mediálními obsahy. Přestože tedy v textu upozorňujeme na významnost vlivů mediální produkce i teorií účinků médií, není těmto aspektům z podstaty práce věnována větší pozornost. Teoretický rámec je ovšem naopak doplněn o poznatky současného stavu bezdomovectví v České republice, díky čemuž je vhodně rozšířen kontext zkoumaných mediálních obsahů. V neposlední řadě je v rámci vlastního výzkumu stanoveno nakonec vícero výzkumných otázek. Díky tomuto rozšíření je možné lépe a přesněji dosáhnout výzkumného cíle. Oproti tomu je však úmyslně upuštěno od komparace reprezentace bezdomovectví v jednotlivých zkoumaných médiích, a to na základě skutečnosti, že práce se soustředí na celkový mediální obraz tvořený celostátními médii.

1. Teoretická východiska

První část diplomové práce si klade za cíl představit teoretická východiska, na jejichž základech je vystavěn výzkum prezentovaný v části druhé. Především nabízí vybrané koncepty, teorie a pojmy mediálních studií, které jsou stěžejní pro adekvátní ukotvení našeho výzkumu, stejně tak jako pro lepší pochopení jeho významu v kontextu mediálního a společenského diskurzu. Vzhledem k tomu, že celý výzkum podléhá konstruktivistické optice, první kapitola práce je věnována zejména vysvětlení tohoto přístupu a s ním souvisejících konceptů. Pozornost je věnována zejména mediálnímu rámcování a jeho různým pojetím.

První část rovněž doplňuje nezbytné informace, jež se bezprostředně týkají bezdomovectví. V první řadě je zde představen fenomén bezdomovectví a nabídnuta možná definice samotného bezdomovce, respektive osoby bez domova. Klíčovou součástí podkapitoly *O bezdomovectví* je pak představení řady zahraničních mediálních výzkumů, které na toto téma byly v minulosti uskutečněny a které nabízejí velmi důležité poznatky, jež mohou být využity jako inspirace pro teoretické a metodologické ukotvení našeho výzkumu. Výsledky prezentovaných studií pak rovněž napovídají, na jaké oblasti je možné se v našem výzkumu zaměřit, případně do určité míry mohou indikovat, jaké výsledky je možné očekávat.

V neposlední řadě jsou v této sekci uvedeny také aktuální poznatky sociální reality bezdomovectví u nás, stejně tak jako postoje české většinové populace k bezdomovectví, což umožňuje pohlédnout na tento fenomén v co možná nejširší perspektivě. Je však nutné zdůraznit, že tyto údaje slouží pouze pro doplnění kontextu a je zcela ponecháno na čtenářích, jak s nimi sami naloží. V žádném případě neslouží pro cílené srovnání sociální reality s realitou konstruovanou médii a jejich vzájemnými účinky. Taková komparace není cílem našeho výzkumu a její uskutečnění je otázkou dalšího komplexního bádání – tedy nad rámec této diplomové práce, která se zabývá pouze samotnými mediálními obsahy.

1.1 Vybrané koncepty mediálního diskurzu

1.1.1 Mediální a sociální konstrukce reality

Stěžejní teorii pro tuto diplomovou práci představuje velmi silný společensko-vědní směr (McQuail, 2009), *sociální konstruktivismus*², s jehož počátky jsou spjati zejména Peter L. Berger a Thomas Luckmann (Berger, Luckman, 1999) a jejich kniha *The Social Construction of Reality* (Sociální konstrukce reality)³.

Zásadní myšlenkou, se kterou sociální konstruktivismus přichází, je premisa, že svět kolem nás je utvořen nespočtem různých realit, nikoliv pouze jednou jedinou. Samotnou *realitou* jsou pak myšleny jevy, které my sami neovlivníme svým vlastním přáním, respektive svou vlastní myslí. Jinak řečeno, jsou to jevy, které existují navzdory našim myšlenkám a mentálním procesům. Různé reality přitom existují najednou a do jisté míry souvisí s individuálním vnímáním (či selekcí vnímaných podnětů) každého z nás. Berger a Luckmann považují za nadřazenou realitu oproti jiným vyhraněným realitám *realitu našeho každodenního života*, která je do určité míry strukturovaná díky časovosti. Také tato realita je ze své podstaty subjektivní, neboť každý z nás svůj den strukturuje či plánuje jinak, s ohledem na svou představu o jeho průběhu. Současně autoři poukazují na skutečnost, že naše každodenní sociální interakce jsou spojeny s typizací, respektive schémata⁴, které užíváme. (Berger, Luckmann, 1999.) Pracujeme tedy se schémata jako je například „cizinec“, „pedagog“, „bezdomovec“, které nám umožňují jednodušeji uchopit a selektovat velké množství informací kolem nás (Graberová, 1988, s. 186). V této souvislosti pak velmi významnou roli sehrává právě jazyk, jakožto nejdůležitější nástroj, který nám umožňuje blíže popsat, vysvětlit a interpretovat naši subjektivní realitu. Díky němu se tak naše individuální realita stává pro druhé více smysluplnou a ve své podstatě reálnější. (Berger, Luckmann, 1999.)

Bok po boku všech těchto realit pak existuje také realita sdílená napříč společností, kterou Berger s Luckmannem označují za *realitu objektivní*. Také v této realitě je jazyk

² Také překládán jako *sociální konstrukcionismus* (viz například McQuail, 2009, překlad Hany Loupové).

³ Jak dodává Denis McQuail (2009, s. 113), za ještě vzdálenější předchůdce prvotní (a tedy ještě ne natolik opracované) ideje sociálního konstruktivismu bychom mohli považovat práce Herberta Blumera (viz například Blumer, 1998) či Alfreda Schutze (viz například Schutz, 1967).

⁴ Schémata popsaly blíže Susan T. Fiskeová a Shelley E. Taylorová v knize *Social Cognition*, ve které rovněž pojímají tvorbu schémat jako aktivní konstrukci reality (1984, zejména kapitola šest – *Social schemata*). Schéma definují jako: „...kognitivní strukturu, která reprezentuje organizovanou znalost daného konceptu či typu stimulu.“ (ibid., s. 140), zdůrazňují přitom právě předchozí zkušenost s daným stimulem. Dále se schémata zabývá také například Doris A. Graberová (1988), která rovněž pojímá schémata jako proces sociálního učení (ibid., s. 184).

zásadním nástrojem jejích hybatelů, neboť má mimo jiné moc objektivizovat. Rovněž umožňuje vytvoření a sdílení pojmového aparátu, který dokáže udržovat symbolický svět objektivní reality. V neposlední řadě pak jazyk umožňuje konverzaci, která je zcela zásadní jakožto nástroj pro udržování reality. Berger a Luckmann rovněž vysvětlují proces, jakým určité elementy pronikají do objektivní reality – tedy jak jsou tyto prvky skrze sdílenou habitualizaci příslušníků dané společnosti institucionalizovány a posléze legitimizovány, tedy druhotně objektivizovány. (Berger, Luckmann, 1999.)

Naprosto zásadní je tedy idea, že společnost je tvořena jak touto objektivní realitou, tak i všemi výše popsanými subjektivními realitami, které se navzájem ovlivňují, přeměňují, prolínají či dokonce zaměňují⁵. (Berger, Luckmann, 1999.) K tomu autoři téměř v závěru knihy dodávají: „Člověk je biologicky předurčen k tomu, aby s ostatními lidmi svět vytvářel a žil v něm. Tento svět se pro něj stává dominantní a definitivní realitou. Jeho omezení jsou dána přírodou, ale jakmile je tento svět jednou vytvořen, zpětně na přírodu působí. V dialektice mezi přírodou a sociálně vytvořeným světem je přetvářen i samotný lidský organismus. V témže dialektickém vztahu člověk vytváří realitu, a tím vytváří i sám sebe.“ (Berger, Luckmann, 1999, s. 180). Sama společnost se tak vlastně stává konstruktem.

Sociální konstruktivismus a média

Paradigma sociálního konstruktivismu našlo odezvu i mezi odborníky mediálních studií, kteří myšlenky tohoto směru aplikují zejména v oblasti výzkumu účinků masových médií (McQuail, 2009, s. 113). To znamená, že mediální teoretici a výzkumníci ztotožnění s tímto paradigmatem nahlíží na média jakožto na prostředky, které skrze mediované příběhy zasahují do formování představ o světě. A to nezávisle na tom, jak moc či málo prvky těchto příběhů odpovídají sociální (či, jak by ji nazvali Berger s Luckmannem, objektivní) realitě. (Sotirovicová, 2001, s. 750.) Mnoho autorů přitom vychází z představy, že vše kolem nás i naše sdílená objektivní realita jsou velmi komplexní a složité. Média pak vstupují do konstrukce reality tím, že vytvářejí a zprostředkovávají jistý způsob pořádku v této mnohotvárnosti⁶. (Gitlin, 2003, s. 11.)

Konstruktivistický přístup tedy nepředpokládá, že by média zobrazovala věrnou reflexi sociální reality. Naopak: „Mediální reprezentace sociální reality jsou mnohdy

⁵ Jinými slovy, z reality subjektivní se může stát realita objektivní a naopak.

⁶ To rovněž odpovídá i důvodu užívání již zmíněných typizací, schémat či rámců v našich každodenních životech.

shledány za odlišné oproti takzvané objektivní realitě (např. oficiální statistiky, dotazníková šetření).“ (Sotirovicová, 2001, s. 750). Fairclough navíc dodává: „Základní domněnka zní, že mediální texty pouze ‚neodráží reality‘ tak, jak bývá někdy naivně předpokládáno; ony vytváří verze reality takovými způsoby, které jsou závislé na sociálním postavení, zájmech a cílech těch, kteří je produkují.“ (Fairclough, 1995, s. 103 – 104). Z jeho slov je patrné, že nejenže Fairclough podporuje postulát sociálního konstruktivismu, ale současně se v rámci něj kriticky zamýšlí nad tím, co mediální produkci ovlivňuje. Podobně v tomto kontextu o médiích přemýšlí i Todd Gitlin, který se zaměřuje zejména na zpravodajské rutiny jakožto prvek ovlivňující selekci jistého úhlu pohledu na konkrétní témata (Gitlin, 2003, s. 4). Fairclough i Gitlin tak poukazují na to, že kromě samotných mediálních obsahů je možné zkoumat i faktory ovlivňující mediální produkci, které tedy předcházejí formulaci samotných sdělení.

Dalším předmětem zkoumání pak mohou být možné účinky samotných médií na jejich příjemce. V této souvislosti je namístě zmínit kupříkladu *kultivační teorii*⁷. Ta se pokouší vysvětlit dlouhodobé sociálně-kulturní účinky (zejména televizních) médií na formování představy publika o sociální (respektive objektivní) realitě, přičemž vliv médií pokládá za významný (Burton, Jiráček, 2001, s. 348). Jak uvádí McQuail, základní předpoklad kultivační teorie je, že: „...sledování televize postupně vede k přijetí přesvědčení o povaze sociálního světa, které bude odpovídat stereotypnímu, deformovanému a velmi selektivnímu pohledu na realitu, jak je systematicky ukazována v televizní fikci a zpravodajství.“ (McQuail, 2009, s. 512). Televize pak: „Není oknem do světa ani odrazem světa, je sama o sobě světem.“ (McQuail, 2009, s. 512). McQuail tak opět prokazuje, že kultivační teorie se opírá o myšlenku sociálního konstruktivismu, přičemž realitu konstruovanou televizními médii považuje za pseudo-realitu, která nutně neodpovídá realitě objektivní. Současně i v tomto případě hovoří o selektivním pohledu na vybraná témata, což indikuje subjektivní a do jisté míry záměrný výběr, který je součástí samotné mediální produkce.

V souvislosti s kultivační teorií je nicméně nutné dodat, že je vhodné ji prověřovat i nadále. Zatímco některé existující studie potvrzují jistou roli médií či jejich specifických žánrů v konstruování představ příjemců mediovaných sdělení o vybraných tématech (viz například Segrin, Nabiová, 2002; Sotirovicová, 2001), další výzkumy médiím v tomto směru připisují jen velmi omezené účinky či tuto představu kriticky zpochybňují (viz

⁷ Viz Gerbner et al., 1973, především kapitola *Cultural Indicators: The Third Voice*.

například Hirsch, 1980; Morgan, Shanahan, 1997). I přes tento spor je však zřejmé, že zastánci i oponenti kultivační teorie uvažují o existenci objektivní reality, stejně tak jako o existenci jiné či jiných realit a o možných způsobech jejich formování.

Je na místě zopakovat, že výzkum doprovázející tuto diplomovou práci si klade za cíl zmapovat jisté prvky mediálních textů. Nebude tak zkoumat faktory ovlivňující jejich vznik, ani možný vliv mediálních obsahů na publikum. Bude zkoumat mediální sdělení jako taková. Přesto je klíčové zde nastínit možné pohledy na výzkum médií v co možná nejširší perspektivě sociálního konstruktivismu, neboť toto paradigma mediální produkci dodává ještě vyšší význam. Jinými slovy, již je zřejmé, že nad zkoumanými mediálními texty lze uvažovat jakožto nad faktory konstruujícími objektivní realitu, případně jako nad možnými činiteli majícími vliv na svá publika. Právě proto je velmi podstatné porozumět jejich obsahu.

1.1.2 Rámcování

Jak bylo vysvětleno výše, konstruktivistický přístup předpokládá, že se média svou činností podílí na formování naší sociální reality. Z tohoto postulátu rovněž vychází Gaye Tuchmanová (1978), která mediální zpravodajství příhodně připodobňuje k oknu, kterým pohlížíme na svět. Upozorňuje přitom na to, že pomyslný okenní rám tohoto mediálního průhledu, stejně tak, jako okno samotné či náš postoj vůči němu, jsou právě tím, co daný pohled usměrňuje a ovlivňuje. (Tuchmanová, 1978, s. 1.) Rám a od něj odvozené rám(c)ování tak výstižně označuje koncept mediálních studií, který bude blíže popsán v následujících odstavcích a který se v tomto oboru těší čím dál větší oblibě (D'Angelo, Kuypers, 2010, s. 1).

Základy teorie rámcování⁸ bývají spojovány s kognitivní a sociální psychologií, a především pak s prací sociologa Ervinga Goffmana (Pan, Kosicki, 1993). V oblasti mediálních studií se tímto konceptem zabývá celá řada autorů, kteří na rámcování pohlíží

⁸ V původním anglickém termínu *framing*. V českých překladech odborné literatury se pro *framing* objevuje několik různých výrazů, nejčastěji pak *rámcování*, *rámování*, *zarámování* apod. Například Hana Loupová, překladatelka knihy Denise McQuaila (2009), používá termín *rámování*, stejně tak, jako Helena Šolcová v překladu publikace Gilese et al. *Psychologie médií: Z pohledu psychologie* (2012). Tomáš Trampota (2006) pak kupříkladu hovoří o *zarámování*. Diskuzi týkající se české terminologie rovněž shrnula Alice N. Tejkalová (2012), která ve svém textu používá mimo anglický výraz zejména variantu *rámcování*: „...neboť dobře vystihují podstatu procesu.“ (s. 38). V zájmu udržení konzistentního názvosloví je v této práci *framing* překládán vždy jako rámcování, ačkoliv jsou akceptovatelné i jeho ostatní uvedené tvary.

mnohdy subjektivně a optikou různých společensko-vědních disciplín (viz například D'Angelo, 2002; Entman, 1993; Scheufele, 1999 a další). Právě interdisciplinární povaha tohoto konceptu do značné míry komplikuje jednoznačné vymezení rámcování, které by bylo platné napříč obory (Entman, 1993; Scheufele, 1999). V důsledku toho je patrné roztržité chápání tohoto konceptu i jeho vágní teoretické a metodologické ukotvení (Vreese, 2005). Názorným příkladem může být i skutečnost, že v literatuře bývá rámcování přisuzován různý charakter. Rámcování bývá označováno za přístup, teorii, paradigma či koncept, model nebo výzkumnou metodu (viz různá pojetí například D'Angelo, Kuypers, 2010; Gandy et al., 2001). V multidisciplinární povaze rámcování lze pak tedy spatřovat nejen pozitiva (D'Angelo, 2002), ale také nedostatky (Entman, 1993). Obdobně shrnuje základní poznatky o mediálním rámcování Kristína Lusková ve své rigorózní práci z roku 2013.

Jedním z autorů, kteří apelují na vytvoření ucelené a sjednocené definice rámcování, je i Robert M. Entman. Právě jeho pojetí rámcování, které formuloval v roce 1993, dnes v oblasti mediálních studií rezonuje zřejmě nejvíce. Entman rámcování ukotvuje v kognitivní psychologii a uvádí o něm následující: „*Rámcování nezbytně vyžaduje výběr⁹ a významnost¹⁰. Rámcovat znamená vybírat některé aspekty vnímané reality a zdůrazňovat je v komunikovaném textu takovým způsobem, aby podpořily určitou **definici problému, kauzální interpretaci, morální hodnocení a/nebo doporučené řešení.***“ (Entman, 1993, s. 52). Ve svém textu navíc zdůrazňuje, že rámce se objevují nejen v komunikovaných textech, ale také na straně komunikátora, příjemce a v neposlední řadě i v kultuře, v níž se daná komunikace odehrává. Rámcování tak připisuje povahu komunikačního procesu. (Entman, 1993.) Uvedenou Entmanovu (1993, s. 52 – 53) definici rámcování do češtiny překládá a blíže vysvětluje A. N. Tejkalová (2012) takto: „...**mediální rámce definují problémy, diagnostikují příčiny, činí morální hodnocení a navrhují nápravu s tím, že ne vždy se v jednom rámci vyskytují všechny čtyři vyjmenované funkce.** (...) Definováním problému míní Entman to, jakým způsobem je v článku představen aktér (aktéři) události, jaké jsou jejich postoje (ty jsou obvykle představovány z pozice běžných kulturních hodnot). Diagnostikováním příčin rozumí Entman identifikování sil, které způsobují nějaký problém v textu prezentovaný. Funkce morálního hodnocení pak znamená, že rámec je

⁹ Selection (Entman, 1993, s. 52).

¹⁰ Salience (Entman, 1993, s. 52). Tomáš P. Kačer a Vlastimil Nečas, překladatelé titulu Maxwella McCombsa *Agenda setting: nastolování agendy – masová média a veřejné mínění*, a jejich kolegyně Markéta Škodová uvádí, že termín *salience* je dnes již ustáleně do češtiny překládán právě jako „významnost“ (McCombs, 2009, s. 12).

vytvořen z pozice všeobecně uznávaných morálních principů aktéry, zahrnuje jejich činnost a výsledek tohoto jednání. A zároveň zvolený rámec navrhuje nápravu všech nalezených problémů a zabývá se jejich možnými následky...“ (s. 43).

Obdobně rámcování pojímá i Dietram A. Scheufele (1999), který na práci Entmana (1993) explicitně navazuje a přichází s procesním modelem rámcování, jenž ukotvuje v teorii účinků médií. V modelu identifikuje čtyři základní oblasti: 1) *budování rámců*¹¹, 2) *nastolování rámců*¹², 3) *účinky rámcování na individuální úrovni*¹³ a 4) *vztah mezi individuálními a mediálními rámci*¹⁴ (Scheufele, 1999, s. 114 – 118). Jak dále vysvětluje, *budování rámců* souvisí především se snahou zjistit, jaké individuální a systémové faktory ovlivňují tvorbu, respektive tvůrce, rámců v mediálních sděleních. *Nastolování rámců* je pak úzce spojeno s myšlenkou *nastolování agendy*¹⁵, tak, jak ji již dříve popsali Maxwell E. McCombs a Donald L. Shaw¹⁶ a jak bude ještě detailněji přiblíženo v následující podkapitole. *Účinky rámcování na individuální úrovni* je dle slov Scheufeleho míněn vliv rámců na chování, postoje a kognici příjemců daných sdělení. *Vztah mezi individuálními a mediálními rámci* pak v neposlední řadě upozorňuje na skutečnost, že i samotní mediální producenti jsou součástí mediálního publika, a že tak mohou být rovněž ovlivňováni rámci v jimi přijímaných sděleních. Rámcování lze tedy dle výkladu Scheufeleho interpretovat jako kontinuální komunikační proces, v němž se jednotlivé fáze navzájem ovlivňují. Na vznik konkrétních rámců pak mají vliv různé faktory, jako jsou například společenské hodnoty a normy, nátlaky zájmových skupin či postoje samotných novinářů. (Scheufele, 1999.)

Stejně jako Entman (1993) a Scheufele (1999), i Norrisová se svými kolegyněmi definuje podstatu rámcování jako prioritizaci vybraných aspektů tématu, kterou je podněcována určitá interpretace konkrétní zprávy. Mimo to však dodává, že je tak činěno nevědomě. (Norrisová et al., 2003, s. 11.) Teoretik mediálních studií Denis McQuail pak přisuzuje rámcování (stejně jako nastolování agendy) spíše záměrně plánované účinky, a to spíše krátkodobého charakteru (McQuail, 2009, s. 480 – 483). Rámcování definuje jako: „*Přijetí stejného interpretačního rámce a ‚subjektivního přibarvení‘, které slouží k zasazení jednotlivých zpráv do kontextu. Souvisejícím procesem je **priming** (kdy média*

¹¹ *Frame building* (Scheufele, 1999).

¹² *Frame setting* (Scheufele, 1999).

¹³ *Individual-level effects of framing* (Scheufele, 1999).

¹⁴ *Link between individual frames and media frames* (Scheufele, 1999).

¹⁵ *Agenda setting* (Scheufele, 1999. Již dříve však pojem popsali McCombs a Shaw, 1972).

¹⁶ *Vice viz McCombs, Shaw, 1972.*

zdůrazňují kritéria pro hodnocení veřejných událostí nebo osobností).“ (McQuail, 2009, s. 480).

Je přitom zřejmé, že rámcování jako takové nám pomáhá organizovat svět kolem nás (Gitlin, 2003, s. 6 – 7). Tato myšlenka pak také odpovídá i prvotní ideji teorie rámcování Ervinga Goffmana (1986). O podstatě rámcování v tomto duchu hovoří zejména Todd Gitlin, který vysvětluje, že rámce umožňují mediálním producentům uchopit velké množství informací a zpracovat je rychle a rutinně. Po jejich zpracování a doručení příjemcům pak tyto rámce pomáhají i publiku interpretovat a organizovat přijatá sdělení. (Gitlin, 2003, s. 7.) Gitlinova definice rámcování doslova říká, že: *„Mediální rámce jsou trvalé vzory kognice, interpretace a prezentace výběru, důrazu či exkluze, skrze které držitelé symbolické moci¹⁷ rutinně organizují diskurz, ať už verbální nebo vizuální.“* (Gitlin, 2003, s. 7). Zjednodušenou a lehce uchopitelnou definici pak nabízí i Giles se spoluautory, kteří mediální rámcování popisují jako proces: *„...kterým je téma prezentováno z určitého úhlu pohledu (či z více úhlů) a který navádí publikum k vyvození určitých závěrů a k pochopení určitých narážek ohledně dalších témat.“* (2012, s. 119).

Mezi další významné odborníky, kteří se zabývají konceptem mediálního rámcování, bychom mohli zařadit Paula D'Angela. Ten stojí v opozici vůči Entmanově (1993) požadavku sjednoceného pojetí rámcování tím, že apeluje na zachování multiparadigmatického charakteru rámcování (D'Angelo, 2002). D'Angelo míní, že diskuze o rámcování z pohledu různých společensko-vědních disciplín jsou přínosné a namísto toho, aby způsobovaly zmatek, naopak teorii rámcování obohacují a lépe vysvětlují. Navzdory tomuto paradigmatickému rozporu však D'Angelo chápe smysl rámcování stejně jako Entman. Konkrétně hovoří o tom, že výzkumníci se při empirickém zkoumání rámcování zaměřují na čtyři oblasti výzkumu: 1) *identifikaci tematických celků, tedy rámců*, 2) *průzkum podmínek, které předcházely vytvoření rámců*, 3) *výzkum účinku rámců na jednotlivce* a 4) *výzkum účinku rámců na společenské úrovni, jako je veřejné mínění či debaty o politických tématech* (D'Angelo, 2002, s. 873). V případě výzkumu provedeného v rámci této diplomové práce pak bude pozornost zaměřena právě na první oblast, tedy na identifikaci rámců v mediovaných textech. Je však patrné, že v D'Angelově (2002) přehledu zkoumaných oblastí lze do jisté míry spatřovat podobnost s procesním modelem tak, jak jej nastínil Scheufele (1999).

¹⁷ *Symbol-handlers* (Gitlin, 2003, s. 7).

Rámcování a jeho výzkum staví D'Angelo na střetu tří paradigmat, která jsou pro komunikační studia příznačná: *kognitivního, konstruktivistického a kritického*. (D'Angelo, 2002.) Autor pomocí odkazů na odbornou literaturu a předešlé výzkumy vysvětluje, že *kognitivní paradigma* pojímá rámcování především jako interakci komunikovaných rámců s individuálními asociacemi publika, které jsou dány kupříkladu předchozí zkušeností příjemců s tématem, interpersonální komunikací a dalšími okolnostmi. *Konstruktivistické paradigma* pak chápe novináře jako tvůrce, kteří informují o daných tématech a současně svou prací přispívají k formování společenského diskurzu určitých otázek. A nakonec, odborníci vyznávající *kritické paradigma* se zabývají rámcováním zejména v souvislosti s faktory ovlivňujícími vznik konkrétních zpráv, jako jsou například novinářské rutiny, vliv vlastnictví, ideologií a dalších vlivů. (D'Angelo, 2002, s. 875 – 878.) Všechna tato paradigmatata opět naznačují, že i na samotný výzkum rámcování lze pohlížet různě. Zatímco někteří teoretici a výzkumníci se zabývají výzkumem vzniku mediálních textů (zejména kritické paradigma), druzí zkoumají jejich podobu (především konstruktivistický přístup) či jejich účinky (primárně kognitivní paradigma) (D'Angelo, Kuypers, 2010). Jak vyplývá z podstaty této práce, v případě našeho výzkumu se budeme zabývat mediálními obsahy, a tedy se pohybovat v rovině konstruktivistického paradigmatu.

Význam rámcování

Ačkoliv bude výzkum diplomové práce zaměřen na obsahovou analýzu mediálních textů, ve kterých se pokusí identifikovat vybrané rámce, pro účely plného pochopení významu rámcování je důležité zde uvést i základní přehled akademických debat nad možnými účinky rámcování. Vezmeme-li totiž v úvahu, že rámce, které identifikujeme v mediálních sděleních, mohou mít moc (byť třeba jen do určité míry) ovlivnit svá publika, teorie rámcování, stejně tak, jako obsahy samotné, tím nabývají ještě vyšší důležitosti. Je však podstatné zopakovat, že povaha a síla moci médií v rovině účinků na jejich publika je stále předmětem sporů: „*Panuje dosti rozšířená víra v to, že média mají moc, a přitom existuje jen velmi malá shoda v tom, jaké povahy tato moc vlastně je.*“ (Burton, Jirák, 2001, s. 15). Jak bylo vysvětleno již mnohokrát, konstruktivistický přístup předpokládá podíl médií na konstrukci sociální reality, tedy, při nejmenším médiím přisuzuje moc formovat realitu. Také z tohoto důvodu je tedy podstatné zde následující pohledy zmínit.

D'Angelo (2002, s. 873) uvádí hypotézu, že: „*...zpravodajské rámce jsou prvními příčinami, které formují různé stupně reality,*“ ať už je to vliv na jednotlivé příjemce a

jejich interpretaci daných sdělení (Rheeová, 1997), nebo třeba na veřejnou debatu o politických tématech (D'Angelo, 2002, s. 872 – 874). Také Price a Tewksbury zmiňují, že rámcování může mít vliv na změny v postojích publika (Price, Tewksbury, 1997). Rheeová rovněž potvrzuje, že její experiment prokázal určitý vliv přítomnosti různých typů rámců na různé vnímání či interpretaci sdělení v tištěných médiích. Je však nutné podotknout, že stejný efekt nezaznamenala v případě výzkumu televizního zpravodajství. Tuto skutečnost pak autorka vysvětluje dvěma možnými výklady. Zaprvé uvádí, že audiovizuální prvky vysílání mohou ovlivňovat interpretaci sdělovaného implicitně a jinak, než je tomu v případě tisku. Druhým důvodem, který předkládá, je pak způsob neefektivního měření vlivu rámců odvysílaných zpráv v případě tohoto konkrétního výzkumu. (Rheeová, 1997.) Ať už je to jakkoliv, podstatné je, že mediální teoretici a výzkumníci se možnými účinky rámcování zabývají a hledají vysvětlení jejich fungování. Norrisová, Kernová a Justová totiž požadují další výzkumy tohoto aspektu rámcování, díky kterým bychom byli schopni lépe objasnit vliv přítomných rámců jak na jednotlivce, tak na veřejné mínění (Norrisová et al., 2003, s. 11).

Entman v tomto směru upozorňuje, že na základě předpokladu možného individuálního (a tedy mnohoznačného) výkladu mediálních rámců není možné usuzovat, že veřejné mínění odpovídá rámcům, které se jeví v médiích jako dominantní. (Entman, 2004, s. 124 – 143.) D'Angelo (2002) však naopak uvádí, že: „*Rámce, které ve zpravodajství paradigmaticky převládají, jsou rovněž považovány za rámce, které převládají u publika.*“ (D'Angelo, 2002, s. 876).

Ať už je to jakkoliv, základním předpokladem účinku rámcování je skutečnost, že rámce v mediálních sděleních jsou **nevyhnutelné** a že **mají vliv** na svá publika (Entman, 2004, s. 124; Gitlin, 2003, s. 7). Přestože každý příjemce může přijmout dané rámce různě, podstatné je, že tyto rámce mohou vyvolat *nějakou* reakci. Tuto reakci přitom ovlivňují nejen rámce samotné, ale také předchozí zkušenost publika s danou otázkou nebo další okolnosti. (Entman, 2004, s. 124 – 143.) Důležitost vlastních zkušeností a znalostí při interpretaci mediálních rámců rovněž vyzdvihují Pan a Kosicki (1993) či Rheeová (1997).

O důležitosti rámců při formování sociální reality pak Norrisová s kolegyněmi říká, že konvenční, respektive mainstreamové, rámce publiku: „...*nabízí kontextová vodítka, dávají smysl a řád komplexním problémům, aktivitám a událostem... (...)* ...*poskytují konzistentní, předvídatelné, jednoduché a mocné narativy, které jsou začleněny do procesu konstrukce*

sociální reality.¹⁸ (Norrisová et al., 2003, s. 4 – 5.) Todd Gitlin dokonce uvádí, že: „*To, díky čemu svět mimo osobní zkušenost působí normálně, jsou mediální rámce*.“ (Gitlin, 2003, s. 6). June W. Rheeová dodává, že rámce ve zpravodajství mohou příjemce přimět k aktivní reakci, a to tím, že umožní publiku hledat a konstruovat smysl či význam toho, co je v mediálním sdělení řečeno (Rheeová, 1997, s. 27).

Entman v souvislosti s politickými tématy komunikovanými skrze masová média poukazuje na to, že: „Slova a obrazy, které vytváří daný rámec, mohou být od zbytku komunikované zprávy rozpoznány díky jejich schopnosti v politickém konfliktu podnítit podporu či odpor vůči druhým stranám. Tuto schopnost můžeme měřit **kulturní rezonancí**¹⁹ a **významností**²⁰. Největší potenciál vlivu mají rámce, které užívají prvky s vyšší kulturní rezonancí. Užívají slova a obrazy, jež jsou v dané kultuře velmi významné, jsou tedy **rozpoznatelné, srozumitelné, zapamatovatelné a emočně nabitě**. Významnost odpovídá tomu, jak mají rámcovaná slova a obrazy **význačné postavení** a jak jsou **opakovány**. Čím více rámce kulturně rezonují a čím jsou významnější, tím spíše vyvolají podobné smýšlení a pocity u velké části publika.“ (Entman, 2004, s. 6). Tuto tendenci potvrzuje také Charles S. Taber se spoluautory (Taber et al., 2001, s. 198 – 226). Přestože Entman i tým Tabera se zabývají zejména politickými tématy, lze předpokládat, že jejich slova jsou platná a aplikovatelná i v případě jiných témat, která se v médiích objevují. Rámcováním se autoři zabývají mnohdy právě v souvislosti s politickou komunikací (viz například Entman, 2004; Pan, Kosicki, 1993; Rheeová, 1997; Taber et al., 2001 a další) či politickými tématy (Iyengar, 1990). Právě proto i výzkum rámcování nachází často uplatnění právě v politické a masové komunikaci (D'Angelo, Kuypers, 2010, s. 1).

Rámcování jako nastolování agendy druhého stupně

Rámcování bývá v kontextu mediálních studií často spojováno s teorií nastolování agendy²¹ (McCombs, Shaw, 1972), jejíž ideové počátky jsou vázány ke knize *Public*

¹⁸ Pippa Norrisová s kolegyněmi hovoří především o rámcích spojených s tématem terorismu (Norrisová et al., 2003), avšak jimi popsané obecné chápání rámců je aplikovatelné i na jiná témata.

¹⁹ *Cultural resonance* (Entman, 2004, s. 6).

²⁰ *Magnitude* (Entman, 2004, s. 6).

²¹ V původním anglickém termínu *agenda setting* či *agenda-setting*. V překladu knihy Denise McQuaila (2009) Hany Loupové je *nastolování agendy* překládáno jako *nastolování témat*. Tyto dva výrazy přitom sama překladatelka i ve věcném rejstříku považuje za zaměnitelné (s. 633 a 636). V zájmu udržení konzistentního názvosloví jsou pojmy *agenda setting* či *agenda-setting* překládány jako *nastolování agendy*, přičemž *nastolování témat* je považováno za jeho ekvivalent.

*Opinion*²² (Veřejné mínění) Waltera Lippmanna z roku 1922²³ (McCombs, 2009, s. 27 – 28). Právě proto je nezbytné, aby v této práci byl zmíněn i tento koncept. Je však nutné upozornit na to, že práce v následujících odstavcích nastíní myšlenku nastolování agendy pouze okrajově, a to ve spojitosti s teorií rámcování. Ta totiž samozřejmě souvisí se záměrem našeho výzkumu především.

Nastolování agendy je spjato zejména s prací McCombse a jeho spolupracovníků (viz například McCombs, 2009; McCombs et al., 1997a; McCombs et al., 1997b; McCombs, Shaw, 1972; McCombs, Ghanem in Gandy et al., 2001). McCombs a jeho kolegové naznačují, že rámcování a jeho účinky jsou nastolování agendy velmi blízké. Ve své podstatě rámcování považují za jistý druh rozšíření nastolování agendy, přičemž ho nazývají *nastolováním agendy druhého stupně*²⁴. (McCombs et al., 1997a; McCombs, Ghanem in Gandy et al., 2001.) Jak vysvětlují, nastolování agendy souvisí zejména s tématy, která média publikují, a s jejich zdůrazňováním. Nastolování agendy má pak například rozhodující vliv na to, za jak významná jsou daná témata publikem považována v kontextu všech přijímaných zpráv. To znamená, že nastolování agendy svým způsobem konstruuje či spoluurčuje agendu veřejnou (Burton, Jiráček, 2001, s. 240). Rámcování však dle pojetí McCombse a jeho spolupracovníků naopak odkazuje především na způsob, jakým jsou tato témata médií formulována a publiku prezentována. (McCombs et al., 1997a, s. 7 – 8.) Rámcování se tedy zejména dotýká zdůrazňování určitých přítomných atributů (přisuzovaných vlastností) či jejich absencí ve sděleních samotných. (McCombs et al., 1997b, s. 703 – 704).

McQuail definuje nastolování agendy v souladu s výše uvedeným pohledem jako: „Proces, při němž relativní pozornost věnovaná jednotlivým položkám zpravodajství ovlivňuje význam, jaký veřejnost přikládá daným událostem.“ (McQuail, 2009, s. 480). Stejně jako rámcování přitom nastolování agendy připisuje spíše krátkodobé a spíše plánované, respektive záměrné, účinky (McQuail, 2009, s. 480 – 483). V oboru mediálních studií bývá nastolování agendy také zjednodušeně interpretováno jako hypotéza, že média

²² Viz například překlad Ladislava Köppla: LIPPMANN, Walter, 2015. *Veřejné mínění*. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0939-3.

²³ Pozornost by měla být věnována především první kapitole *Vnější svět a vnitřní představy*, která poukazuje na to, že: „...se vším, co je podle našeho přesvědčení skutečným obrazem, zacházíme, jako by to bylo samotné prostředí.“ (Lippmann, 2015, s. 13). Úvodní část knihy totiž hovoří o ostrově v poklidu obývaném několika Angličany, Francouzi a Němci, zatímco v Evropě vypukla světová válka. Dokud se k nim ovšem se šestitýdenním zpožděním nedostala tato zpráva, obyvatelé se k sobě chovali zcela přirozeně a obvykle, přestože jejich krajinu v Evropě proti sobě válčili. Lippmannův příběh pak ilustruje to, že média nás ovlivňují především v oblastech, se kterými nemáme přímou zkušenost. (Lippmann, 2015.)

²⁴ *Second-level agenda setting* (McCombs et al., 1997a).

napovídají lidem, o čem mají přemýšlet. Současně ale média lidem neříkají, co si mají myslet. A právě to mohou rámce v tomto pojetí rámcování usměrňovat. Toto vysvětlení podporují také Trenaman a McQuail (1961, s. 178).

Ve spojitosti s teorií nastolování agendy a rámcováním zaznívá rovněž termín *priming*, který bývá do češtiny překládán jako *usměrňování*²⁵ či *vypíchnutí*²⁶. Iyengar a Kinder (1987), kteří jsou spojováni s prvotní ideou primingu (McQuail, 2009), popisují priming v souvislosti s jeho možným vlivem na publikum: „*Tím, že televizní zprávy věnují pozornost vybraným tématům, zatímco ignorují jiná, ovlivňují standardy, kterými jsou vlády, prezidenti, politiky či kandidáti veřejných funkcí posuzováni.*“ (Iyengar, Kinder, 1987, s. 63). Priming lze pak též vysvětlovat jako *zdůraznění témat* (McQuail, 2009, s. 529). Je tedy patrné, že rámcování, nastolování agendy i priming jsou pojmy, které spolu souvisí a do jisté míry, dle výkladů různých autorů, se díky svým charakteristikám mohou též překrývat.

1.1.3 Média a bezdomovectví

Walter Lippmann již dříve poukázal na to, že média nás ovlivňují zejména v oblastech, se kterými nemáme přímou osobní zkušenost (Lippmann, 2015). O to významnějším se pak stává výzkum mediálních obsahů právě ve spojitosti s tématem bezdomovectví. Jak totiž podotýkají různí autoři, většina lidí má s bezdomovectvím pouze drobné, epizodické zkušenosti (Kliment, Dočekal, 2016, s. 14; Shier et al., 2010) nebo dokonce ani žádné bezdomovce sama nezná (Vávra, 2013, s. 15). Média pak mohou sloužit jako významný zprostředkovatel kontaktu s bezdomovci a onu zkušenost nahradit či doplnit. Jinými slovy, média se stávají stěžejním zdrojem informací, který se podílí na formování představ publika o tomto společenském problému (Schneiderová et al., 2010, s. 148). „*Lze předpokládat, že obraz bezdomovců na celorepublikové úrovni je konstruován prostřednictvím médií.*“ (Kliment, Dočekal, 2016, s. 71).

Bezdomovectví se tak mimo jiné dostává do veřejného diskurzu skrze mediální obsahy, které formulují to, co je správné a co špatné, čímž určují obrazy neakceptovatelného (Edelman, 1988, s. 12 – 13). Na jedné straně tak média posilují vybrané postoje a na straně druhé kritizují to, co je z jejich pohledu již nepřijatelné

²⁵ Kačerův a Nečasův překlad knihy McCombse (2009).

²⁶ Trampota, 2006.

(Shields, 2001, s. 195). Konkrétní mediální rámce pak tedy pomáhají publiku interpretovat veřejné dění, a proto je velmi podstatné to, jakým způsobem je jimi bezdomovectví prezentováno. Zatímco některé rámce mohou jistý pohled podporovat, jiné mohou naopak potlačovat určité interpretace bezdomovectví nebo postoje vůči lidem bez domova (Widdowfieldová, 2001, s. 51). Negativní mediální pokrytí tohoto tématu pak může ústít v nepříznivé postoje příjemců vůči bezdomovcům (Vávra, 2013, s. 15) či v utvoření, respektive podporu, stereotypního a stigmatizovaného obrazu bezdomovců v představách publika (Kliment, Dočekal, 2016, s. 101). V tomto kontextu je důležité připomenout, že mediální reprezentace může mít vliv na široké spektrum publika, které zahrnuje nejen veřejnost jako takovou, ale i samotné bezdomovce, novináře a v neposlední řadě osoby zodpovědné za politiku státu. Média tak mohou mít vliv: „...*nejen na veřejné mínění, ale zprostředkovaně i na formování politiky státu*“ (Kliment, Dočekal, 2016, s. 34) a na sebepojetí samotných lidí bez domova (Hodgetts et al., 2006).

1.2 O bezdomovectví

1.2.1 Bezdomovectví

Bezdomovectví je součástí lidské společnosti již více než deset tisíc let, přesto však i v dnešní době stále zůstává málo pochopeným společenským jevem (Levinson ed., 2004). Existující publikace zabývající se tímto fenoménem primárně zohledňují bezdomovectví na území severní Ameriky (viz například Anderson, Rauty, 1998; Levinson ed., 2004; Rosenthal, 1994 a další). Textů věnujících se, byť jen dílčím aspektům, bezdomovectví u nás, je minimum (viz například Barták, 2011; Hradecký et al., 2007; Kliment, Dočekal, 2016; a další).

Nedostačující porozumění tomuto společenskému problému znesnadňuje rovněž absence konkrétní definice bezdomovectví. Jak poznamenává Miroslav Barták: „*Obecně přijatelná definice bezdomovství, která by umožnila zjišťovat rozsah bezdomovství, identifikovala jeho příčiny a možné důsledky, stejně jako jeho souvislost s vývojem současných společností, chybí, z čehož vyplývá celá řada problémů jak pro sociální práci, která se zabývá přímo prací s bezdomovci, tak zejména pro veřejné a sociální politiky, které vytváří rámec a podmínky pro realizaci opatření ve prospěch této skupiny.*“ (Barták, 2011, s. 30.) Jistou snahu v tomto směru prokázala FEANTSA, evropská nezisková organizace zabývající se bojem proti bezdomovectví, která sdružuje více než 130 členských organizací ve třiceti zemích (FEANTSA). FEANTSA v roce 2005 představila typologii ETHOS²⁷ (European Typology on Homelessness and Housing Exclusion), jejímž cílem je nabídnout kategorizaci bezdomovectví zohledňující různé podoby tohoto sociálního problému napříč Evropou (ETHOS, 2005). ETHOS (2005) rozlišuje čtyři kategorie bezdomovectví dle následující specifikace:

1. *Lidé bez střechy nad hlavou*²⁸ – ti, kteří nemají žádné přístřeší a místo k přespání
2. *Lidé bez bytu*²⁹ – ti, kteří krátkodobě přespávají v ubytovacích kapacitách
3. *Lidé s nejistým bydlením*³⁰ – ti, kterým hrozí exkluze v důsledku nejistého bydlení či domácího násilí

²⁷ Typologie ETHOS byla ke dni 16. března 2018 organizací FAENTSA naposledy revidována v roce 2017 (ETHOS, 2005).

²⁸ *Rooflessness* (ETHOS, 2005).

²⁹ *Houselessness* (ETHOS, 2005).

³⁰ *Living in insecure housing* (ETHOS, 2005).

4. *Lidé s nevhodným bydlením*³¹ – ti, kteří pobývají v karavanech na nelegálních územích, bydlí v nepřiměřených podmínkách či je jejich bydlení extrémně přelidněné

O adaptaci této typologie do českého prostředí se v roce 2007 pokusil kolektiv autorů vedený Iljou Hradeckým. Jednalo se tehdy o první snahu definovat tento fenomén a vytvořit jeho typologii v kontextu české společnosti. (Hradecký a kol., 2007.) Stejně jako ETHOS (2005), i tato klasifikace dělí bezdomovectví do výše uvedených základních kategorií (1) bez střechy, 2) bez bytu, 3) nejisté bydlení, 4) nevyhovující bydlení), jen je doplňuje o národní subkategorie specifické pro Českou republiku. Mimo jiné také uvádí pojmy *zjevní bezdomovci* a *skrytí bezdomovci*, které odkazují k lidem bez střechy nad hlavou (*roofless*), respektive k lidem bez bytu (*houseless*). (Hradecký a kol., 2007.)

K samotné definici autoři dodávají: „Abychom mohli operačně definovat bezdomovství, stanovila si Evropská observatoř bezdomovství tři domény, které tvoří domov, jehož absence může být považována za vymezení bezdomovství. Mít domov může být chápáno jako: mít slušné obydlí (či prostor), způsobilé k naplňování potřeb dané osoby a její rodiny (**fyzická doména**); mít možnost uchovat si soukromí a udržovat společenské vztahy (**sociální doména**) a mít výlučné vlastnictví, jistotu užívání a právní nárok (**právní doména**).“ (Hradecký a kol., 2007, s. 11.) Z této definice však vyplývá, že není schopna pojmut další důležité aspekty bezdomovectví, jako jsou například jeho příčiny či důsledky.

Typologii ETHOS, a tudíž i přístup Hradeckého a jeho kolegů, akceptuje rovněž Ministerstvo práce a sociálních věcí České republiky (dále jen MPSV ČR). To dokládá kupříkladu dokument *Koncepce sociálního bydlení České republiky 2015-2025* (sic!) vydaný v roce 2016 právě MPSV ČR, ve kterém autoři odkazují jak na ETHOS, tak na definici uvedenou týmem Hradeckého. (Pospíšil et al., 2016.)

Zajisté by nemělo být opomenuto ani složité nakládání se samotným výrazem *bezdomovec*. Jak podotýká Hradecký se spoluautory, termín *bezdomovec* nabývá jiného významu v různých kontextech. Na rozdíl od běžné mluvy, v níž může nabývat pejorativních významů, odkazuje tento výraz kupříkladu v právní oblasti k osobě, která nemá státní občanství. (Hradecký a kol., 2007, s. 28 – 30.)

Pro účely této práce je ovšem nezbytné stanovit co možná nejvíc konkrétní definici bezdomovectví, která bude platná napříč naším výzkumem. V tomto případě bude za

³¹ *Living in inadequate housing* (ETHOS, 2005).

bezdomovce či osobu bez domova považován člověk, který splňuje zejména první anebo druhou kategorii tak, jak ji definuje ETHOS (2005) i Hradecký a kol. (2007), tedy, budou to primárně lidé bez střechy nad hlavou či bez bytu, respektive zjevní a skrytí bezdomovci. Osoby, které svou situací spadají do třetí a čtvrté kategorie, budou za bezdomovce považovány pouze v případě, že je tak explicitně označí autor daného zkoumaného mediálního sdělení. Současně bude v textu diplomové práce užíváno výrazu *bezdomovec* bez jakéhokoliv pejorativního podtextu. Tento termín bude sloužit pouze jako synonymum k výrazu *člověk bez domova*.

1.2.2 Mediální reprezentace bezdomovectví

Následující odstavce jsou věnovány detailnější rešerši existujících textů zabývajících se mediální reprezentací bezdomovectví a vysvětlení důležitosti výzkumů na toto téma. Samotná rešerše je pak pro práci velmi podstatná, neboť je obsahovou i metodologickou inspirací pro samotný výzkum prezentovaný v závěrečné kapitole, a současně umožňuje vlastní výzkum zasadit do širšího kontextu.

Mediální pokrytí, reprezentace a rámcování tematiky bezdomovectví je předmětem výzkumů teprve několik posledních let. A ačkoliv odborných studií na toto téma bylo publikováno více, jsou to téměř výhradně texty zahraničních autorů, které se zaměřují na analýzu mediálního prostředí ve vybraných zahraničních zemích; v nejvyšší míře na území USA, Kanady, Velké Británie či Austrálie (viz například Bestová, 2010; Buck et al., 2004; Shields, 2001; Zuffereyová, 2014 a další).

V samotné České republice se na úrovni bakalářských a diplomových prací analýzou mediálního obrazu bezdomovectví zabývá jen pomálu autorů, a to především v menším rozsahu a primárně optikou kvalitativního přístupu (viz například Aujezdský, 2014; Balcar, 2013; Hejnal, 2012 a další). Rozsáhlejší odborná studie kvantitativního rázu u nás bohužel chybí. Je však stěžejní pro to, abychom se dokázali nad bezdomovectvím zamyslet jakožto nad komplexním problémem, který je formován a konstruován nejen objektivní sociální realitou, ale i postoji veřejnosti, mediální reflexí či utvářením konkrétních politik. Mediální obraz fenoménu je důležitou součástí tohoto celku a neměl by být opomíjen, neboť může mít v konečném důsledku vliv na všechny ostatní zmíněné faktory. Je přitom důležité nezapomenout na to, že mediální pokrytí bezdomovectví pak může mít dopad nejen na to,

jak na bezdomovce pohlíží široká veřejnost, ale i na to, jak na sebe pohlíží bezdomovci samotní, případně, jak sami sebe prezentují (Hodgetts et al., 2006).

O nutnosti dalšího bádání v této rovině v českém prostředí pak kupříkladu P. Kliment a V. Dočekal v roce 2016 uvedli následující: „*V této souvislosti by stálo za to uskutečnit obsahovou analýzu masmédií referujících o bezdomovcích s cílem zjistit, jak jsou bezdomovci právě masmédií zobrazováni.*“ (Kliment, Dočekal, 2016, s. 101.) Právě tu chce tato diplomová práce nabídnout.

Jednou ze stěžejních inspirací pro ukotvení našeho výzkumu je článek Todda G. Shieldse, děkana americké University of Arkansas, z roku 2001. Tento výzkumník provedl v rámci své studie kvantitativní obsahovou analýzu pokrývající čtrnáct let mediálních výstupů v televizních večerních zprávách tří amerických stanic (ABC, CBS a NBC). Kódovány přitom byly transkripty výstupů se zaměřením na obsahovou stránku sdělení. Výstupy byly vybrány na základě různých klíčových výrazů, jako například „bezdomectví“, „tulák“, „přístřeší“³² a další. Při svém bádání vycházel T. G. Shields mimo jiné z teorie sociálního konstruktivismu a mediální reprezentace. (Shields, 2001.)

Závěry jeho studie implikují, že zmínky o bezdomectví v televizním zpravodajství souvisí se sezónností spíše než s objektivním nárůstem či poklesem počtu bezdomovců ve sledovaném období. Konkrétně bylo zjištěno, že počet výstupů a jejich rozsah každoročně roste s příchodem zimních měsíců a svátků (vánoční svátky, díkůvzdání) a naopak neodpovídá skutečnému horšícímu se či lepšícímu se stavu bezdomectví. V těchto případech se navíc objevují dva nejvýraznější typy narativů – jednak je to oslava dobrovolníků pomáhajících lidem bez domova a jednak je to zdůraznění těžkostí bezdomovců s příchodem chladného počasí. (Shields, 2001.) Na takto sezónně se opakující mediální pokrytí bezdomectví ostatně poukázali již dříve W. K. Bunis, A. Yanciková a D. A. Snow v souvislosti se soucitem věnovaným lidem bez domova i jinak strádajícím právě v obdobích listopadu a prosince (Bunis et al., 1996).

Shields na základě analyzovaného materiálu rovněž došel k závěru, že v médiích jsou bezdomovci typicky zobrazeni jako svobodní muži, což je, dle jeho slov, v rozporu s některými akademickými zdroji, na které poukázal. Ve velké míře jsou totiž v této souvislosti opomíjeny ženy, děti či celé rodiny. (Shields, 2001.) Navíc autor textu dodává, že ve 41 % byli bezdomovci dokonce vyobrazeni jako mentálně choří, což podporuje

³² *Tulák a přístřeší* jsou volným překladem autorky anglických výrazů *vagabond* a *housing*.

myšlenku rozdělení společnosti na „my“ a „oni“ tak, jak ji blíže popisuje ve svém článku i Rebekah Widdowfieldová (Shields, 2001; Widdowfieldová, 2001). Toto dualistické rozdělení na „my“ a „oni“ ovšem není jevem vztahujícím se pouze k tematice bezdomovectví. Kupříkladu Alice Němcová Tejkalová spatřuje tuto tendenci i v oblasti sportovní žurnalistiky a upozorňuje na ni v souvislosti s handicapovanými sportovci (Němcová Tejkalová, 2012).

Dalším Shieldsovým poznatkem je, že bezdomovectví bylo prezentováno jako individuální problém deviantních jednotlivců spíše než jako sociální problém vyžadující systémové a institucionální změny (2001). K obdobnému závěru v souvislosti s tendencí médií poukazovat na individuální příčiny spíše než na systémové, dospěl i Philip Buck se spoluautory (Buck et al., 2004). Stejnou mediální inklinaci potvrzuje též Barbara Schneiderová s kolegy, která upozorňuje na relativně náročné kódování této proměnné, stejně tak jako na malý počet zmínek samotných příčin v daném zkoumaném vzorku (Schneiderová et al., 2010.) I Shields ostatně uvádí, že příčiny bezdomovectví byly médií jen zřídka diskutovány, a když, tak v souvislosti s přírodními katastrofami či osobním neštěstím jednotlivce. Možné systémové, instituční či historické příčiny byly téměř opomenuty, což podle Shieldse umožňuje médiím posilovat převládající politické paradigma, a naopak odvádět pozornost od možných systémových chyb. Jinými slovy, autor článku naznačuje, že v případě reprezentace bezdomovectví média ztrácejí očekávanou pozici hlídacího psa, a naopak kvůli rutinním žurnalistickým vzorcům podporují nastavený systém, byť může být chybný. Skrze epizodické rámcování jednotlivých bezdomovců (nebo naopak dobrovolníků) tak média zdánlivě o bezdomovectví sice informují, ve své podstatě ale tento sociální problém vlastně přehlížejí. Jak Shields sám shrnuje, výsledkem všech těchto problémů je, že zkoumaná média v daném časovém úseku prezentovala bezdomovectví zkresleně a zaujatě. (Shields, 2001.)

Zde je pak na místě zmínit také Iyengarův (1990) výzkum zaměřený na téma chudoby, ve kterém sledoval dva protikladné typy rámců – *tematický* a *epizodický*, jež determinují, komu je za mediovanou situaci připisována zodpovědnost³³. Zatímco *tematický rámeček*, v němž média prezentují chudobu na úrovni společenského problému, naznačuje celospolečenskou zodpovědnost, *epizodický rámeček* prezentující konkrétní případy chudoby připisuje zodpovědnost jednotlivcům. (Iyengar, 1990.) Tento dualistický

³³ Více o vlivu mediálního rámcování na připisování zodpovědnosti za společenské otázky viz Shanto Iyengar, 1991, *Is Anyone Responsible?: How Television Frames Political Issues*.

typ rámcování je však aplikovatelný i na jiná témata (viz například Iyengar, 1996), včetně zde zkoumaného bezdomovectví (Shields, 2001).

Druhým zásadním příspěvkem pro stanovení základů našeho výzkumu je pak novější studie Carole Zuffereyové z roku 2014. Tato akademička, působící na University of South Australia, se v ní rovněž zabývala kvantitativní obsahovou analýzou a též vycházela z teoretického základu sociálního konstruktivismu. Oproti T. G. Shieldsovi se však zaměřila na tři australská tištěná média (Sydney Morning Herald, Age, Australian). Analyzovala přitom relativně dlouhé období dvanácti let a kódovala mediální výstupy, které ve svém titulku obsahovaly výraz „bezdomovec“³⁴. Těch se nakonec ukázalo být celkem 324. Další odlišností pak bylo to, že C. Zuffereyová na rozdíl od výše prezentovaného výzkumu záměrně nekódovala výstupy, ve kterých byly zmiňovány osoby, jež se ocitly bez domova v důsledku přírodních katastrof. (Zuffereyová, 2014.)

C. Zuffereyová, stejně tak, jako R. Rosenthal, v mediálním pokrytí bezdomovectví spatřuje výraznou tendenci dělit lidi bez domova do dvou protikladných homogenních skupin – na ty, kteří si zaslouží pomoc (*deserving*); a ty, kteří nikoliv (*undeserving*). V tomto směru rovněž přejímá rétoriku Rosenthala a stejně jako on hovoří o třech kategoriích bezdomovců, a to „chudácích“, „flákačích“ a „nedobrovolných obětech“³⁵. (Rosenthal, 2000; Zuffereyová, 2014.) Obdobně i R. Widdowfieldová, která zkoumala pět největších britských deníků v průběhu pěti let, dospěla k závěru, že bezdomovci jsou často zobrazováni ve třech typických kategoriích – jako „ti druzí“, „zločinci“ a „oběti“. Podle autorky článku pak celostátní tisk primárně preferuje kategorii bezdomovců jakožto „těch druhých“³⁶. (Widdowfieldová, 2001.)

Zuffereyová se dále, mimo jiné, zaměřila na to, v jakých obdobích rostla frekvence mediálních výstupů na toto téma. Zjistila, že během zkoumaných let počet výstupů rostl v obdobích významných událostí, jako byly například olympijské hry, či v případech, kdy se na tento sociální problém zaměřily známé osobnosti, kupříkladu politici. Obdobně rostl počet článků o neziskových organizacích pomáhajících bezdomovcům v zimních obdobích a v období svátků. (Zuffereyová, 2014.) Zvýšený zájem o tuto tematiku v zimních či

³⁴ Konkrétně *homeless*. (Zuffereyová, 2014)

³⁵ R. Rosenthal a následně i C. Zuffereyová hovoří o kategoriích *lackers*, *slackers* a *unwilling victims* (Rosenthal, 2000; Zuffereyová, 2014).

³⁶ Konceptem „těch druhých“ se zabývají zejména S. Hall (2003; především pak kapitola čtyři) a M. Pickering (2001).

svátečních dobách pak odpovídá i výše uvedeným zjištěním T. G. Shieldse i W. K. Bunise a jeho kolegů (Bunise et al., 1996; Shields, 2001; Zuffereyová, 2014).

Nutno dodat, že autorka studie také zaznamenala mnoho výstupů, které se týkaly informování o vládním návrhu řešení bezdomovectví, a to po volbách v roce 2007. Tím prokázala, že se vybraná australská média věnovala i prezentaci systémových řešení bezdomovectví. Nakonec však autorka článku k tomuto dodala: „...*dramatický nárůst počtu publikovaných článků o bezdomovectví v době, kdy se této otázky chopil tehdejší premiér Kevin Rudd, indikuje, že média posilují status quo tím, že privilegují hlasy známých osobností a lídrů nad hlasy samotných lidí, kteří bezdomovectví prožívají.*“ (Zuffereyová, 2014, s. 534) Jinými slovy, pokud se bezdomovectvím nezabývá dostatečně známá osobnost, pak pro média toto téma není tak zajímavé a nevěnují mu tolik pozornosti. K velmi podobnému zjištění dospěla i Rachel Bestová, skrze obsahovou analýzu 475 článků dvou lokálních novin (The Denver Post, The Rocky Mountain News) v období čtyř zkoumaných let. V rámci své studie se zabývala mediální konstrukcí bezdomovectví jakožto sociálního problému a zjistila, že jisté hlasy (jako například státní úředníci), které explicitně podporují určité události týkající se bezdomovectví, jsou schopny těmto akcím zajistit v médiích větší prostor. Na základě svého výzkumu pak apelovala na důležitost aktivizace institucí při snaze upozorňovat na tyto sociální problémy. (Bestová, 2010.) Jednoduše řečeno, pokud má někdo snahu medializovat určitá témata, je velmi podstatné nejprve přimět jisté instituce, aby témata přijala za svá a věnovala jim svou pozornost. Zájem institucí o tato témata následně přiláká i zájem médií, což způsobí zvýšenou medializaci tématu.

Další obsahovou analýzu se zaměřením na bezdomovectví pak provedla i Barbara Schneiderová z University of Calgary spolu se svými dvěma kolegy z partnerských univerzit. Společně zkoumali mediální výstupy čtyř kanadských novin (Calgary Herald, Vancouver Sun, Vancouver Province, Globe and Mail) v letech 2007 a 2008 s celkovým počtem 765 zkoumaných článků. Jejich kódovací kniha zahrnovala mimo jiné proměnné jako počet slov a počet citovaných slov. Autoři se dále zaměřili na ústředního popisovaného bezdomovce, pokud to daný mediální výstup umožňoval. V takovém případě pak zaznamenávali věk, pohlaví, rasu, rodinný stav či vztah bezdomovce k případné kriminalitě (zda byl bezdomovec v pozici oběti či strůjce zločinu). Mimo to byly rovněž kódovány asociace s bezdomovci, které zahrnovaly zhruba 25 různých hodnot proměnných

popisujících příčiny bezdomovectví. Ne vždy však bylo možné identifikovat všechny hodnoty proměnných ve všech mediálních výstupech. (Schneiderová et al., 2010.)

Stejně jako T. G. Shields či R. Widdowfieldová i B. Schneiderová a její kolegové potvrdili, že média stereotypně zobrazují bezdomovce jako svobodné muže (Shields, 2001; Schneiderová et al., 2010; Widdowfieldová, 2001). Schneiderová se spoluautory však upozornili na to, že v jejich výzkumném vzorku média prezentovala bezdomovce jako osoby různých věkových skupin. Jinými slovy, bezdomovci nebyli zobrazeni pouze jako osoby středního věku, ale i jako mladí dospělí či starší osoby. (Schneiderová et al., 2010.)

Tým Schneiderové se zabýval narativou bezdomovců ve vymezených kategoriích pomoci zasloužilých bezdomovců (*deserving*), pomoci nehodných (*undeserving*) a neutrálně zobrazených bezdomovců, obdobně jako Rosenthal (a později i Zuffereyová) (Rosenthal, 2000; Schneiderová et al., 2010; Zuffereyová, 2014). Zjistil přitom, že zkoumaná média měla tendenci bezdomovce vykreslovat především v kategoriích pomoc zasloužilých a neutrálních. (Schneiderová et al., 2010.)

V neposlední řadě pak výzkumná skupina poukázala na to, že příčiny bezdomovectví byly v médiích diskutovány jen pomálu, konkrétně pouze ve 24 % případů, přičemž byly primárně zmiňovány individuální příčiny (Schneiderová et al., 2010, s. 157). Samotným způsobům řešení bezdomovectví se média věnovala již více, a to v 52 % případů (*ibid.*, s. 158).

Autoři se dále zabývali tím, komu je v médiích poskytnut prostor se k bezdomovectví vyjádřit. Výzkumníci přitom počítali pouze slova uvedená v přímých citacích, aby dosáhli co nejvyšší míry spolehlivosti v případě kódování jinými kódovači. Závěry týmu Schneiderové v tomto směru implikují, že k tematice bezdomovectví se ve vyšší míře vyjadřovali odborníci (v 70,7 % případů) v porovnání se samotnými bezdomovci (18,7 % případů) či řadovými občany (10,6 % případů). Je ovšem nezbytné podotknout, že v tomto konkrétním výzkumu byli do kategorie *odborníků* řazeni pracovníci sociálních služeb, vládní zástupci, vědečtí odborníci i celebrity. (Schneiderová et al., 2010.) Je však otázka, zda je skutečně možné považovat celebrity jakožto veřejně známé osobnosti za odborníky na danou problematiku.

Tendenci médií poskytovat prostor k vyjádření především odborníkům v této otázce prokázal i pozdější výzkum Schneiderové. V něm autorka podrobila obsahové a kvalitativní analýze tři kanadské noviny a zjistila, že v průběhu zkoumaného roku dostali

odborníci slovo v 73,6 % případů, bezdomovci v 16,5 % a řadoví občané v 9,9 %. (Schneiderová, 2011.)

V této souvislosti je nezbytné zmínit, že poměrem reprezentovaného a reprezentujícího³⁷ v mediálních obsazích se zabýval již dříve Fairclough (1955). Ten sledoval, jaký prostor k vyjádření je věnován na jedné straně samotným reprezentovaným subjektům, a na straně druhé reportérům pokrývajícím dané téma (Fairclough, 1995, s. 81). Jak přitom podotýká Němcová Tejkalová: „*V reportážích týkajících se minorit (...) se relativně často stává, že jejich příslušníci nehovoří sami za sebe, ale naopak zástupci majoritní skupiny hovoří o nich...*“ (Němcová Tejkalová, 2012, s. 16). Tento předpoklad do určité míry potvrzují též uvedené výzkumy Schneiderové, v nichž je samotným bezdomovcům věnován zhruba pětinový mediální prostor tvořený všemi přímými citacemi (Schneiderová et al., 2010; Schneiderová, 2011).

Možné kategorizování bezdomovectví do typických rámců pak shrnula Yupingová se svými třemi kolegyněmi (Yupingová et al., 2011) na základě rešerše odborných publikací na toto téma (s důrazem na kanadské zpravodajství). Ačkoliv rešerše Yupingové a jejich kolegyně není prezentací jejich vlastního výzkumu, autorky nabízejí souhrnný pohled na stěžejní typy rámcování, jež byly identifikovány jinými autory a výzkumníky. Nejvýraznější a opakující se rámce autorky textu člení do těchto osmi kategorií:

1. *Epizodické a tematické*³⁸ rámcování, které souvisí s medializací individuálních, respektive systémových aspektů bezdomovectví
2. Rámec *sympatií a nesympatií*³⁹, odkazující především na pozitivní, respektive negativní mediální pokrytí bezdomovectví
3. Rámec *deviantnosti*⁴⁰, který je výrazně negativní a zobrazuje bezdomovce jako devianty porušující obecně přijatý pořádek
4. Rámec *konfliktu*⁴¹, zdůrazňující rozdíl mezi „námi“ (většinovou populací) a „jimi“ (bezdomovci)
5. Rámec *závislosti*⁴², zobrazující bezdomovce jako přítěž pro většinovou společnost

³⁷ Více k reprezentaci jako takové viz Hall, 2003.

³⁸ *Episodic a thematic frames* (Yupingová et al., 2011, s. 5-6).

³⁹ *Sympathetic a unsympathetic frames* (Yupingová et al., 2011, s. 6).

⁴⁰ *Deviance frames* (Yupingová et al., 2011, s. 6).

⁴¹ *Conflict frames* (Yupingová et al., 2011, s. 6-7).

⁴² *Dependence frame* (Yupingová et al., 2011, s. 7).

6. Rámec *přisouzené zodpovědnosti*⁴³, a to jak za příčiny, tak důsledky bezdomovectví
7. Rámec *sezónnosti*⁴⁴ s důrazem na zvýšené mediální pokrytí bezdomovectví v určitých obdobích
8. Rámec *řešení*⁴⁵, ať už krátkodobého či dlouhodobého účinku

Samy autorky zmiňují, že jednotlivé rámce jsou orientační a v mnohých případech se v závislosti na kontextu mohou překrývat. (Yupingová et al., 2011.) Jsou to však rámce, do kterých je bezdomovectví mnohdy zasazeno.

Další možný pohled na výzkum reprezentace bezdomovectví v médiích nabídl emeritní profesor University of Utah, Thomas Huckin, který se naopak ve své studii, jež analyzovala 163 článků amerického tisku, zabýval tématy, o nichž se ve spojení s bezdomovectvím v médiích *nehovořilo*. Přestože je toto oblast především analýzy diskurzu⁴⁶, je důležité upozornit na to, že to, o čem média mlčí, je stejně tak důležité jako to, o čem média hovoří. (Huckin, 2002.) To potvrzuje i C. Zuffereyová, která upozorňuje na to, že média mohou posílit určité zažitě pohledy na konkrétní témata právě tím, že některé otázky v této souvislosti nediskutují (2014). Totiž, tím, že média vybrané otázky nekomunikují, jim do jisté míry tímto způsobem vlastně mohou přikládat určitý význam, či k nim zaujímat implicitní postoj. V extrémních případech pak může záměrná nekomunikace některých témat či názorů (především v souvislosti s veřejným míněním) vyústit ve *spirálu mlčení*⁴⁷ (Noelle-Neumannová, 1993) až tabuizaci. Přestože si tato práce neklade za cíl blíže se tomuto aspektu mediální reprezentace věnovat, je důležité zde i tento způsob nahlížení na mediální obsahy zmínit.

Ačkoliv uvedené studie poslouží jako základ pro naši mediální obsahovou analýzu, je třeba zdůraznit, že některé závěry těchto výzkumů nelze dost dobře vztáhnout na naše prostředí. Týká se to zejména mediálního obrazu etnicity bezdomovců či podílu veteránů v rámci této populace. Zatímco například v prostředí USA jsou tyto otázky relevantní,

⁴³ *Attributions frames* (Yupingová, 2011, s. 7).

⁴⁴ *Seasonal frames* (Yupingová, 2011, s. 7-8).

⁴⁵ *Solutions frames* (Yupingová, 2011, s. 8).

⁴⁶ O důležitosti svázání explicitních významů (toho, co je v komunikátu řečeno), stejně tak jako implicitních významů (toho, co v komunikátu chybí, ale je považováno za presupozici, tedy za obecně dané) a absentujících skutečností hovoří například v souvislosti s analýzou diskurzu Norman Fairclough (1995).

⁴⁷ Autorkou teorie *spirály mlčení* (the spiral of silence) je Noelle-Neumannová, která ji ukotvila v teorii veřejného mínění (McQuail, 2009, s. 534).

v českém prostředí se jejich význam vytrácí. Proto výsledky výzkumů s ohledem na tyto parametry nebyly výše prezentovány, stejně tak jako s nimi nebude nikterak nakládáno v případě naší obsahové analýzy. Například i v případě výzkumu postojů české veřejnosti k bezdomovcům se P. Kliment a V. Dočekal záměrně rozhodli z šetření vynechat právě otázky dotýkající se etnicity, a to i přesto, že vycházeli z již dané metodologie stanovené zahraničním týmem, která byla vytvořena s cílem pozdější mezinárodní komparace výsledků postojů veřejnosti k bezdomovectví (2016). I tento výzkum proto bude konstruován tak, aby co nejlépe odpovídal našim podmínkám a nabízel odpovědi na adekvátně nastavené výzkumné otázky, plynoucí z konkrétních teoretických základů.

1.2.3 Současný stav bezdomovectví v České republice

Vzhledem k tomu, že samotný výzkum pokrývá mediální výstupy posledních deseti let⁴⁸, i v této části je věnována pozornost především tomuto období. Hovoříme tedy o formě novodobého bezdomovectví, které se na území České republiky objevilo až po roce 1989. Oproti historickému vývoji⁴⁹ jednotlivých etap bezdomovectví v zahraničí, dřívějšímu nástupu této formy bezdomovectví u nás bránil totalitní režim, jenž z ideologických důvodů bezdomovectví zakazoval. (Barták, 2011, s. 10; Kliment, Dočekal, 2016, s. 83 – 84; Vašát, 2012, s. 130.)

Jak uvádí Petr Vašát z Katedry antropologie FF ZČU: „Také z tohoto důvodu bylo bezdomovectví po dlouhou dobu fenoménem nezkoumaným (sic!) a souvisela s tím i absence koncepčních řešení ze strany státního aparátu.“ (2012, s. 130.) Nedostatečně dobře zmapovanou situaci u nás, která vychází z relativně pozdní odborné reflexe tohoto sociálního problému až v době porevoluční, rovněž potvrzují i jiní autoři (např. Barták, 2011; Vávra 2013, s. 13), kteří upozorňují na nutnost dalšího zkoumání současného stavu bezdomovectví z různých aspektů a v různých kontextech. P. Kliment a V. Dočekal dokonce explicitně apelují na nápravu absence výzkumů tohoto fenoménu ve spojitosti s masmediální prezentací této problematiky (2016).

⁴⁸ Zkoumané období je od 1. ledna 2007 do 31. prosince 2016.

⁴⁹ Zásadní zlomy historického vývoje bezdomovectví přehledně pokrývá například odborný text Petra Vašáta z Katedry antropologie FF ČZU *Studium bezdomovectví v USA: Inspirace pro výzkum v České republice* (Vašát, 2012).

Lidé bez domova v číslech

První, a doposud poslední, pokus o systematické a centrálně řízené celorepublikové šetření současného stavu bezdomovectví v České republice provedl Český statistický úřad (dále jen ČSÚ) v roce 2011 v souvislosti se sčítáním lidu, domů a bytů. Do té doby byly veškeré průzkumy tohoto typu prováděny pouze na území několika mála měst, s cílem dozvědět se více o *počtu* lidí bez domova právě v těchto vybraných lokalitách. Metodika, s níž k výzkumům jednotlivá města přistupovala, byla však rozličná, a závěry průzkumů tak nejsou celorepublikově vypovídající. (Drastík, 2015; Kliment, Dočekal, 2016, s. 49 – 53.) Sčítání osob bez domova z roku 2011 je proto v tuto chvíli jediným zdrojem relevantních a kvantifikovaných odhadů o skutečném stavu bezdomovectví u nás.

Přesto je důležité upozornit na to, že i tento výzkum má své limity. Tou nejzásadnější je, že sčítání lidí bez domova bylo monitorováno *pouze* v azylových domech, domech na půli cesty, noclehárnách a nízkoprahových denních centrech. Sčítání se tak týkalo pouze zjevných bezdomovců, kteří v době sčítání využívali nabízených sociálních služeb. Těch bylo zaznamenáno celkem 11 496. (Drastík, 2015; Kubala 2015.) Zcela opominuti však byli lidé bez domova nevyužívající zmíněnou sociální podporu a žijící kdekoliv jinde, jako například přímo v ulicích vesnic a měst. Zohlednění nebyli ani lidé, jimž bezdomovectví bezprostředně hrozí. Tuto skutečnost je třeba mít na paměti při analýze výsledků sčítání, neboť přestože šetření územně pokrývá celou republiku, zvolení respondenti nemusí nutně odpovídat reprezentativnímu vzorku všech osob bez domova. Není přitom vůbec jednoduché odhadnout, jakou část skutečných bezdomovců tvoří právě respondenti, kteří v šetření zahrnuti nebyli.

Navzdory uvedenému se i přesto objevilo několik pokusů o odhad celkového počtu bezdomovců na našem území. Kupříkladu P. Kliment a V. Dočekal vychází z předpokladu, že uvedených sociálních služeb využívá 60 % bezdomovců, což by znamenalo, že se v České republice v době šetření nacházelo celkem 19 160 zjevných i skrytých bezdomovců (Kliment, Dočekal, 2016, s. 49 – 53). Naopak I. Hradecký se spoluautory dochází na základě vlastního odhadu k závěru, že v České republice se nachází zjevných i skrytých bezdomovců dokonce 19 271 (Hradecký et al., 2012). Stále jsou to ovšem pouze odhady, které nejsou založené na empirickém sčítání konkrétních lidí.

Důležité je tedy upozornit na to, že tato podkapitola shrnuje hlavní závěry zmíněného, doposud jediného, celorepublikového šetření a že jsou v následujících odstavcích za *bezdomovce* označeni pouze ti bezdomovci, kteří byli respondenty daného šetření. Jiné

aktuální výzkumy, jež by zohledňovaly celou populaci bezdomovců, bohužel nejsou momentálně dostupné.

Výsledná zpráva ČSÚ, shrnuje hlavní poznatek ve svém úvodu: „*Typický bezdomovec: Vyučený svobodný muž ve věku 45 – 49 let, který nehovoří o své víře*“ (Kubala, 2015). Přestože ČSÚ zkoumal různé aspekty našich bezdomovců, pro účely plánovaného výzkumu mediální reprezentace bezdomovectví jsou v této kapitole záměrně vybrány jen některé zkoumané oblasti. Jsou jimi oblasti, které se jeví jako nejzajímavější či nejpodstatnější pro možné zasazení mediální reprezentace bezdomovectví do kontextu skutečného dění.

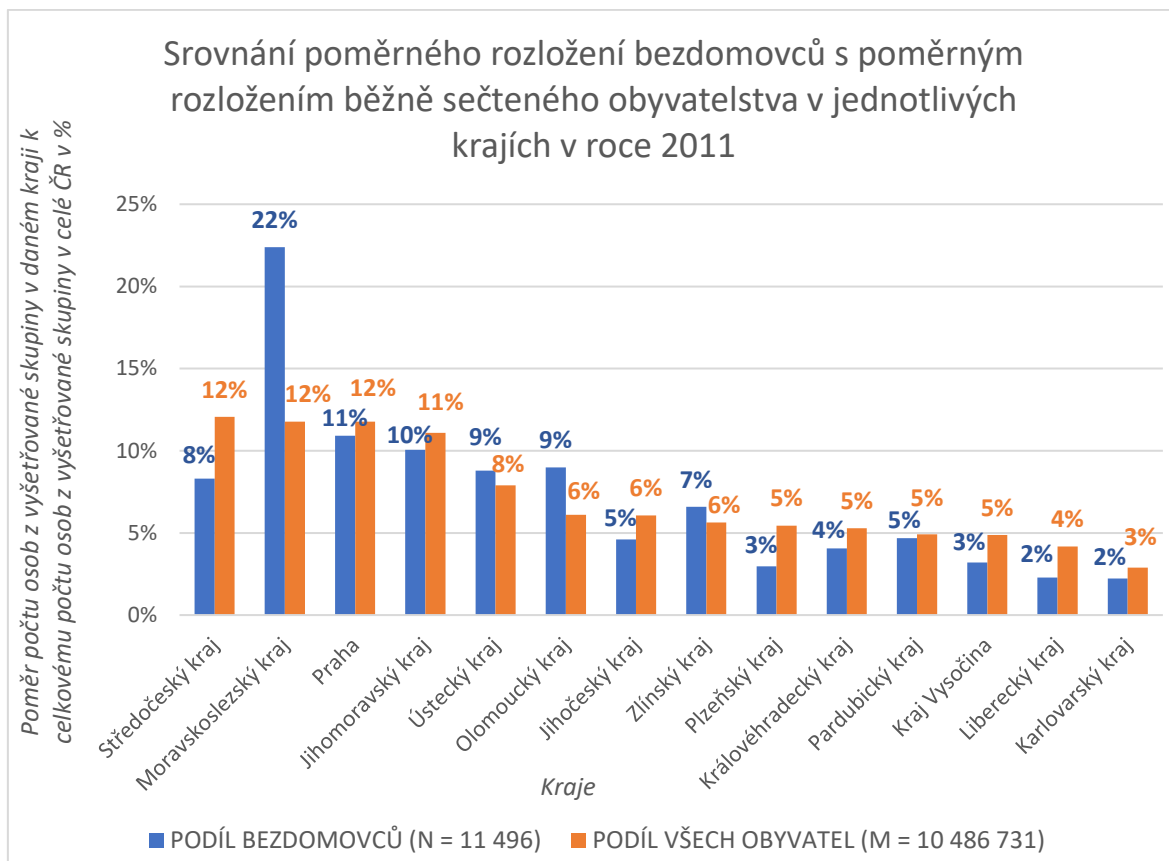
Kupříkladu průzkum územního rozložení osob žijících bez domova prokázal, že nejvíce bezdomovců bylo sečteno v Moravskoslezském kraji (22 % z celkového počtu 11 496 lidí bez domova) a v Praze (11 %). Za místo svého trvalého pobytu označilo opět nejvíce respondentů Moravskoslezský kraj (23 %), zatímco Prahu jen 8 %, čímž se dostala na šesté místo v pořadí. Nejméně bezdomovců bylo sečteno v Karlovarském kraji (2 %) a současně se k trvalému pobytu na tomto území hlásilo opět nejméně lidí (2 %). (Bezdomovci podle krajů; Kubala, 2015.)

Velmi zajímavé je srovnání, které nabízí graf č. 1. Z něj je patrné, že poměrné rozložení⁵⁰ bezdomovců v jednotlivých krajích vesměs kopíruje poměrné rozložení obyvatel⁵¹ žijících k 1. lednu 2011⁵² v těchto krajích ČR. Největší a prakticky jediná odchylka je zřetelná pouze v případě Moravskoslezského kraje (s rozdílem 10 procentuálních bodů). Toto porovnání tedy implikuje, že podíl bezdomovců v regionu přibližně odpovídá podílu počtu obyvatel v daném kraji (s výjimkou Moravskoslezského kraje).

⁵⁰ Poměrným rozložením bezdomovců je míněn podíl bezdomovců žijících v daném kraji vztažený k celkovému počtu bezdomovců, tj. 11 496 osob. Obdobně je tomu v případě poměrného rozložení obyvatel, jejichž celkový počet je 10 486 731 osob.

⁵¹ Obyvateli je míněna populace, která byla sečtena ČSÚ v rámci standardních šetření (viz Rozloha území a počet obyvatel). Předpokládá se tedy, že do této populace samotní bezdomovci započítáni nejsou.

⁵² Šetření zaměřené na bezdomovce proběhlo v roce 2011, proto je pro srovnání zvolen aktuální stav obyvatel k 1. lednu 2011.



Graf č. 1: Srovnání poměrného rozložení obyvatel a bezdomovců v jednotlivých krajích

Zdroj: Vlastní zpracování dat uveřejněných na stránkách ČSÚ⁵³

Zajímavostí může být, že naprostá většina dotazovaných bezdomovců (97 %) se hlásila k českému státnímu občanství. Pouze 3 % respondentů deklarovala buďto cizí státní příslušnost, uvedla absenci státního občanství či příslušnost vůbec neuvedla. Mezi bezdomovci cizinci byla v nejvyšší míře deklarována příslušnost ke slovenskému státnímu občanství (157 osob, tj. 1 % z celkového počtu bezdomovců). (Základní charakteristiky bezdomovců.)

Významnou část populace dotazovaných bezdomovců tvořili muži (9 023 osob, tj. 78 %), přičemž většina z nich deklarovala svůj věk v rozmezí 45 – 49 let (1 071 mužů, tj. 12 %). U žen, jichž byla minorita (2 473 osob, tj. 22 %), byl naopak nejčastěji zaznamenán věk v rozmezí 20 – 24 let (304 žen, tj. rovněž 12 %). (Základní charakteristiky

⁵³ Konkrétními zdroji, ze kterých byl graf vytvořen, jsou výsledky těchto dvou šetření: Bezdomovci podle krajů a Rozloha území a počet obyvatel.

bezdomovců.) Rozložení bezdomovecké populace dle pohlaví a věku je detailněji přiblíženo v grafu č. 2.

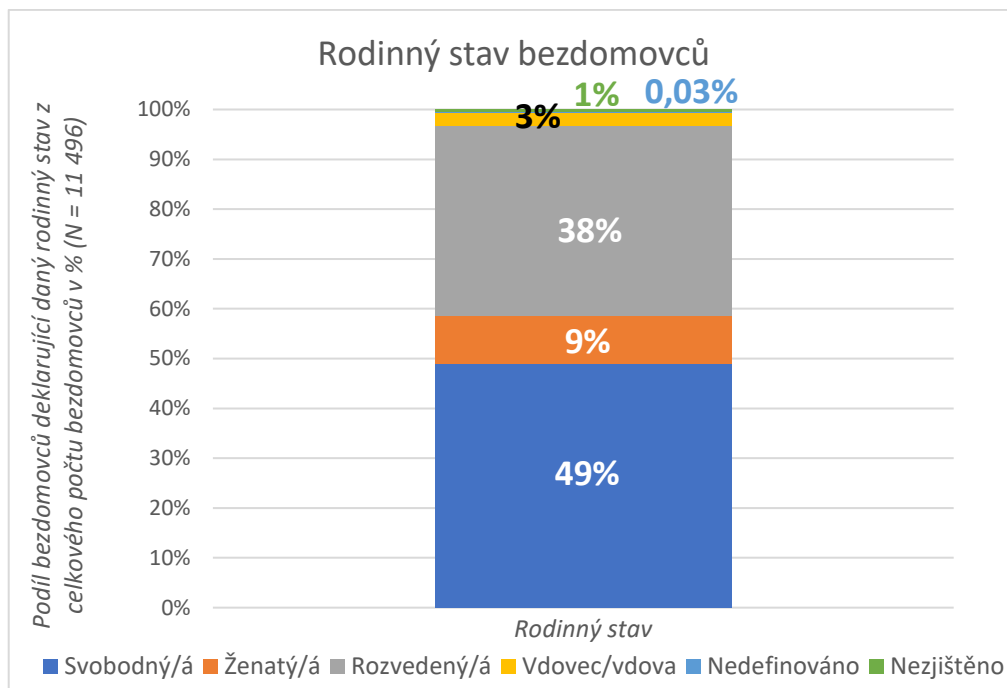


Graf č. 2: Pohlaví a věk bezdomovců

Zdroj: Vlastní zpracování dat výzkumu ČSÚ (Základní charakteristiky bezdomovců)

Jak dokazuje graf č. 3 v souvislosti s rodinným stavem monitorovaných osob, nejvíce bezdomovců uvedlo, že jsou svobodní (5 638 osob, tj. 49 %) či rozvedení (4 402 osob, tj. 38 %). Jen 9 % (tj. 1 087 osob) uvedlo, že jsou ženatí.⁵⁴ (Základní charakteristiky bezdomovců.)

⁵⁴ Zde je třeba upozornit na nesrovnalost v datech ČSÚ. Ve zprávě *Základní charakteristiky bezdomovců* je totiž v souvislosti s prezentovaným rozložením rodinného stavu bezdomovců uvedeno, že se jedná o osoby starší 15 let. Zpráva nicméně prezentuje rodinný stav bezdomovců na celkovém počtu 11 496 monitorovaných osob. Z grafu č. 2 i výše uvedených informací je však zřejmé, že onen základ 11.496 jsou *všechny* osoby bez domova, nikoliv *pouze* lidé bez domova starší 15 let. Data tedy byla od ČSÚ převzata, jen s tím rozdílem, že nejsou prezentována jako data vztahující se k bezdomovcům starším 15 let, nýbrž k populaci lidí bez domova jako celku. Bezdomovců mladších 15 let je i přesto relativně málo (celkem 397 osob; u 34 osob nebyl zjištěn věk vůbec).



Graf č. 3: Rodinný stav bezdomovců

Zdroj: Vlastní zpracování dat výzkumu ČSÚ (Základní charakteristiky bezdomovců)

Pokud bychom z výsledků tohoto výzkumu usuzovali všeobecnou platnost v rámci celé bezdomovecké populace, navíc nezávisle na čase, pak bychom skutečně mohli tvrdit, že bezdomovci jsou *převážně* svobodní muži středního věku. Bude proto též zajímavé sledovat, zda česká média budou rovněž primárně hovořit o bezdomovcích jakožto svobodných mužích ve středním věku. A to i navzdory řadě zahraničních výzkumů, jejichž autoři upozorňují na neadekvátně malý mediální prostor věnovaný bezdomovkyním ženám, dětem i rodinám, jenž je způsoben stereotypním zobrazováním bezdomovců jakožto svobodných mužů (Shields, 2001; Schneiderová et al., 2010; Widdowfieldová, 2001 a další). Relevantnost apelu těchto výzkumů je však třeba zhodnotit v kontextu skutečného stavu bezdomovectví v daných zemích. Jinými slovy, je vždy nutné prověřit, zda kritika mediální reprezentace (v tomto případě nevyváženého mediálního pokrytí dle podílu pohlaví) vychází skutečně z komparace s objektivní sociální realitou.

V rámci diplomové práce byla rovněž prošetřena aktuální data⁵⁵ výzkumného projektu *European Social Survey* (dále jen ESS), tedy projektu, který se zabývá současnou evropskou společností. Česká odnož, působící pod záštitou Sociologického ústavu

⁵⁵ Ke dni 28. října 2017.

Akademie věd, o projektu uvádí: „*Náplní projektu ESS je příprava a realizace mezinárodních kvantitativních šetření populací evropských zemí a poskytování souvisejících datových a vzdělávacích služeb. Výzkumná šetření se v evropských státech provádí jednou za dva roky.*“ (European Social Survey, 2017.) Na základě tohoto popisu by se dalo předpokládat, že součástí zkoumaných oblastí bude rovněž otázka bezdomovectví, neboť tento fenomén je bez pochyby součástí současné (nejen) evropské společnosti. Nicméně české internetové stránky ani domovské stránky ESS bohužel nenabízejí žádné podklady či studie, které by byly bezdomovectví věnovány (European Social Survey, 2017; European Social Survey). Důležité je přitom podotknout, že tomuto tématu nejsou jednak věnovány žádné prezentované studie, a jednak lidé bez domova jsou *záměrně* vyčleňováni coby respondenti při výzkumu jiných sociálních otázek (např. Beullens; ESS5; ESS6).

Ačkoliv je z výše uvedeného zřejmé, že lidé bez domova nepředstavují majoritu české populace a bezdomovectví jako takové ani není veřejností vnímáno jako nejpálčivější sociální problém (Kliment, Dočekal, 2016 s. 81 – 82), bezdomovectví zůstává sociálním a veřejněpolitickým problémem (Barták, 2011, s. 23 – 25). Absence výzkumů, soustředěných na toto téma z nejrůznějších aspektů, je proto důležitým nedostatkem, který by měl být napraven. Jen díky dalším šetřením totiž bude možné lépe poznat skutečné osoby bez domova, porozumět příčinám bezdomovectví a navrhnout možná řešení tohoto problému. Ostatně, i tato diplomová práce by měla být přínosem pro studium bezdomovectví u nás.

Lidé bez domova v očích druhých

Na rozdíl od empirických výzkumů o stavu bezdomovectví statistického charakteru, jichž je naprostý nedostatek, jsme na tom o něco málo lépe v případě šetření postojů většinové společnosti nejen k lidem bez domova (např. Kliment, Dočekal, 2016; Vávra, 2013), ale i k chudobě a sociální exkluzi (např. Eurobarometer, 2009). I přesto M. Vávra apeluje na nutnost dalších zkoumání v tomto směru, neboť postoj veřejnosti k bezdomovectví je součástí tohoto fenoménu a může mít významný vliv na jeho existenci a eliminaci (2013, s. 13 – 14).

Pro účely této práce je proto důležité představit výsledky již výše citované studie PhDr. Pavla Klimenta, Ph.D. a Mgr. Víta Dočekala, Ph.D. *Pohled na bezdomovectví v České republice*, která přináší klíčové informace o postoji české většinové populace k fenoménu bezdomovectví i k bezdomovcům samotným. Současně je to studie, která je v době psaní diplomové práce aktuální a má zde opodstatněné místo i v souvislosti s níže prezentovanou mediální obsahovou analýzou. Zkoumané oblasti této studie totiž mohou posloužit jako další reference a východisko při konstrukci našeho výzkumu. Z tohoto důvodu jsou zde popsána jen nejzásadnější zjištění daného výzkumu, která odpovídají zaměření této práce. Mimo to pak jmenovaná studie a závěry diplomové práce mohou vytvořit spolu s dalšími výzkumy prostor pro kritické úvahy nad možným vlivem médií na utváření zprostředkované představy příjemců mediálních sdělení o bezdomovcích. Je však nutné zopakovat, že vliv samotných mediálních obsahů na formování představ a postojů publika je předmětem jiného typu výzkumu, na který v této práci není prostor, a který ani neodpovídá původnímu záměru diplomové práce.

Klimentova a Dočekalova studie byla provedena v průběhu let 2014 – 2015, a to formou kvantitativního šetření pomocí telefonického dotazování. V rámci výzkumu bylo zaznamenáno 379 rozhovorů. (Kliment, Dočekal, 2016.)

V první řadě se autoři studie zabývali tím, jak dotazovaní vnímali příčiny bezdomovectví a komu připisovali zodpovědnost za situaci bezdomovců. V 54 % případů respondenti dávali za vinu samotným bezdomovcům, že se z nich bezdomovci stali. Ostatní dotazovaní připisovali vinu systému, respektive společnosti a vládě. Mezi situačními příčinami (jak je sami autoři nazývají) byly za nejzávažnější považovány následující faktory: nedostatek cenově dostupného bydlení; ekonomický systém, který upřednostňuje bohaté; smůla a nedostatek vládní pomoci chudým. Naopak mezi personálními příčinami byly za nejpodstatnější faktory považovány: užívání alkoholu a drog; nezodpovědné chování a lenost bezdomovců. Jinými slovy: „...*bezdomovci jsou v převládající míře vnímáni jako problémoví uživatelé psychoaktivních látek, jsou nezodpovědní a líní. Můžeme konstatovat, že toto jsou stěžejní charakteristiky, které jsou bezdomovcům mnohdy neprávem přisuzovány.*“ (Kliment, Dočekal, 2016, s. 48.) O to více tuto domněnku potvrzují další výsledky výzkumu, ze kterých vyplývá, že většina dotázaných se domnívá, že hlavním zdrojem příjmu bezdomovců jsou krádeže, prodej drog či jiné ilegální činnosti. (Kliment, Dočekal, 2016.)

V případě očekávané pomoci bezdomovcům nejvíce lidí přiřklo odpovědnost státu, což je poněkud překvapivé, vzhledem k tomu, že většina respondentů připsala zodpovědnost za bezdomovectví personálním příčinám. Respondenti v menším počtu deklarovali, že by si bezdomovci měli sami pomoci, a zcela nejméně byla deklarována očekávaná pomoc ze strany charity. (Kliment, Dočekal, 2016.) Na druhou stranu je nutné v této souvislosti dodat, že M. Vávra ve své analýze několika starších výzkumů, kterou publikoval v roce 2013, mimo jiné zmiňuje, že dotazovaní naopak ve větší míře uváděli, že by si bezdomovci měli pomoci sami. Nejméně respondentů pak deklarovalo očekávanou pomoc ze strany státu (s. 14 – 16), což je v kontradikci vůči výše prezentované studii. Není jednoznačné, proč uvedení autoři dospěli k rozličným poznatkům, ale jedním z důvodů může být posun v postojích veřejnosti během let mezi jednotlivými výzkumy. Co tento posun způsobilo, však není zřejmé, a dá se předpokládat, že je to výsledek více dílčích faktorů. Ať už je to kupříkladu pokles či nárůst množství osob bez domova na našem území, s tím do jisté míry související změna frekvence a hloubky přímé zkušenosti s bezdomovectvím či například změna způsobu a míry mediálního pokrytí tohoto tématu. K potvrzení konkrétního tvrzení v tuto chvíli nejsou dostupná potřebná data. Sám M. Vávra však v závěru připomíná důležitost role médií při utváření postojů: *„Z dat zde prezentovaných nelze přímo odvodit, z jakých zdrojů respondenti berou oporu pro své postoje, zejména postoje vůči jevům, které přesahují jejich přímou zkušenost (...), ale lze se domnívat, že jsou do značné míry určeny mediálním diskurzem, což ovšem platí pro významnou část postojů, které jako příslušníci určité společnosti vystavení každodenně mediálním informacím zastáváme, a neznamena to, že tyto názory a postoje jsou irelevantní. Jsou významné proto, že ať už jsou jakkoli povrchní, mají své reálné dopady v jednání.“* (2013, s. 17.)

P. Kliment a V. Dočekal dále zkoumali, zda představa většinové společnosti o podílu pohlaví, věku a rodinného stavu bezdomovců odpovídá skutečnosti, přičemž za objektivní data užitá ke komparaci považovali, stejně, jako je tomu i v případě této práce, výzkum sčítání lidu ČSÚ. Došli k závěru, že očekávaný podíl mužů mezi bezdomovci byl respondenty podhodnocován. Jinými slovy, dotazovaní věřili, že mezi bezdomovci je méně mužů, než tomu je ve skutečnosti. Obdobně je tomu i v případě předpokládaného věku bezdomovců, neboť respondenti podcenili podíl bezdomovců mladších třiceti let, než tomu skutečně je. Naopak očekávali, že mezi bezdomovci je mnohem více osob starších 65 let. Největší odchylka očekávaného a skutečného byla přitom zaznamenána v případě

předpokládaného podílu ženatých bezdomovců. Respondenti se domnívali, že ženatých či vdaných osob bez domova je markantně více, než jich skutečně je. (Kliment, Dočekal, 2016.)

V neposlední řadě byla rovněž věnována pozornost pozitivním a negativním výrokům, které dotazovaní bezdomovcům připisovali. Zajímavé je, že přestože respondenti považovali osoby bez domova za potenciální nebezpečí, v porovnání s jinými lidmi (ve smyslu „nebezdomovců“) jim nepřisuzovali větší nebezpečnost. Dokonce se ve většině případů respondenti shodli, že bezdomovci nepáchají násilnou trestnou činnost více než ostatní lidé. To ovšem odporuje představě dotazovaných o hlavním zdroji příjmů bezdomovců skrze ilegální činnost. (Kliment, Dočekal, 2016.)

2. Vlastní výzkum

2.1 Metodologická východiska

2.1.1 Výzkumný cíl

Cílem diplomové práce je popsat, jakým způsobem se v českých celostátních médiích typicky prezentuje téma bezdomovectví, tedy konkrétně, jaké rámcování toto téma provází. Výzkumné otázky budou konstruovány s ohledem na již provedené, výše představené výzkumy obdobného zaměření.

2.1.2 Výzkumné otázky

K naplnění výzkumného cíle je třeba stanovení konkrétních výzkumných otázek. V případě našeho výzkumu vychází výzkumné otázky z rešerše odborné literatury, teoretických konceptů a studií předložených v první části práce. Záměrně přitom neformulujeme úzce vymezené hypotézy výzkumu, abychom se neomezovali požadavkem jednoznačného vyvrácení či potvrzení očekávaného. Naopak díky obecněji stanoveným výzkumným otázkám dáváme prostor zasazení celého bádání do širšího kontextu. Přesto skrze operacionalizaci výzkumných otázek definujeme konkrétní oblasti, na které se budeme zaměřovat.

Stanovené výzkumné otázky, jejichž zodpovězením bychom měli naplnit výzkumný cíl, jsou:

- 1. VO1: Kolik prostoru věnují vybraná média tématu bezdomovectví a jak se tento mediální prostor vyvíjí v čase?**
- 2. VO2: Jakým způsobem zobrazují vybraná média lidi bez domova?**
- 3. VO3: Jak vybraná média rámcují příčiny bezdomovectví?**
- 4. VO4: Jak vybraná média rámcují řešení bezdomovectví?**
- 5. VO5: Kdo se ve vybraných médiích k bezdomovectví vyjadřuje?**

2.1.3 Výzkumná metoda

Zvolenou metodou pro zodpovězení výzkumných otázek, a tedy naplnění výzkumného cíle, je kvantitativní obsahová analýza. Ze své podstaty je to metoda kvantitativního charakteru, která umožňuje zkoumat velké množství dat (Bertrandová, Hughes, 2018; Scherer in Schulz et al., 2004; Trampota, Vojtěchovská, 2010). Jak uvádí K. F. Punch (2008): „*Kvantitativní* znamená, že šetření je navrženo tak, aby přineslo numerická data měřením proměnných.“ (s. 13). Výsledná data analýzy pak mohou být přehledně a jasně prezentována v různých grafických podobách, tabulkách a grafech (Scherer in Schulz et al., 2004; Trampota, Vojtěchovská, 2010). Tento typ výzkumu se hojně využívá právě v souvislosti se zkoumáním mediálních textů, respektive obsahů (Wimmer, Dominick, 2006).

Kvantitativní analýza bývá často označována za standardizovanou, systematickou a intersubjektivně ověřitelnou metodu výzkumu (Reifová, 2004, s. 21). Právě tato vysoká míra strukturovanosti, ověřitelnosti a přenositelnosti bývá považována za hlavní výhodu a charakteristický rys této metody (Trampota, Vojtěchovská, 2010). Jak dodává H. Scherer: „*Při rozboru podléhá každý krok explicitně formulovaným pravidlům.*“ (Scherer in Schulz et al., 2004, s. 29). Vše by tak mělo být logické, systematické a organizované (Punch, 2008). Samozřejmě by měl být vždy kladen důraz na dosažení maximální míry reliability (spolehlivosti) a validity (přiměřenosti) výzkumu (Scherer in Schulz et al., 2004; Wimmer, Dominick, 2006).

Konkrétní postup při řešení našeho výzkumu pak odpovídá obecnému modelu empirického výzkumu, jak bývá obvykle popisován v odborné literatuře (více viz například Hansen, 1998; Punch, 2008; Riffe et al., 2005; Scherer in Schulz et al., 2004; Trampota, Vojtěchovská, 2010; Wimmer, Dominick, 2006 a další). Nejprve je formulován výzkumný cíl společně s výzkumnými otázkami. Po zvolení výzkumné metody následuje v rámci operacionalizace definice základního zkoumaného souboru, případně definice výběrového souboru, spolu s identifikací jednotky měření. Také jsou specifikovány analyzované kategorie obsahu a je vystavěn systém kvantifikace. S tím v našem případě souvisí konstrukce kódovací knihy, ve které budou zaznamenány všechny proměnné a hodnoty, kterých mohou nabývat. Ve své podstatě je proto kvantitativní obsahová analýza deduktivní metodou, neboť zkoumá rámce, které jsou definované a operacionalizované a priori, tedy ještě před samotnou analýzou zkoumaného souboru (Vreese, 2005, s. 33). Na závěr, tedy po analýze dat, následuje jejich vyhodnocení s ohledem na původně stanovené

výzkumné otázky a výzkumný cíl. (Hansen, 1998; Punch, 2008; Riffe et al., 2005; Scherer in Schulz et al., 2004; Trampota, Vojtěchovská, 2010; Wimmer, Dominick, 2006.) Struktura výzkumné části naší práce je rovněž inspirována textem Blanky Kudrnové (2017), která provedla kvantitativní obsahovou analýzu se zaměřením na mediální konstrukci zdravotního rizika v českém prostředí. Přestože se ve své práci zabývala jiným tématem, metodologické postupy jsou díky popsáním charakteristickým vlastnostem kvantitativní obsahové analýzy přenositelné i na jiné výzkumy stejného typu, byť s jiným zaměřením.

Za limitu či nedostatek kvantitativní obsahové analýzy bývá označována neschopnost vysvětlení zjištěných jevů. Mimo to kritici této metody upozorňují na redukci zkoumané skutečnosti, která má navíc subjektivní charakter, neboť vyplývá z individuální kategorizace každého výzkumníka. Jinými slovy, daný kategorizační systém vystavený jednotlivci zásadně ovlivňuje výsledky analýzy. (Berger, 1998; Bertrandová, Hughes, 2018; Trampota, Vojtěchovská, 2010.) Abychom dosáhli co možná nejvyšší objektivity, budeme při stanovování proměnných a jejich hodnot vycházet ve většině případů z již uskutečněných zahraničních výzkumů, které byly prezentovány v první části práce. Je však zřejmé, že i přes tento pečlivý postup subjektivitu zcela neeliminujeme. Jak bylo uvedeno, jakákoliv redukce zkoumané skutečnosti ovlivní konečný výsledek.

2.1.4 Operacionalizace výzkumných otázek

Vzhledem ke stanovené metodě výzkumu je nyní třeba operacionalizovat výzkumné otázky. Cílem této podkapitoly je tedy popsat, jakým způsobem budou jednotlivé výzkumné otázky zkoumány.

VO1: Kolik prostoru věnují vybraná média tématu bezdomovectví a jak se tento mediální prostor vyvíjí v čase?

Tuto výzkumnou otázku zodpovíme pomocí dvou proměnných, a to *velikostí mediálního prostoru a data vydání*. Prostor bude měřen konkrétním počtem slov každého mediálního výstupu, datum pak bude odpovídat datu vydání daného výstupu. Tyto sledované proměnné budou schopny indikovat, kdy a v jaké míře je médii danému tématu věnována pozornost.

Již dříve uskutečněné zahraniční studie prokázaly, že tematika bezdomovectví je v médiích mnohdy prezentována v sezónních cyklech, přičemž největší pozornost jí je věnována v zimních obdobích a v době svátků; tedy o Vánocích, Velikonocích atd. (Bunis et al., 1996; Shields, 2001). Bude zajímavé sledovat, zda i v našem výzkumu dojdeme k podobnému zjištění.

Je však podstatné zmínit, že stejně jako v uvedených studiích (ibid.), i v případě tohoto výzkumu nebude mediální prostor ani frekvence či sezónnost mediálních výstupů o bezdomovectví srovnávána s jinými mediovanými tématy. Takové bádání je nad rámec stanoveného výzkumného cíle, a tedy i mimo záměr samotné diplomové práce.

VO2: Jakým způsobem zobrazují vybraná média lidi bez domova?

Tato výzkumná otázka bude sledována pomocí sedmi proměnných, které určí, jak jsou lidé bez domova v médiích zobrazováni. První proměnnou bude *základní rámec*, který bude nabývat vždy jedné z těchto hodnot:

- Převážně epizodické rámcování – mediální výstup se bude zabývat konkrétním příběhem, problémem či situací jedince nebo jedinců (ať už bezdomovců, dobrovolníků, institucí či jiných hlavních aktérů).
- Převážně tematické rámcování – mediální výstup bude prezentovat bezdomovectví v širším kontextu, bezdomovectví bude popisováno jako společenský problém.
- Smíšené rámcování – mediální výstup bude kombinovat charakteristiky obou výše uvedených rámců a nebude možné jednoznačně určit, který rámec převládá.

Další sledovanou proměnnou bude *převažující pohlaví*. To by mělo určit, jaké pohlaví osob bez domova je v daných mediálních sděleních dominantní. Za dominantní bude považováno to, čemu budou média zejména věnovat svou pozornost. Typicky bude hodnota této proměnné odpovídat pohlaví hlavního aktéra bez domova, případně skupině hlavních aktérů, přestože to není pravidlem. Například je možné, že mediální sdělení bude referovat o nových aktivitách azylového domu pro muže bez domova – v takovém případě bude proměnná kódována jako *muži*, neboť hovoří o aktivitách spojených s bezdomovci mužského pohlaví. Zde jsou vytyčené hodnoty, kterých může tato proměnná nabývat:

- Ženy – mediální výstup bude prezentovat zejména ženy bez domova.
- Muži – mediální výstup bude prezentovat zejména muže bez domova.

- Jak muži, tak ženy – mediální výstup bude prezentovat ženy i muže bez domova, přičemž nebude možné jednoznačně určit, které pohlaví převládá.
- Nelze určit/není uvedeno.

Obdobně bude kódován také *převažující věk* prezentovaných osob bez domova:

- Děti – mediální výstup bude prezentovat zejména děti bez domova.
- Teenageři – mediální výstup bude prezentovat zejména teenagery bez domova, tedy osoby, které jsou orientačně ve věku 13 – 17 let.
- Mladí dospělí – mediální výstup bude prezentovat zejména mladé dospělé bez domova, tedy osoby, které jsou orientačně ve věku 18 – 30 let.
- Dospělí – mediální výstup bude prezentovat zejména dospělé osoby bez domova, tedy jedince, kteří jsou orientačně ve věku 31 – 54 let.
- Starší dospělí – mediální výstup bude prezentovat zejména starší dospělé bez domova, tedy osoby, které jsou orientačně ve věku 55 – 64 let.
- Senioři – mediální výstup bude prezentovat zejména seniory bez domova, tedy osoby, které jsou orientačně starší 65 let.
- Nelze určit/není uvedeno.

Dále bude kódován *převažující rodinný stav* osob bez domova:

- Svobodný/v nesezdaném partnerství – mediální výstup bude prezentovat zejména svobodné lidi bez domova či lidi bez domova žijící v nesezdaných partnerstvích.
- Ženatý/vdaná – mediální výstup bude prezentovat zejména ženaté muže bez domova či vdané ženy bez domova.
- Rozvedený – mediální výstup bude prezentovat zejména rozvedené osoby bez domova.
- Vdovec/vdova – mediální výstup bude prezentovat zejména ovdovělé osoby bez domova.
- Rodiny – mediální výstup bude prezentovat zejména rodinu či rodiny bez domova, přičemž za rodinu budou pro účely výzkumu považována uskupení alespoň dvou jedinců dvou různých generací ve vztahu, který lze běžně označit za rodinu (například matka a dítě).
- Nelze určit/není uvedeno.

Důležitou součástí proměnných, které napomohou zodpovědět stanovenou výzkumnou otázku, bude také *role lidí bez domova při násilí*. Tato proměnná se zaměří na

to, jakým způsobem jsou lidé bez domova prezentováni ve vztahu k popisovanému násilí, zda jsou prezentováni primárně jako jeho příčina či naopak, zda jsou vyobrazeni jako jeho oběti. Násilí pro účely výzkumu definujeme jako fyzické napadení či přímý útok na druhou osobu, které má za následek zranění, ublížení na zdraví či ohrožení na životě.

- Žádné – mediální výstup nebude zmiňovat žádnou formu násilí.
- Násilník – osoba či osoby bez domova budou v mediálním výstupu prezentovány zejména jako zdroj popisovaného násilí.
- Oběť – osoba či osoby bez domova budou v mediálním výstupu prezentovány zejména jako oběti násilí.
- Kombinace – lidé bez domova budou v mediálním výstupu prezentováni současně jako násilníci i jako oběti násilí (například bude popisována potyčka mezi skupinou bezdomovců s následky zranění jednoho z nich apod.).
- Nelze určit.

Další sledovanou proměnnou pak bude *převažující rámeček lidí bez domova*. Ten by měl korespondovat s kategorizací, kterou již dříve předestřeli a využili Rosenthal (2000) a Zuffereyová (2014) a která byla popsána v předchozí části práce. Tito výzkumníci kategorizovali mediální obraz lidí bez domova na chudáky, flákače a nedobrovolné oběti. Spojíme-li kategorie chudáků a nedobrovolných obětí, získáme kategorii, kterou Schneiderová se svými kolegy (2010) nazvala *deserving*, tedy kategorii těch lidí bez domova, kteří si zaslouží pomoc většinové společnosti. V protikladu pak pochopitelně bude stát kategorie flákačů, kterou Schneiderová se svými spoluautory (ibid.) nazvala *undeserving*, tedy těch, kteří si pomoc nezaslouží.

Tento způsob kategorizace umožní pohlížet na mediální sdělení v širším měřítku a s jistým odstupem, než kdyby byly pouze kódovány určité výrazy negativního či pozitivního charakteru. Jak podotýká Entman (1993), neznalost sjednoceného a uceleného konceptu rámcování vede mnohé výzkumníky k mylnému kódování pozitivních a negativních výrazů a zmínek jako stejně významných a zdůrazňovaných. Podle jeho názoru je tak velmi důležité, aby kódovači věnovali pozornost především zdůrazňovaným prvkům (respektive rámcům) v textu a jejich vztahu k rámcům publika. (Entman, 1993, s. 57.) Z jeho slov je tedy patrné, že při obsahové analýze bychom se měli zaměřit především na zdůrazňované prvky v komunikátu a ty uvést do souvislosti, spíše než na apriori normativní kategorizaci jednotlivých prvků sdělení na pozitivní a negativní. Takové

rozdělení totiž nemusí vůbec vypovídat o významnosti daného rámce. Z tohoto důvodu nebyla ani v tomto výzkumu stanovena žádná proměnná s hodnotami pozitivní a negativní.

Zvolené hodnoty této proměnné tedy jsou:

- Chudáci – osoba či osoby bez domova budou v mediálním výstupu prezentovány převážně jako chudáci či smolaři, kteří zažívají těžké chvíle způsobené jejich stávající situací (například budou jako lidé bez domova vystaveni násilí, nemocem, nepřízni počasí apod.). Z mediálního výstupu bude patrný náznak soucitu vůči nim.
- Flákači – osoba či osoby bez domova budou v mediálním výstupu prezentovány převážně jako problémové (například budou popisovány jako narkomani, alkoholici, drogoví dealaři, zloději, násilníci, potulovači apod.). Z mediálního výstupu bude patrný náznak opovržení, pohoršení či nezájmu vůči nim.
- Nedobrovolné oběti – osoba či osoby bez domova budou v mediálním výstupu prezentovány převážně jako nedobrovolné oběti okolností, které je k bezdomovectví přivedly (například budou popisovány jako oběti domácího násilí apod.). Akcentovány přitom budou právě příčiny bezdomovectví daných aktérů a z mediálního výstupu bude patrný náznak soucitu vůči nim.
- Nelze určit.

Komplementární proměnnou v rámci této výzkumné otázky pak bude *převažující země místa dění*, která bude indikovat, kde se odehrává dění prezentované v mediálních výstupech. Pro zodpovězení otázky není tato proměnná nezbytná a má pouze doplňující funkci. Umožní nám získat orientační přehled o tom, zda mediální výstupy referují o bezdomovectví či lidech bez domova u nás v České republice či se zaměřují na tuto tematiku jinde ve světě. Z tohoto důvodu byly i jednotlivé hodnoty proměnné stanoveny obecněji, abychom nezacházeli do přílišných (a pro účely výzkumného cíle zbytečných) detailů:

- Česká republika
- Slovenská republika
- Jiná evropská země
- Mimoevropská země
- Nelze určit.

Jak bylo popsáno v první části práce, z uskutečněných zahraničních výzkumů vyplývá, že lidé bez domova bývají v médiích typicky prezentováni jako svobodní muži.

Kupříkladu Shields (2001) dospěl k závěru, že média referují primárně o svobodných mužích bez domova, přičemž ženy, děti i celé rodiny bez domova jsou často opomíjeny. Widdowfieldová (2001) rovněž hovoří o tom, že média stereotypně zobrazují bezdomovce jako svobodné muže. Tento poznatek potvrzují také výsledky práce Schneiderové (2010). Ta ovšem doplňuje, že lidé bez domova prezentovaní v médiích bývají typicky zobrazováni jako svobodní muži, ovšem různých věkových skupin. V neposlední řadě je zajímavé zmínit, že již výše popsany výzkum ČSÚ (Kubala, 2015) dochází k závěru, že typickým bezdomovcem v České republice je také svobodný muž, a to středního věku.

Rámce sledované v souvislosti s touto výzkumnou otázkou by dle Entmana (1993) měly svou funkcí naplňovat *definici problému* a částečně i *morálního hodnocení* (zejména s ohledem na proměnnou *převažující rámec lidí bez domova*).

V03: Jak vybraná média rámcují příčiny bezdomovectví?

Zásadní proměnnou pro zodpovězení této výzkumné otázky bude proměnná s názvem *příčiny bezdomovectví*. Ta bude na základě předchozích výzkumů odpovídat těmto hodnotám:

- Individuální – mediální výstup bude prezentovat zejména příčiny bezdomovectví individuálního charakteru (například psychické problémy, závislosti, špatná životní rozhodnutí jednotlivců, osobní neštěstí, nezodpovědné chování, lenost apod.).
- Systémové – mediální výstup bude prezentovat zejména příčiny bezdomovectví systémového charakteru (například nedostatek cenově dostupného bydlení, ekonomický systém znevýhodňující chudé, nedostatek vládní pomoci chudým, zhoršený přístup ke spravedlivé mzdě nebo zaměstnání apod.).
- Kombinace – mediální výstup bude kombinovat individuální a systémové příčiny bezdomovectví a nebude možné jednoznačně určit, které příčiny převažují.
- Není uvedeno/nelze určit.

Přestože bylo původně plánováno hodnoty proměnné rozšířit o konkrétní příčiny, po prvním zkušebním kódování bylo zjištěno, že texty mnohdy obsahovaly více různých individuálních či systémových příčin a často nebylo možné jednoznačně určit, která z konkrétních příčin byla dominantní, a měla by být proto kódována. Nakonec byly z tohoto důvodu hodnoty redukovány na výše popsané kategorie, které v této podobě

umožní získat komplexnější pohled na zkoumané téma. Mimo to tyto zvolené kategorie odpovídají i kategoriím uskutečněných zahraničních výzkumů.

Z těchto výzkumů pak vyplývá, že zkoumaná média se jen minimálně zabývala příčinami bezdomovectví (Shields, 2001; Schneiderová et al. 2010), a pakliže se jimi zabývala, primárně diskutovala individuální příčiny spíše než ty systémové (Buck et al., 2004; Shields, 2001; Schneiderová et al., 2010). Pro doplnění je možné zmínit, že Kliment a Dočekal (2016) prokázali, že 54 % české většinové společnosti se také přiklání k individuálním příčinám jakožto faktorům způsobujícím bezdomovectví.

Tato výzkumná otázka může být rovněž doplněna o poznatky získané díky proměnné *základní rámeček* (popsána výše). Zajímavé bude především sledovat korelaci mezi touto proměnnou a typem příčin.

V neposlední řadě mohou doplnit mozaiku poznatků také proměnné, které souvisí se zdroji, jež se k bezdomovectví v médiích vyjadřují. Tyto proměnné však budou popsány níže, a to s ohledem na poslední výzkumnou otázku.

Je zřejmé, že tato výzkumná otázka se bude zabývat takovými vybranými a zdůrazňovanými aspekty komunikátů, tedy rámců, které dle Entmana (1993) podporují *kauzální interpretaci* a do jisté míry i *morální hodnocení* (v obou případech bude tuto funkci naplňovat zejména proměnná *příčiny bezdomovectví*).

VO4: Jak vybraná média rámcují řešení bezdomovectví?

V první řadě tuto otázku pomůže zodpovědět proměnná s názvem *pomoc lidem bez domova*, která určí, o jakém typu pomoci lidem bez domova média hovoří:

- Krátkodobá – mediální výstup bude prezentovat zejména způsoby krátkodobé pomoci lidem bez domova nebo způsoby zlepšení situace bezdomovectví krátkodobého charakteru, a to ve smyslu, že bude prezentovat jednorázovou či krátkodobou pomoc, u níž se nepředpokládá, že by měla mít dlouhodobý dopad na změnu stavu bezdomovectví jednotlivce či lidí bez domova (například jednorázové aktivity dobrovolníků, služby azylových domů a nocleháren, institucí poskytujících sociální služby, charit apod.).
- Dlouhodobá – mediální výstup bude prezentovat zejména způsoby dlouhodobé pomoci lidem bez domova a způsoby zlepšení situace bezdomovectví dlouhodobého charakteru, a to ve smyslu, že bude prezentovat aktivity spojené s dlouhodobým dopadem na pokus vymanění se ze stavu bezdomovectví

(například poskytnutí dlouhodobé práce a dalších prostředků umožňujících vymanění se ze stavu bezdomovectví, hledání způsobu, jak předejít bezdomovectví apod.).

- Kombinace – mediální výstup bude prezentovat způsoby krátkodobé i dlouhodobé pomoci lidem bez domova a zlepšení stavu bezdomovectví, přičemž nebude možné jednoznačně určit, který typ pomoci převládá.
- Není uvedeno.

Dalším krokem pak bude zaměření se na proměnnou *řešení bezdomovectví*, která bude napovídat, komu je za řešení bezdomovectví přikládána odpovědnost:

- Individuální – mediální výstup bude naznačovat, že dlouhodobé řešení bezdomovectví spočívá především na straně samotných lidí bez domova (nebo těch, kterým bezdomovectví bezprostředně hrozí), jejich příbuzných a blízkých (například si svépomocí najdou trvalý způsob obživy, vyhledají si pomoc v tíživé situaci, budou tomuto problému sami aktivně předcházet apod.).
- Systémové – mediální výstup bude naznačovat, že dlouhodobé řešení bezdomovectví bude spočívat především na straně systému a institucí (státu, vlády, magistrátů, městských částí atd.), a to například tak, že vláda věnuje více financí preventivním opatřením bezdomovectví, podnikne kroky ke zlepšení současného stavu bezdomovectví, navrhne způsoby řešení apod.
- Kombinace – mediální výstup bude prezentovat individuální i systémová řešení bezdomovectví, přičemž nebude možné jednoznačně určit, který typ řešení převládá.
- Není uvedeno.

Jak zjistila Schneiderová se svým týmem (2010), řešení bezdomovectví se jimi zkoumaná média věnovala více než diskuzi příčin tohoto společenského problému. Zuffereyová (2014) pak doplnila, že dle jejích poznatků média věnovala pozornost systémovým řešením bezdomovectví v případě, že se této problematice věnovali politicky angažovaní jedinci či skupiny, kteří toto téma vzali za své.

Kliment a Dočekal (2016) pak prokázali, že většina české společnosti přiřkla odpovědnost za bezdomovectví státu a teprve následně samotným bezdomovcům. Toto zjištění je překvapivé především v kontextu toho, že současně většina respondentů vnímala příčiny bezdomovectví jako individuální. Vávra (2013) naopak poukázal na opačný postoj k řešení bezdomovectví. Dle jeho respondentů by si lidé bez domova měli v první řadě

pomoci sami. Pomoc ze strany státu byla naopak očekávána v nejméně případech. Názory se tedy liší.

I v případě zodpovězení této výzkumné otázky může posloužit proměnná *základní rámeček* jako komplementární zdroj informací, a to právě v souvislosti s korelací s výše jmenovanými proměnnými pokrývajícími tuto otázku. Stejně jako v případě předchozí výzkumné otázky mohou být dalším doplněním proměnné související s poslední výzkumnou otázkou. Ty budou přiblíženy níže.

Entmanem (1993) definované funkce rámců, které se výrazněji projeví ve spojitosti s touto otázkou, pak budou zejména *doporučení řešení* a částečně také *morální hodnocení*, které může souviset s připisovanou odpovědností.

VO5: Kdo se ve vybraných médiích k bezdomovectví vyjadřuje?

Poslední výzkumná otázka bude zodpovězena pomocí deseti spolu souvisejících proměnných, které budou odkazovat ke zdrojům. Kódovány přitom budou pouze zdroje, které budou promlouvat přímou řečí. V tomto případě nebudeme do zdrojů zahrnovat moderátory a redaktory, byť by přímou řečí sami promlouvali, neboť plní funkci zástupců médií.

Uvědomujeme si, že přehlížení sdělení druhých, která nejsou prezentována přímou řečí, může způsobit jisté zkreslení výsledků analýzy. Kódování jen přímých řečí je však podle Schneiderové a jejích kolegů (2010) nejlepší způsob, jak dosáhnout co možná nejvyšší míry reliability. Konstrukce proměnných a jejich hodnot byla v tomto případě inspirována právě jejich výzkumem.

První sledovanou proměnnou bude *počet zdrojů*, díky čemuž identifikujeme množství explicitně citovaných zdrojů. Vzhledem k tomu, že se v rámci této výzkumné otázky zaměříme nejen na to, jaké typy zdrojů v médiích promlouvají, ale také na to, o čem promlouvají, budeme volit k bližšímu zkoumání vždy první tři citované zdroje uvedené v mediálním sdělení. Tento počet považujeme za adekvátní vzhledem k záměru a rozsahu našeho výzkumu:

- Žádný
- Jeden
- Dva
- Tři
- Více.

Tři první zdroje v pořadí pak budou analyzovány dále, a to nejprve identifikací zdroje (proměnné *zdroj 1*, *zdroj 2* a *zdroj 3*) jako jedné z předem definovaných hodnot. Kategorizace těchto hodnot je inspirována výzkumem Schneiderové (2011) popsáním v první části práce. V případě, že citovaný zdroj bude mít více funkcí či rolí (například je to dnes řadový občan, ale býval bez domova, nebo je to poslanec a současně ministr apod.), budeme kódovat tu roli či funkci, se kterou v mediálním výstupu vystupuje.

- Žádný.
- Osoba bez domova či její blízký – citovaným zdrojem bude osoba bez domova či její blízký.
- Zástupce neziskové organizace/iniciativy – citovaným zdrojem bude pracovník, zástupce či člen neziskové organizace, charity, dobrovolnické organizace nebo jiné podobné instituce nebo iniciativy. Případně jím bude zdroj blízký těmto zdrojům.
- Politik/člen vlády/zástupce veřejné instituce – citovaným zdrojem bude zástupce systému (například člen vlády, osoba spojená s členy vlády, člen politické strany, hnutí apod.) či zaměstnanec veřejné instituce (například policisté, zdravotníci, soudci, sociální pracovníci apod.). Případně jím bude zdroj blízký těmto zdrojům.
- Zástupce komerční společnosti – citovaným zdrojem bude zástupce komerční společnosti (menších i větších soukromých podniků), případně zdroj blízký těmto zdrojům.
- Odborník – citovaným zdrojem bude (vědecký) odborník (například psycholog, sociolog, vysokoškolský pedagog apod.), případně zdroj blízký těmto zdrojům.
- Řadový občan – citovaným zdrojem bude řadový občan, tedy veřejně neznámá osoba, která nemůže být charakterizována jinými vytyčenými hodnotami této proměnné. Pro účely našeho výzkumu do této kategorie nebude spadat osoba či osoby bez domova, neboť těm je vyhrazena samostatná kategorie.
- Celebrita – citovaným zdrojem bude veřejně známá osobnost z jiných než výše uvedených oblastí (například lidé ze showbyznysu), případně zdroj blízký těmto zdrojům.

V dalším kroku bude zkoumána velikost mediálního prostoru jednotlivých zdrojů (proměnné *mediální prostor zdroje 1*, *mediální prostor zdroje 2* a *mediální prostor zdroje 3*). Tato proměnná bude měřena počtem explicitně citovaných slov ohraničených

uvozovkami v případě tisku, případně uvozením promluvy konkrétní osoby v případě auditivních či audiovizuálních mediálních výstupů. Bude-li jeden zdroj promlouvat několikrát v jednom mediálním výstupu, pak bude kódováno vše, co v daném mediálním sdělení řekl, jako celek.

Nakonec bude sledována povaha vyjádření daných zdrojů (skrze proměnné *převládající povaha vyjádření zdroje 1* a analogicky k ní pro druhý i třetí zdroj). Díky tomu budeme schopni zaměřit se i na to, o čem dané zdroje hovoří. I v tomto případě bude kódováno v rámci jednoho mediálního výstupu vše, co daný zdroj řekl, jako celek. Jinými slovy, budeme se soustředit na to, jaké téma bude vyznívat jako dominantní napříč celým jeho sdělením:

- Žádné.
- Individuální charakter – citovaný zdroj bude hovořit především o individuálním příběhu, situaci či události spojené s bezdomovectvím nebo osobou bez domova. Bude promlouvat o vlastní či cizí zkušenosti s bezdomovectvím, případně se k danému tématu bude nějakým způsobem vyjadřovat (například osoba bez domova bude hovořit o tom, kde pracuje, svědek události bude hovořit o napadení bezdomovce apod.).
- Stav bezdomovectví – citovaný zdroj bude hovořit převážně o obecných informacích týkajících se bezdomovectví spíše objektivního charakteru (například bude uvádět statistické údaje o lidech bez domova apod.), případně se k takovým obecným informacím bude nějakým způsobem vyjadřovat.
- Vlastnosti a aktivity lidí bez domova – citovaný zdroj bude hovořit především o aktivitách a zvycích lidí bez domova nebo těmto lidem bude připisovat určité vlastnosti, případně se k takovému tématu bude vyjadřovat. Z promluvy může být patrný nádech (subjektivního) hodnocení osob bez domova.
- Příčiny bezdomovectví – citovaný zdroj bude hovořit převážně o příčinách bezdomovectví, případně se k nim bude vyjadřovat.
- Řešení bezdomovectví – citovaný zdroj bude převážně hovořit o možných řešeních bezdomovectví (spíše dlouhodobého charakteru), případně se k řešením bude jakkoliv vyjadřovat.
- Iniciativy – citovaný zdroj bude hovořit převážně o iniciativách spojených s bezdomovectvím a o pomoci lidem bez domova (spíše krátkodobého charakteru), případně se k tomuto tématu bude jakkoliv vyjadřovat (například

bude hovořit o nově vzniklých neziskových organizacích na pomoc lidem bez domova, o dobrovolnických akcích, o práci azylových domů, jednorázových darech apod.).

- Jiné – citovaný zdroj bude hovořit o čemkoliv jiném, přičemž téma nebude odpovídat žádné z výše uvedených hodnot.

Uskutečněné výzkumy prokázaly, že ve zkoumaných médiích se k tématu bezdomovectví vyjadřovaly zejména známé osobnosti (Zuffereyová, 2014), instituce (Bestová, 2010) nebo odborníci (Schneiderová et al., 2010). Znatelně menší prostor byl přitom věnován samotným bezdomovcům (Schneiderová, 2011; Zuffereyová, 2014).

Novým poznatkem našeho výzkumu pak ve srovnání s výše prezentovanými studii bude zjištění, o čem citované zdroje hovoří. Tím, že jsou témata jejich promluv dopředu neznámá, nemůžeme předem určit, jakou funkci vysledovaných rámců budou naplňovat. Je tedy možné, že se budou dotýkat jedné, více či všech funkcí tak, jak je definoval Entman (1993).

2.1.5 Výzkumný vzorek

Základní soubor

Za základní soubor považujeme množinu jednotek, pro kterou by měl být daný výzkum platný. Tuto jednotku je třeba co nejvíce konkretizovat.

Již na samotném počátku práce jsme se rozhodli pro zmapování rámcování bezdomovectví českými celostátními médii. Abychom základní soubor konkretizovali, rozhodli jsme se pro média, která pokrývají denní celostátní tisk, celostátní televizní a rozhlasové stanice. Zaměření na tato konkrétní média vyšla z inspirace z předchozích studií popsaných výše, které se primárně soustředily na sledování mediálního obrazu v tištěných či televizních médiích. V naprosté většině případů se přitom studie zabývaly vždy pouze jedním mediatypem. Cílem našeho výzkumu je však přinést poznatky o mediálním obrazu daného tématu tak, jak je konstruován v rozsahu celostátních médií. Právě proto se neomezujeme pouze na jeden vybraný mediatyp.

Současně byl pro účely naplnění výzkumného cíle již zkráje stanoven rozsah zkoumaného materiálu na posledních⁵⁶ deset let (tedy období od 1. ledna 2007 až do 31.

⁵⁶ V době psaní práce.

prosince 2016 včetně). Díky zvolenému období dokážeme jednak přinést zprávu o aktuální podobě mediálního obrazu tématu bezdomovectví a jednak dokážeme limitovat případnou hrozbu zkreslení výsledků způsobenou nestandardními či jinak atypickými událostmi, jež mohly v dané době v mediální agendě nastat.

Jako základní jednotka měření, tedy: „...nejmenší prvek analýzy, kterého si budeme všímat,“ (Trampota, Vojtěchovská, 2010) byl zvolen jeden mediální výstup (tedy v závislosti na mediatypu buďto prostý text, rozhlasový nebo televizní příspěvek) zabývající se bezdomovectvím.

Výběrový soubor

Z výše popsaného základního souboru je zřejmé, že je vzhledem k jeho rozsahu třeba redukovat množství zkoumaných jednotek, a formulovat tak podobu výběrového souboru.

V první řadě bylo rozhodnuto, že budou analyzovány mediální výstupy pouze šesti vybraných médií, přičemž každý mediatyp budou reprezentovat dvě nejvýznamnější média daného typu. Významnost médií byla určena dvěma kritérii (v případě tisku třemi). Jednak pořadím čtenosti, respektive poslechovosti či sledovanosti⁵⁷, a jednak charakteristikou média jakožto seriózního či bulvárního (v případě tisku), respektive vlastnictvím jakožto veřejnoprávního či soukromého (v případě rozhlasu a televize). Současně byl kladen důraz na to, aby v případě tisku vybraná média patřila dvěma různým vydavatelstvím. Tento postup jsme zvolili s cílem zajistit vyvážené a co možná nejvíce reprezentativní pokrytí mediálního obrazu. Na základě tohoto klíče pak bylo vybráno těchto šest konkrétních médií: Blesk a Právo z tištěných médií⁵⁸, Impuls a Radiožurnál z rozhlasových médií⁵⁹ a Nova a ČT1 z televizních médií⁶⁰.

Výběrový soubor byl dále omezen žánrově, a to na zpravodajské a publicistické mediální výstupy. Toto omezení vyplývá z technických možností. Mediální výstupy byly

⁵⁷ Ke konci zkoumaného období, tedy přelomu roku 2016 a 2017.

⁵⁸ Jak ukázal průzkum (Mediaguru, 2017), nejčtenějším celostátním deníkem byl ke konci zkoumaného období deník Blesk (vydavatelství Czech News Center), který reprezentuje nejčtenější bulvárně zaměřené tištěné médium. Na druhé příčce se umístila MF Dnes (vydavatelství Mafra), u které je však v současné době velmi složité určit, zda se profiluje do pozice seriózního, nebo naopak bulvárního periodika. Třetím deníkem v pořadí byl Sport, který je však také vydáván společností Czech News Center (a mimo jiné svou tematikou samozřejmě inklinuje k tematice sportovního zpravodajství). Jako druhé zkoumané médium tak byl proto zvolen deník Právo (jako čtvrté nejčtenější médium k danému období, vydávané vydavatelstvím Borgis). (Mediaguru, 2017.)

⁵⁹ Jak prokázal RadioProjekt (Koiš, 2017), nejposlouchanějším rádiem na přelomu roku 2016 a 2017 bylo soukromé Rádio Impuls. Nejposlouchanější veřejnoprávní stanice Radiožurnál se pak umístila na čtvrté příčce (po soukromě vlastněných stanicích Evropa 2 a Frekvence 1). (Koiš, 2017.)

⁶⁰ Průzkum sledovanosti v ČR (Aust, 2018) ukázal, že největší podíl ve sledovanosti má soukromá televizní stanice Nova. Druhou v pořadí pak byla veřejnoprávní ČT1. (Aust, 2018.)

totiž čerpány z mediálního archivu Newton media (Newton media), který obsahuje plná znění zpráv tištěných periodik, internetu a doslovné přepisy zpravodajských a publicistických pořadů z televize a rozhlasu. Znamená to tedy, že v archivu nejsou zaznamenány všechny pořady televizních a rozhlasových stanic. Toto omezení lze považovat za limitu výzkumu, ovšem v případě této diplomové práce byl Newton media nejbohatším mediálním archivem, ke kterému jsme měli umožněný přístup.

Vzhledem k tomu, že televizní a rozhlasové zprávy byly v archivu dostupné jako transkripty auditivních a audiovizuálních výstupů, lze základní jednotky měření nezávisle na mediatypu dále v práci nazývat *texty*. V tomto kontextu je však ještě třeba zmínit, že další limitou je pak skutečnost, že tyto přepisy nedokáží zaznamenat obrazový a zvukový doprovod, což může být v případě televizních a rozhlasových zpráv velmi zásadní nedostatek. Jak ale bylo uvedeno, i přes tyto překážky byl tento postup zvolen za nejvíce vyhovující při snaze naplnit výzkumný cíl.

S ohledem na zkoumané období, množství sledovaných médií i téma výzkumu pak po vzoru Zuffereyové (Zuffereyová, 2014) bylo rozhodnuto, že kódované texty omezíme podmínkou přítomnosti klíčového výrazu „bezdomev*“ v titulku pomocí lexikálního filtru. Původně bylo zamýšleno použití hesla „bezdomevec*“, nicméně tímto bychom nezohlednili kupříkladu k *bezdomevctví* alternativní termín *bezdomevství*, který je českým územ povoleno, přestože je výrazně méně užíván (Internetová jazyková příručka, 2018). Hvězdička na konci výrazu pak zabezpečila pokrytí různých gramatických tvarů *bezdomevctví*, včetně *bezdomevců*, *bezdomevkyň* apod.

Daný postup nám umožnil redukovat velký základní soubor s ohledem na výzkumný cíl. Současně však tato redukce vytváří jistou limitu, neboť nezohledňuje ty mediální výstupy, které souvisí s *bezdomevctvím*, ovšem nemají daný klíčový výraz ve svém titulku. Stejně tak do výzkumu nenominuje mediální výstupy, které místo *bezdomevců* (v různých tvarech) užívají jiných alternativních výrazů označujících osoby bez domova (například „bezd’áci“, „tuláci“, „houmlesáci“ apod.). Tohoto omezení jsme si vědomi, přesto jsme cíleně, na základě zmíněné studie (Zuffereyová, 2014) tento postup zhodnotili za nejvíce vyhovující pro naplnění cílů této práce.

V této souvislosti je třeba doplnit, že definování výrazů *bezdomevec* či *bezdomevkyň* je velmi složité, přičemž dané termíny mohou nabývat různých významů (Hradecký a kol., 2007, s. 28 – 30). V první části práce (podkapitola 1.2.1, s. 19 – 21) byla proto stanovena definice, kterou uplatňujeme napříč celým našim výzkumem.

Jak se ukázalo, výběrový soubor bylo třeba ještě dále redukovat, neboť výsledný počet mediálních výstupů podle jmenovaných specifikací se ustálil na 2 491 zprávách⁶¹. Tento počet zpráv byl ze 45 % tvořen vybranými deníky (1 112 textů), ze 49 % vybranými televizními médii (1 212 textů) a ze 7 % vybranými rozhlasovými médii (167 textů).

Redukce zpráv nominovaných ke kódování byla provedena následující úvahou. Zkoumané období deseti let (1. ledna 2007 – 31. prosince 2016 včetně) zahrnuje 3 653 dní (včetně přestupných let). Při souhrnném počtu výstupů vybraných šesti médií (2 491 zpráv) vychází v průměru na den 0,7 vydané zprávy (na rok v daném období v průměru pak 249 zpráv). Jako adekvátní počet textů ke kódování jsme si s ohledem na rozsah výzkumu (a tedy i diplomové práce) a požadavek co nejvyšší možné reliability stanovili vzorek přibližně 623 textů. Tento počet odpovídá čtvrtině zpráv vydaných ve sledovaném období (to znamená, že je to současně množství vydaných textů v průměru odpovídající 2,5 rokům sledovaného období).

Abychom dosáhli tohoto přibližného počtu nominovaných textů, bylo třeba na základě výše popsaných průměrných hodnot z každého sledovaného roku vybrat 91 dní, v rámci kterých měly být všechny vydané zprávy nominovány ke kódování. Cílem tedy bylo stanovit matici 910 dní. Konkrétní dny přitom musely podléhat prostému náhodnému výběru, abychom opět zajistili nejvyšší míru reliability. Současně jsme v každém roce museli eliminovat duplicitu náhodně vybraných dní pro dosažení nejvyšší míry validity. Vzhledem k tomu, že celá analýza byla provedena v programu Excel, náhodného výběru bez duplicitních hodnot jsme docílili pomocí nástroje Kutools (Extend Office, © 2009 – 2018). Tento nástroj nám při takto velkém množství dat výrazně usnadnil práci. Po stanovení konkrétních dní náhodným výběrem jsme učinili ještě jednu úpravu. Pokud totiž byla do matice vybrána neděle, pak byl z důvodu analytické korektnosti kódován vždy následující možný den, neboť deník Právo v neděli nevychází. Soubor všech vybraných dnů je součástí příloh práce.

Dalším krokem po vytvoření matice konkrétních dní byl export všech textů, které byly v daných dnech ve vybraných médiích publikovány. Tato fáze výzkumu obnášela ruční zadání všech 910 dní do archivu Newton. Celkem bylo vyexportováno 664 textů ke kódování, z nichž 28 (tj. 4 %) bylo vyhodnoceno jako irelevantní. V těchto případech se jednalo o mediální výstupy, jejichž hlavním ani sekundárním tématem nebylo bezdomovectví, a proto byly vyřazeny. Konečný analyzovaný soubor tak tvořilo 636

⁶¹ Ve výběru nebyly nikdy zohledněny regionální duplicity.

relevantních zpráv (tj. 96 % z nominovaných textů). Analýza výsledků popsaná níže proto bude zohledňovat pouze tyto mediální výstupy.

Z popsaného postupu je zřejmé, že jsme zvolili takzvaný multistage sampling, tedy postup, který obnášel několik postupných kroků pro konstrukci relevantního výběrového souboru (Wimmer, Dominick, 2006).

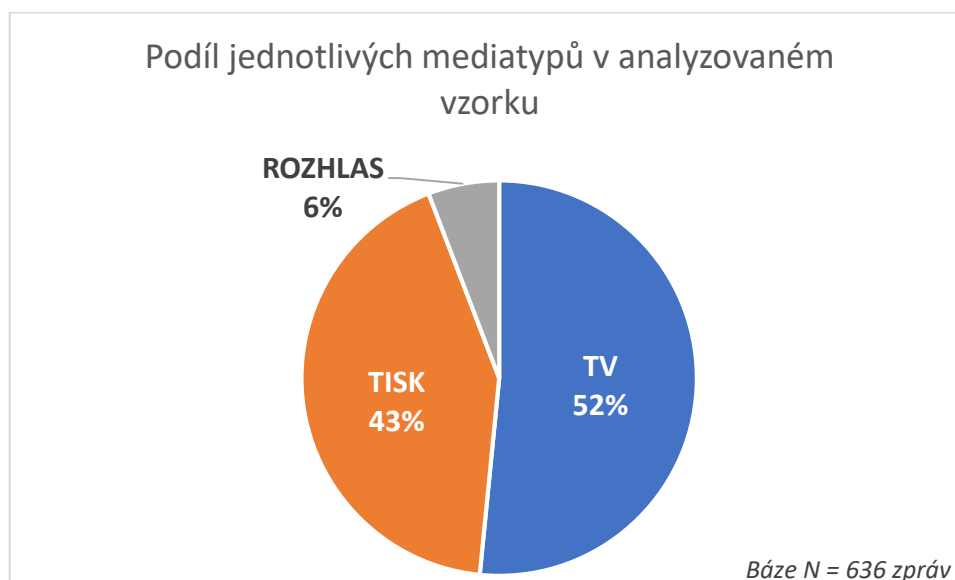
V neposlední řadě jsme sestavili soubor proměnných a jejich hodnot, tedy kódovací knihu, která je součástí příloh práce (s. 118 – 125). Po konstrukci výběrového souboru a kódovací knihy následovalo zkušební kódování několika mála jednotek, abychom se ujistili, že je vše logicky a správně nastaveno. Úpravy byly zapracovány před začátkem samotné analýzy.

3. Prezentace výsledků

Následující kapitola je věnována prezentaci výsledků výzkumu.

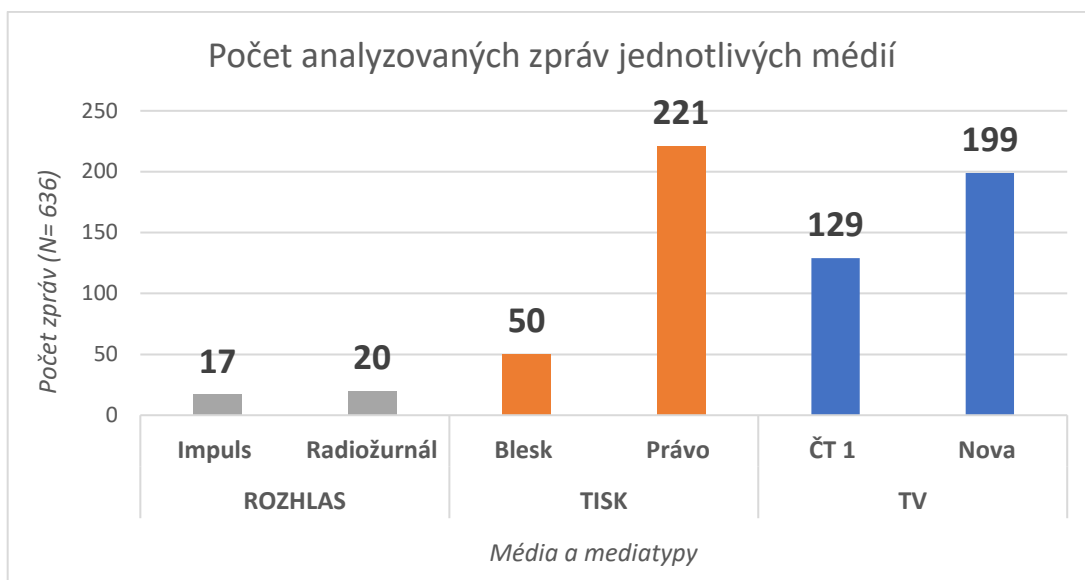
3.1 VO1: Kolik prostoru věnují vybraná média tématu bezdomovectví a jak se tento mediální prostor vyvíjí v čase?

Jak ukazuje graf č. 4, největší podíl s ohledem na absolutní počet zpráv tvořily televizní mediální výstupy (celkem 328 zpráv, tj. 52 %). Druhé v pořadí byly tiskové mediální výstupy (271 zpráv, tj. 43 %). Rozhlasové mediální výstupy pak tvořily pouhých 6 % (37 zpráv).



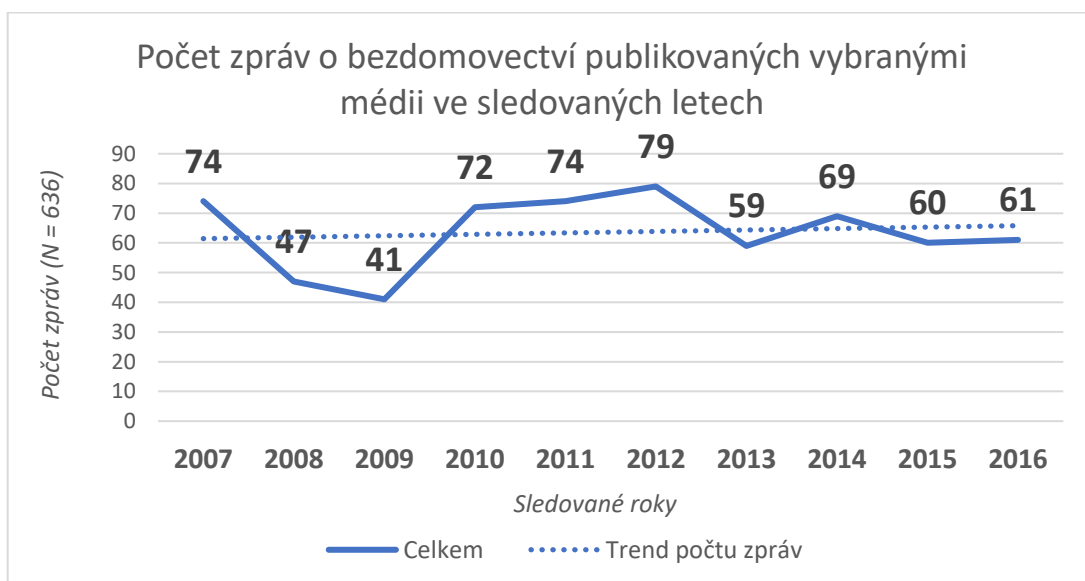
Graf č. 4: Podíl jednotlivých mediatypů v analyzovaném vzorku

Z analyzovaných zpráv jich nejvíce pocházelo z deníku Právo (221 zpráv, tj. 35 %), televizní stanice Nova (199 zpráv, tj. 31 %) a ČT 1 (129 zpráv, tj. 20 %). Toto zjištění je zajímavé zejména z toho důvodu, že ačkoliv je Blesk nejčtenějším médiem (Mediaguru, 2017), deník Právo ho v zájmu o téma bezdomovectví jednoznačně, a přitom dost významně, předebral. Nižší zájem Blesku o tuto tematiku pak vyústil dokonce v to, že tištěná média byla v celkovém součtu zpráv o bezdomovectví ve zkoumaném období předběhnuta televizními médii. Přehled s konkrétními počty analyzovaných textů pak nabízí graf č. 5.



Graf č. 5: Počet analyzovaných zpráv jednotlivých médií

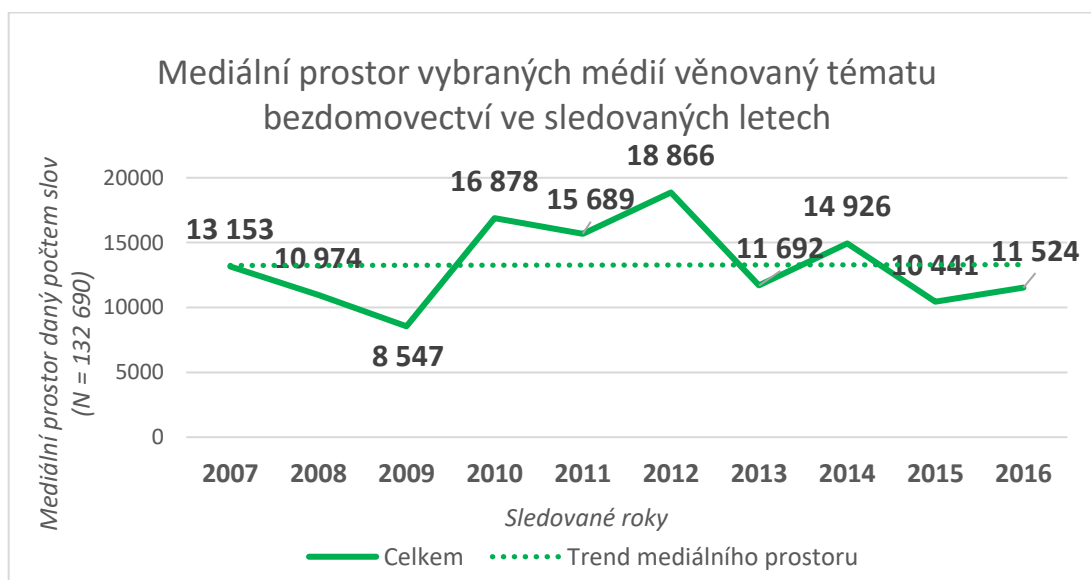
Analýza prokázala, že počet publikovaných zpráv se v jednotlivých sledovaných letech liší (viz graf č. 6). Zatímco nejméně textů o bezdomovectví bylo dle nastavených kritérií publikováno v roce 2009 (41 zpráv), nejvíce jich bylo zaznamenáno v roce 2012 (79 zpráv). Rozdíl mezi těmito obdobími je téměř dvojnásobný. I přes tyto nevyrovnanosti je ve sledovaném období patrný trend téměř konstantního vývoje. V průměru pak bylo ročně ve sledovaném období zveřejněno 63,6 zpráv.



Graf č. 6: Počet zpráv o bezdomovectví publikovaných vybranými médii ve sledovaných letech

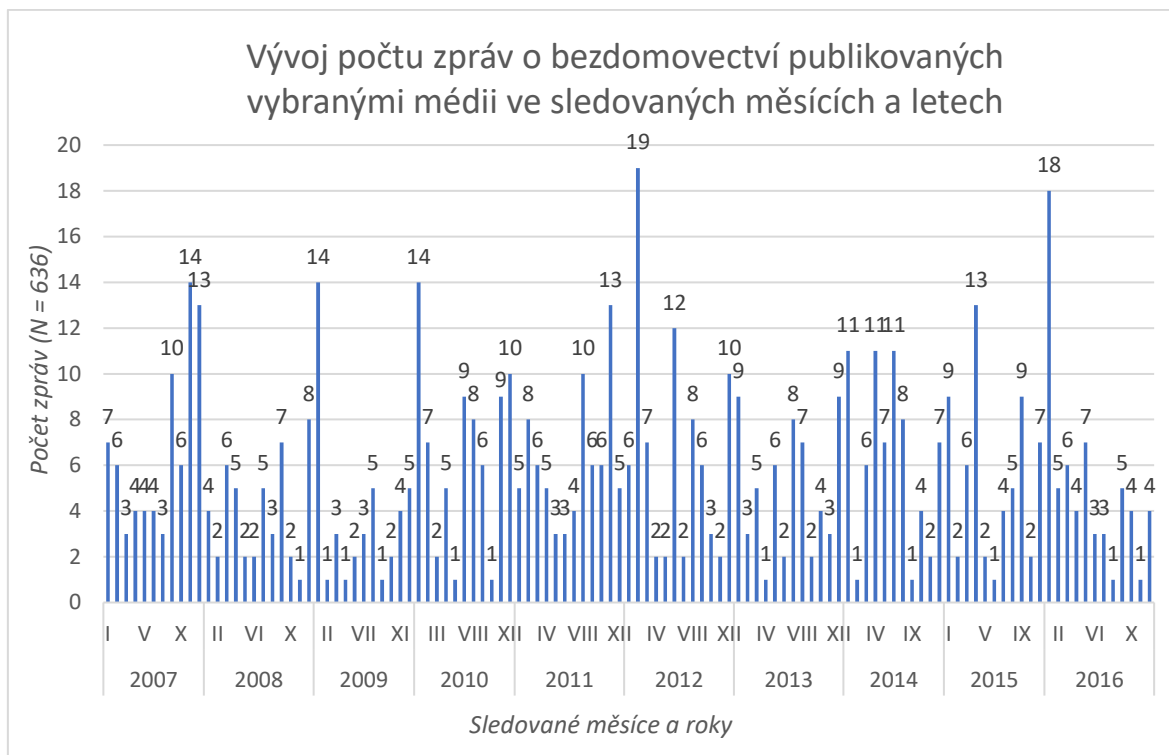
Zajímavé je, že mediální prostor daný počtem slov v jednotlivých zprávách kopíruje vývoj daný absolutním počtem zpráv (viz srov. grafů č. 6 a 7). Jedinou výjimkou je pak rok 2011, ve kterém bylo sice publikováno více zpráv než v roce 2010, ovšem mediální prostor byl při srovnání těchto dvou let menší. Vývojový trend mediálního prostoru ve sledovaném období je pak rovněž téměř konstantní. V průměru bylo ročně věnováno tomuto tématu 13 269 slov.

Podíváme-li se na právě jmenované hodnoty jako celek, pak lze usuzovat, že zájem médií o téma bezdomovectví je ve sledovaném období perspektivou vývojového trendu téměř konstantní, a to jak frekvencí mediálních výstupů, tak i prostorem věnovaným bezdomovectví v agendě médií. Významnější odchylku představují roky 2009 a 2012, v nichž média projevila nejmenší, respektive největší zájem o toto téma.



Graf č. 7: Mediální prostor vybraných médií věnovaný tématu bezdomovectví ve sledovaných letech

Důležitou součástí odpovědi na tuto výzkumnou otázku je také zvážení sezónnosti mediálních výstupů týkajících se bezdomovectví. Z tohoto důvodu jsme se blíže zaměřili na rozložení množství mediálních výstupů skrze celé sledované období na úrovni měsíců. Tomuto pohledu odpovídá graf č. 8, ze kterého je patrný náznak cyklicky se opakujících tendencí ve zvýšené míře hovořit o daném tématu zejména na přelomu roku.

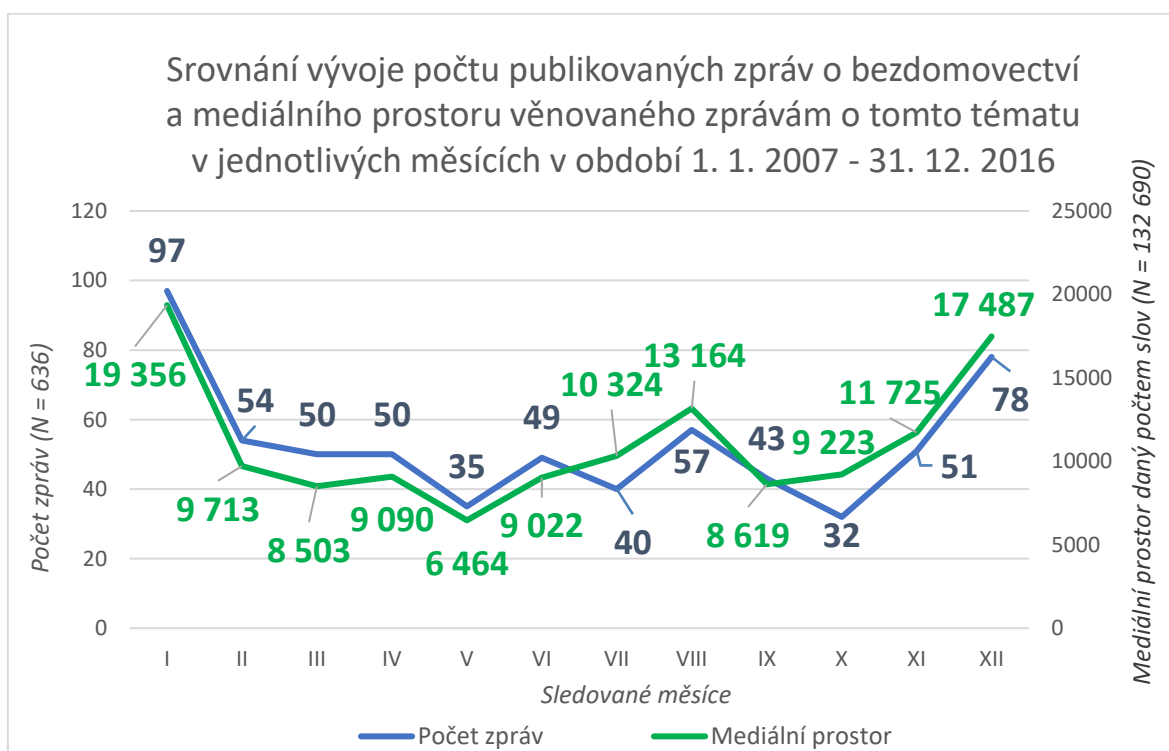


Graf č. 8: Vývoj počtu zpráv o bezdomovectví publikovaných vybranými médii ve sledovaných měsících a letech

Velmi zajímavý pohled nabízí rovněž graf č. 9, jenž kombinuje více sledovaných proměnných. Frekvenci zpravodajství a mediální rozsah přitom zobrazuje v kumulativní podobě v rámci jednotlivých měsíců ve sledovaném desetiletém období. V první řadě můžeme při pohledu na obě spojnice grafu usoudit, že počet zpráv i mediální prostor se v jednotlivých měsících v průběhu roku vyvíjí v obdobném trendu. Jinými slovy, opět se potvrzuje, že při vyšším počtu publikovaných mediálních výstupů lze očekávat také větší mediální pokrytí daného tématu, respektive naopak. Dalším zjištěním je pak skutečnost, že vybraná média vykazují v obou případech největší zájem o bezdomovectví v lednu a prosinci. Zatímco v lednu bylo kumulativně vydáno 97 zpráv (tj. 15 % z celkových 636 zpráv za dané období deseti let), přičemž mediální pokrytí odpovídalo 19 356 slovům (tj. 15 % z celkových 132 690 slov v daném desetiletém období), v prosinci bylo vydáno 78 zpráv (tj. 12 %) a mediální prostor odpovídal 17 487 slovům (tj. 13 %). Poněkud překvapivým byl třetí měsíc v pořadí při zohlednění těchto dvou parametrů, jímž byl srpen (57 zpráv, tj. 9 %; a 13 164 slov, tj. 10 %). Vezmeme-li totiž v úvahu předpoklad, že téma bezdomovectví v médiích rezonuje zejména v zimních obdobích a v obdobích svátků (Bunis et al., 1996; Shields, 2001), dalo by se očekávat, že v srpnu zájem o toto téma

nebude tak vysoký. Naopak by se dalo předpokládat, že zvýšený zájem zaznamenáme kupříkladu na jaře ve spojitosti s velikonočními svátky. Vysvětlení zvýšeného zájmu v srpnu však s ohledem na vybranou výzkumnou metodu není možné poskytnout⁶².

Naopak měsíce, ve kterých kumulativně média prokázala nejnižší zájem o téma bezdomovectví, jsou v souvislosti s počtem publikovaných zpráv říjen (32 zpráv, tj. 5 %) a květen (35 zpráv, tj. 6 %), respektive v souvislosti s mediálním pokrytím květen (6 564 slov, tj. 5 %) a březen (8 503 slov, tj. 6 %).

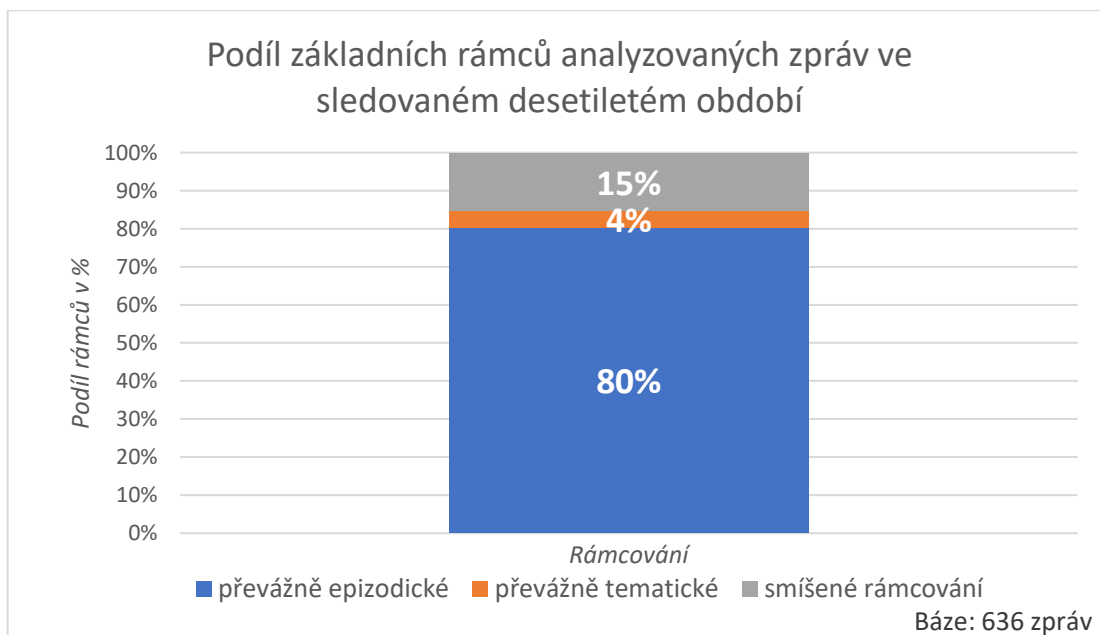


Graf č. 9: Srovnání vývoje počtu publikovaných zpráv o bezdomovectví a mediálního prostoru věnovaného zprávám o tomto tématu v jednotlivých měsících v období 1. 1. 2007 – 31. 12. 2016

⁶² Jednou z možných úvah, která se nabízí jako vysvětlení zvýšeného mediálního zájmu o bezdomovectví v tomto období, může být například spojitost s horkem a zápachem v prostředcích veřejné dopravy. Toto vysvětlení ovšem není možné jednoznačně potvrdit ani vyvrátit, neboť nebylo sledováno žádnou proměnnou. Přesto je na místě zmínit, že jsme jako kódovači tuto narativu při čtení textů neshledali jako nikterak významně se opakující, ba naopak.

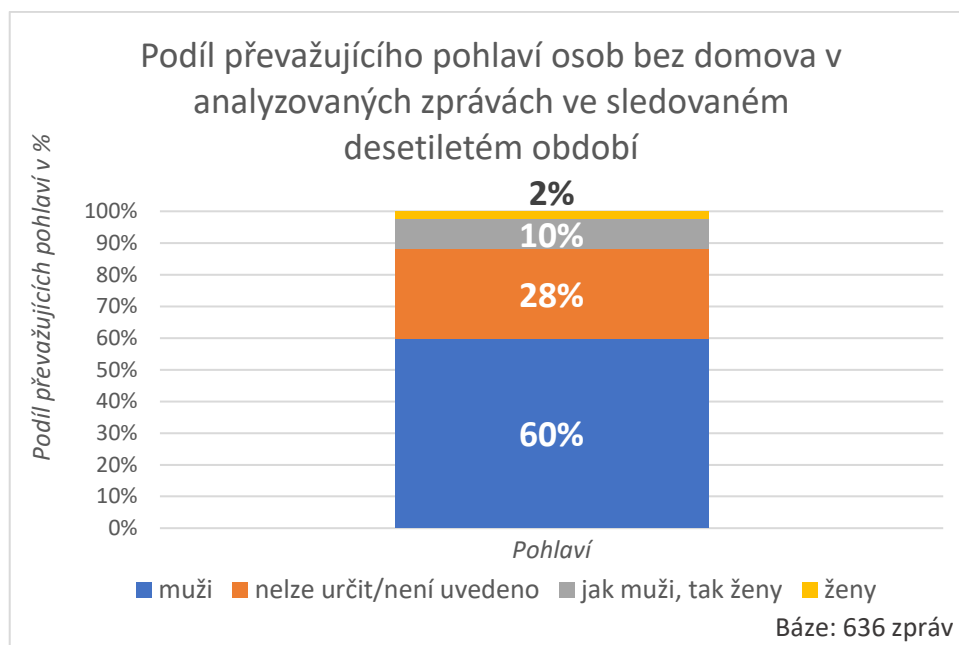
3.2 VO2: Jakým způsobem zobrazují vybraná média lidi bez domova?

V první řadě je třeba zdůraznit, že u 80 % analyzovaných zpráv (tj. 511) byla prokázána tendence epizodického rámcování. To znamená, že naprostá většina mediálních výstupů se zabývala konkrétními příběhy, problémy či situacemi jedince či jedinců. V 15 % případů (tj. 97 zpráv) pak bylo zaznamenáno smíšené rámcování. Tematické rámcování, které předpokládá zájem o bezdomovectví v širších souvislostech, bylo prokázáno pouze ve 4 % případů (tj. 28 zpráv). Tento poznatek je důležitý především v souvislosti s dalšími zjištěními, která budou popsána níže, a umožňuje nám zasadit veškeré poznatky do širšího kontextu.



Graf č. 10: Podíl základních rámců analyzovaných zpráv ve sledovaném desetiletém období

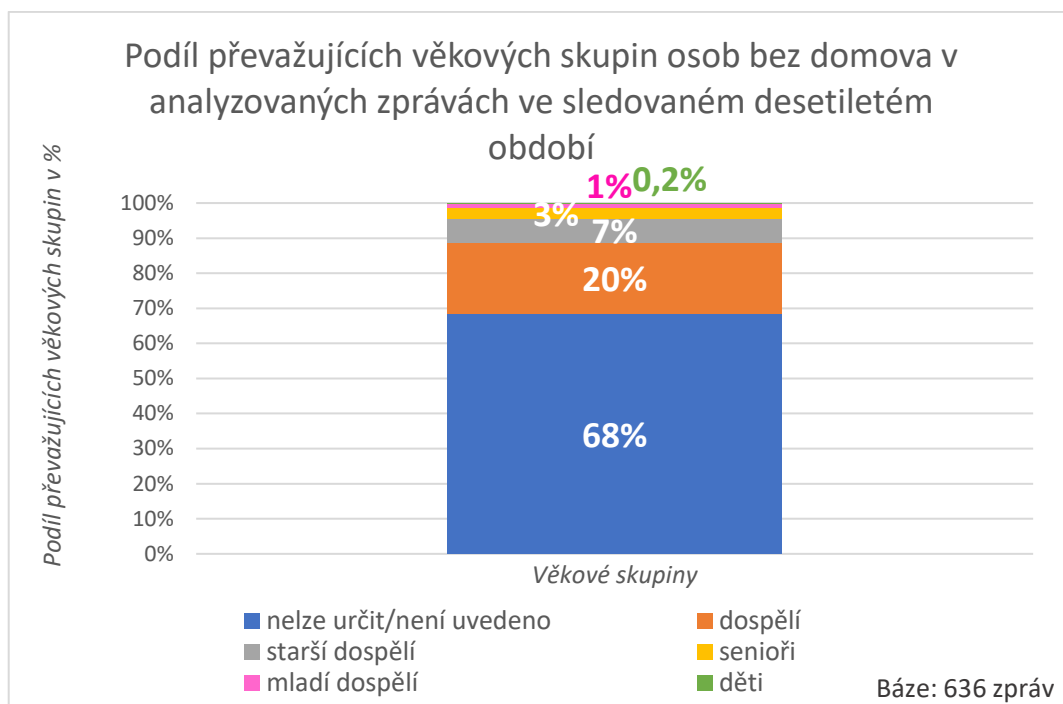
Současně bylo prokázáno, že vybraná média zobrazovala osoby bez domova zejména jako muže (v 60 % zpráv) a jen minimálně jako ženy (pouze ve 2 % zpráv). O něco málo častější byly případy, kdy mediální výstupy hovořily v obdobné míře o obou pohlavích (10 %). Častější byly také případy, kdy pohlaví nebylo uvedeno či ho nebylo možné z jiných důvodů určit (28 %).



Graf č. 11: Podíl převažujícího pohlaví osob bez domova v analyzovaných zprávách ve sledovaném desetiletém období

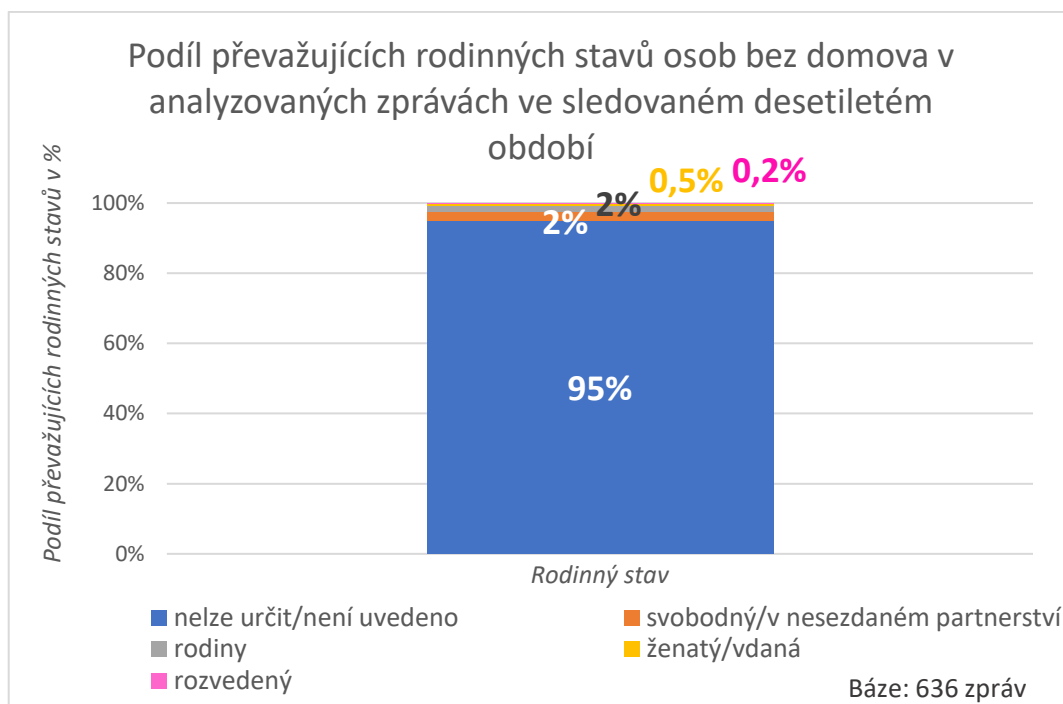
Určit převažující věk osob bez domova v analyzovaných mediálních výstupech bylo mnohdy velmi složité. O tom vypovídá i skutečnost, že v 68 % zpráv pohlaví nebylo vůbec uvedeno nebo nebylo možné jej jednoznačně určit. Nejvýznamnější zastoupení pak v analyzovaném vzorku měla kategorie dospělých, kterou jsme definovali orientačním věkem 31 – 54 let. Ta se ve zprávách objevila ve 20 % případů. Následovala kategorie starších dospělých se 7% výskytem, seniorů se 3% výskytem a mladých dospělých s 1% výskytem. Děti bez domova jakožto dominantní věková skupina identifikovaná v mediálních výstupech byly zaznamenány pouze v jednom jediném textu. Současně je nezbytné dodat, že jedna hodnota proměnné nebyla identifikována vůbec, a to skupina teenagerů s orientačním věkem 13 – 17 let. Vizuální přehled procentuálního rozložení této proměnné pak zobrazuje graf č. 12.

Z právě popsaných výsledků je zřejmé, že vybraná média se ve většině případů nezabývají věkem osob bez domova nebo o něm hovoří tak, že není možné jej z mediálních sdělení jednoznačně vyčíst. V případech, kdy je možné věk lidí bez domova určit, jich pak většina spadá do kategorie v orientačním věku 31 – 54 let, přičemž je nasnadě tuto věkovou skupinu označit za střední věk. Jen velmi okrajově se vybraná média zabývají lidmi bez domova ještě vyššího věku a téměř vůbec pak lidmi mladšími, natož dětmi a teenagery.



Graf č. 12: Podíl převažujících věkových skupin osob bez domova v analyzovaných zprávách ve sledovaném desetiletém období

Dalším zkoumaným parametrem byl převažující rodinný stav lidí bez domova (viz graf č. 13). U něj byla prokázána významně nízká tendence médií o tomto aspektu lidí bez domova promlouvat. U 95 % zpráv nebyl rodinný stav uveden, případně ho nebylo možné určit z jiného důvodu. Ve 2 % případů média referovala o svobodných lidech bez domova, případně o lidech bez domova žijících v nesezdaných partnerstvích. V dalších 2 % případů pak byly zmiňovány celé rodiny lidí bez domova. O ženatých bezdomovcích či vdaných bezdomovkyních se hovořilo pouze ve třech zprávách. V jedné zprávě figurovala rozvedená osoba bez domova. Nebyl zaznamenán jediný mediální výstup, ve kterém by dominantě vystupovaly (byly hlavním aktérem) ovdovělé osoby bez domova.



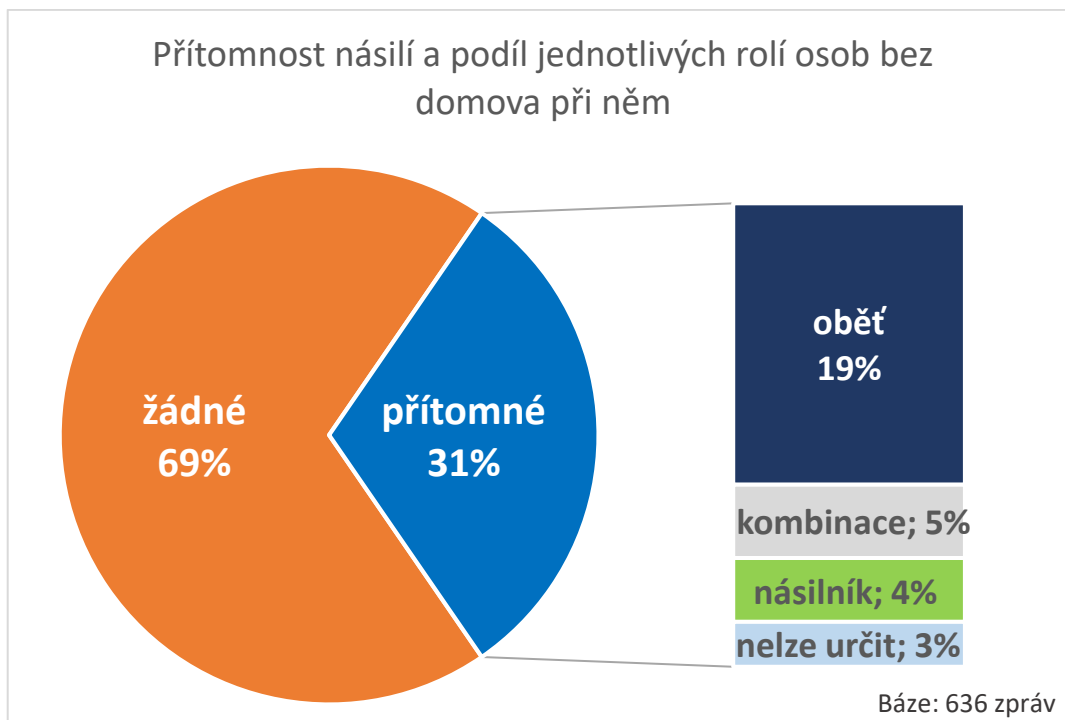
Graf č. 13: Podíl převažujících rodinných stavů osob bez domova v analyzovaných zprávách ve sledovaném desetiletém období

Kombinovaný přehled pohlaví, věku a rodinného stavu lidí bez domova prezentovaných v analyzovaných sděleních je zobrazen v tabulce č. 1. Z ní je patrné, které hodnoty proměnných a v jakých spojeních jsou nejvýznamnější. Pomineme-li hodnoty, které nebylo možné určit, pak je zřejmé, že nejvíce se hovořilo o dospělých mužích (středního věku), kteří byli prezentováni jako svobodní či žijící v nesezdaných partnerstvích, přičemž rodinný stav byl médií zmiňován naprosto minimálně. V případě žen média hovořila taktéž o bezdomovkyních dospělého věku (středního věku), ovšem ve spojitosti s rodinou. I tentokrát je ovšem nutné dodat, že rodinný stav byl uváděn minimálně, vlastně téměř vůbec.

| | | Pohlaví lidí bez domova | | | | |
|------------------------------|-----------------------------------|-------------------------|------------------------------|-----------------------|-----------|------------|
| | | muži | nelze určit/ není uvedeno | jak muži, tak ženy | ženy | CELKEM |
| Věk lidí bez domova | dospělí | 114 | 1 | 10 | 4 | 129 |
| | starší dospělí | 39 | | 4 | 1 | 44 |
| | senioři | 17 | 1 | 1 | | 19 |
| | mladí dospělí | 5 | 1 | 2 | | 8 |
| | děti | 1 | | | | 1 |
| | nelze určit/není uvedeno | 204 | 177 | 44 | 10 | 435 |
| | CELKEM | 380 | 180 | 61 | 15 | 636 |
| Rodinný stav lidí bez domova | svobodný/v nesezdaném partnerství | 9 | | 6 | | 15 |
| | rodiny | 1 | 1 | 7 | 3 | 12 |
| | ženatý/vdaná | | | 3 | | 3 |
| | rozvedený | 1 | | | | 1 |
| | nelze určit/není uvedeno | 369 | 179 | 45 | 12 | 605 |
| | CELKEM | 380 | 180 | 61 | 15 | 636 |

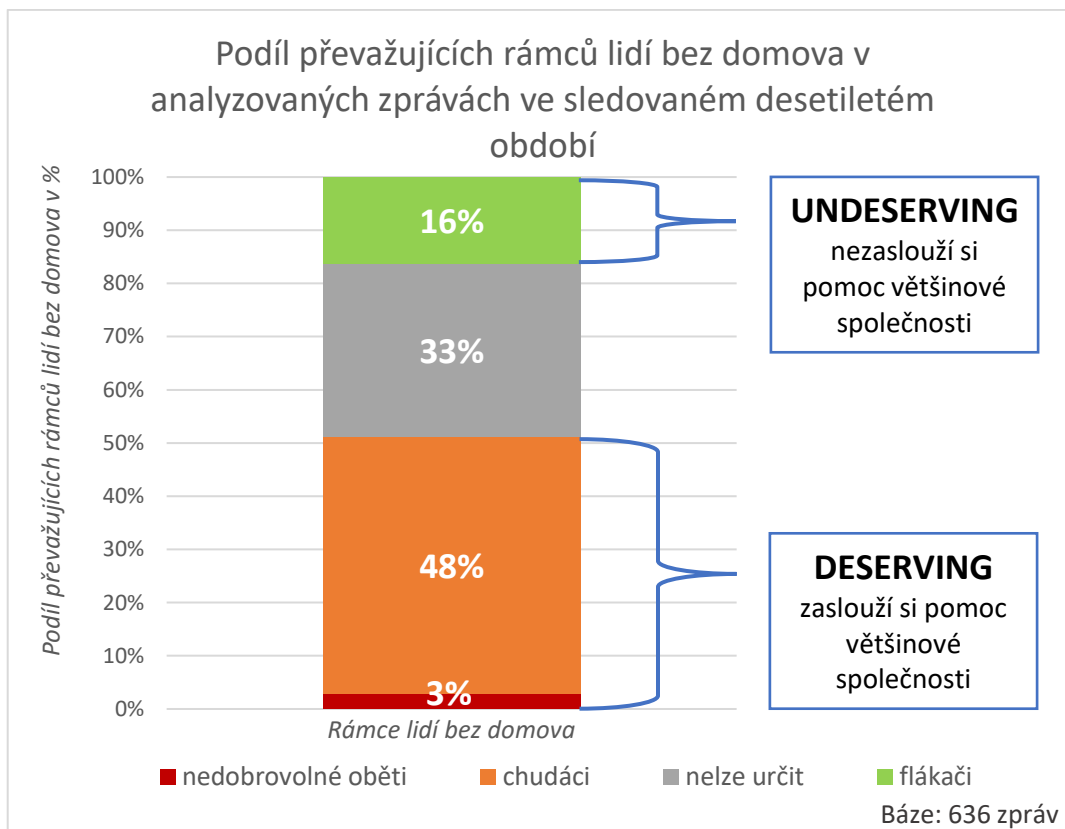
Tabulka č. 1: Matice pohlaví, věku a rodinného stavu lidí bez domova

Výzkum dále prokázal, že zhruba třetina zpráv (konkrétně 196, tj. 31 %) referovala ve spojitosti s bezdomovectvím o nějakém typu násilí. Z nich tvořily největší podíl zprávy, ve kterých byli lidé bez domova zobrazováni jako oběti násilí (61 %, tj. 19 % z celkového množství 636 zpráv). V menším počtu se pak objevila mediální sdělení, ve kterých byli bezdomovci popisováni současně jako oběti i viníci násilí (16 %, tj. 5 % z celkového množství zpráv), případně pouze jako násilníci (14 %, tj. 4 % z celkového množství zpráv). V ojedinělých případech nebylo možné roli bezdomovců při násilí identifikovat, přestože násilí bylo přítomné (v 10 %, tj. ve 3 % z celkového množství zpráv). Detail právě popsaného rozložení nabízí graf č. 14.



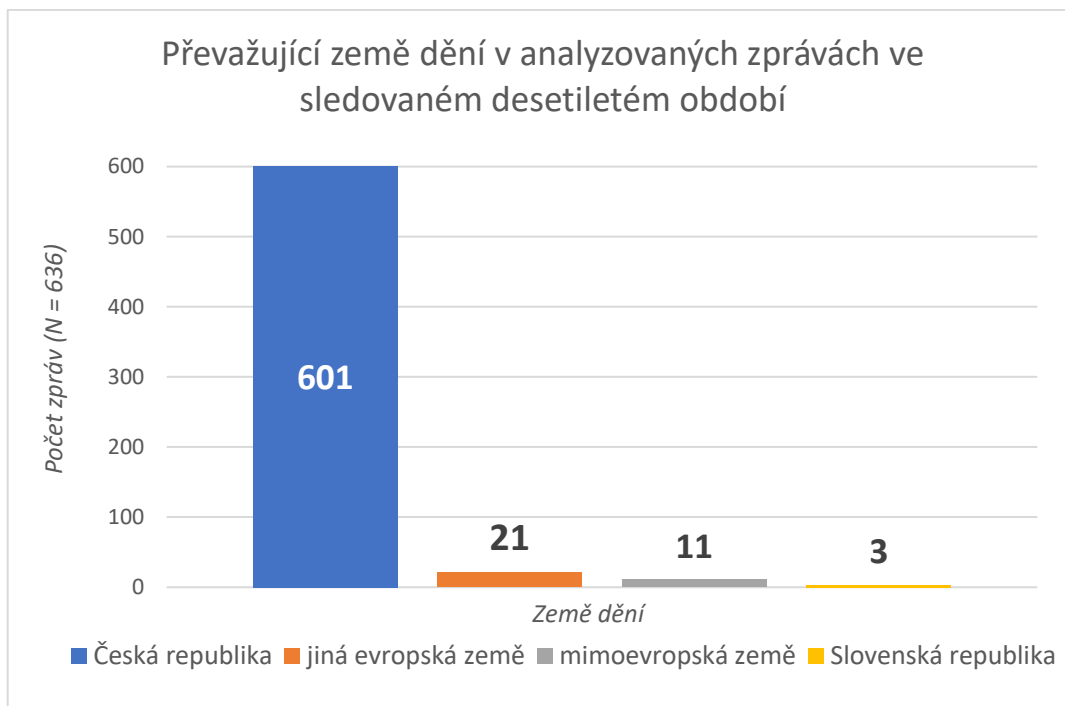
Graf č. 14: Přítomnost násilí a podíl jednotlivých rolí osob bez domova při něm

S prezentovaným násilím a rolí lidí bez domova při něm do jisté míry souvisí také proměnná, která hodnotí, jak jsou osoby bez domova v mediálních výstupech prezentovány jako celek. Při pohledu na graf č. 15 je pak zřejmé, že v polovině (51 %) sdělení byli bezdomovci zobrazeni jako *deserving*, tedy jako ti, kteří si zaslouží pomoc většinové společnosti. V těchto zprávách byl tedy patrný náznak soucitu vůči nim. Jen ve 3 % případů z celkových 636 zpráv byly přítom akcentovány příčiny bezdomovectví těchto osob jakožto nedobrovolných obětí okolností. Ve 48 % pak byla věnována pozornost zejména těžkostem lidí bez domova způsobených jejich stávající situací. U třetiny (33 %) z celkového množství zpráv pak nebylo možné určit, jaký rámeček lidí bez domova převládá. Pouze 16 % analyzovaných zpráv zobrazilo bezdomovce převážně jako problémové flákače, tedy osoby, které si nezaslouží pomoc většinové společnosti (*undeserving*). V těchto případech byl v daných sděleních patrný náznak opovržení, pohoršení či nezájmu vůči nim.



Graf č. 15: Podíl převažujících rámců lidí bez domova v analyzovaných zprávách ve sledovaném období

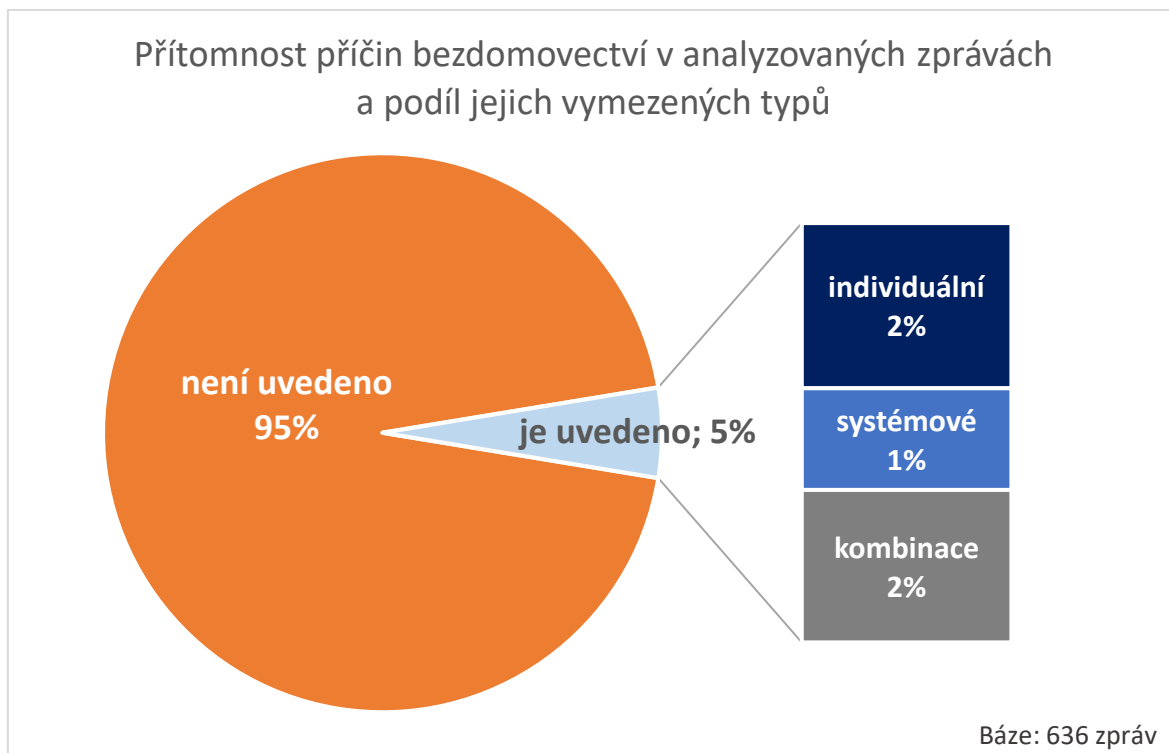
Doplňující informací pak je, že většina analyzovaných zpráv (94 %, tj. 601 zpráv) referovala o dění v České republice (viz graf č. 16). Z celkových 636 výstupů jich bylo 21 (tj. 3 %) věnováno reprezentaci dění v jiné evropské zemi (vyjma České a Slovenské republiky), 3 (0,5 %) dění na Slovensku a 11 událostem mimo Evropu. Pro zodpovězení této otázky není tato proměnná nikterak zásadní, ale jak bylo vysvětleno výše, napomáhá získat ucelený pohled o zpravodajství o tématu bezdomovectví.



Graf č. 16: Převažující země dění v analyzovaných zprávách ve sledovaném desetiletém období

3.3 VO3: Jak vybraná média rámcují příčiny bezdomovectví?

Analýza prokázala, že média se téměř vůbec příčinami bezdomovectví ve svých sděleních nezabývala (v 95 % případů, tj. 603 zpráv). Pouze u 5 % analyzovaných textů (tj. 33 zpráv) byly zaznamenány tendence o příčinách promlouvat. Z diskutovaných příčin převládaly příčiny individuální, i přesto však z celého vzorku dosahovaly pouze 2% podílu z celkového množství analyzovaných zpráv (tj. 13 zpráv). Téměř stejného podílu pak dosahovaly případy, ve kterých byly zmiňovány kombinace individuálních i systémových příčin (2 %, tj. 12 zpráv). U pouhého 1 % zpráv (8 výstupů) byly patrné zmínky o systémových příčinách bezdomovectví. Vizualizaci popsaného nabízí graf č. 16.



Graf č. 16: Přítomnost příčin bezdomovectví v analyzovaných zprávách a podíl jejich vymezených typů

Tabulka č. 2 pak naznačuje, že v případech, kdy byla zpráva rámcována epizodicky, příčiny uvedené v daných mediálních výstupech byly charakterizovány jako individuální spíše než systémové. Obdobně je tomu i naopak, v případech, kdy byly zprávy rámcovány převážně tematicky, popisované příčiny byly zejména systémové. Analogicky to platí i pro smíšené rámcování, v jehož případě byly příčiny rámcovány jako kombinace individuálních a systémových. Zdá se tedy, že mezi vybranými hodnotami uvedených proměnných existuje jistá korelace. Je ovšem třeba znovu zdůraznit, že příčiny jako takové byly diskutovány pouze zřídka.

| | | Základní rámcování analyzovaných zpráv | | | |
|--|---------------|--|--------------------|-------------------|------------|
| | | převážně epizodické | převážně tematické | smíšené rámcování | CELKEM |
| Typ uvedených příčin bezdomovectví | individuální | 11 | 1 | 1 | 13 |
| | systémové | 3 | 2 | 3 | 8 |
| | kombinace | 5 | 1 | 6 | 12 |
| | není uvedeno | 492 | 24 | 87 | 603 |
| | CELKEM | 511 | 28 | 97 | 636 |

Tabulka č. 2: Matice základních rámců analyzovaných zpráv a typu uvedených příčin bezdomovectví

Dalším doplňujícím poznatkem je zjištění, že k samotným příčinám bezdomovectví se explicitně a významně vyjádřil pouze jeden zdroj (viz tabulka č. 3) z prvních tří sledovaných v každém sdělení. Tento zdroj spadal do kategorie zástupců neziskových organizací a iniciativ a promlouval jako druhý v pořadí. Svým projevem věnoval danému aspektu bezdomovectví pouze 21 slov. Je proto zřejmé, že příčinám bezdomovectví je skutečně věnována minimální pozornost napříč celým obsahem mediální produkce.

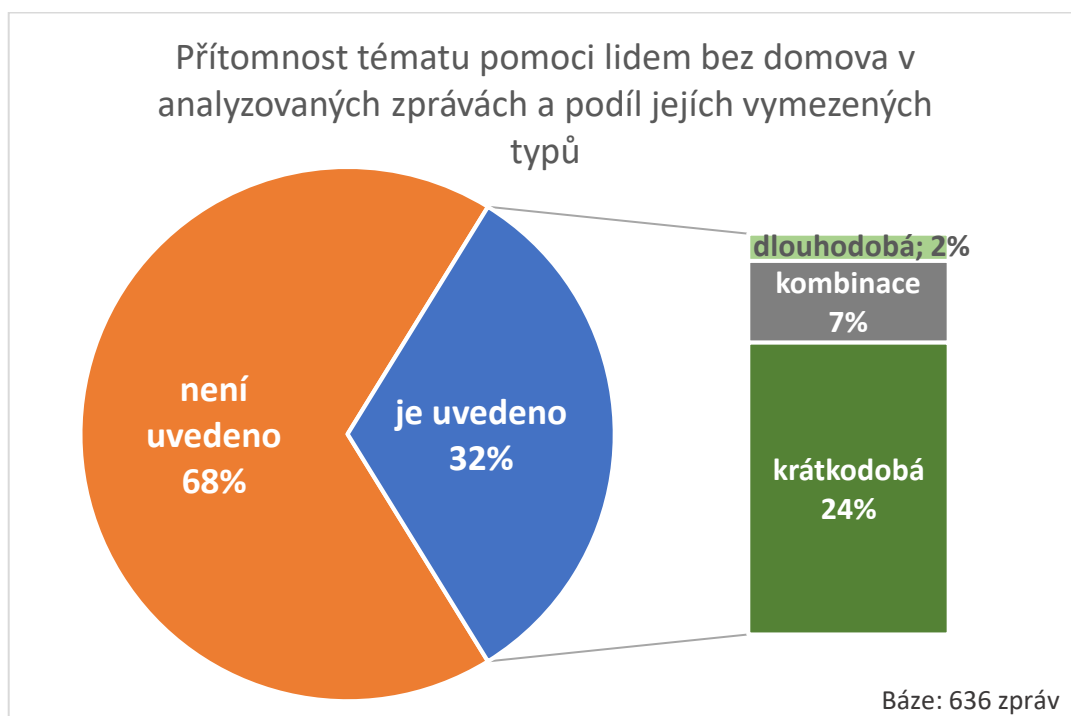
| | Vyjádření zdroje 1 | Vyjádření zdroje 2 | Vyjádření zdroje 3 | CELKEM |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------|
| individuální charakter | 227 | 109 | 64 | 400 |
| jiné | 122 | 82 | 62 | 266 |
| iniciativy | 82 | 71 | 39 | 192 |
| vlastnosti a aktivity lidí bez domova | 21 | 19 | 6 | 46 |
| řešení bezdomovectví | 11 | 10 | 6 | 27 |
| stav bezdomovectví | 11 | 7 | 9 | 27 |
| příčiny bezdomovectví | 0 | 1 | 0 | 1 |
| žádné | 162 | 337 | 450 | 949 |
| CELKEM | 636 | 636 | 636 | 1908 |

Tabulka č. 3: Převažující témata promluv prvních tří zdrojů uvedených ve sledovaných zprávách

3.4 VO4: Jak vybraná média rámcují řešení bezdomovectví?

Přítomnost řešení bezdomovectví v analyzovaných zprávách byla v první řadě zkoumána na úrovni dvou rámců – na úrovni rámců pomoci a na úrovni rámců samotného řešení. Z grafu č. 17 je patrné, že o pomoci lidem bez domova referovala média pouze ve třetině (32 %) případů. Řešením otázky bezdomovectví se pak zabývala pouze v 6 % případů (viz graf č. 18).

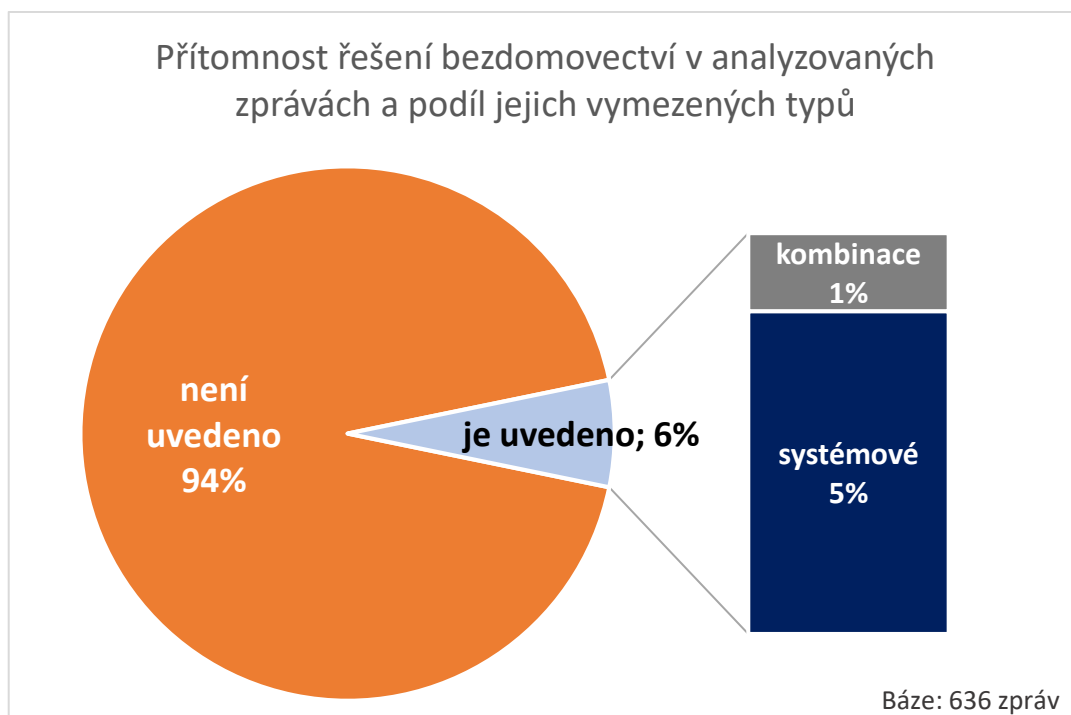
Uvedená pomoc v analyzovaných zprávách pak byla nejčastěji krátkodobého charakteru (24 %, tj. 150 zpráv). V 7 % (tj. 42 zpráv) byly diskutovány typy pomoci kombinující krátkodobé i dlouhodobé charakteristiky. Nejméně časté byly případy, ve kterých média hovořila o dlouhodobých typech pomoci (pouze 2 %, tj. 14 zpráv).



Graf č. 17: Přítomnost tématu pomoci lidem bez domova v analyzovaných zprávách a podíl jejich vymezených typů

Jak bylo již zmíněno, tématu řešení bezdomovectví se média věnovala jen okrajově (6 % zpráv), a to v množství pouze o jeden procentní bod vyšším než v případě příčin bezdomovectví (5 %). Je tedy možné tvrdit, že v obou případech (jak příčin, tak řešení) se nejedná o mediálně vyzdvihovaný aspekt bezdomovectví, přičemž obě tato témata jsou v souvislosti s bezdomovectvím diskutována v podstatě ve stejném poměru.

Současně je třeba upozornit na to, že když už se média řešením bezdomovectví zabývala, hovořila v nejvyšší míře o systémových řešeních (5 %), případně o kombinaci systémových a individuálních řešení (1 %). Nebyl zaznamenán žádný případ, ve kterém by se média věnovala zejména řešení bezdomovectví individuálního charakteru.



Graf č. 18: Přítomnost řešení bezdomovectví v analyzovaných zprávách a podíl jejich vymezených typů

Tabulka č. 4 pak nabízí přehled kombinující rámce pomoci s rámci řešení. Vzhledem k výše popsané tendenci médií o těchto tématech bezdomovectví nepromlouvat ve vysoké míře, protnutí uvedených vybraných typů pomoci a řešení je velmi malé. Přesto lze upozornit na sice zanedbatelné, přesto však vzhledem k možným kombinacím nejvýznamnější protnutí systémových řešení a kombinaci krátkodobé a dlouhodobé pomoci.

| | | Uvedené typy řešení | | | |
|---------------------|--------------|---------------------|-----------|--------------|--------|
| | | kombinace | systémové | není uvedeno | CELKEM |
| Uvedené typy pomoci | dlouhodobá | 1 | 9 | 4 | 14 |
| | kombinace | 7 | 17 | 18 | 42 |
| | krátkodobá | | 2 | 148 | 150 |
| | není uvedeno | | 5 | 425 | 430 |
| | CELKEM | 8 | 33 | 595 | 636 |

Tabulka č. 4: Matice uvedených typů pomoci a řešení bezdomovectví v analyzovaných zprávách

Stejně jako v případě proměnné sledující příčiny bezdomovectví jsme se i v souvislosti s touto výzkumnou otázkou zaměřili na souvislost mezi typy rámců analyzovaných zpráv a typy uvedené pomoci či řešení (viz tabulka č. 5). Navzdory velmi malým hodnotám je možné sledovat vyšší překryv zpráv epizodicky rámcovaných s přítomností krátkodobé pomoci a také zpráv smíšeného rámcování s přítomností řešení systémové povahy. Výraznější souvislost však nebyla pozorována.

| | | Základní rámcování analyzovaných zpráv | | | |
|---------------------|--------------|--|--------------------|-------------------|--------|
| | | převážně epizodické | převážně tematické | smíšené rámcování | CELKEM |
| Uvedené typy pomoci | dlouhodobá | 4 | 3 | 7 | 14 |
| | kombinace | 19 | 3 | 20 | 42 |
| | krátkodobá | 91 | 7 | 52 | 150 |
| | není uvedeno | 397 | 15 | 18 | 430 |
| | CELKEM | 511 | 28 | 97 | 636 |
| Uvedené typy řešení | kombinace | 7 | | 1 | 8 |
| | systémové | 2 | 8 | 23 | 33 |
| | není uvedeno | 502 | 20 | 73 | 595 |
| | CELKEM | 511 | 28 | 97 | 636 |

Tabulka č. 5: Matice uvedených typů pomoci, řešení bezdomovectví a základních rámců analyzovaných zpráv

V neposlední řadě analýza prokázala, že iniciativy (jakožto způsoby pomoci krátkodobějšího charakteru) a řešení bezdomovectví byly společně třetím nejčastějším tématem, ke kterému se první tři explicitně citované zdroje vyjadřovaly (viz tabulka č. 6). Pohlížíme-li na tato dvě témata jako celek, pak můžeme usuzovat, že se k nim dle tabulky č. 7 nejčastěji vyjadřovali zdroje spadající do kategorie politiků, členů vlády či zástupců veřejných institucí (97 případů z celkových 219, tj. 44 %), zástupci neziskových organizací a iniciativ (59 případů, tj. 27 %) a samotné osoby bez domova či jejich blízcí (43 případů, tj. 20 %). Rovněž je patrné, že pokud se k těmto tématům vyjadřovaly první tři zdroje, pak byly primárně diskutovány zdroji prvními v pořadí (93 případů z 219, tj. 42 %), nebo druhými (81 případů, tj. 37 %). Nezávisle na pořadí zdrojů byl přímou řečí těmto tématům věnován prostor o rozsahu 10 381 slov (tj. 31 % ze všech zaznamenaných přímých řečí). Rozpad po jednotlivých zdrojích je zaznamenán v tabulce č. 8, která dokazuje, že tato témata byla nejvíce diskutována i co do rozsahu mediálního prostoru prvními zdroji (55 % slov z 10 481), následně druhými (30 %) a nakonec třetími (16 %).

Popsané výsledky je možné interpretovat tak, že samotné téma řešení bezdomovectví není v mediálních sděleních ani v promluvách prvních tří sledovaných zdrojů nikterak dominantní. Pokud však zohledníme nejen téma řešení bezdomovectví, ale také aspekt pomoci lidem bez domova (respektive iniciativ), zájem médií se zdá být vyšší.

| | Vyjádření zdroje 1 | Vyjádření zdroje 2 | Vyjádření zdroje 3 | CELKEM |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------|
| individuální charakter | 227 | 109 | 64 | 400 |
| jiné | 122 | 82 | 62 | 266 |
| iniciativy | 82 | 71 | 39 | 192 |
| vlastnosti a aktivity lidí bez domova | 21 | 19 | 6 | 46 |
| řešení bezdomovectví | 11 | 10 | 6 | 27 |
| stav bezdomovectví | 11 | 7 | 9 | 27 |
| příčiny bezdomovectví | 0 | 1 | 0 | 1 |
| žádné | 162 | 337 | 450 | 949 |
| CELKEM | 636 | 636 | 636 | 1908 |

Tabulka č. 6: Převažující témata promluv prvních tří zdrojů uvedených ve sledovaných zprávách

| | | Typ zdroje | | | | | | | CELKEM |
|-----------------------|----------------------|---|---|---------------------------------|--------------|-------------------------------|-----------|----------|------------|
| | | politik/člen vlády/zástupce veřejné instituce | zástupce neziskové organizace/ iniciativy | osoba bez domova či její blízký | řadový občan | zástupce komerční společnosti | celebrita | odborník | |
| Vyjádření zdroje 1 | iniciativy | 35 | 27 | 14 | 4 | 1 | 1 | | 82 |
| | řešení bezdomovectví | 11 | | | | | | | 11 |
| | CELKEM | 46 | 27 | 14 | 4 | 1 | 1 | | 93 |
| Vyjádření zdroje 2 | iniciativy | 31 | 19 | 18 | 1 | 2 | | | 71 |
| | řešení bezdomovectví | 6 | 2 | 1 | | | | 1 | 10 |
| | CELKEM | 37 | 21 | 19 | 1 | 2 | | 1 | 81 |
| Vyjádření zdroje 3 | iniciativy | 10 | 10 | 9 | 10 | | | | 39 |
| | řešení bezdomovectví | 4 | 1 | 1 | | | | | 6 |
| | CELKEM | 14 | 11 | 10 | 10 | | | | 45 |
| CELKOVÝ SOUČET | | 97 | 59 | 43 | 15 | 3 | 1 | 1 | 219 |

Tabulka č. 7: Typy prvních tří zdrojů, které se v analyzovaných zprávách explicitně vyjádřily k tématu iniciativ a řešení bezdomovectví

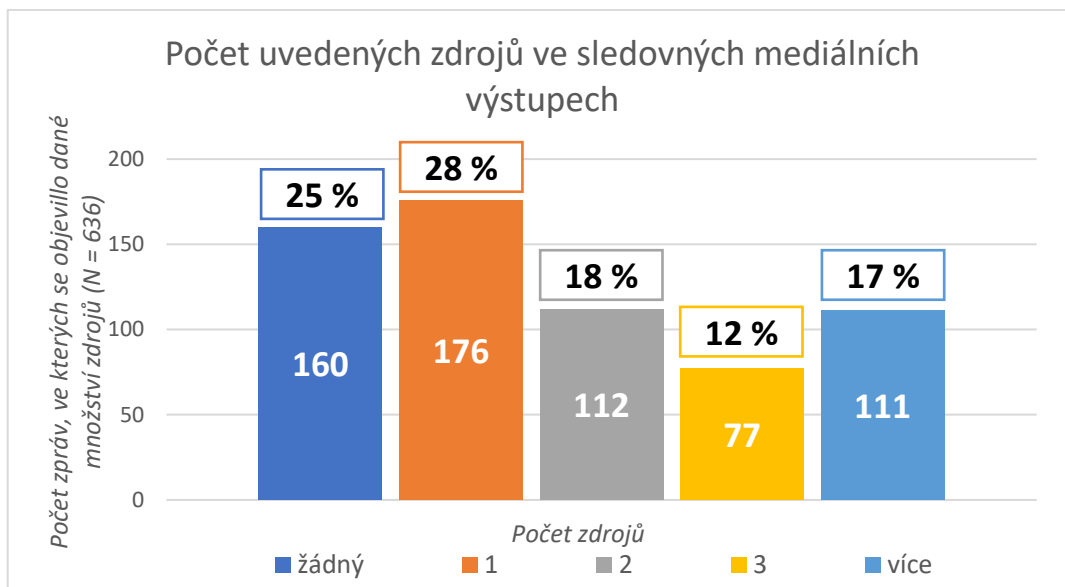
| | | Prostor zdrojů věnovaný vybraným tématům daný počtem slov | | | |
|---------------|----------------------|---|---------|---------|--------|
| | | Zdroj 1 | Zdroj 2 | Zdroj 3 | CELKEM |
| Typ vyjádření | iniciativy | 3 722 | 2 156 | 922 | 6 800 |
| | řešení bezdomovectví | 2 000 | 947 | 734 | 3 681 |
| | CELKEM | 5 722 | 3 103 | 1 656 | 10 481 |

Tabulka č. 8: Prostor zdrojů věnovaný tématům iniciativ a řešení bezdomovectví daný počtem slov

3.5 VO5: Kdo se ve vybraných médiích k bezdomovectví vyjadřuje?

Výsledky analýzy odhalily, že u 75 % zkoumaných zpráv dala média prostor k vyjádření jedné či více osobám (vyjma těch, kteří vystupovali v roli zástupců samotných médií) (viz graf č. 19). Pouze u čtvrtiny zpráv tedy nebyly do sdělení přímou řečí zapojeny žádné zdroje.

Ze sledovaného množství promlouvajících zdrojů vyplývá, že nejčastěji média prezentovala v sestupném pořadí jeden zdroj (28 % zpráv), žádný zdroj (25 %), dva zdroje (18 %) a čtyři a více zdrojů (17 %). Nejméně častými byly případy, kdy v médiích vystupovaly zdroje tři (12 %).



Graf č. 19: Počet uvedených zdrojů ve sledovaných mediálních výstupech

Jak je zřejmé z tabulky č. 9, z vymezených typů zdrojů v médiích nejčastěji promlouvali politici, členové vlády a zástupci veřejných institucí (při zohlednění všech tří prvních sledovaných pozic zastávají 27 %), přičemž nejčastěji vystupovali jako zdroje první v pořadí (tvoří 45 % prvních zdrojů)⁶³. V tomto kontextu je zajímavé zjištění, že na pozici prvního zdroje zaznamenali dokonce vyšší četnost než případy, ve kterých přímou řečí nepromlouval žádný zdroj (25% relativní četnost). V případě druhých a třetích zdrojů vždy převládala naprostá převaha nepřítomnosti zdrojů (53 % u druhého zdroje, respektive 71 % u třetího zdroje).

Po politicích, členech vlády a zástupcích veřejných institucí nejčastěji promlouvali samotní lidé bez domova, případně jejich blízcí (tvoří 11 % z kumulativní četnosti při součtu všech tří sledovaných pozic). V každé pozici pak byli vždy třetím nejčastěji prezentovaným typem zdrojů (respektive druhým, nepočítáme-li případy, kdy zdroje nebyly uvedeny vůbec). Nejmenší četnost byla sledována u celebrit, odborníků a zástupců komerčních společností.

⁶³ Zde je nutné upozornit na to, že tabulka zohledňuje také případy, kdy na daných pozicích nikdo nepromlouval.

| | Zdroj 1 | | Zdroj 2 | | Zdroj 3 | | CELKEM | | |
|------------|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------|
| | absolutní četnost | relativní četnost | absolutní četnost | relativní četnost | absolutní četnost | relativní četnost | absolutní četnost | relativní četnost | |
| Typ zdroje | celebrita | 2 | 0,3% | | 0,0% | | 0,0% | 2 | 0,1% |
| | odborník | 1 | 0,2% | 4 | 0,6% | 2 | 0,3% | 7 | 0,4% |
| | zástupce komerční společnosti | 2 | 0,3% | 5 | 0,8% | 1 | 0,2% | 8 | 0,4% |
| | zástupce neziskové organizace/iniciativy | 33 | 5,2% | 28 | 4,4% | 18 | 2,8% | 79 | 4,1% |
| | řadový občan | 57 | 9,0% | 39 | 6,1% | 38 | 6,0% | 134 | 7,0% |
| | osoba bez domova či její blízký | 92 | 14,5% | 74 | 11,6% | 52 | 8,2% | 218 | 11,4% |
| | politik/člen vlády/zástupce veřejné instituce | 289 | 45,4% | 150 | 23,6% | 75 | 11,8% | 514 | 26,9% |
| | žádný | 160 | 25,2% | 336 | 52,8% | 450 | 70,8% | 946 | 49,6% |
| | CELKEM | 636 | 100,0% | 636 | 100,0% | 636 | 100,0% | 1908 | 100,0% |

Tabulka č. 9: Typy zdrojů a četnost jejich přítomnosti v prvních třech sledovaných pozicích dána počtem zpráv

Tabulka č. 10 upřesňuje, že politici, členové vlády a zástupci veřejných institucí promlouvali v médiích nejen nejčastěji, ale současně získali i největší mediální prostor ve srovnání s jinými typy zdrojů, jak kumulativně na všech třech pozicích (57 %), tak na všech jednotlivých pozicích (61 % jako první zdroj, 49 % jako druhý zdroj, 48 % jako třetí zdroj). Kumulativně získaným prostorem byli na druhém nejvýznamnějším místě samotní lidé bez domova či jejich blízcí (19 %). Na třetím místě pak byli zástupci neziskových organizací a iniciativ (15 %).

| | | Zdroj 1 | | Zdroj 2 | | Zdroj 3 | | CELKEM | |
|------------|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | | absolutní četnost | relativní četnost | absolutní četnost | relativní četnost | absolutní četnost | relativní četnost | absolutní četnost | relativní četnost |
| Typ zdroje | celebrita | 42 | 0,2% | | 0,0% | | 0,0% | 42 | 0,1% |
| | zástupce komerční společnosti | 50 | 0,2% | 81 | 1,0% | 38 | 0,9% | 169 | 0,5% |
| | odborník | 89 | 0,4% | 217 | 2,5% | 50 | 1,1% | 356 | 1,1% |
| | řadový občan | 1382 | 6,7% | 792 | 9,3% | 438 | 10,0% | 2612 | 7,8% |
| | zástupce neziskové organizace/iniciativy | 2809 | 13,6% | 1410 | 16,5% | 814 | 18,6% | 5033 | 15,0% |
| | osoba bez domova či její blízký | 3619 | 17,5% | 1851 | 21,7% | 925 | 21,1% | 6395 | 19,0% |
| | politik/člen vlády/zástupce veřejné instituce | 12723 | 61,4% | 4171 | 48,9% | 2110 | 48,2% | 19004 | 56,5% |
| | žádný | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | CELKEM | 20714 | 100,0% | 8522 | 100,0% | 4375 | 100,0% | 33611 | 100,0% |

Tabulka č. 10: Typy zdrojů a četnost jejich přítomnosti v prvních třech sledovaných pozicích dána mediálním prostorem (počtem slov)

Abychom však získali relevantní srovnání jednotlivých typů zdrojů jak s ohledem na přítomnost ve zprávách, tak s ohledem na rozsah mediálního prostoru, je třeba hodnoty očistit od případů, kdy zdroje nepromlouvaly vůbec. Tento přehled pak nabízí tabulka č. 11. Ta zohledňuje kumulativní hodnoty na všech třech pozicích a je z ní patrné, že největší odchylky byly zaznamenány v případě zástupců neziskových organizací či iniciativ a u řadových občanů. Zástupci neziskových organizací a iniciativ sice získali menší prostor v médiích co do kumulativního počtu zpráv, ve kterých se objevili na prvních třech pozicích, ovšem získali téměř dvojnásobný prostor co do počtu slov. Jinými slovy, promlouvali méněkrát, ale když už se k něčemu vyjadřovali, dostali k tomu poměrně velký prostor. Opačným příkladem jsou pak zástupci řadových občanů, kteří oproti zástupcům neziskových organizací vystupovali v médiích častěji, avšak v menším rozsahu.

| | | kumulativní počet zpráv (všech tří pozic) | | kumulativní počet slov (všech tří pozic) | |
|------------|---|---|-------------------|--|-------------------|
| | | absolutní četnost | relativní četnost | absolutní četnost | relativní četnost |
| Typ zdroje | celebrita | 2 | 0,2% | 42 | 0,1% |
| | odborník | 7 | 0,7% | 356 | 1,1% |
| | zástupce komerční společnosti | 8 | 0,8% | 169 | 0,5% |
| | zástupce neziskové organizace/iniciativy | 79 | 8,2% | 5033 | 15,0% |
| | řadový občan | 134 | 13,9% | 2612 | 7,8% |
| | osoba bez domova či její blízký | 218 | 22,7% | 6395 | 19,0% |
| | politik/člen vlády/zástupce veřejné instituce | 514 | 53,4% | 19004 | 56,5% |
| | CELKEM | 962 | 100,0% | 33611 | 100,0% |

Tabulka č. 11: Srovnání kumulativního prostoru věnovaného jednotlivým typům zdrojů z pohledu počtu zmínek (zpráv) a mediálního prostoru (počtu slov)

Doplňujícím zjištěním ve snaze plně zodpovědět tuto otázku je pak specifikace oblastí, ke kterým se dané zdroje vyjadřovaly. Na výsledky tohoto parametru lze pohlížet různými způsoby. V první řadě bylo zjištěno, že ze stanovených témat se zdroje kumulativní četností nejčastěji vyjadřovaly k příběhům individuálního charakteru (43 % všech zaznamenaných promluv). To znamená, že nejčastěji hovořily o příbězích, situacích či událostech spojených s bezdomovectvím nebo konkrétní osobou či skupinou lidí bez domova. Jako druhé nejčetnější se vyskytující téma (28 %) pak bylo cokoli jiného, co nezapadalo do předem definovaných hodnot proměnné. Na třetím místě bylo téma iniciativ (20 %). Téměř vůbec nebyly naopak diskutovány příčiny bezdomovectví (pouze jedenkrát). Srovnání kumulativní relativní četnosti jednotlivých témat, ke kterým se sledované zdroje vyjadřovaly s ohledem na jejich pozici nabízí tabulka č. 12.

| | Vyjádření zdroje 1 | Vyjádření zdroje 2 | Vyjádření zdroje 3 | CELKEM | kumulativní relativní četnost při zohlednění všech možných vyjádření (N = 959) |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------|--|
| individuální charakter | 227 | 109 | 64 | 400 | 41,7% |
| jiné | 122 | 82 | 62 | 266 | 27,7% |
| iniciativy | 82 | 71 | 39 | 192 | 20,0% |
| vlastnosti a aktivity lidí bez domova | 21 | 19 | 6 | 46 | 4,8% |
| řešení bezdomovectví | 11 | 10 | 6 | 27 | 2,8% |
| stav bezdomovectví | 11 | 7 | 9 | 27 | 2,8% |
| příčiny bezdomovectví | 0 | 1 | 0 | 1 | 0,1% |
| žádné | 162 | 337 | 450 | 949 | |
| CELKEM | 636 | 636 | 636 | 1908 | |

Tabulka č. 12: Srovnání kumulativní relativní četnosti jednotlivých témat, ke kterým se sledované zdroje vyjadřovaly s ohledem na pozici zdroje

Trochu odlišný pohled nabízí tabulka č. 13. Ta upozorňuje zejména na to, jaká témata vyzvaly různé typy zdrojů za svá. Je zřejmé. Že osoby bez domova či jejich blízcí hovořili nejvíce o individuálních příbězích, stejně tak, jako politici, členové vlády a zástupci veřejných institucí. Řadoví občané se nejčastěji vyjadřovali k jiným tématům, pro něž nebyly stanoveny kategorie dané proměnné, případně hovořili také o tématech individuálního charakteru. Zástupci neziskových organizací a iniciativ pak v naprosté většině případů promlouvali o tématu iniciativ.

| | | Vyjádření zdrojů (kumulativní na všech třech pozicích) | | | | | | | | |
|------------|---|--|------------|------------|---------------------------------------|----------------------|--------------------|-----------------------|------------|-------------|
| | | individuální charakter | jiné | iniciativy | vlastnosti a aktivity lidí bez domova | řešení bezdomovectví | stav bezdomovectví | příčiny bezdomovectví | žádné | CELKEM |
| Typ zdroje | celebrita | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | odborník | 1 | 3 | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 7 |
| | osoba bez domova či její blízký | 129 | 40 | 41 | 6 | 2 | 0 | 0 | 0 | 218 |
| | řadový občan | 35 | 73 | 15 | 11 | 0 | 0 | 0 | 0 | 134 |
| | zástupce komerční společnosti | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 |
| | zástupce neziskové organizace/iniciativ | 3 | 5 | 56 | 5 | 3 | 5 | 1 | 1 | 79 |
| | politik/člen vlády/zástupce veřejné instituce | 231 | 140 | 76 | 24 | 21 | 20 | 0 | 2 | 514 |
| | žádný | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 946 | 946 |
| | CELKEM | 400 | 266 | 192 | 46 | 27 | 27 | 1 | 949 | 1908 |

Tabulka č. 13: Srovnání kumulativní relativní četnosti jednotlivých témat, ke kterým se sledované zdroje vyjadřovaly s ohledem na typ zdroje

4. Diskuze

S využitím kvantitativní obsahové analýzy bylo blíže zkoumáno 636 relevantních zpráv vydaných šesti vybranými celostátními médii v období od 1. ledna 2007 do 31. 12. 2016. Konkrétní zprávy byly vybrány pomocí náhodného výběru. Jím bylo určeno 91 dní z každého zkoumaného roku, přičemž ke kódování byly nominovány všechny zprávy vybraných médií, které byly v dané dny publikovány. Vzhledem k rozsáhlému základnímu souboru bylo nutno výběrový soubor takto významněji redukovat. Přesto byla věnována maximální pozornost tomu, aby bylo dosaženo co možná nejvyšší míry reliability a validity výsledných dat.

První část analýzy se pokusila zodpovědět první výzkumnou otázku, tedy, kolik prostoru věnují vybraná média tématu bezdomovectví a jak se tento mediální prostor vyvíjí v čase. Stejně jako v případě výzkumů Shieldse (2001) a Zuffereyové (2014), které posloužily jako primární inspirace pro tuto práci, ani naše analýza se nezaměřovala na zasazení zpravodajství o bezdomovectví do celé agendy vybraných médií, ale soustředila se pouze na téma samotné. Z výsledků výzkumu pak vyplývá, že největší pozornost tomuto tématu věnovaly počtem zpráv televize (52 %), posléze tištěná média (43 %) a nakonec rozhlasové stanice (6 %). Ze sledovaných médií projevil o dané téma největší zájem deník Právo, který ve zkoumaném období v souvislosti s bezdomovectvím publikoval 35 % všech mediálních výstupů.

Analýza rovněž prokázala, že počet zpráv se sice v jednotlivých letech lišil, přesto byl ve zkoumané dekádě zaznamenán relativně stabilní trend vývoje, který indikuje konstantní míru zájmu médií o téma bezdomovectví ve sledovaném období. Největší odchylky od průměru období (tj. 63,6 textu za rok) byly zaznamenány v roce 2009 v případě nejmenšího počtu zpráv (41 zpráv), respektive v roce 2012 v případě největšího množství zpráv (79 zpráv). Stejně tak bylo prokázáno, že vývoj mediálního prostoru daný počtem slov v jednotlivých zprávách až na výjimku jednoho roku (2011) velmi věrně napodoboval vývoj daný absolutním počtem publikovaných zpráv. V průměru bylo ročně tomuto tématu věnováno 13 269 slov.

Pro lepší přehlednost a zasazení našich výsledků do kontextu zahraničních výzkumů je vhodné připomenout, že Shields (2001), jenž podrobil analýze obsahy televizních večerních zpráv tří amerických stanic vysílaných v období čtrnácti sledovaných let, dospěl k závěru, že přítomnost tématu bezdomovectví v televizním zpravodajství souvisela se

sezónností a rostla v zimních měsících a v době svátků. Na sezónnost mediálního pokrytí bezdomovectví však již dříve upozornil například tým Bunise (1996). Zuffereyová (2014), která analyzovala 324 zpráv tří vybraných tištěných médií vydaných během dvanácti zkoumaných let, rovněž potvrdila zvýšený zájem médií o téma bezdomovectví v zimních a svátečních obdobích. Také doplnila, že větší frekvenci mediálních výstupů zaznamenala v době významných událostí (například olympijských her) či v případech, vzaly-li toto téma za své veřejně známé osobnosti. Vliv jistých významných osob na mediální zájem o téma bezdomovectví potvrdila též Bestová (2010) při analýze 475 zpráv dvou vybraných zahraničních novin.

V našem výzkumu bylo odhaleno, že frekvence mediálních výstupů na toto téma se na úrovni měsíců téměř cyklicky opakovala, přičemž média prokázala největší zájem o tuto problematiku v měsících leden, prosinec a srpen. Zatímco nejvyšší míra zájmu o téma v zimním období odpovídá předpokladu stanovenému na základě zmíněných zahraničních studií (Bunis et al., 1996; Shields, 2001; Zuffereyová, 2014), poněkud překvapivým zjištěním byla právě vyšší frekvence zpráv v případě srpna. V rámci stanovené metodologie však bohužel není možné vysvětlit, proč tomu tak je. Stejně tak není možné poukázat na možnou souvislost zvýšeného zájmu médií o téma s významnými událostmi či lidmi, neboť taková proměnná nebyla zkoumána.

Další, a to poměrně rozsáhlou oblastí, na kterou jsme se v rámci analýzy zaměřili, bylo zkoumání rámců, které se spolupodílejí na konstrukci mediálního obrazu lidí bez domova. V této souvislosti je nejprve třeba říci, že 80 % zpráv bylo definováno jako epizodicky rámcovaných, tedy zaměřených zejména na konkrétní příběhy jedinců spíše než na bezdomovectví jakožto celospolečenský problém. Tato zjištění jsou důležitá zejména v souvislosti s Iyengarovou (1990) představou o souvislosti typů rámců s určením toho, komu je za danou situaci připisována zodpovědnost. Pohlédneme-li na naše výsledky jeho optikou, pak lze uvést, že média v naprosté většině případů připisovala skrze epizodické rámce zodpovědnost za bezdomovectví právě jednotlivcům, respektive samotným lidem bez domova. Zajímavým doplněním naší analýzy je pak zjištění, že česká média nejčastěji referovala o bezdomovectví na území České republiky (94 %).

Současně bylo zjištěno, že typickým reprezentantem osoby bez domova byl v médiích muž neurčitého, případně středního věku (orientačně ve věku 31 – 54 let). Média referovala minimálně o starších lidech bez domova a téměř vůbec nepromlouvala o ženách,

dětech a teenagerech bez domova. Také v naprosté většině (95 %) opomíjela rodinný stav lidí bez domova, a pokud jej zmínila, pak hovořila nejčastěji o svobodných bezdomovcích (2 %) a rodinách (2 %). Naše zjištění v tomto kontextu nejsou zásadně překvapivá, neboť jsou podobná výsledkům jiných zahraničních mediálních výzkumů (viz například Shields, 2001; Schneiderová et al., 2010; Widdowfieldová, 2001), byť se v některých dílčích aspektech liší. Kupříkladu Shields (2001) v mediálních textech identifikoval výraznou tendenci médií reprezentovat osoby bez domova jako svobodné muže, a naopak opomíjet ženy, děti a rodiny bez domova. I naše zjištění potvrzují tendenci médií promlouvat zejména o mužích a spíše opomíjet ženy, děti i rodiny bez domova. Při komparaci našich a Shieldsových (2001) výsledků je však zřejmé, že zkoumaná česká média se zajímala významně méně o rodinný stav bezdomovců oproti médiím americkým⁶⁴. To bylo potvrzeno také při srovnání našich zjištění a zjištění týmu Schneiderové (2010), který v 765 analyzovaných zprávách čtyř kanadských novin rovněž identifikoval bezdomovce zejména jako svobodné muže. Schneiderová s kolegy pak ovšem upozornila na skutečnost, že média připisovala bezdomovcům různé stáří a neomezovala se pouze na střední věk. V našem výběrovém souboru média ve většině případů nehovořila o věku lidí bez domova. Pokud o věku referovala, pak prezentovala bezdomovce různých věkových skupin, přesto však nejvíce právě ve středním věku. Mimo jiné pak také ČSÚ zjistil, že typickým bezdomovcem v Čechách je svobodný muž středního věku (Kubala, 2015).

Po vzoru týmu Schneiderové (2010) byla rovněž zkoumána přítomnost násilí v analyzovaném vzorku a vztah bezdomovce vůči němu. Zajímavým poznatkem je skutečnost, že téměř třetina (31 %) sledovaných zpráv o bezdomovectví hovořila o nějakém typu násilí, přičemž lidé bez domova byli v takovém případě obvykle prezentováni v roli obětí (61 %). Současně ve sledovaných mediálních výstupech byly identifikovány rámce bezdomovců, které dříve předestřeli Rosenthal (2000) a Zuffereyová (2014), a to chudáků, nedobrovolných obětí a flákačů. Bylo prokázáno, že bezdomovci byli převážně rámcováni jako skupina lidí, která si zaslouží pomoc většinové společnosti (51 %), přičemž rámec chudáků byl jednoznačně nejvýznamnější (48 %). To odpovídá zjištěním Schneiderové a jejích kolegů (2010), kteří zjistili, že jimi zkoumaná média hovořila o bezdomovcích především jako o pomoci zasloužilých⁶⁵ či zcela neutrálně.

⁶⁴ Z výzkumu Shieldse vyplývá, že 59 % bezdomovců identifikovaných při analýze bylo charakterizováno jako svobodní muži (2001, s. 202).

⁶⁵ Rosenthal (2000) a Zuffereyová (2014) tuto skupinu označují termínem *deserving* a do jejího protikladu staví skupinu *undeserving*.

Třetí výzkumná otázka souvisela s rámcováním příčin bezdomovectví. Bylo prokázáno, že média tento aspekt bezdomovectví v naprosté většině přehlížela (95 %). V případě, že příčiny diskutovány přeci jen byly, pak byly prezentovány zejména jako individuální (2 %), případně jako kombinace individuálních a systémových (2 %). Rovněž byla prokázána tendence médií při epizodickém rámcování prezentovat zejména individuální příčiny, u tematického rámcování systémové a u smíšeného rámcování kombinaci obou typů příčin. Je však nutné opět upozornit na to, že hodnoty byly velmi malé, vzhledem k tomu, že v tomto směru bylo vyhodnoceno pouze 5 % všech sledovaných zpráv (tzn. ty, které uváděly příčiny). Přesto v souvislosti s touto výzkumnou otázkou můžeme připomenout, že ve výzkumném vzorku převládalo epizodické rámcování, které připisuje zodpovědnost za daný sociální problém právě jednotlivcům (Iyengar, 1990).

Jak se ukázalo, téma příčin bezdomovectví nebylo frekventované ani v případě promluv tří prvních zdrojů, jejichž přímé řeči byly podrobeny detailnější analýze. Byl zaznamenán pouze jeden případ, ve kterém bylo hlavním sdělením zdroje téma příčin. Zdrojem byl zástupce neziskové organizace či iniciativy, v dané zprávě promluvil jako druhý v pořadí, a to v rozsahu 21 slov.

Při komparaci našich výsledků se zjištěními jiných obsahových analýz docházíme k závěru, že se neliší. Příčiny bezdomovectví jsou diskutovány minimálně (Shields, 2001; Schneiderová et al., 2010), a když už jsou, pak je zaměřena pozornost zejména na individuální příčiny (Buck et al., 2004; Shields, 2001; Schneiderová et al., 2010). Pro doplnění kontextu zopakujeme, že také většina české společnosti považuje především individuální příčiny za faktory způsobující bezdomovectví (Kliment, Dočekal, 2016).

Další výzkumná otázka věnovala pozornost rámcování řešení bezdomovectví. V rámci operacionalizace výzkumné otázky jsme se zaměřili zejména na to, jak je rámcována pomoc lidem bez domova a následně řešení bezdomovectví jako takové. Z analýzy vyplynulo, že pomoc lidem bez domova se v mediálních výstupech objevovala významně častěji (32 %) než otázka řešení bezdomovectví (6 %), která byla svou četností téměř na úrovni množství diskutovaných příčin bezdomovectví (5 %). Zejména byla věnována pozornost krátkodobým typům pomoci (24 %), v případě řešení pak řešením systémového charakteru (5 %). Řešení individuálního charakteru nebylo diskutováno vůbec. Při sledování souvislosti mezi typy pomoci a řešení byla odhalena zvýšená hodnota

v případě, že byla prezentována systémová řešení společně s kombinací krátkodobých a dlouhodobých druhů pomoci. Vzhledem k velmi nízkému počtu případů, ve kterých byla zaznamenána řešení, však tuto hodnotu nepovažujeme za natolik významnou, abychom z ní vyvozovali jakékoli další závěry.

Obdobně tomu bylo i v případě sledování překryvu základních rámců mediálních sdělení a typů pomoci a řešení bezdomovectví. Zvýšené hodnoty byly zaznamenány v případě epizodického rámcování v kombinaci s krátkodobou pomocí a v případě smíšeného rámcování a systémových řešení. Opět se ale nejednalo o nikterak význačné hodnoty, ze kterých bychom mohli vyvozovat nějaké pravidlo. Jak bylo zmíněno již několikrát, ve zkoumaném vzorku převládalo epizodické rámcování indikující, že za bezdomovectví jsou zodpovědní zejména jednotlivci (Iyengar, 1990). Tato skutečnost je zajímavá právě v souvislosti s určením odpovědnosti za řešení tohoto sociálního problému. Zjednodušenou optikou lze totiž namítat, že zatímco média svým rámcováním připisují zodpovědnost za bezdomovectví jednotlivcům, řešením bezdomovectví nevěnují mnoho pozornosti, a pokud ano, pak zodpovědnost za řešení bezdomovectví připisují systému.

Ačkoliv se média ve svých sděleních primárně aspektem řešení nezabývala, při sledování promluv vybraných zdrojů je patrný zvýšený zájem o téma pomoci (iniciativ) lidem bez domova. Budeme-li pohlížet na téma pomoci a řešení společně, pak byla svou frekvencí diskutována jako třetí nejčastější. Nejvíce se k těmto aspektům bezdomovectví vyjadřovaly osoby spadající do kategorie politiků, členů vlády a zástupců veřejné instituce a do kategorie zástupců neziskových organizací a iniciativ či samotných osob bez domova nebo jejich blízkých. Byly to zejména zdroje, které promlouvaly jako první, případně druzí v pořadí. Pokud bychom zohlednili pouze téma řešení, pak opět nebylo téměř vůbec ani zdroji diskutováno.

Z našich výsledků je pak zřejmé, že jsou blízké zjištěním týmu Schneiderové (2010). Ten odhalil, že otázkám řešení bezdomovectví se média věnovala ve větší míře než jejich příčinám. V případě našeho výzkumu je toto patrné při zohlednění diskutované pomoci bezdomovcům, ovšem pokud ji nezohledníme, zmínky o řešení bezdomovectví jsou velmi malé a jen nepatrně hojnější než v případě příčin.

Nakonec je pro doplnění kontextu opět na místě připomenout výzkum Klimenta a Dočekala (2016), který prokázal tendenci české většinové společnosti přisuzovat zodpovědnost za řešení bezdomovectví zejména systému. Vávra (2013) pak naopak u české společnosti dospěl k přesně opačnému zjištění, tedy tendenci řešení vnímat zejména

jako individuální. V případě našeho výzkumu byl prokázán zvýšený zájem o systémová řešení. Individuální nebyla uvedena vůbec.

Poslední výzkumná otázka souvisela s tím, kdo se ve vybraných médiích k bezdomovectví vyjadřuje. V první řadě bylo prokázáno, že u většiny (75 %) mediálních výstupů dala média prostor nejrůznějším mluvčím k tomu, aby přímou řečí promluvili. Dokonce bylo obvyklejší, aby zpráva obsahovala jeden zdroj (28 %), než aby neobsahovala zdroj žádný (25 %).

Nejčastěji v médiích explicitně vystupovali lidé z kategorie politiků, členů vlády a zástupců veřejné instituce (27 %), a to obvykle jako první v pořadí. Jejich dominance byla potvrzena nejen frekvencí přítomnosti, ale i mediálním prostorem v podobě počtu slov. Frekvencí i mediálním prostorem druhí v pořadí v médiích promlouvali samotní lidé bez domova nebo jejich blízcí (11 %).

Velmi zajímavé zjištění přineslo srovnání řadových občanů a zástupců neziskových organizací. Zatímco zástupci neziskových organizací a iniciativ promlouvali v médiích méně často, získali mnohem větší prostor co do počtu slov. V případě řadových občanů tomu bylo přesně obráceně. V médiích promlouvalo více řadových občanů, ale jejich prostor daný počtem slov byl mnohem menší. Je k zamyšlení, zda vysvětlení tohoto zjištění nesouvisí s kompetentností těchto vyjádření – zda kupříkladu promluvy řadových občanů nejsou méně zajímavé než vyjádření zástupců neziskových organizací. Zodpovězení této otázky ovšem není metodologií výzkumu umožněno a může být předmětem dalšího bádání.

Významné poznatky také přinesla témata, kterým se sledované zdroje věnovaly. Nejčastějším tématem promluv se staly příběhy, situace a události jednotlivců či skupin bez domova (43 %), které měly individuální charakter. Následně zdroje hovořily o jiných tématech než o těch, které jsme si apriori specifikovali (28 %) a o nejrůznějších iniciativách, tedy o pomoci lidem bez domova (20 %).

Politici, členové vlády a zástupci veřejných institucí společně s osobami bez domova a jejich blízkými nejvíce promlouvali v souvislosti s příběhy individuálního charakteru. Zástupci neziskových organizací pak vzali za své téma iniciativ a řadoví občané se nejčastěji vyjadřovali k jiným než námi specifikovaným oblastem. Přítomnost celebrit, odborníků a zástupců komerčních společností co by zdrojů byla naprosto minimální.

Výsledky naší analýzy se pak v některých případech liší od zahraničních výzkumů. Zejména jsme prokázali, že lidé bez domova dostali v poměru vůči ostatním zdrojům druhý největší mediální prostor. To odporuje zjištěním Schneiderové a jejích kolegů (2010), pozdějšímu výzkumu Schneiderové (2011) i Zuffereyové (2014), které uvedly, že bezdomovci v médiích promlouvají znatelně méně. Současně podle těchto i dalších výzkumů dostávají významný prostor v médiích známé osobnosti (Zuffereyová, 2014), instituce (Bestová, 2010) nebo odborníci (Schneiderová et al., 2010; Schneiderová, 2011). Vzhledem k tomu, že jsme neměli stanovené všechny tyto konkrétní kategorie jakožto hodnoty zkoumané proměnné, není možné je relevantně srovnat s našimi výsledky. Je však také pravda, že v případě našeho výzkumu jsme prokázali, že nejčastěji ve sledovaných mediálních sděleních promlouvali zdroje z kategorie politiků, členů vlády a zástupců veřejných institucí.

Na závěr diskuze výsledků je třeba zopakovat, že jsme se v rámci výzkumu zaměřili pouze na mediální rozměr, kterým jsme navázali na zahraniční mediální výzkumy popsané výše. Výsledky nepropojujeme s rozměry spojenými s výzkumem veřejného mínění či sociální realitou. Tyto jsou zde popsané pouze pro doplnění kontextu, ovšem zkoumání kauzality mezi nimi není předmětem této práce. Naopak se tato otázka nabízí jako předmět případného dalšího bádání.

Závěr

V předložené práci jsme věnovali pozornost vybrané oblasti mediálních studií se zaměřením na výzkum mediálních obsahů souvisejících s bezdomovectvím jakožto specifickým sociálním problémem. Cílem práce bylo prostřednictvím vlastního výzkumu analyzovat, jaké rámcování toto téma provází, a to na úrovni českých celostátních médií.

Autorský výzkum, který považujeme za stěžejní část práce, bylo třeba konstruovat postupně a s ohledem na klíčová teoretická i metodologická východiska. Základní teoretické ukotvení bylo nalezeno v paradigmatu sociálního konstruktivismu (Berger, Luckman, 1999), které předpokládá, že média skrze své obsahy zasahují do formování představ o světě. Jak bylo vysvětleno, v rámci oboru mediálních studií lze na tyto mediované narativy pohlížet z různých perspektiv. Zatímco někteří výzkumníci se soustředí kupříkladu na faktory ovlivňující mediální produkci, jiní se věnují výzkumu mediálních účinků nebo mediálních obsahů. V našem případě jsme se zabývali právě samotnými mediovanými texty, jakožto prvky socio-kulturního prostředí, které se podílí na konstrukci reality.

Při dalším bádání se nám pak stala oporou teorie rámcování, jež ze své multidisciplinární povahy může být vykládána vícero způsoby. Pro účely naší práce bylo rámcování chápáno zejména optikou Entmana (1993) jako komunikační proces s několika různými funkcemi, který spočívá ve výběru a zdůraznění určitých prvků v komunikátu. S ohledem na náš výzkum pak bylo zřejmé, že se budeme zabývat právě mediálními rámci doprovázejícími téma bezdomovectví. Sledování těchto rámců nabylo na významu také v souvislosti s tím, že mnoho lidí má s bezdomovectvím pouze epizodické zkušenosti (Kliment, Dočekal, 2016; Shier et al., 2010), nebo dokonce žádné nemá (Vávra, 2013). Konkrétní mediální rámce spojené s bezdomovectvím tak mohou být důležitým zprostředkovatelem těchto zkušeností a pomocníkem při interpretaci tohoto sociálního problému.

Ačkoliv bezdomovectví provází společnost po několik tisíciletí, je stále málo pochopeným společenským jevem (Levinson ed., 2004) bez jednoznačné a všeobecně platné odborné definice (Barták, 2011). Neexistence takové definice, která by obsáhla i příčiny a následky bezdomovectví, tak byla do určité míry limitou při uvažování nad naším výzkumem, nicméně se domníváme, že jsme našli způsob, jak bezdomovectví v rámci něj co možná nejvhodněji uchopit. Zvolili jsme definici týmu Hradeckého (2007), jež vychází z typologie ETHOS (2005) stanovené evropskou neziskovou organizací bojující proti

bezdomovectví FEANTSA. Zjednodušeně řečeno jsme v rámci našeho výzkumu za bezdomovce považovali zejména osobu, která nemá střechu nad hlavou (nemá žádné přístřeší a místo k přespaní) nebo je bez bytu (krátkodobě přespává v ubytovacích kapacitách). Akceptovali jsme ale také jiné dva případy, ve kterých by média explicitně danou osobu za bezdomovce označila, a to pokud by měla nejisté bydlení (hrozila by jí exkluze v důsledku nejistého bydlení nebo domácího násilí) či měla nevyhovující bydlení (pobývala by v karavanech na nelegálních územích, bydlela by v nepřiměřených nebo extrémně přelidněných podmínkách) (ETHOS, 2005, Hradecký a kol., 2007).

Při konstrukci konkrétních výzkumných oblastí jsme se pak inspirovali řadou zahraničních výzkumů, jež se již v minulosti mediálními obsahy reprezentujícími bezdomovectví zabývaly. Stěžejními se staly zejména studie Todda G. Shieldse (2001) a Carole Zuffereyové (2014). Zatímco Shields předložil poznatky své kvantitativní obsahové analýzy pokrývající čtrnáct let mediálních výstupů televizních zpráv tří amerických stanic, Zuffereyová kvantitativní obsahovou analýzou zkoumala mediální obsahy tří australských tištěných médií vydaných v období sledovaných dvanácti let. V českém prostředí jsme neobjevili žádnou studii podobného rozsahu a zaměření, naopak jsme zaznamenali poptávku po obsahové analýze, která by ukázala, jak jsou lidé bez domova masmédií zobrazováni (Kliment, Dočekal, 2016).

Pro doplnění širšího kontextu jsme se rovněž velmi okrajově zabývali současným stavem bezdomovectví v České republice, a to zejména prostřednictvím závěrů výzkumu ČSÚ z roku 2011 o sčítání bezdomovců a výzkumu Klimenta a Dočekala (2016) v souvislosti s postoji většinové společnosti k bezdomovcům. Přestože jsme v rámci naší práce nezkoumali korelaci mezi sociální realitou a realitou prezentovanou médií, považovali jsme za zajímavé a pro výzkum inspirativní zde uvést aktuální poznatky popisující právě sociální realitu. Jak se ukázalo, typickým českým bezdomovcem je dle ČSÚ (Kubala, 2015) vyučený svobodný muž ve věku 45 – 49 let, který nehovoří o své víře. Česká většinová společnost pak bezdomovce považuje v převládající míře za problémové, nezodpovědné a líné uživatele psychoaktivních látek (Kliment, Dočekal, 2016).

Druhá část práce je pak plně věnována vlastnímu výzkumu, v rámci nějž jsme pomocí kvantitativní obsahové analýzy zkoumali mediální rámce provázející téma bezdomovectví. Tato metoda byla zvolena záměrně, neboť je systematická, standardizovaná, intersubjektivně ověřitelná (Reifová, 2004) a umožňuje přehledné zpracování velkého

množství dat (Scherer in Schulz et al., 2004; Trampota, Vojtěchovská, 2010). Formulovali jsme a operacionalizovali jsme pět výzkumných otázek a stanovili výběrový soubor, jež se zaměřil na šest vybraných celostátních médií (Právo, Blesk, ČT 1, Nova, Radiožurnál, Impuls) tří různých mediatypů (tisk, televize, rozhlas). Zkoumány byly zpravodajské a publicistické výstupy z období dekády počínající 1. lednem 2007. Konkrétní analyzované texty pak byly stanoveny náhodným výběrem a byly podmíněny přítomností klíčového výrazu „bezdomov*“ v titulku po vzoru výzkumu Zuffereyové (2014). Nominace výstupů ke kódování byla určena tak, že z každého roku bylo náhodně vybráno 91 různých dní (celkem tedy 910 dní), přičemž byly nominovány všechny výstupy, které byly publikovány v tyto dny a současně odpovídaly výběru specifikovanému jmenovanými prvky. Výstupy byly ručně exportovány z mediálního archivu Newton Media (Newton media) a nakonec bylo blíže zkoumáno 636 relevantních textů.

Výsledky našeho výzkumu ukázaly, že z daných mediatypů věnovala ve sledovaném období největší pozornost tématu bezdomovectví televizní média, minimální pak rozhlasové stanice. Současně bylo prokázáno, že s rostoucí frekvencí mediálních výstupů v jednotlivých letech také rostl mediální prostor daný počtem slov, respektive obráceně. Při zkoumání této dekády jako celku byl patrný stabilní vývojový trend počtu zpráv i mediálního prostoru daného počtem slov. Tato skutečnost indikuje relativně stabilní zájem médií o téma bezdomovectví, ačkoliv se frekvence mediálních výstupů i mediální prostor daný počtem slov v jednotlivých letech lišily. Velmi zajímavým odhalením pak byla na úrovni měsíců sezónně zvýšená pozornost médií o bezdomovectví v zimních měsících, a to obzvláště v lednu a prosinci. Překvapivým zjištěním byl zvýšený zájem médií o bezdomovectví v měsíci srpen, který ovšem vzhledem ke zvolené metodě nejsme schopni jednoznačně vysvětlit.

Osoby bez domova byly v médiích typicky prezentovány jako muži neurčitého, případně středního věku. Starší lidé, ženy a děti či teenageři bez domova byli v médiích jen minimálně zmiňováni. Média také projevila skutečně malý zájem o rodinný stav bezdomovců, a pokud jej uvedla, pak hovořila převážně o svobodných bezdomovcích nebo o rodinách bez domova. Bezdomovci byli nejčastěji zobrazeni jako skupina lidí, která si zaslouží pomoc většinové společnosti, s důrazem na rámec chudáků. To zajisté souvisí také s tím, že téměř ve třetině analyzovaných výstupů byla identifikována jistá forma násilí, přičemž lidé bez domova byli ve většině takových případů prezentováni jako oběti tohoto násilí.

Dále bylo prokázáno, že média se téměř vůbec nezajímala o příčiny bezdomovectví, naopak je přehlížela. Pokud o nich hovořila, pak se zabývala spíše individuálními než systémovými příčinami. Téma příčin nebylo populární ani jako hlavní téma promluvy sledovaných zdrojů. Objevilo se pouze jednou.

Obdobně tomu bylo i v případě řešení bezdomovectví, které doznalo téměř stejného zájmu jako téma příčin. Ovšem v porovnání s příčinami byla mnohem častěji médiu prezentována řešení systémového než individuálního charakteru. V souvislosti s řešením bezdomovectví je třeba upozornit na to, že média věnovala větší pozornost tématu pomoci lidem bez domova, přičemž hovořila zejména o krátkodobých způsobech pomoci. Pokud bychom tak pohlíželi na téma pomoci a řešení jako na celek, zajisté bychom zájem o tuto tematiku shledali za vyšší než v případě příčin bezdomovectví.

Nakonec bylo zjištěno, že média dávala často prostor jednomu či více mluvčím vyjádřit se přímou řečí. Nejvíce obvyklé případy byly ty, v nichž v mediálních textech vystupoval jeden zdroj. Velmi významnou se v tomto směru ukázala být kategorie mluvčí shrnující politiky, členy vlády a zástupce veřejných institucí, kteří promlouvali nejčastěji, a to obvykle jako první v pořadí. Druzí v pořadí byli frekvencí výstupů i mediálním prostorem samotní lidé bez domova či jejich blízcí. Nejvíce diskutovaným tématem byly příběhy individuálního charakteru.

Za možné limity práce považujeme několik skutečností. V první řadě je jí samotná vybraná metoda, která selektivně redukuje zkoumanou skutečnost na základě subjektivních preferencí. Právě z tohoto důvodu jsme při definování výzkumných oblastí vycházeli ze zmíněných studií. Přesto si však uvědomujeme, že element subjektivity a redukce reality není možné zcela eliminovat. Zvolená metoda rovněž neumožňuje vysvětlení zjištěných jevů. Za limitu lze také považovat absenci audiovizuálních a auditivních komunikačních aspektů mediálních výstupů či to, že pozornost byla věnována pouze mediálním obsahům. Další limitou je samotná definice pojmu bezdomovec i způsob, jakým jsme nominovali články k analýze. Nejenže jsme zaměřili pozornost na přítomnost slova bezdomovec (v různých gramatických tvarech) v titulku, a nikoliv v celém mediálním výstupu, ale rovněž jsme se nezabývali jinými možnými označeními, jež jsou synonymní k pojmu bezdomovec. Tím pádem nám některé mediální výstupy mohly uniknout. V neposlední řadě spatřujeme limity i v tom, že jsme kódovali jen přímé citace zdrojů, a to bez zohlednění významnosti zdrojů, neboť jejich pořadí v textech nemusí odpovídat jejich významu. Veškeré postupy však byly vždy pečlivě promyšleny a zvoleny ve snaze o

dosažení co možná nejvyšší míry reliability a validity i přes jistá omezení. Právě proto se v mnohých aspektech náš výzkum opírá o metodologii a výzkumné oblasti jiných výzkumů.

Největší přínos práce shledáváme v relativně obsáhlém a aktuálním zpracování tohoto tématu v prostředí české mediální krajiny. Svým obsahem zcela jistě rozšiřuje dosavadní poznatky, odpovídá na poptávku po tomto typu analýzy a nabízí základ pro další bádání. V rámci něj by bylo kupříkladu zajímavé zkoumat téma bezdomovectví v kontextu jiných témat v mediální agendě daných médií, faktory ovlivňující mediální produkci či možný vliv těchto textů na publika.

Summary

The aim of this master's thesis was to explore the manner in which homelessness is typically presented in the Czech nationwide media, by investigating media framing accompanying this topic in selected news. Thus, the main objective was to design and conduct a rather extensive research, which would reveal and provide demanded insight. Given the focus and the nature of the research, it was the media contents that were to be analysed.

Major theoretical framework was granted by the paradigm of social constructivism and the theory of media framing. The research was initially inspired by several foreign studies, most importantly, however, by the ones of T. G Shields (2001) and C. Zufferey (2014). Such an inspiration was given by the lack of similar studies examining media representation of homelessness within the Czech environment, which only amplified our desire to contribute to the contemporary knowledge regarding this topic.

The research, as the key part of the presented thesis, was designed as a quantitative content analysis. The attention was drawn to news issued by six selected nationwide media over the period of a decade, starting January 1st 2007. Random sampling helped us to define 636 news, which were further analysed as a specific sample set, with respect to the research questions.

The findings of the research proved repeatedly raising interest of media about the topic of homelessness in seasonal cycles, with the highest peak in winter months of January and December. A surprisingly high attention of media was also detected in August, which was, nevertheless, not possible to clearly explain due to the selected research method.

Also, it was shown that homeless people were mostly presented by the media as men of undefined, or eventually middle age. Homeless older people, women, children and teenagers were barely mentioned. Media did not prove much of an interest in the marital status of homeless. If they, however, mentioned it, then they mostly spoke of single individuals. It is also interesting that homeless people were mainly described through framing them as lackers, often depicted as victims of violence.

Media did not prove their interest in the causes of homelessness in either the news themselves, nor in the direct speech of the people, who explicitly spoke within the analysed news. Similarly, they did not demonstrate high interest in the treatment of homelessness.

More attention of the media, nonetheless, was given to a short-term help to homeless people.

Last but not least, the analysis indicated that various spokespersons were given the opportunity to express themselves in the news in the form of direct speech. It was most common that one person spoke in the news. In most cases, they were either politics, government members and public institution representatives, or homeless people themselves. Most popular topic among the speakers were stories of individual character.

We are aware of the limits of the thesis, which are, to a certain extent, caused by the selected research method, but also by other factors, which we recalled previously in the text. Nonetheless, we have made maximum effort to constantly consider the weaknesses in advance throughout the whole research process and where possible, to limit them as much as we possibly could. We believe that despite certain limits, the findings, which were enlightened within this research, will serve as an important and beneficial contribution to a currently limited knowledge about representation of homelessness in Czech media, and perhaps a fundamental foundation to further research.

Použitá literatura

ANDERSON, Nels a Raffaele RAUTY. *On Hobos and Homelessness*. Chicago: University of Chicago Press, ©1998. Heritage of Sociology. ISBN 0-226-01966-7.

AUJEZDSKÝ, Filip. *Mediální obraz lidí bez domova*. Brno, 2014. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta humanitních studií.

BALCAR, Jan. *Mediální obraz osob ohrožených sociálním vyloučením*. Brno, 2013. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta humanitních studií.

BARTÁK, Miroslav. *Bezdomovectví v ČR: Zdravotní stav bezdomovců a jeho determinanty* [online]. Ústí nad Labem: Univerzita J. E. Purkyně v Ústí nad Labem, 2011 [vid. 29. října 2017]. ISBN 978-80-7414-441-7. Dostupné z: http://pokrok.ujep.cz/elektronicka_knihovna/Bezdomovstvi_v_CR.pdf

BERGER, Arthur Asa. *Media Research Techniques*. Second edition. Thousand Oaks: SAGE Publications, 1998. ISBN 0-7619-1536-2.

BERGER, Peter L. a Thomas LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 1999. ISBN 80-85959-46-1.

BERTRANDOVÁ, Ina a Peter HUGHES. *Media Research Methods: Audiences, Institutions, Texts*. Second edition. London: Palgrave Macmillan, 2018. ISBN 978-1-137-55215-0.

BESTOVÁ, Rachel. Situation or Social Problem: The Influence of Events on Media Coverage of Homelessness. *Social Problems* [online]. 2010, vol. 57, no. 1, s. 74 – 91 [vid. 23. ledna 2018]. ISSN 0037-7791. Dostupné z: doi: 10.1525/sp.2010.57.1.74

BLUMER, Herbert. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Berkeley: University of California Press, 1998. ISBN 0-520-05676-0.

BUCK, Philip O., Paul A. TORO a Melanie A. RAMOSOVÁ. Media and Professional Interest in Homelessness over 30 Years (1974-2003). *Analyses of Social Issues and Public Policy* [online]. 2004, vol. 4, no. 1, s. 151 – 171 [vid. 17. ledna 2018]. Dostupné z: doi: 10.1111/j.1530-2415.2004.00039.x

BUNIS, K. William, Angela YANCIKOVÁ a David A. SNOW. The Cultural Patterning of Sympathy toward the Homeless and Other Victims of Misfortune. *Social Problems* [online]. 1996, vol. 43, no. 4, s. 387 – 402 [vid. 4. února 2018]. Dostupné z: doi: 10.2307/3096951

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-85947-67-6.

D'ANGELO, Paul. News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman. *Journal of Communication* [online]. 2002, vol. 52, no. 4, s. 870 – 888 [vid. 31. března 2018]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2002.tb02578.x>

D'ANGELO, Paul a Jim A. KUYPERS. *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2010. Communication series. ISBN 978-0-415-99236-7.

EDELMAN, Murray J. *Constructing the Political Spectacle*. Chicago: University of Chicago Press, 1988. ISBN 0-226-18399-8.

ENTMAN, Robert M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication* [online]. 1. prosince 1993, vol. 43, no. 4, s. 51 – 58 [vid. 24. března 2018]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

ENTMAN, Robert M. *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago: University of Chicago Press, 2004. Studies in Communication, Media, and Public Opinion. ISBN 978-0-226-21072-8.

FAIRCLOUGH, Norman. *Media Discourse*. London: Arnold, 1995. ISBN 0-340-58889-6.

FISKEOVÁ, Susan T. a Shelley E. TAYLOROVÁ. *Social Cognition*. New York: Random House, 1984. Topics in Social Psychology. ISBN 0-394-34801-X.

GANDY, Oscar H., Stephen D. REESE a August E. GRANT. *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2001. LEA's Communication Series. ISBN 0-8058-4926-2.

GERBNER, George, William H. MELODY a Larry P. GROSS. *Communications Technology and Social Policy: Understanding the New "Cultural Revolution"*. New York: Wiley, 1973. A Wiley-Interscience Publication. ISBN 0-471-29670-8.

GILES, David, Nigel HOLT a Rob LEWIS. *Psychologie médií: Z pohledu psychologie*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-3921-2.

GITLIN, Todd. *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*. Berkeley, CA: University of California Press, 2003. ISBN 0-520-23932-6.

GOFFMAN, Erving. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press, 1986. ISBN 0-930350-91-X.

GRABEROVÁ, Doris A. *Processing the News: How People Tame the Information Tide*. Second edition. New York: Longman, 1988. ISBN 0-8013-0047-9.

HALL, Stuart. *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. Repr. London: Open University Press, 2003. Culture, Media and Identities. ISBN 0-7619-5432-5.

HANSEN, Anders. *Mass Communication Research Methods*. New York: Palgrave, 1998. ISBN 0-333-61710-X.

HEJNAL, Ondřej. *Bezdomovci ve středně velkém městě: Adaptace na urbánní prostředí, média, politika a prostor*. Plzeň, 2012. Diplomová práce. Západočeská univerzita v Plzni. Fakulta filozofická.

HIRSCH, Paul M. The „Scary World“ of the Nonviewer and Other Anomalies: A Reanalysis of Gerbner et al.'s Findings on Cultivation Analysis Part I. *Communication Research* [online]. 1980, vol. 7, no. 4, s. 403 – 456 [vid. 7. dubna 2018]. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com.ezproxy.is.cuni.cz/doi/pdf/10.1177/009365028000700401>

HODGETTS, Darrin, Andrea HODGETTSOVÁ a Alan RADLEY. Life in the Shadow of the Media: Imaging Street Homelessness in London. *European Journal of Cultural Studies* [online]. 2006, vol. 9, no. 4, s. 497 – 516 [vid. 4. února 2018]. Dostupné z: doi: 10.1177/1367549406063166

HRADECKÝ, Ilja, Miroslav BARTÁK, David CVEČEK, William M. EDGAR, Pavel ONDRÁK, Pavel PĚNKAVA a Petra RUSZOVÁ. *Definice a typologie bezdomovství*. První vydání. Praha: Naděje o. s., 2007. ISBN 978-80-86451-13-8. Dostupné z: <https://www.nadeje.cz/img-content/files/docs/odborne/2007dtbezdm.pdf>

HUCKIN, Thomas. Textual Silence and the Discourse of Homelessness. *Discourse and Society* [online]. 2002, vol. 13, no. 3, s. 347 – 372 [vid. 22. ledna 2018]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/0957926502013003054>

IYENGAR, Shanto. Framing Responsibility for Political Issues. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* [online]. 1996, vol. 546, no. 1, s. 59 – 70 [vid. 10. dubna 2018]. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0002716296546001006>

IYENGAR, Shanto. Framing Responsibility for Political Issues: The Case of Poverty. *Political Behavior* [online]. 1990, vol. 12, no. 1, s. 19 – 40 [vid. 10. dubna 2018]. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/586283>

IYENGAR, Shanto. *Is Anyone Responsible?: How Television Frames Political Issues*. Chicago: The University of Chicago Press, 1991. American Politics and Political Economy Series. ISBN 0-226-38855-7.

IYENGAR, Shanto a Donald R. KINDER. *News that Matters*. Chicago: University of Chicago Press, 1987. American Politics and Political Economy. ISBN 0-226-38857-3.

KLIMENT, Pavel a Vít DOČEKAL. *Pohled na bezdomovectví v České republice*. První vydání. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2016. ISBN 978-80-244-5007-0.

KUDRNOVÁ, Blanka. *Mediální konstrukce zdravotního rizika v českém prostředí na příkladu viru Zika*. Praha, 2017. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd.

LEVINSON, David ed. *Encyclopedia of Homelessness*. London: Sage, 2004. ISBN 0-7619-2751-4.

LIPPMANN, Walter. *Veřejné mínění*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0939-3.

LUSKOVÁ, Kristína. *Rámcování konfliktu na Blízkém východě českými deníky*. Praha, 2013. Rigorózní práce (PhDr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: Nastolování agendy – masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.

MCCOMBS, Maxwell E. a Donald L. SHAW. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*. 1972, vol. 36, no. 2, s. 176 – 187. ISSN: 0033-362X.

MCCOMBS, Maxwell, Donald L. SHAW a David WEAVER. *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 1997a. ISBN: 0-8058-2555-X.

MCCOMBS, Maxwell, Juan Pablo LLAMAS, Esteban LOPEZ-ESCOBAR a Rey FEDERICO. Candidate Images in Spanish Elections: Second-Level Agenda-Setting Effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 1997b, vol. 74, no. 4, s. 703 – 717. ISSN: 10776990.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Čtvrté vydání, rozšířené a přepracované. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.

MORGAN, Michael a James SHANAHAN. Two Decades of Cultivation Research: An Appraisal and Meta-Analysis. *Communication Yearbook*. 1997, vol. 20, s. 1 – 45. ISSN: 0147-4642.

NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, Alice. *Ti druzí sportovci: Mediální stereotypizace a rámcování handicapovaných v tisku v letech 1948-2008*. Praha: Karolinum, 2012. ISBN 978-80-246-2038-1.

NOELLE-NEUMANNOVÁ, Elisabeth. *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*. Second edition. Chicago, London: University of Chicago Press, 1993. ISBN 0-226-58936-6.

NORRISOVÁ, Pippa, Montague KERNOVÁ a Marion JUSTOVÁ. *Framing Terrorism: The News Media, the Government, and the Public*. New York: Routledge, 2003. ISBN 0-415-94719-7.

PAN, Zhongdang a Gerald M. KOSICKI. Framing Analysis: An Approach to News Discourse. *Political Communication* [online]. 1993, vol. 10, no. 1, s. 55 – 75 [vid. 4. dubna 2018]. Dostupné z: doi: 10.1080/10584609.1993.9962963

PICKERING, Michael. *Stereotyping: The Politics of Representation*. New York: Palgrave, 2001. ISBN 0-333-77210-5.

POSPÍŠIL, David, Linda SOKAČOVÁ a kolektiv. *Koncepce sociálního bydlení České republiky 2015-2025* [online]. První vydání. Praha: Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR, 2016 [vid. 13. března 2018], 157 s. ISBN 978-80-7421-122-5. Dostupné z: https://www.mpsv.cz/files/clanky/25604/Koncepce_socialniho_bydleni_CR.pdf

PRICE, Vincent a David TEWKSBURY. News Values and Public Opinion: A Theoretical Account of Media Priming and Framing. In: G. BARNETT a F. J. BOSTER (editoři). *Progress in Communication Sciences* [online]. New York: Ablex, 1997, vol. 13, s. 173 – 212. [vid. 3. dubna 2018]. ISSN: 0163-5689. Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/David_Tewksbury/publication/304834087_News_values_and_public_opinion_A_theoretical_account_of_media_priming_and_framing/links/577c2c5008aece6c20fcd1e3/News-values-and-public-opinion-A-theoretical-account-of-media-priming-and-framing.pdf

PUNCH, Keith F. *Základy kvantitativního šetření*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-381-9.

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

RHEEOVÁ, June Woong. Strategy and Issue Frames in Election Campaign Coverage: A Social Cognitive Account of Framing Effects. *Journal of Communication* [online]. 1997, vol. 47, no. 3, s. 26 – 48 [vid. 31. března 2018]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1997.tb02715.x>

RIFFE, Daniel, Stephen LACY a Frederick FICO. *Analysing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*. Second edition. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2005. LEA Communication Series. ISBN 0-8058-5297-2.

ROSENTHAL, Rob. Imaging Homelessness and Homeless People: Visions and Strategies Within the Movement(s). *Journal of Social Distress and the Homeless* [online]. 2000, vol. 9, no. 2, s. 111 – 126 [vid. 22. ledna 2018]. ISSN 1053-0789 (print) 1573-658X (online). Dostupné z: doi: 10.1023/ A:1009418301674

ROSENTHAL, Robert. *Homeless in Paradise: A Map of the Terrain*. Philadelphia: Temple University Press, 1994. ISBN 1-56639-130-X.

SEGRIN, Chris a Robin L. NABIOVÁ. Does Television Viewing Cultivate Unrealistic Expectations About Marriage? *Journal of Communication* [online]. 2002, vol. 52, no. 2, s. 247 – 263 [vid. 7. dubna 2018]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2002.tb02543.x>

SHIELDS, Todd G. Network News Construction of Homelessness: 1980-1993. *The Communication Review* [online]. 2001, vol. 4, no. 2, s. 193 – 218 [vid. 21. října 2017]. ISSN 1071-4421 (print) 1547-7487 (online). Dostupné z: doi: 10.1080/10714420109359468

SHIER, Micheal L., Marion E. JONESOVÁ a John R. GRAHAM. Perspectives of Employed People Experiencing Homelessness of Self and Being Homeless: Challenging Socially Constructed Perceptions and Stereotypes. *The Journal of Sociology & Social Welfare* [online]. 2010, vol. 37, no. 4, s. 13 – 37 [vid. 4. ledna 2018]. Dostupné z: <http://scholarworks.wmich.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3559&context=jssw>

SCHEUFELE, Dietram A. Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication* [online]. 1999, vol. 49, no. 1, s. 103 – 122 [vid. 26. března 2018]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x>

SCHNEIDEROVÁ, Barbara. Sourcing Homelessness: How Journalists Use Sources to Frame Homelessness. *Journalism* [online]. 2011, vol. 13, no. 1, s. 71 – 86 [vid. 17. března 2018]. Dostupné z: doi: 10.1177/1464884911421573

SCHNEIDEROVÁ, Barbara, Kerry CHAMBERLAINOVÁ a Darrin HODGETTS. Representation of Homelessness in Four Canadian Newspapers: Regulation, Control, and Social Order. *The Journal of Sociology & Social Welfare* [online]. 2010, vol. 37, no. 4, s. 147 – 172 [vid. 11. února 2018]. Dostupné z: <http://scholarworks.wmich.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3564&context=jssw>

SCHULZ, Winfried, Lutz M. HAGEN, Jakub KONČELÍK, Helmut SCHERER a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Druhé přepracované vydání. Praha: Karolinum, 2004. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. ISBN 80-246-0827-8.

SCHUTZ, Alfred. *The Phenomenology of the Social World*. Evanston: Northwestern University Press, 1967. Northwestern University Studies in Phenomenology & Existential Philosophy. ISBN 978-0-8101-0390-0.

SILVERSTONE, Roger. *Media Morality: On the Rise of the Mediapolis*. První vydání. Cambridge: Polity Press, 2007. ISBN 0-7456-3504-0.

SOTIROVICOVÁ, Mira. Media Use and Perceptions of Welfare. *Journal of Communication* [online]. 2001, vol. 51, no. 4, s. 750 – 774. ISSN: 0021-9916. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2001.tb02905.x>

TABER, Charles S., Milton LODGE a Jill GLATHAROVÁ. The Motivated Construction of Political Judgments. In: James H. KUKLINSKI, editor. *Citizens and Politics: Perspectives from Political Psychology*. New York: Cambridge University Press, 2001, s. 198 – 226. ISBN 0-521-59376-X.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.

TRENAMAN, Joseph a Denis MCQUAIL. *Television and the Political Image: A Study of the Impact of Television on the 1959 General Election*. London: Methuen, 1961.

TUCHMANOVÁ, Gaye. *Making News: A Study in the Construction of Reality*, 1978. New York, London: Free Press. ISBN 0-02-932960-4.

VÁŠÁT, Petr. Studium bezdomovectví v USA: Inspirace pro výzkum v České republice. *Český lid: Etnologický časopis* [online]. 2012, vol. 99, no. 2, s. 129 – 149 [vid. 22. října 2017]. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/42640469>

VÁVRA, Martin. Jak vnímáme lidi bez domova? Postoje, názory a aktivity veřejnosti. *Fórum sociální politiky* [online]. Praha: Výzkumný ústav práce a sociálních věcí, v. v. i., 2013, vol. 7, no. 5, s. 13 – 20 [vid. 14. ledna 2018]. ISSN elektronické verze: 1803-7488. Dostupné z: http://praha.vupsv.cz/Fulltext/FSP_2013-05.pdf

VREESE, C. H. De. *Framing Europe: Television News and European Integration*. Second edition. Amsterdam: Het Spinhuis, 2005. ISBN 90-5589-234-3.

WIDDOWFIELDOVÁ, Rebekah. Beggars, Bloggers and Bums? Media Representations of Homeless People. *The British Academy* [online]. 2001, January-July, s. 51 – 53 [vid. 4. února 2018]. Dostupné z: <https://www.britac.ac.uk/sites/default/files/22-widdowfield.pdf>

WIMMER, Roger D. a Joseph R. DOMINICK. *Mass Media Research: An Introduction*. Eight edition. Boston: Wadsworth, 2006. Wadsworth series in Mass Communication and Journalism. ISBN 1-439-04836-3.

YUPINGOVÁ, Mao, Moire J. CALDEROVÁ, Solina RICHTEROVÁ a Katharine K. BURNSOVÁ. Framing Homelessness for the Canadian Public: The News Media and Homelessness. *Canadian Journal of Urban Research* [online]. 2011 [vid. 29. ledna 2018]. ISSN: 1188-3774. Dostupné z: <http://homelesshub.ca/sites/default/files/Framing%20homelessness%20for%20the%20Canadian%20public-%20the%20news%20media%20and%20homelessness..pdf>

ZUFFEREYOVÁ, Carole. Questioning Representations of Homelessness in the Australian Print Media. *Australian Social Work* [online]. 2014, vol. 67, no. 4, s. 525 – 536 [vid. 21. října 2017]. ISSN 0312-407X (print) 1447-0748 (online). Dostupné z: doi: 10.1080/0312407X.2013.842604

Další internetové zdroje:

AUST, Ondřej. Nova je opět nejsledovanější televizí v Česku. *Mediář* [online]. 2. ledna 2018, 21:05 [vid. 13. června 2018]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/nova-je-opet-nejsledovanejsi-televizi-v-cesku/>

BEULLENS, Koen, Geert LOOSVELDT, Katrijn DENIESOVÁ a Caroline VANDENPLASOVÁ. Quality Matrix for the European Social Survey, Round 7. *European Social Survey* [online]. Centre for Sociological Research, KU Leuven [vid. 28. října 2017]. Dostupné z: http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round7/methods/ESS7_quality_matrix.pdf

Bezdomovci podle krajů (tabulka). *Český statistický úřad: Sčítání lidu, domů a bytů 2011* [online]. [vid. 29. října 2017]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/11308/23212108/bezdomovci_podle_kraje_pobytu.pdf/9e-ed8f53-9b26-4dc2-a40d-512dec9d4cef?version=1.0

DRASTÍK, Jiří. ČSÚ se pokusí poprvé v historii zmapovat situaci lidí bez domova. *Český statistický úřad: Sčítání lidu, domů a bytů 2011* [online]. Aktualizováno dne 13. ledna 2015 [vid. 29. října 2017]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/sldb/csu_se_pokusi_poprve_v_historii_zmapovat_situaci_lidi bez_domova

ESS5 – 2010 Documentation Report: The ESS Data Archive, Edition 4.1. *European Social Survey* [online]. Norwegian Centre for Research Data [vid. 28. října 2017]. Dostupné z: http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round5/survey/ESS5_data_documentation_report_e04_1.pdf

ESS6 – 2012 Documentation Report: The ESS Data Archive, Edition 2.3. *European Social Survey* [online]. Norwegian Centre for Research Data [vid. 28. října 2017]. Dostupné z: http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round6/survey/ESS6_data_documentation_report_e02_3.pdf

ETHOS – European Typology on Homelessness and Housing Exclusion. *FEANTSA* [online]. Belgie, 1. dubna 2005 [vid. 11. března 2018]. Dostupné z: <http://www.feantsa.org/en/toolkit/2005/04/01/ethos-typology-on-homelessness-and-housing-exclusion>

Eurobarometer Survey on Poverty and Social Exclusion [online]. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2009, s. 1 – 8 [vid. 14. ledna 2018]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/employment_social/2010againstpoverity/extranet/Eurobarometre_150DPI_091113.pdf. DOI: 10.2767/5244

European Social Survey [online]. ESS ERIC [vid. 28. října 2017]. Dostupné z: <http://www.europeansocialsurvey.org/>

European Social Survey [online]. Praha: Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., ©2017 [vid. 28. října 2017]. Dostupné z: <http://ess.soc.cas.cz/>

FEANTSA [online]. Belgie [vid. 11. března 2018]. Dostupné z: <http://www.feantsa.org/en>

How To Generate Random Number Without Duplicates In Excel? *Extend Office* [online]. © 2009 – 2018 [vid. 1. května 2018]. Dostupné z: <https://www.extendoffice.com/documents/excel/2484-excel-random-number-no-duplicates-no-repeat.html>

HRADECKÝ, Ilja, Antonín PLACHÝ, Libor PRUDKÝ, Jiří RŮŽIČKA, Antonín SLAVÍČEK, Michaela ŠMÍDOVÁ, Ladislav ŠOS a Barbara RIADOVÁ. Souhrnný materiál pro tvorbu Koncepce práce s bezdomovci v ČR na období do roku 2020. *Operační program lidské zdroje a zaměstnanost*. Praha, 26. října 2012 [vid. 6. ledna 2018]. Dostupné z: <https://www.esfcr.cz/file/8471/>

Internetová jazyková příručka [online]. Ústav pro jazyk český Akademie věd ČR, v. v. i., 2018 [vid. 13. června 2018]. Dostupné z: <http://prirucka.ujc.cas.cz/>

KOIŠ, Juraj. RadioProjekt 2016/2017: vede Impuls, souboj mezi Frekvencí 1 a Radiožurnálem zůstává těsný. *RadioTV* [online]. 3. května 2017 [vid. 13. června 2018]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_radio/radioprojekt-20162017-vede-impuls-souboj-mezi-frekvenci-1-a-radiozurnalem-zustava-tesny/

KUBALA, Ondřej. Výsledky sčítání bezdomovců. *Český statistický úřad: Sčítání lidu, domů a bytů 2011* [online]. Aktualizováno dne 9. března 2015 [vid. 29. října 2017]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/sldb/vysledky_scitani_bezdomovcu

MEDIAGURU. Čtenost: Deníky potvrdily své pozice, vede Blesk. *Mediaguru* [online]. 9. února 2017, 10:40 [vid. 12. 6. 2018]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/02/ctenost-deniky-potvrdily-sve-pozice-vede-blesk/>

Newton media [online]. © NEWTON Media, a.s. [vid. 12. června 2018]. Dostupné z: <https://www.newtonmedia.cz/cs>

Rozloha území a počet obyvatel České republiky podle krajů a okresů k 1. 1. 2011. *Český statistický úřad* [online]. [vid. 26. listopadu 2017]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20548145/4032120101.pdf/c1675e94-73a8-490f-ac08-08a45abb6c9b?version=1.0>

Základní charakteristiky bezdomovců (tabulky). *Český statistický úřad: Sčítání lidu, domů a bytů 2011* [online]. [vid. 29. října 2017]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/11308/23212108/bezdomovci_tabulky.pdf/d9dbdbf8-8ce4-435c-a32a-acd8b65b3cc5?version=1.0

Teze diplomové práce

| SCHVÁLENO | | | | | | | | | | | |
|---|---|---------------------------|--|-------------------------------|--|------------|-----------------------|-----|--------------------|------------|--|
| Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK | | | | | | | | | | | |
| Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce | | | | | | | | | | | |
| TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA: | | | | | | | | | | | |
| Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Straškrábová Eva | Razítko podatelny: | | | | | | | | | | |
| Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2015/2016 | <table border="1"><tr><td colspan="2" style="text-align: center;">Univerzita Karlova</td></tr><tr><td colspan="2" style="text-align: center;">Fakulta sociálních věd</td></tr><tr><td>Došlo dne:</td><td style="text-align: center;">31-01-2017 -1-</td></tr><tr><td>Čj:</td><td style="text-align: center;">840 Příloh:</td></tr><tr><td>Přiděleno:</td><td></td></tr></table> | Univerzita Karlova | | Fakulta sociálních věd | | Došlo dne: | 31-01-2017 -1- | Čj: | 840 Příloh: | Přiděleno: | |
| Univerzita Karlova | | | | | | | | | | | |
| Fakulta sociálních věd | | | | | | | | | | | |
| Došlo dne: | 31-01-2017 -1- | | | | | | | | | | |
| Čj: | 840 Příloh: | | | | | | | | | | |
| Přiděleno: | | | | | | | | | | | |
| E-mail diplomantky/diplomanta: evastra@seznam.cz | | | | | | | | | | | |
| Studijní obor/forma studia: Mediální studia/prezenční | | | | | | | | | | | |
| Předpokládaný název práce v češtině: Rámcování tématu bezdomovectví českými celostátními médii | | | | | | | | | | | |
| Předpokládaný název práce v angličtině: Framing of Homelessness by the Czech Nationwide Media | | | | | | | | | | | |
| Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí) ZS 2017/2018 | | | | | | | | | | | |
| Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): <p>Předmětem této práce je výzkum specifické oblasti fungování masových médií (rámcování) na příkladu konkrétního sociálního problému (bezdomovectví). Mediální studia nabízí množství titulů, výzkumů a studií, jež se zabývají mediálním rámcováním a jež tedy mohou posloužit jako teoretický základ pro vypracování této práce (viz níže). Stejně tak i mediálnímu zpracování tématu bezdomovectví se věnují různí autoři (rovněž viz níže). Podoba navrhovaného výzkumu (kvantitativní obsahová analýza), jeho rozsah (období posledních deseti let) a zaměření (česká celostátní média) by však měla být jedinečným, aktuálním a přínosným přídavkem k již existujícím výzkumům.</p> <p>Metodologickou inspirací pro tento výzkum jsou především dvě zahraniční studie, které se reprezentaci bezdomovectví v médiích věnují, a to: 1) SHIELDS, Todd G. Network news construction of homelessness: 1980–1993. <i>The Communication Review</i> [online]. 2001, 4:2, 193-218. DOI: 10.1080/10714420109359468. a 2) ZUFFEREY, Carole. Questioning Representations of Homelessness in the Australian Print Media. <i>Australian Social Work</i> [online]. 2014, 67:4, 525-536. DOI: 10.1080/0312407X.2013.842604.</p> <p>Na úrovni diplomových prací se v České republice tématu mediálního obrazu bezdomovectví nevěnovalo mnoho autorů. Především v posledních letech byly navíc odevzdány práce, které k problematice přistupovaly primárně kvalitativně a nezabývaly se médii v takovém rozsahu, jako je plánováno v případě zde navrhovaného výzkumu. Některé práce, které jsou uvedeny níže, se tématu navíc týkají jen velmi okrajově.</p> | | | | | | | | | | | |
| Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): <p>Cílem práce je pomocí kvantitativní obsahové analýzy popsat, jakým způsobem se v celostátních médiích typicky prezentuje téma bezdomovectví, tedy konkrétně, jaké rámcování toto téma provází. Pozornost bude věnována především tomu, jak jsou médii vyobrazováni typičtí lidé bez domova, s jakými příčinami se bezdomovectví v médiích obvykle váže a s jakými souvisejícími tématy se mediální reprezentace bezdomovectví nejčastěji pojí. Výzkum by měl rovněž zodpovědět, v jakých obdobích se o tématu nejčastěji hovoří a zda se v některých aspektech liší obsahy jednotlivých zkoumaných médií. Díky poměrně rozsáhlému zkoumanému období se dá předpokládat, že bude možné sledovat i vývoj mediální prezentace tohoto tématu. Samotný výzkum by měl být stěžejní částí a</p> | | | | | | | | | | | |

největším přínosem práce.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

- 1) Úvod
 - Představení tématu a obsahu práce.
- 2) Teoretický rámec
 - Tato kapitola bude zaměřena na specifickou oblast teorie médií. Pozornost bude věnována především teorii sociální a mediální konstrukce reality, mediálnímu rámcování, nastolování agendy, mediální konstrukci životního rizika a zpravodajským hodnotám.
 - Součástí kapitoly bude rovněž teoretické představení fenoménu bezdomovectví a přiblížení zpravodajství o sociálních tématech.
- 3) Metodologická východiska
 - Tato část práce představí metodologii kvantitativní obsahové analýzy a vysvětlí, jak tato metoda napomůže samotnému výzkumu mediálního rámcování bezdomovectví popsanému v následující kapitole. Bude vytvořena kódovací kniha, která bude přílohou práce.
- 4) Vlastní výzkum
 - Stěžejní částí práce bude právě tato kapitola, věnovaná prezentaci výsledků výzkumu. Nedisputní součástí kapitoly bude interpretace těchto výsledků a jejich zasazení do širšího kontextu teorie mediálního rámcování.
- 5) Závěr

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):

Jako podkladový materiál pro kvantitativní výzkum poslouží mediální obsahy celostátních deníků, celostátních televizních stanic a celostátních rozhlasových stanic, jež se týkají tématu bezdomovectví. Materiál k výzkumu bude čerpán z databáze Newton a kritéria ke zvolení konkrétních zpráv ke kódování budou nastavena na základě množství existujících mediálních obsahů tak, aby byla zaručena co nejvyšší možná relevance, reprezentativnost a validita výsledků. Zkoumáno bude období posledních deseti let, tedy období od 1. ledna 2007 do 1. ledna 2017.

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Kvantitativní obsahová analýza.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

D'ANGELO, Paul a Jim A. KUYPERS. Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives. New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2010. Communication series. ISBN 978-0-415-99236-7.

Tento titul se zabývá teoretickým, konceptuálním pozadím mediálního (respektive zpravodajského) rámcování, stejně tak jako jeho empirické aplikaci. Jednotlivé kapitoly této publikace jsou věnovány různým výzkumníkům, kteří zpětně hodnotí a čtenářům přibližují svou práci. Kniha tak jako celek nabízí ucelený vhled do poněkud roztržité teorie rámcování.

ENTMAN, Robert M. Projections of power: framing news, public opinion, and U.S. foreign policy. Chicago: University of Chicago Press, 2004. Studies in communication, media, and public opinion. ISBN 978-0-226-21072-8.

Práce Roberta M. Entmana nabízí důležitý základ pro pochopení konceptu zpravodajského rámcování a jeho propojení s mocí. Důležitou součástí práce jsou tedy mimo jiné kapitoly věnované rostoucí síle mediální moci i moci projektované skrze zpravodajství. Přestože se tedy tento titul věnuje primárně americké zahraniční politice, je přínosný i pro tuto diplomovou práci.

GANDY, Oscar H., Stephen D. REESE a August E. GRANT. Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2001. LEA's communication series. ISBN 0-8058-3653-5.

Autoři této publikace nabízí rozsáhlý interdisciplinární pohled na způsob, jakým média a jejich obsahy ovlivňují naše vnímání světa. Konkrétně se zaměřují na koncept mediálního rámcování a s tím spojené téma moci médií. V knize jsou čtenářům k dispozici nejen teoretické, ale i metodologické základy ke studiu mediálního rámcování.

MCCOMBS, Maxwell E. Agenda setting: nastolování agendy – masová média a veřejné mínění. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.

Tato publikace nabízí ucelený vhled do teorie nastolování agendy a ovlivňování veřejného mínění. Vychází tedy z představy významného vlivu médií na publikum. Kniha je rovněž doplněna o řadu empirických výzkumů.

PUNCH, Keith. Základy kvantitativního šetření. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-381-9.

Kniha čtenářům vykládá základy kvantitativního výzkumu. Zabývá se proměnnými a vztahy mezi nimi, nejruznějšími prvky šetření i výzkumnou zprávou. Nechybí zde ani příklady či finální zobecnění daného modelu.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.

Autoři této knihy přibližují čtenářům nejruznější metodické postupy při výzkumu mediálních obsahů. K tomuto účelu využívají řadu konkrétních praktických příkladů z českého mediálního prostředí.

VREESE, C. H. De. Framing Europe: television news and european integration. 2nd. ed. Amsterdam: Het Spinhuis, 2005. ISBN 90-5589-234-3.

Přestože se autor této publikace věnuje mediálnímu rámcování ve spojení s tématem evropské integrace, teoretické pozadí této knihy lze využít i pro tuto diplomovou práci. Claes De Vreese se totiž zabývá tím, jakým způsobem se televizní zpravodajství podílí na formování veřejného mínění.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

AUJEZDSKÝ, Filip. Mediální obraz lidí bez domova. Brno, 2014. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta humanitních studií.

BALCAR, Jan. Mediální obraz osob ohrožených sociálním vyloučením. Brno, 2013. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta humanitních studií.

BANKOVÁ, Markéta. Bezdomovectví z pohledu vysokoškolských studentů. Brno, 2013. Bakalářská práce. Masarykova univerzita. Pedagogická fakulta.

FUJCIKOVÁ, Karin. Mediální obraz sociální práce v tisku. Olomouc, 2013. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Cyrilometodějská teologická fakulta.

HEJNAL, Ondřej. Bezdomovci ve středně velkém městě: adaptace na urbánní prostředí, média, politika a prostor. Plzeň, 2012. Diplomová práce. Západočeská univerzita v Plzni. Fakulta filozofická

JEKLOVÁ, Jana. Prostředky a formy pomoci vedoucí od zjevného bezdomovectví k potenciálnímu. Olomouc, 2014. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Cyrilometodějská teologická fakulta.

JORDOVÁ, Aneta. Identifikace možností pomoci lidem bez domova z pohledu angažující se veřejnosti v Olomouci. Olomouc, 2016. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Cyrilometodějská

teologická fakulta.

KOSTELECKÁ, Karolína. Bezdomovectví v České republice: Současné a budoucí možnosti začlenění lidí bez domova zpět do společnosti. Praha, 2014. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Národohospodářská fakulta.

NAVRÁTIL, Jan. Lidé bez domova a lidská důstojnost. Zlín, 2016. Diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta humanitních studií.

OSTŘÍŽKOVÁ, Barbora. Bezdomovectví v Králověhradeckém kraji (soubor story pro MF DNES Hradec Králové). Brno, 2016. Bakalářská práce. Masarykova univerzita. Fakulta sociálních studií.

PETERKOVÁ, Veronika. Životní příběhy osob bez domova. Rozkrývání identit lidí na okraji soudobé společnosti. Brno, 2014. Diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta humanitních studií.

STAVENÍK, Adam. Bezdomovci, občané a vyhlášky: Lidé bez domova ve veřejném prostoru pohledem kulturní sociologie. Brno, 2014. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Fakulta sociálních studií.

VAVROUŠKOVÁ, Karolína. Současná společnost a fenomén bezdomovství. Brno, 2016. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta humanitních studií.

Datum / Podpis studenta/ky

29.1.2014

Shutaj
.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

PhDr. Alice Němcová Tejkalová, Ph.D.

31.1.2017 *Tj*
.....

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Matice vybraných 910 dní ke kódování (tabulka)

Příloha č. 2: Kódovací kniha (tabulka)

Příloha č. 1: Matice vybraných 910 dní ke kódování (tabulka)

| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|----|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| 1 | sobota 11. srpen 2007 | pondělí 2. červen 2008 | sobota 26. září 2009 | sobota 20. únor 2010 | úterý 16. srpen 2011 |
| 2 | pondělí 28. květen 2007 | úterý 18. březen 2008 | pondělí 5. leden 2009 | středa 21. duben 2010 | středa 15. červen 2011 |
| 3 | úterý 9. říjen 2007 | úterý 17. červen 2008 | čtvrtek 7. květen 2009 | pátek 11. červen 2010 | čtvrtek 24. březen 2011 |
| 4 | pátek 23. únor 2007 | sobota 15. březen 2008 | úterý 19. květen 2009 | pátek 1. říjen 2010 | středa 18. květen 2011 |
| 5 | úterý 16. říjen 2007 | pátek 29. srpen 2008 | středa 22. červenec 2009 | sobota 16. leden 2010 | středa 16. únor 2011 |
| 6 | pátek 16. únor 2007 | sobota 18. říjen 2008 | pondělí 2. únor 2009 | úterý 28. prosinec 2010 | sobota 6. srpen 2011 |
| 7 | sobota 14. červenec 2007 | sobota 10. květen 2008 | středa 4. listopad 2009 | pondělí 7. červen 2010 | středa 25. květen 2011 |
| 8 | úterý 18. září 2007 | pondělí 1. září 2008 | pondělí 18. květen 2009 | pátek 25. červen 2010 | pátek 25. únor 2011 |
| 9 | pátek 18. květen 2007 | pondělí 14. duben 2008 | středa 18. únor 2009 | pátek 15. leden 2010 | sobota 13. srpen 2011 |
| 10 | úterý 30. leden 2007 | čtvrtek 27. březen 2008 | pondělí 13. červenec 2009 | úterý 3. srpen 2010 | sobota 9. duben 2011 |
| 11 | středa 16. květen 2007 | úterý 15. červenec 2008 | čtvrtek 24. září 2009 | pondělí 3. květen 2010 | čtvrtek 3. březen 2011 |
| 12 | pátek 9. březen 2007 | sobota 5. duben 2008 | sobota 7. listopad 2009 | pondělí 20. prosinec 2010 | pondělí 4. červenec 2011 |
| 13 | pondělí 3. prosinec 2007 | čtvrtek 7. srpen 2008 | čtvrtek 8. leden 2009 | pondělí 27. prosinec 2010 | pátek 9. prosinec 2011 |
| 14 | čtvrtek 19. duben 2007 | čtvrtek 20. listopad 2008 | úterý 22. prosinec 2009 | pondělí 18. říjen 2010 | pondělí 3. leden 2011 |
| 15 | úterý 18. prosinec 2007 | středa 18. červen 2008 | úterý 13. říjen 2009 | pondělí 29. listopad 2010 | sobota 10. prosinec 2011 |
| 16 | pondělí 13. srpen 2007 | středa 6. srpen 2008 | pondělí 15. červen 2009 | čtvrtek 27. květen 2010 | sobota 5. únor 2011 |
| 17 | pondělí 17. prosinec 2007 | pondělí 26. květen 2008 | pondělí 20. duben 2009 | pondělí 26. duben 2010 | sobota 22. říjen 2011 |
| 18 | pondělí 25. červen 2007 | pondělí 13. říjen 2008 | pondělí 9. březen 2009 | pondělí 8. únor 2010 | pátek 30. prosinec 2011 |
| 19 | úterý 3. duben 2007 | středa 16. duben 2008 | pondělí 6. červenec 2009 | pátek 2. duben 2010 | pondělí 7. únor 2011 |
| 20 | pátek 19. říjen 2007 | úterý 4. březen 2008 | pátek 19. červen 2009 | pondělí 19. duben 2010 | středa 5. leden 2011 |
| 21 | čtvrtek 19. červenec 2007 | pátek 22. únor 2008 | pátek 27. listopad 2009 | středa 14. červenec 2010 | středa 9. listopad 2011 |
| 22 | pondělí 29. říjen 2007 | pondělí 23. červen 2008 | pátek 21. srpen 2009 | středa 11. srpen 2010 | pondělí 12. září 2011 |
| 23 | středa 24. říjen 2007 | pátek 19. prosinec 2008 | čtvrtek 2. červenec 2009 | úterý 20. duben 2010 | pondělí 7. březen 2011 |
| 24 | čtvrtek 18. říjen 2007 | sobota 26. červenec 2008 | středa 30. prosinec 2009 | úterý 17. srpen 2010 | čtvrtek 26. květen 2011 |
| 25 | pátek 16. březen 2007 | pondělí 17. březen 2008 | sobota 1. srpen 2009 | pátek 14. květen 2010 | středa 20. červenec 2011 |
| 26 | úterý 2. leden 2007 | sobota 29. březen 2008 | úterý 18. srpen 2009 | pondělí 30. srpen 2010 | úterý 25. říjen 2011 |
| 27 | čtvrtek 8. listopad 2007 | čtvrtek 2. říjen 2008 | úterý 31. březen 2009 | pondělí 15. březen 2010 | čtvrtek 21. červenec 2011 |
| 28 | úterý 14. srpen 2007 | středa 22. říjen 2008 | středa 27. květen 2009 | úterý 30. listopad 2010 | čtvrtek 27. říjen 2011 |
| 29 | čtvrtek 9. srpen 2007 | středa 13. únor 2008 | úterý 20. leden 2009 | pátek 17. prosinec 2010 | čtvrtek 13. říjen 2011 |
| 30 | středa 22. srpen 2007 | sobota 9. únor 2008 | sobota 5. prosinec 2009 | čtvrtek 17. červen 2010 | pondělí 16. květen 2011 |
| 31 | sobota 1. prosinec 2007 | pátek 28. březen 2008 | pátek 13. březen 2009 | čtvrtek 15. duben 2010 | pondělí 11. červenec 2011 |
| 32 | pondělí 12. březen 2007 | sobota 17. květen 2008 | pondělí 14. prosinec 2009 | úterý 12. leden 2010 | pondělí 21. listopad 2011 |
| 33 | úterý 11. prosinec 2007 | pondělí 24. listopad 2008 | sobota 11. duben 2009 | úterý 19. říjen 2010 | čtvrtek 27. leden 2011 |
| 34 | pátek 27. duben 2007 | středa 15. říjen 2008 | úterý 24. únor 2009 | sobota 23. říjen 2010 | sobota 25. červen 2011 |
| 35 | pondělí 5. březen 2007 | čtvrtek 1. květen 2008 | čtvrtek 20. srpen 2009 | pátek 3. září 2010 | středa 13. duben 2011 |
| 36 | sobota 25. srpen 2007 | sobota 4. říjen 2008 | sobota 15. srpen 2009 | pondělí 9. srpen 2010 | pondělí 12. prosinec 2011 |
| 37 | středa 26. prosinec 2007 | pondělí 25. srpen 2008 | čtvrtek 30. duben 2009 | pondělí 25. říjen 2010 | pátek 8. červenec 2011 |
| 38 | středa 11. duben 2007 | čtvrtek 4. září 2008 | čtvrtek 16. červenec 2009 | pátek 22. říjen 2010 | středa 4. květen 2011 |
| 39 | sobota 14. duben 2007 | úterý 16. prosinec 2008 | sobota 7. únor 2009 | úterý 14. prosinec 2010 | čtvrtek 3. únor 2011 |
| 40 | sobota 5. květen 2007 | pátek 15. srpen 2008 | úterý 1. prosinec 2009 | pátek 12. únor 2010 | čtvrtek 6. říjen 2011 |
| 41 | sobota 10. listopad 2007 | pondělí 7. leden 2008 | pondělí 9. listopad 2009 | čtvrtek 16. září 2010 | pátek 1. duben 2011 |
| 42 | pondělí 26. březen 2007 | sobota 22. březen 2008 | pátek 2. leden 2009 | sobota 7. srpen 2010 | čtvrtek 10. březen 2011 |
| 43 | pátek 5. říjen 2007 | středa 6. únor 2008 | pondělí 7. září 2009 | čtvrtek 21. říjen 2010 | pondělí 31. říjen 2011 |
| 44 | čtvrtek 25. leden 2007 | čtvrtek 21. únor 2008 | středa 6. květen 2009 | úterý 9. listopad 2010 | úterý 29. listopad 2011 |
| 45 | úterý 28. srpen 2007 | pátek 3. říjen 2008 | úterý 17. listopad 2009 | sobota 11. září 2010 | pátek 2. září 2011 |
| 46 | čtvrtek 20. září 2007 | pondělí 17. listopad 2008 | pátek 22. květen 2009 | čtvrtek 1. duben 2010 | sobota 26. listopad 2011 |
| 47 | středa 21. únor 2007 | pátek 26. září 2008 | pátek 7. srpen 2009 | čtvrtek 24. červen 2010 | středa 3. srpen 2011 |
| 48 | úterý 21. srpen 2007 | sobota 25. říjen 2008 | sobota 2. květen 2009 | čtvrtek 15. červenec 2010 | pátek 7. leden 2011 |
| 49 | pátek 22. červen 2007 | středa 14. květen 2008 | čtvrtek 5. únor 2009 | sobota 24. duben 2010 | čtvrtek 17. březen 2011 |
| 50 | úterý 5. červen 2007 | čtvrtek 17. duben 2008 | pondělí 25. květen 2009 | pondělí 13. prosinec 2010 | čtvrtek 1. září 2011 |

| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|----|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| 51 | pátek 2. listopad 2007 | středa 9. duben 2008 | pondělí 20. červenec 2009 | pondělí 6. září 2010 | středa 16. březen 2011 |
| 52 | středa 17. říjen 2007 | sobota 16. srpen 2008 | středa 19. srpen 2009 | pondělí 24. květen 2010 | sobota 29. leden 2011 |
| 53 | úterý 25. září 2007 | pátek 9. květen 2008 | pondělí 11. květen 2009 | čtvrtek 8. duben 2010 | pondělí 4. duben 2011 |
| 54 | pondělí 16. duben 2007 | středa 7. květen 2008 | středa 28. leden 2009 | pátek 24. prosinec 2010 | pondělí 6. červen 2011 |
| 55 | pondělí 29. leden 2007 | pondělí 16. červen 2008 | sobota 31. leden 2009 | sobota 31. červenec 2010 | středa 16. listopad 2011 |
| 56 | pondělí 12. listopad 2007 | středa 12. březen 2008 | pondělí 14. září 2009 | pondělí 17. květen 2010 | pátek 16. prosinec 2011 |
| 57 | pátek 30. listopad 2007 | pondělí 20. říjen 2008 | úterý 3. únor 2009 | sobota 4. prosinec 2010 | úterý 6. září 2011 |
| 58 | středa 5. prosinec 2007 | pondělí 12. květen 2008 | pátek 4. prosinec 2009 | sobota 14. srpen 2010 | pondělí 21. únor 2011 |
| 59 | čtvrtek 22. únor 2007 | čtvrtek 18. září 2008 | pondělí 21. září 2009 | pondělí 13. září 2010 | sobota 12. listopad 2011 |
| 60 | pátek 15. červen 2007 | pondělí 21. červenec 2008 | sobota 31. říjen 2009 | pátek 16. duben 2010 | středa 30. březen 2011 |
| 61 | pondělí 19. listopad 2007 | středa 12. listopad 2008 | čtvrtek 14. květen 2009 | středa 10. březen 2010 | sobota 23. červenec 2011 |
| 62 | sobota 13. říjen 2007 | pondělí 9. červen 2008 | čtvrtek 27. srpen 2009 | čtvrtek 28. leden 2010 | pondělí 3. říjen 2011 |
| 63 | čtvrtek 18. leden 2007 | úterý 23. září 2008 | sobota 21. únor 2009 | pondělí 14. červen 2010 | pátek 4. březen 2011 |
| 64 | pondělí 2. duben 2007 | úterý 15. duben 2008 | pondělí 10. srpen 2009 | pondělí 12. duben 2010 | pondělí 5. prosinec 2011 |
| 65 | středa 3. říjen 2007 | úterý 14. říjen 2008 | pátek 26. červen 2009 | úterý 9. březen 2010 | úterý 28. červen 2011 |
| 66 | pátek 20. červenec 2007 | pondělí 4. únor 2008 | pondělí 1. červen 2009 | úterý 23. březen 2010 | úterý 20. září 2011 |
| 67 | pondělí 5. listopad 2007 | úterý 30. září 2008 | pátek 4. září 2009 | sobota 6. únor 2010 | úterý 12. duben 2011 |
| 68 | pondělí 16. červenec 2007 | sobota 3. květen 2008 | sobota 28. listopad 2009 | čtvrtek 30. září 2010 | čtvrtek 2. červen 2011 |
| 69 | sobota 9. červen 2007 | pondělí 7. červenec 2008 | sobota 3. říjen 2009 | pondělí 11. leden 2010 | pondělí 31. leden 2011 |
| 70 | středa 10. říjen 2007 | úterý 13. květen 2008 | středa 16. září 2009 | pondělí 15. únor 2010 | pátek 18. březen 2011 |
| 71 | pondělí 19. březen 2007 | středa 10. září 2008 | pondělí 24. srpen 2009 | středa 15. září 2010 | středa 9. únor 2011 |
| 72 | čtvrtek 23. srpen 2007 | pátek 12. prosinec 2008 | čtvrtek 31. prosinec 2009 | úterý 23. listopad 2010 | pondělí 5. září 2011 |
| 73 | čtvrtek 29. listopad 2007 | čtvrtek 16. říjen 2008 | čtvrtek 22. leden 2009 | pondělí 27. září 2010 | středa 26. říjen 2011 |
| 74 | úterý 10. červenec 2007 | pátek 17. říjen 2008 | sobota 5. září 2009 | úterý 8. červen 2010 | pondělí 28. únor 2011 |
| 75 | středa 2. květen 2007 | sobota 24. květen 2008 | středa 3. červen 2009 | úterý 18. květen 2010 | čtvrtek 17. únor 2011 |
| 76 | pátek 16. listopad 2007 | čtvrtek 30. říjen 2008 | středa 14. leden 2009 | úterý 2. listopad 2010 | sobota 30. červenec 2011 |
| 77 | úterý 30. říjen 2007 | čtvrtek 6. listopad 2008 | úterý 25. srpen 2009 | středa 25. srpen 2010 | sobota 15. říjen 2011 |
| 78 | úterý 15. květen 2007 | úterý 2. září 2008 | pondělí 17. srpen 2009 | úterý 5. říjen 2010 | pondělí 2. květen 2011 |
| 79 | středa 18. červenec 2007 | středa 3. prosinec 2008 | sobota 26. prosinec 2009 | úterý 11. květen 2010 | sobota 19. březen 2011 |
| 80 | pondělí 7. květen 2007 | pátek 27. červen 2008 | pátek 29. květen 2009 | středa 6. leden 2010 | pátek 22. duben 2011 |
| 81 | pátek 21. září 2007 | středa 5. listopad 2008 | středa 18. listopad 2009 | pátek 4. červen 2010 | úterý 9. srpen 2011 |
| 82 | pondělí 12. únor 2007 | čtvrtek 25. září 2008 | pátek 23. leden 2009 | sobota 25. prosinec 2010 | sobota 24. prosinec 2011 |
| 83 | pátek 27. červenec 2007 | pondělí 28. červenec 2008 | úterý 21. červenec 2009 | úterý 22. červen 2010 | sobota 27. srpen 2011 |
| 84 | úterý 19. červen 2007 | pondělí 24. březen 2008 | úterý 30. červen 2009 | sobota 6. listopad 2010 | čtvrtek 24. listopad 2011 |
| 85 | čtvrtek 31. květen 2007 | úterý 19. srpen 2008 | sobota 10. leden 2009 | středa 24. listopad 2010 | středa 6. červenec 2011 |
| 86 | pátek 28. prosinec 2007 | pondělí 27. říjen 2008 | úterý 7. duben 2009 | pondělí 10. květen 2010 | úterý 18. leden 2011 |
| 87 | pátek 13. červenec 2007 | sobota 31. květen 2008 | středa 11. březen 2009 | sobota 17. duben 2010 | čtvrtek 7. duben 2011 |
| 88 | pondělí 4. červen 2007 | čtvrtek 3. červenec 2008 | čtvrtek 29. říjen 2009 | pondělí 22. listopad 2010 | pátek 4. listopad 2011 |
| 89 | pondělí 23. červenec 2007 | středa 31. prosinec 2008 | čtvrtek 25. červen 2009 | pondělí 5. duben 2010 | úterý 15. listopad 2011 |
| 90 | sobota 12. květen 2007 | čtvrtek 31. červenec 2008 | úterý 24. březen 2009 | úterý 27. červenec 2010 | pátek 14. leden 2011 |
| 91 | středa 4. duben 2007 | pátek 21. listopad 2008 | úterý 28. červenec 2009 | čtvrtek 12. srpen 2010 | čtvrtek 12. květen 2011 |

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|----|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| 1 | čtvrtek 17. květen 2012 | středa 2. leden 2013 | pondělí 30. červen 2014 | pátek 6. únor 2015 | středa 20. leden 2016 |
| 2 | sobota 7. červenec 2012 | sobota 11. květen 2013 | čtvrtek 30. leden 2014 | sobota 5. září 2015 | pondělí 10. říjen 2016 |
| 3 | pátek 13. leden 2012 | úterý 7. květen 2013 | úterý 2. září 2014 | úterý 27. leden 2015 | středa 13. duben 2016 |
| 4 | středa 25. červenec 2012 | pondělí 13. květen 2013 | sobota 26. duben 2014 | čtvrtek 18. červen 2015 | sobota 9. duben 2016 |
| 5 | pátek 14. září 2012 | sobota 21. září 2013 | středa 22. říjen 2014 | pondělí 11. květen 2015 | pátek 19. srpen 2016 |
| 6 | středa 11. leden 2012 | pondělí 9. září 2013 | sobota 17. květen 2014 | pondělí 9. listopad 2015 | středa 7. září 2016 |
| 7 | středa 23. květen 2012 | pondělí 28. říjen 2013 | čtvrtek 10. červenec 2014 | pátek 29. květen 2015 | pátek 30. prosinec 2016 |
| 8 | pondělí 23. duben 2012 | pondělí 18. březen 2013 | čtvrtek 16. říjen 2014 | čtvrtek 14. květen 2015 | úterý 6. září 2016 |
| 9 | středa 19. prosinec 2012 | pondělí 19. srpen 2013 | pondělí 27. leden 2014 | úterý 5. květen 2015 | pátek 22. duben 2016 |
| 10 | středa 4. červenec 2012 | pátek 29. březen 2013 | středa 5. březen 2014 | úterý 13. leden 2015 | pondělí 4. leden 2016 |
| 11 | pondělí 11. červen 2012 | středa 8. květen 2013 | pátek 19. září 2014 | úterý 17. listopad 2015 | pátek 10. červen 2016 |
| 12 | sobota 31. březen 2012 | čtvrtek 19. prosinec 2013 | pondělí 6. říjen 2014 | úterý 21. duben 2015 | čtvrtek 28. leden 2016 |
| 13 | pondělí 3. prosinec 2012 | středa 25. prosinec 2013 | středa 17. prosinec 2014 | středa 22. červenec 2015 | úterý 31. květen 2016 |
| 14 | pondělí 4. červen 2012 | úterý 8. leden 2013 | úterý 15. duben 2014 | pátek 30. leden 2015 | pondělí 18. duben 2016 |
| 15 | pondělí 13. únor 2012 | čtvrtek 14. únor 2013 | pondělí 24. únor 2014 | čtvrtek 29. leden 2015 | středa 3. srpen 2016 |
| 16 | pondělí 2. leden 2012 | pátek 5. červenec 2013 | pondělí 18. srpen 2014 | pondělí 7. září 2015 | čtvrtek 25. srpen 2016 |
| 17 | středa 19. září 2012 | čtvrtek 4. duben 2013 | pondělí 7. duben 2014 | pondělí 4. květen 2015 | středa 17. únor 2016 |
| 18 | pátek 12. říjen 2012 | úterý 1. leden 2013 | středa 18. červen 2014 | sobota 21. únor 2015 | čtvrtek 24. březen 2016 |
| 19 | sobota 29. září 2012 | středa 26. červen 2013 | pondělí 26. květen 2014 | čtvrtek 31. prosinec 2015 | úterý 4. říjen 2016 |
| 20 | středa 21. listopad 2012 | sobota 6. duben 2013 | úterý 21. říjen 2014 | úterý 28. duben 2015 | středa 28. prosinec 2016 |
| 21 | úterý 3. duben 2012 | sobota 1. červen 2013 | úterý 15. červenec 2014 | úterý 8. prosinec 2015 | středa 2. březen 2016 |
| 22 | pátek 10. únor 2012 | pondělí 14. leden 2013 | úterý 13. květen 2014 | úterý 23. červen 2015 | středa 23. březen 2016 |
| 23 | pátek 27. červenec 2012 | sobota 6. červenec 2013 | sobota 8. únor 2014 | pondělí 25. květen 2015 | středa 16. listopad 2016 |
| 24 | středa 28. listopad 2012 | středa 16. leden 2013 | čtvrtek 23. říjen 2014 | sobota 12. prosinec 2015 | pátek 30. září 2016 |
| 25 | středa 11. duben 2012 | středa 30. říjen 2013 | pátek 7. únor 2014 | středa 5. srpen 2015 | pondělí 20. červen 2016 |
| 26 | úterý 14. srpen 2012 | pátek 6. září 2013 | čtvrtek 24. červenec 2014 | pátek 8. květen 2015 | pondělí 8. srpen 2016 |
| 27 | středa 20. červen 2012 | sobota 30. březen 2013 | pondělí 20. říjen 2014 | pátek 7. srpen 2015 | pátek 1. leden 2016 |
| 28 | úterý 26. červen 2012 | pátek 15. únor 2013 | úterý 29. červenec 2014 | čtvrtek 30. červenec 2015 | pondělí 5. září 2016 |
| 29 | pátek 27. leden 2012 | sobota 3. srpen 2013 | úterý 12. srpen 2014 | pondělí 28. září 2015 | čtvrtek 7. leden 2016 |
| 30 | pondělí 29. říjen 2012 | pondělí 2. prosinec 2013 | pondělí 17. březen 2014 | pátek 3. duben 2015 | čtvrtek 1. prosinec 2016 |
| 31 | pátek 15. červen 2012 | sobota 7. prosinec 2013 | sobota 5. červenec 2014 | pondělí 22. červen 2015 | pondělí 12. prosinec 2016 |
| 32 | čtvrtek 14. červen 2012 | úterý 5. únor 2013 | čtvrtek 15. květen 2014 | úterý 15. prosinec 2015 | pondělí 7. listopad 2016 |
| 33 | čtvrtek 7. červen 2012 | úterý 12. únor 2013 | úterý 10. červen 2014 | středa 27. květen 2015 | úterý 26. leden 2016 |
| 34 | středa 18. červenec 2012 | středa 13. březen 2013 | pondělí 10. únor 2014 | úterý 1. prosinec 2015 | sobota 9. červenec 2016 |
| 35 | čtvrtek 6. září 2012 | středa 4. prosinec 2013 | sobota 13. září 2014 | pondělí 3. srpen 2015 | sobota 14. květen 2016 |
| 36 | čtvrtek 20. září 2012 | pátek 30. srpen 2013 | úterý 20. květen 2014 | středa 8. červenec 2015 | pondělí 25. leden 2016 |
| 37 | neděle 23. září 2012 | čtvrtek 1. srpen 2013 | čtvrtek 9. leden 2014 | pondělí 14. září 2015 | pátek 3. červen 2016 |
| 38 | pondělí 23. červenec 2012 | sobota 19. leden 2013 | středa 26. březen 2014 | pondělí 16. březen 2015 | úterý 25. říjen 2016 |
| 39 | středa 3. říjen 2012 | sobota 27. červenec 2013 | čtvrtek 25. prosinec 2014 | sobota 31. leden 2015 | pondělí 5. prosinec 2016 |
| 40 | pátek 6. leden 2012 | pátek 26. červenec 2013 | středa 10. září 2014 | čtvrtek 23. červenec 2015 | čtvrtek 17. březen 2016 |
| 41 | čtvrtek 12. leden 2012 | středa 22. květen 2013 | úterý 3. červen 2014 | úterý 22. prosinec 2015 | sobota 13. únor 2016 |
| 42 | sobota 13. říjen 2012 | pátek 15. listopad 2013 | středa 30. červenec 2014 | pátek 11. prosinec 2015 | čtvrtek 28. červenec 2016 |
| 43 | středa 15. srpen 2012 | sobota 5. říjen 2013 | středa 22. leden 2014 | středa 18. březen 2015 | sobota 19. listopad 2016 |
| 44 | čtvrtek 31. květen 2012 | úterý 2. červenec 2013 | čtvrtek 5. červen 2014 | čtvrtek 5. únor 2015 | pátek 22. leden 2016 |
| 45 | pondělí 25. červen 2012 | úterý 30. duben 2013 | středa 30. duben 2014 | čtvrtek 7. květen 2015 | středa 19. říjen 2016 |
| 46 | sobota 10. listopad 2012 | čtvrtek 3. říjen 2013 | sobota 4. leden 2014 | sobota 10. leden 2015 | úterý 23. srpen 2016 |
| 47 | úterý 6. listopad 2012 | čtvrtek 5. září 2013 | pátek 11. duben 2014 | čtvrtek 15. leden 2015 | pondělí 28. březen 2016 |
| 48 | úterý 15. květen 2012 | úterý 22. leden 2013 | sobota 15. březen 2014 | pondělí 23. listopad 2015 | středa 11. květen 2016 |
| 49 | pondělí 16. červenec 2012 | čtvrtek 28. březen 2013 | úterý 1. duben 2014 | pondělí 21. září 2015 | pátek 2. prosinec 2016 |
| 50 | pátek 22. červen 2012 | úterý 19. březen 2013 | středa 12. listopad 2014 | pátek 25. září 2015 | úterý 1. březen 2016 |

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|----|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| 51 | středa 25. leden 2012 | středa 31. červenec 2013 | čtvrtek 19. červen 2014 | sobota 21. březen 2015 | čtvrtek 6. říjen 2016 |
| 52 | úterý 28. srpen 2012 | čtvrtek 31. leden 2013 | čtvrtek 23. leden 2014 | úterý 3. březen 2015 | úterý 2. únor 2016 |
| 53 | pondělí 9. duben 2012 | úterý 28. květen 2013 | pondělí 13. leden 2014 | pondělí 12. leden 2015 | čtvrtek 19. květen 2016 |
| 54 | čtvrtek 1. březen 2012 | čtvrtek 30. květen 2013 | středa 25. červen 2014 | středa 25. únor 2015 | středa 21. prosinec 2016 |
| 55 | pátek 17. únor 2012 | středa 6. březen 2013 | sobota 22. březen 2014 | pondělí 19. leden 2015 | pátek 8. červenec 2016 |
| 56 | pondělí 18. červen 2012 | čtvrtek 2. květen 2013 | čtvrtek 20. březen 2014 | sobota 28. únor 2015 | pondělí 15. srpen 2016 |
| 57 | pondělí 13. srpen 2012 | pondělí 29. duben 2013 | pátek 26. prosinec 2014 | úterý 7. duben 2015 | pondělí 31. říjen 2016 |
| 58 | pondělí 12. březen 2012 | pondělí 21. leden 2013 | pondělí 8. prosinec 2014 | pátek 10. duben 2015 | pondělí 8. únor 2016 |
| 59 | pondělí 26. březen 2012 | pondělí 18. listopad 2013 | středa 2. duben 2014 | pátek 20. březen 2015 | úterý 8. březen 2016 |
| 60 | pondělí 30. červenec 2012 | středa 11. prosinec 2013 | úterý 17. červen 2014 | čtvrtek 10. září 2015 | pátek 29. leden 2016 |
| 61 | pondělí 2. červenec 2012 | sobota 30. listopad 2013 | úterý 23. prosinec 2014 | čtvrtek 9. červenec 2015 | čtvrtek 2. červen 2016 |
| 62 | pátek 29. červen 2012 | pondělí 26. srpen 2013 | pondělí 9. červen 2014 | sobota 27. červen 2015 | středa 27. duben 2016 |
| 63 | středa 22. únor 2012 | čtvrtek 13. červen 2013 | čtvrtek 29. květen 2014 | sobota 14. únor 2015 | středa 28. září 2016 |
| 64 | sobota 22. prosinec 2012 | čtvrtek 25. červenec 2013 | pondělí 31. březen 2014 | čtvrtek 13. srpen 2015 | pondělí 25. červenec 2016 |
| 65 | sobota 11. srpen 2012 | pondělí 3. červen 2013 | pondělí 24. listopad 2014 | pondělí 15. červen 2015 | sobota 15. říjen 2016 |
| 66 | úterý 12. červen 2012 | středa 3. červenec 2013 | pondělí 7. červenec 2014 | sobota 8. srpen 2015 | pondělí 2. květen 2016 |
| 67 | pátek 30. březen 2012 | pátek 2. srpen 2013 | pátek 14. únor 2014 | sobota 19. září 2015 | pondělí 1. únor 2016 |
| 68 | pátek 9. listopad 2012 | čtvrtek 7. únor 2013 | pondělí 24. březen 2014 | čtvrtek 20. srpen 2015 | středa 14. prosinec 2016 |
| 69 | sobota 25. srpen 2012 | středa 2. říjen 2013 | čtvrtek 14. srpen 2014 | úterý 20. říjen 2015 | čtvrtek 3. březen 2016 |
| 70 | pondělí 14. květen 2012 | pátek 16. srpen 2013 | sobota 21. červen 2014 | pondělí 14. prosinec 2015 | sobota 2. duben 2016 |
| 71 | čtvrtek 15. březen 2012 | čtvrtek 24. leden 2013 | pondělí 21. červenec 2014 | sobota 7. březen 2015 | středa 4. květen 2016 |
| 72 | pondělí 27. srpen 2012 | pondělí 4. listopad 2013 | pátek 21. listopad 2014 | pátek 27. listopad 2015 | pátek 9. září 2016 |
| 73 | sobota 10. březen 2012 | pátek 20. prosinec 2013 | čtvrtek 16. leden 2014 | pondělí 30. listopad 2015 | pondělí 4. červenec 2016 |
| 74 | úterý 18. prosinec 2012 | pondělí 7. říjen 2013 | pátek 21. březen 2014 | pondělí 6. červenec 2015 | středa 5. říjen 2016 |
| 75 | čtvrtek 26. leden 2012 | pátek 1. únor 2013 | sobota 11. říjen 2014 | pátek 18. září 2015 | úterý 16. srpen 2016 |
| 76 | úterý 9. říjen 2012 | čtvrtek 11. červenec 2013 | pátek 23. květen 2014 | sobota 14. březen 2015 | pondělí 30. květen 2016 |
| 77 | pondělí 2. duben 2012 | pátek 25. leden 2013 | pondělí 28. červenec 2014 | pondělí 1. červen 2015 | pondělí 29. únor 2016 |
| 78 | pondělí 9. červenec 2012 | sobota 28. prosinec 2013 | pondělí 1. září 2014 | sobota 18. červenec 2015 | sobota 30. duben 2016 |
| 79 | středa 17. říjen 2012 | čtvrtek 29. srpen 2013 | středa 10. prosinec 2014 | pátek 21. srpen 2015 | pondělí 18. leden 2016 |
| 80 | sobota 18. srpen 2012 | pondělí 8. červenec 2013 | pátek 31. leden 2014 | pondělí 26. leden 2015 | středa 30. listopad 2016 |
| 81 | úterý 11. prosinec 2012 | pondělí 17. červen 2013 | pondělí 29. září 2014 | pondělí 26. říjen 2015 | úterý 19. červenec 2016 |
| 82 | čtvrtek 20. prosinec 2012 | pátek 29. listopad 2013 | středa 5. únor 2014 | pátek 17. červenec 2015 | pondělí 23. květen 2016 |
| 83 | úterý 10. duben 2012 | čtvrtek 23. květen 2013 | sobota 15. listopad 2014 | pondělí 13. duben 2015 | pondělí 15. únor 2016 |
| 84 | čtvrtek 16. únor 2012 | pondělí 11. únor 2013 | pondělí 25. srpen 2014 | pondělí 10. srpen 2015 | sobota 11. červen 2016 |
| 85 | čtvrtek 2. únor 2012 | pátek 1. listopad 2013 | úterý 1. červenec 2014 | úterý 7. červenec 2015 | sobota 5. listopad 2016 |
| 86 | pondělí 28. květen 2012 | středa 10. červenec 2013 | čtvrtek 30. říjen 2014 | sobota 13. červen 2015 | sobota 10. prosinec 2016 |
| 87 | pondělí 10. září 2012 | středa 12. červen 2013 | pondělí 6. leden 2014 | čtvrtek 26. listopad 2015 | úterý 11. říjen 2016 |
| 88 | úterý 3. červenec 2012 | středa 14. srpen 2013 | středa 17. září 2014 | pondělí 23. březen 2015 | čtvrtek 11. únor 2016 |
| 89 | pátek 25. květen 2012 | pátek 27. září 2013 | pondělí 27. říjen 2014 | čtvrtek 19. únor 2015 | úterý 13. září 2016 |
| 90 | pátek 23. březen 2012 | pátek 12. červenec 2013 | sobota 29. listopad 2014 | pátek 5. červen 2015 | středa 27. leden 2016 |
| 91 | sobota 14. červenec 2012 | čtvrtek 12. prosinec 2013 | pondělí 2. červen 2014 | pátek 12. červen 2015 | čtvrtek 20. říjen 2016 |

Příloha č. 2: Kódovací kniha (tabulka)

| Kód | Název proměnné | Číslo proměnné | Hodnota proměnné | Definice proměnné |
|-------------------|---------------------------------|----------------|-------------------------------|--|
| 00 POŘADOVÉ ČÍSLO | Pořadové číslo článku | | | |
| 01 TITULEK | Titulek | | | |
| 02 DATUM | Datum vydání | | | DD.MM.RRRR |
| 03 MEDIATYP | Mediatyp | 1 | tisk | |
| | | 2 | televize | |
| | | 3 | rozhlas | |
| 04 MÉDIUM | Médium | 1 | Blesk | |
| | | 2 | Právo | |
| | | 3 | ČT 1 | |
| | | 4 | Nova | |
| | | 5 | Radiožurnál | |
| | | 6 | Impuls | |
| 05 TÉMA | Téma bezdomovectví | 0 | okrajové | bezdomovectví není hlavním ani sekundárním tématem mediálního výstupu, termíny s ním spojené jsou využity pouze pro účely promluvy o jiných tématech (například celebrita je stylem oblékání připodobněna k bezdomovci apod.), tyto články jsou irelevantní a budou vyřazeny |
| | | 1 | hlavní/sekundární | bezdomovectví je hlavním tématem mediálního výstupu, případně sekundárním tématem připojeným k jinému tématu |
| 06 PROSTOR | Velikost mediálního prostoru | | | počet slov |
| 07 ZÁKLADNÍ RÁMEC | Základní rámec | 1 | převážně epizodické rámcování | mediální výstup se zabývá konkrétním příběhem/problémem/situací jedince či jedinců (bezdomovců, dobrovolníků, institucí či jiných hlavních aktérů) |
| | | 2 | převážně tematické rámcování | bezdomovectví je prezentováno v širším kontextu, je popisováno jako společenský problém |
| | | 99 | smíšené rámcování | mediální výstup kombinuje charakteristiky obou výše uvedených rámců a nelze jednoznačně určit, který převládá |
| 08 NÁSILÍ | Role lidí bez domova při násilí | 0 | žádné | |
| | | 1 | násilník | osoba či osoby bez domova jsou v mediálním výstupu prezentovány zejména jako zdroj popisovaného násilí (násilím je myšleno fyzické napadení či přímý útok na druhou osobu, které má za následek zranění, ublížení na zdraví či ohrožení na životě) |
| | | 2 | oběť | osoba či osoby bez domova jsou v mediálním výstupu prezentovány zejména jako oběti násilí |
| | | 3 | kombinace | lidé bez domova jsou v mediálním výstupu prezentováni současně jako násilníci i jako oběti násilí (například potyčka mezi skupinou lidí bez domova apod.) |
| | | 99 | nelze určit | |

| | | | | |
|---------------------|-----------------------------------|----|-----------------------------------|---|
| 09 POHLAVÍ | Převažující pohlaví | 1 | ženy | mediální výstup prezentuje zejména ženy bez domova |
| | | 2 | muži | mediální výstup prezentuje zejména muže bez domova |
| | | 3 | jak muži, tak ženy | mediální výstup prezentuje ženy i muže bez domova a nelze jednoznačně určit, které pohlaví převládá |
| | | 99 | nelze určit/není uvedeno | |
| 10 VĚK | Převažující věk | 1 | děti | mediální výstup prezentuje zejména děti bez domova |
| | | 2 | teenageři | mediální výstup prezentuje zejména teenagery bez domova (orientačně ve věku 13 - 17 let) |
| | | 3 | mladí dospělí | mediální výstup prezentuje zejména mladé dospělé bez domova (orientačně ve věku 18 - 30 let) |
| | | 4 | dospělí | mediální výstup prezentuje zejména dospělé lidi bez domova (orientačně ve věku 31 - 54 let) |
| | | 5 | starší dospělí | mediální výstup prezentuje zejména starší dospělé bez domova (orientačně ve věku 55 - 64 let) |
| | | 6 | senioři | mediální výstup prezentuje zejména seniory bez domova (orientačně ve věku 65 a více let) |
| | | 99 | nelze určit/není uvedeno | |
| 11 RODINNÝ STAV | Převažující rodinný stav | 1 | svobodný/v nesezdaném partnerství | mediální výstup prezentuje zejména svobodné lidi bez domova či lidi bez domova žijící v nesezdaných partnerstvích |
| | | 2 | ženatý/vdaná | mediální výstup prezentuje zejména ženaté muže bez domova či vdané ženy bez domova |
| | | 3 | rozvedený | mediální výstup prezentuje zejména rozvedené lidi bez domova |
| | | 4 | vdovec/vdova | mediální výstup prezentuje zejména ovdovělé lidi bez domova |
| | | 5 | rodiny | mediální výstup prezentuje zejména rodinu či rodiny bez domova (za rodinu jsou v tomto případě považována uskupení alespoň dvou jedinců dvou různých generací ve vztahu, který lze běžně označit za rodinu, například matka a dítě apod.) |
| | | 99 | nelze určit/není uvedeno | |
| 12 RÁMEC BEZDOMOVců | Převažující rámec lidí bez domova | 1 | chudáci | osoba či osoby bez domova jsou v mediálním výstupu prezentovány převážně jako chudáci či smolaři, kteří zažívají těžké chvíle způsobené jejich současnou situací (například jsou jako lidé bez domova vystaveni násilí, nemocem, nepřízní počasí apod.), z mediálního výstupu je patrný náznak soucitu vůči nim |
| | | 2 | flákači | osoba či osoby bez domova jsou v mediálním výstupu prezentovány převážně jako problémové (například jsou popisovány jako narkomani, alkoholici, drogoví dealaři, zloději, násilníci, potulovači apod.), z mediálního výstupu je patrný náznak opovržení, pohoršení či nezájmu vůči nim |
| | | 3 | nedobrovolné oběti | osoba či osoby bez domova jsou v mediálním výstupu prezentovány převážně jako nedobrovolné oběti okolností, které je k bezdomovectví přivedly (například jsou popisovány jako oběti domácího násilí apod.), akcentovány jsou přitom právě příčiny bezdomovectví daných aktérů, z mediálního výstupu je patrný náznak soucitu vůči nim |
| | | 99 | nelze určit | |

| | | | |
|------------|-----------------------------|-----------------------------|--|
| 13 ZEMĚ | Převažující země místa dění | 1 Česká republika | |
| | | 2 Slovenská republika | |
| | | 3 jiná evropská země | |
| | | 4 mimoevropská země | |
| | | 99 nelze určit | |
| 14 PŘÍČINY | Příčiny bezdomovectví | 1 individuální | mediální výstup prezentuje zejména příčiny bezdomovectví individuálního charakteru (například psychické problémy, závislosti, špatná životní rozhodnutí jednotlivců, osobní neštěstí, nezodpovědné chování, lenost apod.) |
| | | 2 systémové | mediální výstup prezentuje zejména příčiny bezdomovectví systémového charakteru (například nedostatek cenově dostupného bydlení, ekonomický systém znevýhodňující chudé, nedostatek vládní pomoci chudým, zhoršený přístup ke spravedlivé mzdě či zaměstnání apod.) |
| | | 3 kombinace | mediální výstup kombinuje individuální a systémové příčiny a nelze jednoznačně určit, které převládají |
| | | 99 není uvedeno/nelze určit | |
| 15 POMOČ | Pomoc lidem bez domova | 1 krátkodobá | mediální výstup prezentuje zejména způsoby krátkodobé pomoci lidem bez domova nebo způsoby zlepšení situace bezdomovectví krátkodobého charakteru, a to ve smyslu, že prezentuje jednorázovou či krátkodobou pomoc, u které se nepředpokládá, že by měla mít dlouhodobý dopad na změnu stavu bezdomovectví jednotlivce či lidí bez domova (například jednorázové aktivity dobrovolníků, služby azylových domů a nocleháren, institucí poskytujících sociální služby, charit apod.) |
| | | 2 dlouhodobá | mediální výstup prezentuje zejména způsoby dlouhodobé pomoci lidem bez domova a způsoby zlepšení situace bezdomovectví dlouhodobého charakteru, a to ve smyslu, že prezentuje aktivity spojené s dlouhodobým dopadem na pokus vymanění se ze stavu bezdomovectví (například poskytnutí dlouhodobé práce a dalších prostředků umožňujících vymanění se ze stavu bezdomovectví, hledání způsobu, jak předejít bezdomovectví apod.) |
| | | 3 kombinace | mediální výstup prezentuje způsoby krátkodobé i dlouhodobé pomoci lidem bez domova a zlepšení stavu bezdomovectví a nelze jednoznačně určit, který typ pomoci převládá |
| | | 99 není uvedeno | |

| | | | | |
|---------------------|---------------------------|----|---|--|
| 16 ŘEŠENÍ | Řešení bezdomovectví | 1 | individuální | mediální výstup naznačuje, že dlouhodobé řešení bezdomovectví spočívá především na straně samotných lidí bez domova (nebo těch, kterým bezdomovectví bezprostředně hrozí), jejich příbuzných a blízkých (například si svépomocí najdou trvalý způsob obživy, vyhledají si pomoc v tíživé situaci, budou tomuto problému sami aktivně předcházet apod.) |
| | | 2 | systémové | mediální výstup naznačuje, že dlouhodobé řešení bezdomovectví spočívá zejména na straně systému a institucí (státu, vlády, magistrátů, městských částí atd.) (například vláda věnuje více financí do preventivních opatření bezdomovectví, podniká kroky ke zlepšení stavu bezdomovectví, navrhuje způsoby řešení apod.) |
| | | 3 | kombinace | mediální výstup prezentuje individuální i systémová řešení bezdomovectví, přičemž nebude možné jednoznačně určit, který typ řešení převládá |
| | | 99 | není uvedeno | |
| 17 POČET ZDROJŮ | Počet uvedených zdrojů | 0 | žádný | počet zdrojů explicitně citovaných v mediálním výstupu |
| | | 1 | 1 | |
| | | 2 | 2 | |
| | | 3 | 3 | |
| | | 4 | více | |
| | | 0 | žádný | |
| 18 ZDROJ 1 | Typ zdroje 1 | 1 | osoba bez domova či její blízký | citovaným zdrojem je osoba bez domova či její blízký |
| | | 2 | zástupce neziskové organizace/iniciativy | citovaným zdrojem je pracovník, zástupce či člen neziskové organizace, charity, dobrovolnické organizace nebo jiné podobné instituce nebo iniciativy, případně zdroj blízký těmto zdrojům |
| | | 3 | politik/člen vlády/zástupce veřejné instituce | citovaným zdrojem je zástupce systému (například člen vlády, osoba spojená s členy vlády, člen politické strany, hnutí apod.) či zaměstnanec veřejné instituce (například policisté, zdravotníci, soudci, sociální pracovníci apod.), případně zdroj blízký těmto zdrojům |
| | | 4 | zástupce komerční společnosti | citovaným zdrojem je zástupce komerční společnosti (menších i větších soukromých podniků), případně zdroj blízký těmto zdrojům |
| | | 5 | odborník | citovaným zdrojem je (vědecký) odborník (například psycholog, sociolog, vysokoškolský pedagog apod.), případně zdroj blízký těmto zdrojům |
| | | 6 | řadový občan | citovaným zdrojem je řadový občan, tedy veřejně neznámá osoba, která nemůže být charakterizována jinými vytyčenými hodnotami této proměnné, pro účely našeho výzkumu do této kategorie nebude spadat osoba či osoby bez domova, neboť těm je vyhrazena samostatná kategorie |
| | | 7 | celebrita | citovaným zdrojem je veřejně známá osobnost z jiných než výše uvedených oblastí (například lidé ze showbyznysu), případně zdroj blízký těmto zdrojům |
| 19 PROSTOR ZDROJE 1 | Mediální prostor zdroje 1 | | | počet slov |

| | | | |
|-----------------------|--|---|---|
| 20 VYJÁDŘENÍ ZDROJE 1 | Převládající povaha vyjádření zdroje 1 | 0 žádné | citovaný zdroj hovoří převážně o individuálním příběhu, situaci či události spojené s bezdomovectvím či osobou bez domova, o vlastní či cizí zkušenosti s bezdomovectvím, případně se k danému tématu jakkoliv vyjadřuje (například osoba bez domova hovoří o tom, kde pracuje, svědek události hovoří o napadení osoby bez domova apod.) |
| | | 1 individuální charakter | citovaný zdroj hovoří převážně o obecných informacích týkajících se bezdomovectví spíše objektivního charakteru (například zdroj uvádí statistické údaje o lidech bez domova apod.), případně se k obecným informacím jakkoliv vyjadřuje |
| | | 2 stav bezdomovectví | citovaný zdroj hovoří především o aktivitách a zvycích lidí bez domova nebo těmto lidem připisuje určité vlastnosti, případně se k takovému tématu vyjadřuje; z promluvy může být patrný nádech (subjektivního) hodnocení osob bez domova |
| | | 4 vlastnosti a aktivity lidí bez domova | citovaný zdroj hovoří převážně o příčinách bezdomovectví, případně se k nim vyjadřuje |
| | | 5 příčiny bezdomovectví | citovaný zdroj hovoří převážně o možných řešeních bezdomovectví (spíše dlouhodobého charakteru), případně se k řešením jakkoliv vyjadřuje |
| | | 6 řešení bezdomovectví | citovaný zdroj hovoří převážně o iniciativách spojených s bezdomovectvím a o pomoci lidem bez domova (spíše krátkodobého charakteru), případně se k tomuto tématu jakkoliv vyjadřuje (například hovoří o nově vzniklých neziskových organizacích na pomoc lidem bez domova, o dobrovolnických akcích, o práci azylových domů, jednorázových darech apod.) |
| | | 7 iniciativy | |
| | | 8 jiné | |

| | | | |
|---------------------|---------------------------|---|---|
| 21 ZDROJ 2 | Typ zdroje 2 | 0 žádný | |
| | | 1 osoba bez domova či její blízký | citovaným zdrojem je osoba bez domova či její blízký |
| | | 2 zástupce neziskové organizace/iniciativy | citovaným zdrojem je pracovník, zástupce či člen neziskové organizace, charity, dobrovolnické organizace nebo jiné podobné instituce nebo iniciativy, případně zdroj blízký těmto zdrojům |
| | | 3 politik/člen vlády/zástupce veřejné instituce | citovaným zdrojem je zástupce systému (například člen vlády, osoba spojená s členy vlády, člen politické strany, hnutí apod.) či zaměstnanec veřejné instituce (například policisté, zdravotníci, soudci, sociální pracovníci apod.), případně zdroj blízký těmto zdrojům |
| | | 4 zástupce komerční společnosti | citovaným zdrojem je zástupce komerční společnosti (menších i větších soukromých podniků), případně zdroj blízký těmto zdrojům |
| | | 5 odborník | citovaným zdrojem je (vědecký) odborník (například psycholog, sociolog, vysokoškolský pedagog apod.), případně zdroj blízký těmto zdrojům |
| | | 6 řadový občan | citovaným zdrojem je řadový občan, tedy veřejně neznámá osoba, která nemůže být charakterizována jinými vytyčenými hodnotami této proměnné, pro účely našeho výzkumu do této kategorie nebude spadat osoba či osoby bez domova, neboť těm je vyhrazena samostatná kategorie |
| | | 7 celebrita | citovaným zdrojem je veřejně známá osobnost z jiných než výše uvedených oblastí (například lidé ze showbyznysu), případně zdroj blízký těmto zdrojům |
| 22 PROSTOR ZDROJE 2 | Mediální prostor zdroje 2 | | počet slov |

| | | | |
|-----------------------|---|---|---|
| 23 VYJÁDRĚNÍ ZDROJE 2 | Převládající povaha vyjádření zdroje 2 | 0 žádné | citovaný zdroj hovoří převážně o individuálním příběhu, situaci či události spojené s bezdomovectvím či osobou bez domova, o vlastní či cizí zkušenosti s bezdomovectvím, případně se k danému tématu jakkoliv vyjadřuje (například osoba bez domova hovoří o tom, kde pracuje, svědek události hovoří o napadení osoby bez domova apod.) |
| | | 1 individuální charakter | citovaný zdroj hovoří převážně o obecných informacích týkajících se bezdomovectví spíše objektivního charakteru (například zdroj uvádí statistické údaje o lidech bez domova apod.), případně se k obecným informacím jakkoliv vyjadřuje |
| | | 2 stav bezdomovectví | citovaný zdroj hovoří především o aktivitách a zvycích lidí bez domova nebo těmto lidem připisuje určité vlastnosti, případně se k takovému tématu vyjadřuje; z promluvy může být patrný nádech (subjektivního) hodnocení osob bez domova |
| | | 4 vlastnosti a aktivity lidí bez domova | citovaný zdroj hovoří převážně o příčinách bezdomovectví, případně se k nim vyjadřuje |
| | | 5 příčiny bezdomovectví | citovaný zdroj hovoří převážně o možných řešeních bezdomovectví (spíše dlouhodobého charakteru), případně se k řešením jakkoliv vyjadřuje |
| | | 6 řešení bezdomovectví | citovaný zdroj hovoří převážně o iniciativách spojených s bezdomovectvím a o pomoci lidem bez domova (spíše krátkodobého charakteru), případně se k tomuto tématu jakkoliv vyjadřuje (například hovoří o nově vzniklých neziskových organizacích na pomoc lidem bez domova, o dobrovolnických akcích, o práci azylových domů, jednorázových darech apod.) |
| | | 7 iniciativy | |
| | | 8 jiné | |
| 24 ZDROJ 3 | Typ zdroje 3 | 0 žádný | |
| | | 1 osoba bez domova či její blízký | citovaným zdrojem je osoba bez domova či její blízký |
| | | 2 zástupce neziskové organizace/iniciativy | citovaným zdrojem je pracovník, zástupce či člen neziskové organizace, charity, dobrovolnické organizace nebo jiné podobné instituce nebo iniciativy, případně zdroj blízký těmto zdrojům |
| | | 3 politik/člen vlády/zástupce veřejné instituce | citovaným zdrojem je zástupce systému (například člen vlády, osoba spojená s členy vlády, člen politické strany, hnutí apod.) či zaměstnanec veřejné instituce (například policisté, zdravotníci, soudci, sociální pracovníci apod.), případně zdroj blízký těmto zdrojům |
| | | 4 zástupce komerční společnosti | citovaným zdrojem je zástupce komerční společnosti (menších i větších soukromých podniků), případně zdroj blízký těmto zdrojům |
| | | 5 odborník | citovaným zdrojem je (vědecký) odborník (například psycholog, sociolog, vysokoškolský pedagog apod.), případně zdroj blízký těmto zdrojům |
| | | 6 řadový občan | citovaným zdrojem je řadový občan, tedy veřejně neznámá osoba, která nemůže být charakterizována jinými vytyčenými hodnotami této proměnné, pro účely našeho výzkumu do této kategorie nebude spadat osoba či osoby bez domova, neboť těm je vyhrazena samostatná kategorie |
| 7 celebrita | citovaným zdrojem je veřejně známá osobnost z jiných než výše uvedených oblastí (například lidé ze showbiznyusu), případně zdroj blízký těmto zdrojům | | |

| 25 PROSTOR ZDROJE 3 | Mediální prostor zdroje 3 | | | počet slov |
|-----------------------|--|---|---------------------------------------|---|
| 26 VYJÁDŘENÍ ZDROJE 3 | Převládající povaha vyjádření zdroje 3 | 0 | žádné | |
| | | 1 | individuální charakter | citovaný zdroj hovoří převážně o individuálním příběhu, situaci či události spojené s bezdomovectvím či osobou bez domova, o vlastní či cizí zkušenosti s bezdomovectvím, případně se k danému tématu jakkoliv vyjadřuje (například osoba bez domova hovoří o tom, kde pracuje, svědek události hovoří o napadení osoby bez domova apod.) |
| | | 2 | stav bezdomovectví | citovaný zdroj hovoří převážně o obecných informacích týkajících se bezdomovectví spíše objektivního charakteru (například zdroj uvádí statistické údaje o lidech bez domova apod.), případně se k obecným informacím jakkoliv vyjadřuje |
| | | 4 | vlastnosti a aktivity lidí bez domova | citovaný zdroj hovoří především o aktivitách a zvycích lidí bez domova nebo těmto lidem připisuje určité vlastnosti, případně se k takovému tématu vyjadřuje; z promluvy může být patrný nádech (subjektivního) hodnocení osob bez domova |
| | | 5 | příčiny bezdomovectví | citovaný zdroj hovoří převážně o příčinách bezdomovectví, případně se k nim vyjadřuje |
| | | 6 | řešení bezdomovectví | citovaný zdroj hovoří převážně o možných řešeních bezdomovectví (spíše dlouhodobého charakteru), případně se k řešením jakkoliv vyjadřuje |
| | | 7 | iniciativy | citovaný zdroj hovoří převážně o iniciativách spojených s bezdomovectvím a o pomoci lidem bez domova (spíše krátkodobého charakteru), případně se k tomuto tématu jakkoliv vyjadřuje (například hovoří o nově vzniklých neziskových organizacích na pomoc lidem bez domova, o dobrovolnických akcích, o práci azylových domů, jednorázových darech apod.) |
| | | 8 | jiné | |