

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut sociologických studií

Katedra sociologie

Bakalářská práce

2021

Anna-Marie Houserová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut sociologických studií

Katedra sociologie

**Mediální obraz uživatelů alkoholu v českém
zpravodajství**

Bakalářská práce

Autor práce: Anna-Marie Houserová

Studijní program: Sociologie a sociální antropologie

Vedoucí práce: Mgr. Martin Nekola, Ph.D.

Rok obhajoby: 2021

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 3. 5. 2021

Anna-Marie Houserová

Bibliografický záznam

HOUSEROVÁ, Anna-Marie. *Mediální obraz uživatelů alkoholu v českém zpravodajství*. Praha, 2019, 77 s. Bakalářská práce, Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií, Katedra sociologie. Vedoucí práce Mgr. Martin Nekola, Ph.D.

Rozsah práce: 106 295 znaků

Anotace

Tato bakalářská práce je zaměřena na obraz uživatelů alkoholu v českém zpravodajství. Cílem práce je zjistit, jakým způsobem česká zpravodajská média konstruují obraz uživatelů alkoholu. Jakým způsobem je gender uživatelů v mediálních sděleních prezentován a jak se mezi sebou tato sdělení o konzumaci alkoholu mužů a žen liší. Metodou bakalářské práce je kvantitativní obsahová analýza mediálních sdělení ve 22 nejčtenějších tištěných i internetových zpravodajských médiích v časovém období od roku 2001 do roku 2020. Obsahy jsou kódovány za pomoci ověřeného metodologického nástroje na analýzu mediálních sdělení zaměřených na návykové látky a s tím spojených témat (Šťasná, Miovský a Novák, 2009). Tento manuál je doplněn o specifické znaky spojené s tématem alkoholu. V rámci práce byly například zjištěny nejčastěji prezentované důsledky akutní či dlouhodobé alkoholové konzumace nebo spáchané trestné činy či přestupky. Bylo také zjištěno, že mediální obrazy uživatelů alkoholu v českých médiích s ohledem na genderové stereotypy jsou podobné zjištěním ze zahraničních výzkumů.

Klíčová slova

alkohol, média, masová komunikace, zpravodajství, uživatelé alkoholu, obsahová analýza

Annotation

This bachelor thesis is focused on the image of alcohol users in the Czech news media. The aim of this thesis is to explore how the Czech news media construct the image of alcohol users. Purpose of this thesis is to learn how a gender of the user is portrayed in the news and how their representation differs based on their gender. This thesis uses as a method quantitative content analysis of 22 the most read print and online news media issued between 2001 and 2020. The contents of the news are coded using a proven methodological tool for media analysis focused on addictive substances and related topics (Šťasná, Miovský a Novák, 2009), with addition of specific variables related to the alcohol. For instance, within this thesis are given the most frequently presented consequences of acute or long-term alcohol consumption. Furthermore, there were highlighted the most frequently portrayed committed crimes or offences in the media. In addition, it was found that media images of alcohol users based on their gender in the Czech news media are similar to findings in foreign research.

Keywords

alcohol, media, mass communication, news, alcohol users, content analysis

Title

The Media image of alcohol users in the Czech news media

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala svému vedoucímu bakalářské práce Mgr. Martinu Nekolovi, Ph.D. za jeho podnětné připomínky.

OBSAH

1	ÚVOD.....	11
2	VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ.....	12
2.1	ALKOHOLICKÉ NÁPOJE.....	12
2.2	ZPRAVODAJSKÁ MÉDIA	12
2.3	GENDER	12
3	TEORETICKÁ VÝCHODISKA.....	13
3.1	PŘEHLED STAVU POZNÁNÍ.....	13
3.2	VLIV MÉDIÍ NA SPOLEČNOST	13
3.2.1	Normativní teorie masové komunikace	13
3.2.2	Vytváření mediální reality	14
3.2.3	Stereotypizace v médiích	15
3.3	UŽÍVÁNÍ ALKOHOLU	15
3.3.1	Účinky alkoholu na lidské tělo	15
3.3.2	Důsledky užívání alkoholu	16
3.4	OBRAZ UŽIVATELŮ ALKOHOLU VE SPOLEČNOSTI	17
3.4.1	Konzumace alkoholu jako sociální deviace.....	17
3.4.2	Češi jako uživatelé alkoholu	18
3.5	MEDIÁLNÍ OBRAZ GENDERU.....	20
3.5.1	Gender jako faktor při konzumaci alkoholu	20
4	METODOLOGIE	21
4.1	CÍLE PRÁCE	21
4.2	VÝZKUMNÉ OTÁZKY A HYPOTÉZY	22
4.3	VSTUPNÍ DATA	23
4.4	KVANTITATIVNÍ OBSAHOVÁ ANALÝZA	25
4.5	KÓDOVÁNÍ OBSAHŮ	25
4.5.1	Identifikační proměnné	26
4.5.2	Obsahové proměnné	27
4.5.3	Informace o zpracování informací	31
4.5.4	Doplňující proměnné	32
4.6	DISKUSE OMEZENÍ DAT A METOD	33
5	OBRAZ UŽIVATELŮ ALKOHOLU V ČESKÉM ZPRAVODAJSTVÍ.....	34
5.1	ČETNOSTI SLEDOVANÝCH ZNAKŮ	34
5.2	SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ	60
6	DISKUSE.....	62
7	ZÁVĚR	64
8	ZDROJE	66
9	GRAFICKÉ PRVKY	70

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Identifikační proměnné.....	26
Tabulka 2: Obsahové proměnné	28
Tabulka 3: Informace o zpracování informací.....	32
Tabulka 4: Doplnující informace	33
Tabulka 5: Kontingenční tabulka četnosti článků za měsíc podle roku publikování	35
Tabulka 6: Kontingenční tabulka typ média v závislosti na genderu	36
Tabulka 7: Kontingenční tabulka název média v závislosti na genderu.....	37
Tabulka 8: Kontingenční tabulka informace o zdroji v závislosti na genderu	39
Tabulka 9: Kontingenční tabulka rozlišení zdroje v závislosti na genderu	39
Tabulka 10: Kontingenční tabulka styl psaní článků v závislosti na genderu	41
Tabulka 11: Kontingenční tabulka forma sdělení v závislosti na genderu	42
Tabulka 12: Kontingenční tabulka orientace příspěvku v závislosti na genderu	43
Tabulka 13: Kontingenční tabulka uživatelé alkoholu v závislosti na genderu	44
Tabulka 14: Kontingenční tabulka účinky akutní intoxikace v závislosti na genderu ...	46
Tabulka 15: Kontingenční tabulka účinky dlouhodobého užívání alkoholu v závislosti na genderu.....	47
Tabulka 16: Kontingenční tabulka trestné činy a přestupky v závislosti na genderu.....	49
Tabulka 17: Kontingenční tabulka zaměření příspěvku v závislosti na genderu	50
Tabulka 18: Kontingenční tabulka celkové vyznění obsahu v závislosti na genderu	51
Tabulka 19: Kontingenční tabulka celkového vyznění obsahu článků v závislosti na genderu.....	53
Tabulka 20: Kontingenční tabulka ladění titulku v závislosti na genderu.....	54
Tabulka 21: Kontingenční tabulka ladění titulku v závislosti na genderu.....	54
Tabulka 22: Kontingenční tabulka území v závislosti na genderu	55
Tabulka 23: Kontingenční tabulka strana umístění v závislosti na genderu.....	55
Tabulka 24: Kontingenční tabulka děti v článku v závislosti na genderu	56
Tabulka 25: Kontingenční tabulka fotografie nebo kresba v závislosti na genderu.....	57
Tabulka 26: Kontingenční tabulka stereotyp v závislosti na genderu	58
Tabulka 27: Kontingenční tabulka vykreslení uživatele v závislosti na genderu.....	58
Tabulka 28: Kontingenční tabulka Informace o škodlivosti alkoholu v závislosti na genderu.....	59
Tabulka 29: Kontingenční tabulka zmínky o těhotenství v závislosti na genderu	60

Tabulka 30: Rok vydání.....	70
Tabulka 31: Měsíc vydání.....	70
Tabulka 32: Typ média	71
Tabulka 33: Název média	71
Tabulka 34: Informace o zdroji	71
Tabulka 35: Rozlišení zdroje	72
Tabulka 36: Styl psaní	72
Tabulka 37: Forma sdělení	72
Tabulka 38: Orientace článku	73
Tabulka 39: Uživatelé alkoholu.....	73
Tabulka 40: Pohlaví uživatelů alkoholu	73
Tabulka 41: Vykreslení uživatele alkoholu	73
Tabulka 42: Účinky akutní intoxikace alkoholem.....	74
Tabulka 43: Účinky dlouhodobého užívání alkoholu.....	74
Tabulka 44: Trestné činy a přestupky.....	74
Tabulka 45: Zaměření – téma	75
Tabulka 46: Celkové vyznění obsahu článku 1	75
Tabulka 47: Celkové vyznění obsahu článku 2	76
Tabulka 48: Titulek článku	76
Tabulka 49: Ladění titulku článku	76
Tabulka 50: Zahraničí, ČR.....	76
Tabulka 51: Strana – umístění článku.....	76
Tabulka 52: Děti v článku.....	77
Tabulka 53: Fotografie v článku.....	77
Tabulka 54: Stereotypy v článku	77
Tabulka 55: Informace o škodlivosti alkoholu v článku.....	77
Tabulka 56: Těhotenství v článku.....	77

1 ÚVOD

Bakalářská práce se zaměřuje na to, jakým způsobem média vytvářejí obraz uživatelů alkoholu v českém zpravodajství. Blíže se zabývá tím, jak média produkují tyto obrazy s ohledem na gender, a jak tyto skupiny konzumentů alkoholu prezentují v mediálním prostoru. Nejdříve jsou vymezeny základní pojmy a teoretická východiska, na kterých je práce vystavěna. Následuje představení dat, proces jejich sběru a následně i jejich analýza. Práce je zakončena konfrontací zjištění s teoretickými východisky a závěrem.

V mnoha studiích se potvrdilo (Allen a Hatchett, 1986; Shrum, 2009; Stefanone, Lackaff a Rosen, 2010), že právě média mají velký vliv svými sděleními na sociální realitu, ve které žijeme, a zásadně tak formují mínění o různých prezentovaných skupinách. V minulosti proběhly výzkumy vlivu médií na jedince v kontextu alkoholové konzumace, které se nejčastěji zaměřovaly na reklamy (Saffer a Dave, 2002; Anderson, 2009; Stautz *et al.*, 2016). Nejen reklama má vliv na celkové vnímání alkoholových uživatelů společností, ale na obrazu konzumentů alkoholických nápojů se podílejí i ostatní formy sdělení v médiích (Miovská, Brachová a Miovský, 2008). Právě z tohoto důvodu jsem se rozhodla blíže zkoumat, jakým způsobem česká zpravodajská média referují o konzumentech alkoholu. Zpravodajská média mají významný vliv na vytváření obrazu o různých skupinách, což také dokládají mnohé zahraniční výzkumy (Perry, 1987; Chermak, 1997; Dixon, 2008). Nicméně pouze malé množství výzkumů cílí na uživatele alkoholu (Hansen, 1986; Bogren, 2011), a proto se konkrétně na tuto skupinu zaměřuji.

K analýze je využita kvantitativní obsahová analýza 341 mediálních sdělení z tištěných i internetových médií. Obsahy jsou kódovány za pomoci ověřeného metodologického nástroje na analýzu mediálních sdělení zaměřených na návykové látky a s tím spojených témat (Šťasná, Miovský a Novák, 2009). Kódovací manuál byl následně doplněn o specifické znaky spojené s tématem alkoholu.

Cílem práce je zjistit, jak česká zpravodajská média konstruují obraz uživatelů alkoholu. Následně také vyzkoumat, jakým způsobem je gender uživatelů v mediálních sděleních prezentován, a jak se mezi sebou sdělení o konzumentech alkoholu liší právě na základě genderu.

2 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ

2.1 Alkoholické nápoje

Alkoholické nápoje jsou nápoje s obsahem etanolu a řadí se mezi návykové látky. V české legislativě je tento pojem vymezen jako nápoj, který obsahuje více než 0,5 objemových procent etanolu (zákon č. 65/2017 Sb., zákon o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek). Z toho plyne, že některé nápoje, které obsahují alkohol, mohou být v naší zemi stále označovány jako nealkoholické.

Prodej alkoholických nápojů je povolen pouze osobám, které již dovršily osmnácti let věku, není tedy dostupný všem jedincům. S konzumací alkoholu se pojí také nulová tolerance alkoholu v krvi při řízení dopravních prostředků. Přes zdravotní rizika nadměrné konzumace alkoholu není míra konzumace alkoholických nápojů v naší zemi nijak omezena. Ve své práci referuji o alkoholických nápojích také ve zkratce jako o alkoholu.

2.2 Zpravodajská média

Média mají mnoho funkcí, jako například socializační, zábavní, ale také samozřejmě informační. Právě mediální informační funkce často patří k novinářské činnosti jakožto zpravodajství. Cílem je informování veřejnosti o událostech a zprostředkování primární interpretace. Řídí se pravidlem tzv. „5 W“ (who, what, when, where, why), tedy do češtiny přeloženo jako kdo, co, kdy, kde a proč. Na základě této zásady může zpráva obsahovat potřebné informace k popisu referované události. Na rozdíl od komentářů, které také tvoří zpravodajství, by takováto sdělení neměla obsahovat autorův subjektivní názor na danou věc (Trampota, 2006).

2.3 Gender

Od 70. let minulého století se v sociologii začala řešit otázka oddělení pohlaví a genderu. Pohlaví vypovídá o určitých biologických odlišnostech mezi muži a ženami. Gender oproti tomu je sociální produkt, který označuje různé věci jako maskulinní a femininní (Holmes, 2007).

Vzhledem k tomu, že provádím analýzu jednotlivých článků, které mi byly zprostředkovány médii, pracuji s konceptem genderu, jakožto sociálním konstruktem.

Předpokládám, že o daných jedincích je referováno jako o muži či ženě, na základě jejich vzhledu či jména, nikoliv striktně na základě jejich biologické konstrukce.

3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

3.1 Přehled stavu poznání

V předchozích výzkumech v sociálních vědách na náměty spojené přímo s alkoholem, bylo zkoumáno především téma alkoholu v souvislosti s reklamním sdělením (Saffer a Dave, 2002; Stautz *et al.*, 2016). Jelikož se jedná o velmi eticky zatížené téma, vedou se o něm neustálé spory, zda by měla být reklamní sdělení zakázána nebo omezena (Saffer a Dave, 2002; Anderson, 2009). V minulosti se v mnoha výzkumech prokázala korelace mezi vnímáním reklamy a samotnou konzumací alkoholu (Stautz *et al.*, 2016). Toto vyobrazení uživatele alkoholu je významné, jelikož může nabádat ke konzumaci alkoholu či naopak od ní odpuzovat. Právě reference o uživatelích alkoholu může mít dopad na potenciálního konzumenta a jeho chování, a tak jej na základě vytvořeného obrazu může velmi významně ovlivnit (O’Keefe a Reid-Nash, 1987).

Na téma mediálního obrazu psychoaktivních látek v roce 2003 proběhl v Olomouci výzkum zaměřený na mediální sdělení o drogách, který byl uskutečněn za pomoci kvantitativní obsahové analýzy studenty filosofické fakulty (Miovská, Brachová a Miovský, 2008). Cílem studie bylo zjistit, jaký je aktuální mediální obraz drog a jejich uživatelů v českých médiích. Z této práce vzešel následně kódovací systém, který se stal ověřeným nástrojem na obsahovou analýzu dat mediálních sdělení na téma návykových látek a který bude v rámci mé práce využit.

3.2 Vliv médií na společnost

3.2.1 Normativní teorie masové komunikace

Média mají významnou roli v životech jednotlivců především od období technologického rozvoje, kdy se interpersonální komunikace mohla rozrůst o tu masovou, na kterou se má práce blíže zaměřuje. Média mají velký vliv na utváření názoru jednotlivců a samy se tak i nepřímo podílejí na formování sociální reality (Jiráková a Köpplová, 2003). Média určitým

způsobem reflektují názory hlavního proudu společnosti, ale zároveň tyto názory také utvářejí či pozměňují.

Ve své práci vycházím především z normativní teorie masové komunikace, kterou ve své knize představuje britský teoretik médií Denis McQuail (2009). Na základě jeho názoru je obecně předpokládáno, že média mají určitý společenský význam, jelikož informují veřejnost, formují veřejné mínění a zprostředkovávají diskuse. Úmyslně se na efektu médií podílejí osoby, které je vlastní, či v nich pracují a také samotní komunikátoři, kteří komunikují danou zprávu. V normativní teorii masových médií je pojednáváno především o myšlenkách práva a odpovědnosti, které jsou elementární pro užitek medií vzhledem k jednotlivci i společnosti. Média by měla jednat s ohledem na zájem veřejnosti nebo ve prospěch společnosti jako komplexní jednotky. Oba zmíněné pojmy jsou do jisté míry hodnotově zatíženy a nemohou být vnímány objektivně. Dále by média měla poskytovat diversní informace, názory a kulturní obsahy, což bývá často z technických, ekonomických a kapacitních důvodů nedodržováno. Také by se měla podílet na udržování veřejného pořádku a zprostředkovávat kulturu (McQuail, 2009).

Média by měla podporovat či při nejmenším uznávat převládající hodnotové zvyklosti a morální normy dané společnosti. Také by se měla vyvarovat způsobem újmy společnosti, jelikož média mohou svými sděleními ponoukat k protisociálnímu chování, jako je třeba pití alkoholu či užívání drog. Vystavení jednotlivce určitému typu informací může vést k nápodobě, jelikož média mohou mít návodný efekt (Shrum, 2009; Stautz *et al.*, 2016).

3.2.2 Vytváření mediální reality

Média se zprostředkováváním informací snaží o určitou reprezentaci sociální reality, jelikož objektivní realita je nedosažitelná. Sociální realita je produkována lidmi jejich každodenní činností, tedy ji můžeme chápat jako soubor názorů, představ a sociálních vztahů, které dokážeme vnímat našimi smysly (Keller, 2006). Existuje tedy mnoho sociálních realit, které se odvíjejí například od dané kultury, ve které ji lidé zakoušejí.

Média ze sociální reality vytvářejí realitu mediální, tím, že vytváří mediální obsahy, které mají reprezentovat realitu sociální. Obraz, který vykreslují média, za pomoci mediální reality, může být velmi zjednodušující a zkreslený, jelikož jsou média limitována jak technologicky, tak i kapacitně a ekonomicky (Jirák a Köpplová, 2003). Právě proto musíme chápat mediální realitu pouze jako jednu z dimenzí reality

sociální. Zároveň, v některých případech, může mediální realita ovlivnit realitu sociální, kdy se o přesné podobě jejich vztahu vedou neustálé diskuse (Allen a Hatchett, 1986; O'Keefe a Reid-Nash, 1987; Stefanone, Lackaff a Rosen, 2010).

3.2.3 Stereotypizace v médiích

V rámci mediálních sdělení existují jisté pravidelnosti ve formě referencí o určitých tématech. Tyto pravidelnosti utvrzují určité názory na daná témata a vytváří asociace s nimi spojené. Také, jak bylo zmíněno výše, může docházet k jistému upevňování hodnot dané společnosti. Stereotypy se mohou vytvářet již u komunikátora či zprostředkovatele informace nebo u samotného příjemce informace, a to z důvodů více možných interpretací informace (Jirák a Köpplová, 2003).

Pojmy stereotypizace a stereotyp byly nejdříve používány v psychologii, kde popisují kognitivní funkci, kdy mozek na základě předchozích zkušeností klasifikuje různé události pro zjednodušení vnímání reality. Na základě stereotypů vznikají určité postoje, názory a předsudky k dané stereotypizované oblasti. Stereotypizace a stereotypy nemusí mít tedy vždy negativní konotaci, ale jsou přirozenou součástí lidského myšlení. V některých případech však mohou dané předsudky a názory o oblasti samotnou stereotypizovanou skutečnost poškodit a mohou blokovat bližší poznání reality (Keller, 2006).

Stereotypizace existuje i ve zpravodajství, kde má vliv na výběr zpráv, které se dostávají do médií nebo které naopak svůj prostor nedostanou. Mohou se vyskytovat stereotypy při výběru komunikátorů či u výběru samotného tématu, o kterém budou informace podávány. Přítomnost zastoupení určitých skupin ve zpravodajství může být v rozporu s mírou jejich reálného zastoupení v dané populaci, v důsledku tak dochází k jistému zkreslení sociální reality (Trampota, 2006).

3.3 Užívání alkoholu

3.3.1 Účinky alkoholu na lidské tělo

Lidský organismus zareaguje na požití alkoholu velmi rychle a dochází k rychlému vstřebání, ovšem poté se ho tělo pomalu zbavuje. Rychlost eliminace alkoholu z lidského těla závisí především na fyzické konstituci jedince, také na rychlosti konzumace alkoholického nápoje či na individuální toleranci organismu (Nešpor, 2007).

Typicky, nejdříve po konzumaci alkoholického nápoje, přichází jisté zklidnění, kterého lze dosáhnout již při hladině okolo 0,5 promile v krvi. Při dosažení hranice 1,5 promile se následně zhoršuje svalová koordinace jedince a po dosažení dvou promile může nastat etanolová otrava. Pro ni je charakteristická kombinace tlumivých, budivých a dezorganizujících vlivů na lidské chování. Pokud hladina etanolu v krvi vystoupá ke třem až čtyřem promile, dochází k poruchám vědomí a člověk je již alkoholovou intoxikací přímo ohrožen na životě (Vojtěchovský, 1985).

Na alkoholu mohou vznikat závislosti, jak je tomu i u ostatních psychoaktivních látek. Nejčastěji se člověk snaží pomocí konzumace alkoholu docílit kýženého stavu myslí, často se jedná například o zvládání dlouhodobé stresové situace (Skála, 1985). Při dlouhodobém užívání alkoholu se zvyšuje tolerance alkoholu organismu a pro stejné účinky drogy se musí postupem času navyšovat její dávky. Větší dávky alkoholu jsou logicky pro tělo ještě více nebezpečné, jelikož se jedná o velkou zátěž pro lidský organismus. Jakmile člověk ztratí kontrolu nad konzumací alkoholu a není ji schopen snížit, můžeme již mluvit o závislosti. Z původního nástroje se stává cíl a jedinec opomíná jiné potřeby, jako je například péče o svůj zdravotní stav, o rodinu, či zanedbává své pracovní povinnosti (Skála, 1985). Nedostatek alkoholu u závislého člověka se projevuje abstinenčními příznaky, které provází často pocení, třes rukou, bušení srdce, nechutenství či vnitřní neklid (Nešpor, 2007).

3.3.2 Důsledky užívání alkoholu

Etanol působí na nervový systém lidského těla a projevuje se především duševními změnami (Vojtěchovský, 1985). Konzumace alkoholu také narušuje motorické a kognitivní schopnosti, proto se v průběhu alkoholového opojení dostávají symptomy jako zmatenost, zhoršená paměť, poruchy mluvy či poruchy emocionální seberegulace (Šucha a Šťastná, 2015).

Nadužívání alkoholu se projevuje, jak na fyzické, tak i na duševní stránce člověka (Skála, 1985). Následky se mohou projevit, jak na stavu zdraví jedince, ale také se mohou promítnout například do jeho profesního či osobního života.

Dále je alkohol označován za jeden z významných činitelů, který přispívá k nehodovosti na silnicích. Za zranění a úmrtí na silnicích jsou zodpovědné především chronické a akutní stavy řidiče. Těmi jsou například zdravotní limitace či aktuální pokles schopností, jako je řízení s alkoholem v krvi či pod vlivem dalších drog. Konzumace

alkoholu před řízením ovlivňuje následně psychomotorickou koordinaci, exekutivní funkce, pozornost a reakční čas, což jsou při řízení dopravního prostředku klíčové faktory pro předcházení újmy (Šucha a Šťastná, 2015). V roce 2019 bylo v České republice zaviněno požitím alkoholu 4 627 nehod, což je 4,3 % z celkového počtu nehod. V tomto roce bylo také usmrceno 53 lidí, což je 9,7 % ze všech obětí dopravních nehod. Znamená to, že na tisíc dopravních nehod pod vlivem alkoholu připadá 102 usmrcených, vliv alkoholu má tak nejvyšší závažnost mezi ostatními sledovanými kategoriemi. V časovém intervalu mezi lety 1993 až 2019 je na českých silnicích usmrcena každá 10. osoba právě vlivem alkoholové konzumace (BESIP, 2020). Proti řízení pod vlivem alkoholu se osvědčilo zvýšení silničních kontrol, při kterých jsou prováděny náhodné dechové zkoušky na přítomnost alkoholu v těle řidiče. Ukázalo se, že se zvýšenou frekvencí silničních kontrol se snižoval počet smrtelných nehod na silnicích (Šucha a Šťastná, 2015).

3.4 Obraz uživatelů alkoholu ve společnosti

3.4.1 Konzumace alkoholu jako sociální deviace

Ve skupině psychoaktivních látek jsou alkoholické nápoje, společně například s tabákovými výrobky, jedněmi z legálně dostupných látek. Tato legalita užívání následně vede k jisté odpovědnosti společnosti, která se podílí na vytváření sociálních norem. Do tohoto aktu formování sociálních norem vstupují i daná média, která popisují určitým způsobem chování alkoholových uživatelů a mohou tak i upozorňovat na narušování dané konformity (Keller, 2006). V dnešní době je konzumace alkoholu do jisté míry normalizovaná. Proto je zajímavé zkoumat, i v rámci sociálních věd, kdy přichází zlom ve vnímání oné konzumace. V jaké chvíli je chování člověka, který požívá alkoholický nápoj, vnímáno jako společensky akceptovatelné, a kdy je již upozorňováno na jistou deviaci, jak negativní, tak pozitivní.

Konzumace alkoholu je primárně limitována věkem a plynou z ní různá omezení daná zákony. Kromě zdravotních a ekonomických dopadů působí alkohol i jako sociální faktor. V každé společnosti je tak nastavena pomyslná hranice, kdy je míra konzumace vnímána v rámci normy a kdy se již jedná o deviantní chování. Deviantem se stává jedinec, který se závažně odchyľuje od obecně přijatých norem. Může jít o nonkonformní chování, kdy se jedinec porušováním dané normy snaží poukázat na její neoprávněnost, protože neuznává její legitimitu. Také ale může jít o sociálně narušené chování, jelikož

osoba uznává legitimitu normy a nechce ji měnit, ale přesto se při jejím porušování snaží uniknout sankcím. V rámci vzniku sociální deviace se zpravidla hovoří o dvou výrazných teoriích, a to teorie kulturního přenosu a teorie strukturálního tlaku (Keller, 2006). Jelikož média svojí tvorbou mají vliv na sociální realitu (Shrum, 2009), tak se svými sděleními také podílejí na formování normy, která vytváří následně pozitivní a negativní deviace.

Dle Národních stránek pro podporu omezení konzumace alkoholu, za kterou stojí Úřad vlády České republiky, pro člověka není žádné množství alkoholu bezpečné ani zdravé nepoškozující. Pouze stanovuje maximální doporučené užívání alkoholu, pro minimalizaci rizik spojených s užíváním. Pro ženy a seniory je doporučená dávka jeden alkoholický nápoj denně, což je zhruba 20 gramů čistého alkoholu. Pro muže je tato dávka dvakrát vyšší, tedy dva alkoholické nápoje za den, které obsahují cca 40 gramů čistého alkoholu (Úřad vlády České republiky, 2015).

Pro srovnání ve Velké Británii je doporučená bezpečná konzumace alkoholu v intervalu 0 až 21 jednotek alkoholu za týden pro muže. Pro ženy ne více než 14 jednotek alkoholu za týden. Také apelují na to, aby konzumenti zahrnuli do tohoto týdne dva nebo tři dny, kdy alkohol nepožívají v žádném množství. Další doporučení směřuje na omezení nárazového nadměrného pití, kdy veškerá doporučená dávka alkoholu je zkonsumována při jedné či dvou událostech. Jednotka alkoholu je definována objemem 10 ml nebo vahou 8 g čistého alkoholu (Royal College of Physicians, 2011).

Dalším způsobem, jak může být alkoholová konzumace omezována je prostřednictvím vyhlášek, jakožto možnosti a oprávnění obcí při zabezpečení veřejného pořádku. V České republice má právo obec regulovat konzumaci alkoholových nápojů na veřejném prostranství pomocí obecní vyhlášky (Ministerstvo vnitra ČR, 2011). Alkoholová konzumace na veřejných prostranstvích je v České republice určitým způsobem omezena ve všech krajských městech. Jedná se například omezení konzumace alkoholických nápojů na dětských hřištích, v parcích, v okolí škol nebo zastávkách a nádražích. Za nedodržení vyhlášky mohou být konzumenti napomenuti nebo jim může být příslušným orgánem vyměřena pokuta (Ministerstvo vnitra ČR, 2011).

3.4.2 Češi jako uživatelé alkoholu

Český statistický úřad dlouhodobě monitoruje spotřebu alkoholických nápojů na jednoho obyvatele v České republice. V roce 2001 čísla ukazují, že v České republice bylo spotřebováno 181,3 litrů alkoholických nápojů na jednoho obyvatele. V roce 2019

se spotřeba snížila na 173,4 litrů. Spotřeba alkoholu na našem území dlouhodobě rostla již od roku 1993 až do roku 2005, kdy vykazovala nejvyšší hodnoty, a to 188,1 litrů na jednoho obyvatele. Následně spotřeba klesala až na nejnižší hodnoty, které byly zaznamenány v roce 2011, kdy spotřeba byla vyměřena na 168,8 litrů alkoholických nápojů. Poté se tato spotřeba ustálila a pohybovala se poslední roky mezi 172 a 175 litry alkoholických nápojů na jednoho obyvatele v České republice (Český statistický úřad, 2020).

Český statistický úřad zjistil, že v roce 2019 denně konzumuje alkohol 12,9 % českých mužů starších patnácti let a 2,9 % žen (Statistická ročenka České republiky, 2020). Nejvíce konzumentů alkoholu mužského pohlaví je ve věkové kategorii 65-74 let. Mezi ženami je nejvíce denních uživatelů alkoholu ve věkové skupině 75+. Nárazově alkohol pije dokonce 29,8 % české populace mužů a 12,2 % žen. Nejvíce mezi muži je zastoupena věková skupina 35-44 let, mezi ženami je to kategorie 45-54 let. Do kategorie rizikové konzumace alkoholu se řadí 14 až 18,1 % české populace, což je skoro 1,5 milionu Čechů (Vláda České republiky, 2020).

Ve srovnání se státy Evropské unie se Česká republika v roce 2018 na třetím místě s 11,8 litru čistého alkoholu na osobu starší 15 let. Největší spotřebu alkoholu na osobu mělo Lotyšsko, a to 12,6 litrů. Těsně za ním skončilo Rakousko s 12,2 litry čistého alkoholu na jednu osobu starší patnácti let (Česká republika v mezinárodním srovnání, 2021).

Na formování českého veřejného mínění ohledně konzumace alkoholu měla také vliv metanolová či lihová aféra v roce 2012, která dostávala hodně prostoru i ve sdělovacích prostředcích. Jednalo se o výrobu a distribuci nelegálního alkoholu s příměsí metanolu zločineckou skupinou. Následkem bylo zvýšené množství úmrtí a závažných negativních vlivů na zdraví konzumentů tzv. pančovaného alkoholu. Dopadení výrobců a distributorů tohoto nelegálního alkoholu byl jeden z největších zásahů proti organizovanému zločinu na našem území. Metanol se do směsi přimíchal z toho důvodu, protože se na něj nevztahovala daň, tudíž mohli aktéři vydělat na prodeji a distribuci nezdaněného lihu. Tento nelegální alkohol byl následně distribuován do menších obchodů nebo přímo ke spotřebitelům (Scheinost *et al.*, 2018).

3.5 Mediální obraz genderu

První výzkumy mediálních obsahů, které se zajímaly o téma genderu v médiích, začaly vznikat v 60. letech minulého století. Cílem těchto prvních analýz bylo poukázat na to, že ženy byly vyobrazovány v západních médiích většinou z mužské perspektivy (Rakow, 1986). Postupně se předmětem zájmu stávaly komiksy, pohádky nebo reklamní fotografie (Spiegelman, Terwilliger a Fearing, 1953; Saenger, 1955; Goffman, 1979). Z těchto výzkumů vyplynulo, že obecně je mužům v mediálním prostoru věnováno více času než ženám, a to bez ohledu na formu mediálního sdělení. Ukázalo se, že většinou média vykreslují mužské i ženské aktéry s ohledem na jejich tradiční role a dané stereotypy (Courtney a Whipple, 1983; Tuchman, 2000).

Dalším zájmem výzkumníků bylo také zjistit, jaké jsou dopady mediálních obsahů na jednotlivce, kteří je konzumují. V rámci zkoumání mediálních efektů tak vznikla dvě hlavní teoretická východiska, ze kterých vycházely obsahové analýzy zabývající se dopady mediálních sdělení na člověka. První z nich je teorie kultivace, která věří, že jedinec si přivlastňuje mediální realitu a považuje ji tak za svou (Gerbner a Gross, 1976). Sociální kognitivní teorie, často zmiňována také jako teorie sociálního učení, míní, že se jedinci učí vzorce chování z mediálního prostoru stejně jako z reálného žitého světa (Bandura, 1986). Vzhledem k tomu, že se obě zmíněné teorie zabývají tím, jak se mediální sdělení podílejí na vytváření sociální reality, jsou často používány také ke zkoumání samotné sociální konstrukce genderu.

V českém prostředí byl roku 2001 v Sociologickém časopise publikován výzkum, který se zajímal o stereotypy a klišé v mediální projekci genderu (Valdrová, 2001). Autorka se při své kritické lingvistické analýze zaměřila na česká masmédiá, kde se blíže soustředila na genderová klišé. Výsledky ukázaly, že se v českých médiích stále vyskytovalo stereotypní rozdělení mezi mužskými a ženskými rolemi, například „žena jako matka“ či „muž jako lovec“. Dále také bylo zjištěno, že žena v médiích postrádá svou vlastní identitu a je popisována bez ohledu na její profesi (Valdrová, 2001).

3.5.1 Gender jako faktor při konzumaci alkoholu

Dominantní přístup ve studiu genderu v rámci výzkumů zabývajících se alkoholem je stále vystavěn na binárních genderových rolích a snaží se objasnit podobu konzumace alkoholu právě na základě rozdílného pohlaví (Holmila a Raitasalo, 2005). Z mnoha výzkumů vyplynula také jistá existence stereotypů, které jsou spojeny s konzumací

alkoholických nápojů. Jedním ze stereotypů je, že ženy vnímají požívání alkoholu jakožto příjemné a jako normální součást dne, avšak také vypovídají, že žena konzumující alkohol může být viděna jako „neženská“ a sexuálně lehce dosažitelná (Lyons a Willott, 2008; Rúdólfssdóttir a Morgan, 2009). Zatímco muži vnímají alkohol jako určitou součást konstruktů heterosexuální maskulinity (Gough a Edwards, 1998).

Výzkumy mediálních sdělení ukázaly, že v diskusích o konzumaci alkoholu ve spojitosti se ženami je často vzpomínán ideál „dobré matky“ (Bogren, 2011). Média se snaží varovat před negativními efekty alkoholu především na plodnost a vzhled ženy (Day, Gough a McFadden, 2004). Dále média často referují o mladých dívkách požívajících alkohol, že „píjí jako muži“ či jako o ženách ze střední pracující třídy, které jsou surové, agresivní a sexuálně otevřené, tedy je popisují charakteristikami, které jsou genderově „nevhodné“ (Lyons, Dalton a Hoy, 2006; Jackson a Tinkler, 2007).

U konzumace alkoholických nápojů u mužů se v mnoha výzkumech objevuje propojení s představami o maskulinitě (Gough a Edwards, 1998; de Visser a Smith, 2007). Také má často alkohol u mužů spíše pozitivní konotace, právě jako projev maskulinity, asertivity a agresivity (Lyons, Dalton a Hoy, 2006). Muži ve spojitosti s alkoholem nefigurují jako rodiče tak často jako ženy (Bogren, 2011).

4 METODOLOGIE

V rámci mé práce pracuji kvantitativním způsobem, kdy kvantifikuji získané informace z mediálních sdělení do podoby jednotlivých proměnných za pomoci kódovacího manuálu, který obsahuje kategorie kvalitativního charakteru. Kvalitativní charakteristiky dobře zachycují, jakým způsobem je o uživatelích alkoholu v jednotlivých zpravodajských médiích referováno, a následně kvantitativní charakter výzkumu poskytuje možnost zobecnění.

4.1 Cíle práce

Cílem mé práce je zjistit, jakým způsobem česká zpravodajská média konstruují obraz uživatelů alkoholu především na základě jejich genderu. Zajímá mě, jakým způsobem česká média prezentují gender jako faktor při alkoholové konzumaci.

4.2 Výzkumné otázky a hypotézy

Hlavní výzkumná otázka

Výzkumná otázka č. 1: Jsou muži a ženy ve spojení s konzumací alkoholu popisováni s ohledem na genderové stereotypy v mediálních sděleních?

Hlavní hypotéza

Hypotéza č. 1: Muži a ženy jsou v rámci médií popisováni s ohledem na genderové stereotypy.

Deskriptivní výzkumné otázky

Výzkumná otázka č. 2: Jak se liší mediální sdělení o konzumaci alkoholu s ohledem na gender uživatele?

Výzkumná otázka č. 3: Jakým způsobem je referováno o uživatelích alkoholu v mediálních sděleních?

Výzkumná otázka č. 4: Jaká věková skupina uživatelů je nejvíce zastoupena ve sděleních?

Výzkumná otázka č. 5: Jaký akutní účinek alkoholu je nejčastěji s konzumací alkoholu spojován?

Výzkumná otázka č. 6: Jaké jsou nejčastěji zmiňované dlouhodobé důsledky užívání alkoholu?

Výzkumná otázka č. 7: S jakými trestnými činy či přestupky je alkoholová konzumace v člancích spojována?

Deskriptivní hypotézy

Hypotéza č. 2: Častěji bude alkohol ve sděleních spojován s muži než se ženami.

Hypotéza č. 3: U ženských uživatelů alkoholu budou jako negativní účinky konzumace alkoholu popisovány častěji efekty alkoholu na vzhled, než tomu tak bude u mužů.

Hypotéza č. 4: Uživatelky alkoholu budou popisovány v člancích více negativně než mužští konzumenti alkoholu.

Hypotéza č. 5: V člancích o ženských uživatelkách alkoholu budou častěji zmíněny děti než u mužských konzumentů.

Hypotéza č. 6: Konzumace alkoholu u mužů bude v mediálních sděleních mít pozitivnější konotace než u žen.

Hypotéza č. 7: Nejčastěji se budou v článcích vyskytovat dospělí konzumenti alkoholu.

Hypotéza č. 8: Konzumenti alkoholu budou popisováni především negativně.

Hypotéza č. 9: Nejčastější trestná činnost spojená s konzumací alkoholu bude řízení pod vlivem alkoholu.

Hypotéza č. 10: Akutní účinek konzumace alkoholu bude nejčastěji spojován s psychickými účinky alkoholu.

Hypotéza č. 11: Účinky dlouhodobého užívání alkoholu budou nejčastěji spojovány se zdravotními riziky konzumace.

4.3 Vstupní data

Ve své práci využívám mediální sdělení v českých médiích na téma alkohol za posledních 20 let, tedy v období od 1. 1. 2001 do 31. 12. 2020. Pro selekci mediálních sdělení, která vstupují do analýzy jsem využívala program Newton Media Search, který je zaměřen na hledání v mediálním archivu. Archiv nabízí fulltextové podoby článků uveřejněných v českých a slovenských médiích od roku 1996.

Podle nejnovějších průzkumů se ukazuje, že velké množství lidí konzumuje zpravodajství z internetových zpravodajských webových stránek, kdy je dokonce právě zpravodajství nejnavštěvovanější obsahovou kategorií (Netmonitor, 2020). Z tohoto důvodu jsem se zaměřila jak na internetové zpravodajské portály, tak i na tištěné zdroje mediálních sdělení. Toto širší zaměření bylo vybráno pro větší zásah dané populace.

Internetové weby byly vybrány podle jejich obsahové kategorie a návštěvnosti dle zveřejnění dat společností NetMonitor pro rok 2020. Na základě splnění daných kritérií mi do analýzy vstupují sdělení ze stránek novinky.cz, seznamzpravy.cz, idnes.cz, aktualne.cz, denik.cz, blesk.cz, reflex.cz, tn.cz, cnn.iprima.cz, echo24.cz, ct24.cz, irozhlas.cz, ceskenoviny.cz, lidovky.cz a forum24.cz. Tyto internetové zpravodajské weby také reprezentují různá vydavatelství, a to *Economia*¹, *Czech News Center*², Česká

¹ aktualne.cz a Hospodářské noviny

² blesk.cz, reflex.cz, Blesk, Sport a Aha!

národní rada³, FTV Prima Holding⁴, Česká televize⁵, Vltava Labe Media⁶, Echo Media⁷, Forum24⁸, MAFRA⁹, Český rozhlas¹⁰, Seznam.cz¹¹ a Central European Media Enterprises¹².

Do analýzy mi dále vstupují mediální sdělení, která byla v tištěných zpravodajských médiích. Při jejich selekci jsem vycházela ze stejných kritérií jako u internetových zdrojů, tedy ze čtenosti celostátních deníků a dle jejich obsahové kategorie. Dlouhodobě jsou nejčtenější zpravodajské deníky Blesk, Mladá fronta Dnes, Právo, Lidové noviny, Aha!, Sport a Hospodářské noviny (Unie vydavatelů, 2020). V rámci vybraných deníků jsou zastoupena také čtyři hlavní česká vydavatelství, a to Czech News Center, MAFRA, Borgis¹³ a Economia.

Pro samotnou selekci mediálních sdělení, která vstupují do analýzy jsem využila k hledání článků klíčové slovo alkohol ve spojení s mužem či ženou a konzumací či pitím. Do Newton Media Search jsem vložila následující dotaz: klíčová slova = alkohol* AND (muž* OR žen*) AND ((pít OR pij*) OR (konzumac* OR konzumuj*)). Vzhledem k tomu, že čeština umožňuje různé skloňování daných slov, byly využity zástupné znaky, aby co nejlépe pokryly sledovanou problematiku. Podmínkou bylo také, aby v nadpisu bylo obsaženo slovo alkohol, jelikož by obsah článku měl mít jako hlavní téma právě problematiku s alkoholem spojenou. Sdělení jsou tedy selektována na základě jejich zdroje, data vydání, prezenci klíčových slov a slova alkohol v nadpisu.

Na základě těchto kritérií bylo nalezeno databázi celkem 461 článků. Postupně byly při analýze vyloučeny články, které měly duplicitní charakter. Typicky se jednalo o sdělení ze stejných vydavatelství. Také byly eliminovány články v tištěné i virtuální podobě. Dále přejaté články z jiných médií nebo citace různých statistických zpráv, které se vyskytovaly v totožné podobě ve více médiích. V případě identifikované duplicity byl kódován pouze článek, který informoval o dané věci jako první, což bylo rozhodnuto na základě data vydání. Po tomto dodatečném vyloučení duplicitních mediálních sdělení

³ ceskenoviny.cz

⁴ cnn.iprima.cz

⁵ ct24.cz

⁶ denik.cz

⁷ echo24.cz

⁸ forum24.cz

⁹ idnes.cz, lidovky.cz, Mladá fronta Dnes a Lidové noviny

¹⁰ irozhlas.cz

¹¹ novinky.cz

¹² tn.cz

¹³ Právo

vznikl soubor celkem 341 článků, které byly v rámci mé práce kódovány a dále tak podléhaly analýze.

4.4 Kvantitativní obsahová analýza

V rámci zkoumání mediálního obsahu mediálních sdělení se často využívá kvantitativní obsahová analýza pro zjištění tematické agendy médií (Trampota a Vojtěchovská, 2010). Za pomoci této analýzy můžeme monitorovat kolik prostoru a kdy dávají různé deníky různým tématům, také můžeme komparovat různé formy mediálních sdělení či jsme schopni zachytit dlouhodobý vývoj trendů mediálních obsahů. Jedná se o metodu vysoce strukturovanou, která by tak měla zjistit objektivní výsledky, které by neměly být závislé na zpracovateli.

Při tomto typu analýzy analyzujeme jednotlivá mediální sdělení, která kvantifikujeme s ohledem na určité vybrané znaky. Díky striktnímu postupu svázanému pravidly tato analýza poskytuje výstupy, které mohou být jednoznačně prezentovány (Schulz a Reifová, 2011).

4.5 Kódování obsahů

Pro kódování dat využívám již ověřený metodologický nástroj na analýzu mediálních sdělení zaměřených na návykové látky a s tím spojených témat. Tento kódovací manuál byl vyvinut týmem z Centra adiktologie, Psychiatrické kliniky 1. lékařské fakulty Univerzity Karlovy v Praze a Všeobecné fakultní nemocnice v Praze. Autory vytvořený manuál, na bázi kvantifikace kvalitativních dat písemné povahy prostřednictvím metody škálování, by měl důkladně zachytit danou prezentaci tématu v médiích (Šťasná, Miovský a Novák, 2009)

V manuálu se vyskytují tři hlavní oblasti zájmu, které jsou reprezentovány identifikačními proměnnými, znaky informující o obsahu mediálního sdělení a proměnné zaměřující se na způsob zpracování informací. Každá proměnná je detailně vysvětlena a následně popsána za pomoci hodnot (Šťasná, Miovský a Novák, 2009).

V rámci své práce budu využívat proměnné jako *„datum, název média, informace o zdroji, rozlišení zdroje, orientace příspěvku, uživatelé, pohlaví uživatelů, účinky akutní intoxikace, účinky dlouhodobého užívání, trestné činy a přestupky, zaměření – téma,*

celkové vyznění obsahu, ladění titulků, zahraničí/ČR, strana, děti v článku a foto“ (Šťasná, Miovský a Novák, 2009).

V rámci proměnné trestné činy a přestupky vybírám pouze relevantní hodnoty, které se pojí s konzumací alkoholických nápojů. Přidávám hodnoty, které jsou přímo spjaté s alkoholovou problematikou, jako je řízení pod vlivem alkoholu. Dále přidávám hodnotu výroba a prodej nelegálního alkoholu, což jsou trestné činy přímo spojeny s metanolovou kauzou. Také zařazuji další proměnné, a to stereotyp, informace o škodlivosti alkoholu a těhotenství, které se zajímají o přítomnost daného znaku ve sdělení. V neposlední řadě přidávám proměnnou vykreslení uživatele, která má dokreslit obraz uživatele alkoholu v kódovaných článcích. Všechny zmíněné proměnné dále podrobněji vysvětluji.

4.5.1 Identifikační proměnné

Tyto proměnné zajišťují identifikaci sdělení za pomoci zaznamenání jejich data vydání, názvu média a typu média (Šťasná, Miovský a Novák, 2009). Tyto informace získáváme při exportu z databáze Newton Media Search z hlavičky článků, kde jsou přehledně uvedeny. Identifikační proměnná název článku byla přetransformována do proměnné číslo článku. Číslo článku bylo vygenerováno v závislosti na exportu vybraných sdělení z mediální databáze.

Tabulka 1: Identifikační proměnné

Název proměnné	Hodnoty	Název hodnoty
číslo článku	číslo	číslo článku
datum		datum (DD.MM.RRRR)
název média	1	aktuellne.cz
	2	blesk.cz
	3	ceskenoviny.cz
	4	cnn.iprima.cz
	5	ct24.cz
	6	denik.cz
	7	echo24.cz
	8	forum24.cz
	9	idnes.cz
	10	irozhlas.cz
	11	lidovky.cz
	12	novinky.cz
	13	reflex.cz
	14	seznamzpravy.cz
	15	tn.cz
	16	Blesk

	17	Hospodářské noviny
	18	Lidové noviny
	19	MF Dnes
	20	Právo
	21	Aha!
	22	Sport
typ média	1	tisk
	4	internet

zdroj: autorka na základě kódovacího manuálu (Šťasná, Miovský a Novák, 2009)

4.5.2 Obsahové proměnné

Proměnná zaměřující se na **zdroj** sdělení referuje o autorovi či původci sdělení. Rozlišujeme zdroj, tedy se zabýváme tím, na koho autor článku odkazuje či z jakého zdroje čerpá dané informace (Šťasná, Miovský a Novák, 2009).

Proměnná **orientace článku** identifikuje, zda je alkoholová problematika centrálním předmětem článku nebo je pouze okrajově zmíněna (Šťasná, Miovský a Novák, 2009).

Proměnná **uživatelé alkoholu** informuje o tom, kdo ve sdělení figuruje jako konzument alkoholu. Hodnota dospělí identifikuje více osob starších osmnácti let nebo dospělou osobu, bez specifikace genderu. Zatímco hodnota žena přímo odkazuje na ženské konzumentky alkoholu. Podobně se chová i hodnota muž, kde jsou jako uživatelé označováni pouze muži (Šťasná, Miovský a Novák, 2009). Hodnota mladiství referuje o konzumentech starších patnácti let, ale mladších osmnácti let. Jako děti jsou označovány osoby mladší patnácti let. Proměnná **pohlaví** se zaměřuje na gender uživatele v jeho binární podobě.

Proměnná **účinky akutní intoxikace drogou** se zaměřuje na identifikaci účinků alkoholu, které jsou důsledkem akutní intoxikace, tedy jsou vyvolány bezprostředním užitím drogy. Proměnná **účinky dlouhodobého užívání drogy** se již zaměřuje na dopady dlouhodobého užívání alkoholu (Šťasná, Miovský a Novák, 2009). V případě dlouhodobého užívání jsem přidala další tři hodnoty. Důsledky dlouhodobého užívání alkoholu se mohou projevit na estetice konzumenta, především v podobě zhoršení stavu pleti či příbytku na váze jedince (Day, Gough a McFadden, 2004). Další zaznamenávanou hodnotou je závislost, kdy dlouhodobým důsledkem pravidelné konzumace alkoholu je zmiňován rozvoj závislosti na droze (Skála, 1985). V neposlední řadě jsou kódovány jako dlouhodobé účinky alkoholu zdravotní benefity konzumace. V případech obou

proměnných jsou kódovány jak reálné, tak i možné důsledky užívání drogy, které byly ve sdělení zmíněny (Šťasná, Miovský a Novák, 2009).

Proměnná **trestné činy a přestupky** se zaměřuje na spáchané činy a přestupky pod vlivem alkoholu či v souvislosti s alkoholem. V této proměnné oproti manuálu byly ponechány pouze hodnoty jako majetková kriminalita, násilná kriminalita, mravnostní kriminalita a ostatní kriminalita (Šťasná, Miovský a Novák, 2009). Byly doplněny hodnoty prodávání alkoholu nezletilým, řízení pod vlivem alkoholu, výroba a prodej nelegálního alkoholu. Jako ostatní kriminalita jsou chápány činy jako je porušení vyhlášky o omezení konzumace alkoholických nápojů na veřejném prostranství nebo zanedbání péče o dítě v důsledku alkoholové závislosti.

Proměnná **zaměření** podává informace o námětu článku. Sledujeme, jakým způsobem je popisována či komentována daná oblast alkoholové problematiky (Šťasná, Miovský a Novák, 2009).

U proměnné **celkové vyznění článku** je kódováno to, jaký význam má alkohol v daném sdělení. Následně se také zaměřujeme na hodnocení podaných informací, které je vyjádřeno zvolením určitých slov. Indikátorem je použití emočně zabarvených slov, explicitních vyjádření nebo ironie (Šťasná, Miovský a Novák, 2009).

Další proměnná **ČR, svět** sleduje, s jakým územím se článek spojuje. Zda jsou podávány informace o událostech z České republiky, ze světa nebo z kombinace obou předchozích (Šťasná, Miovský a Novák, 2009).

Tabulka 2: Obsahové proměnné

Název proměnné	Hodnoty	Název hodnoty
rozlišení zdroje	1	ČTK
	2	VLTAVA
	3	AFP
	4	Reuters
	5	MAFS
	6	jiná tisková agentura
	7	výzkum, studie, anketa, průzkum
	8	odborná společnost
	9	kniha, odborný časopis
	10	zpráva v jiných médiích
	11	police, hasič, celník, prokurátor, soudce apod.
	12	pomáhající pracovník nepracující v oblasti drogové problematiky

	13	pomáhající pracovník pracující v oblasti drogové problematiky
	14	politik, mluvčí ministerstva
	15	legální výrobce, distributor, prodejce, reklamní agentura
	16	uživatel
	17	pachatel
	18	soukromá osoba
	19	autor článku
	20	zpravodaj, spolupracovník
	21	známá osoba (herec, umělec zpěvák)
orientace článku	1	předmětem článku je drogová problematika
	2	drogová problematika je zmíněna okrajově
	3	jiné téma
uživatelé	1	dospělí
	2	mladiství
	3	děti
	4	děti/mladiství i dospělí
	5	žena, matka
	6	muž
	7	policie, celníci, vojáci
	8	politik, prezident, starosta, ministr, královna
	9	lékař
	10	herec, malíř, umělec
	11	sportovec
	12	bezdomovec
	13	nerozlišeno
pohlaví uživatelů	1	žena
	2	muž
	3	žena i muž
	4	nerozlišeno
účinky akutní intoxikace a užití drogy	1	zdravotní problémy
	2	psychické účinky
	3	sociální problémy atp.
	4	smrt
	5	trestná činnost
	6	hmotné škody
	7	dopravní nehody
	8	škody z nedbalosti
účinky dlouhodobého užívání	1	zdravotní problémy
	2	psychické účinky
	3	sociální problémy atp.
	4	smrt

	5	trestná činnost
	6	hmotné škody
	7	dopravní nehody
	8	škody z nedbalosti
	9	estetické (tloustnou)
	10	závislost
	11	zdravotní benefity
trestné činy a přestupky	1	majetková kriminalita
	2	násilná kriminalita
	3	mravnostní kriminalita
	4	ostatní kriminalita
	5	prodávání alkoholu nezletilým
	6	řízením pod vlivem alkoholu
	7	výroba a prodej nelegálního alkoholu
zaměření – téma	1	protidrogová politika
	2	primární prevence
	3	sekundární prevence
	4	terciární prevence
	5	neutrální informace o látce
	6	opatření omezující nabídku obecně
	7	policie
	8	soudy, parlament, zákony
	9	věznice a vězeňství
	10	reklama
	11	příběh uživatele
	12	drogová scéna
celkové vyznění obsahu článku 1	1	lék
	2	prožitok, obohacení, záliba
	3	projev svobody, vlastní rozhodnutí
	4	projev společenského statutu, znak skupiny, životní styl
	5	znak moderní společnosti, měřítko vyspělosti
	6	zboží (trh)
	7	látka (výzkumy)
	8	užívání drogy jako nápodoby
	9	neznalost (informace, osvěta nebo názor prozrazující neznalost tématu)
	10	omezení možností (uživatele, stigma)
	11	ohrožení zdraví, života
	12	finanční újma
	13	závislost, nemoc
	14	ohrožení, omezování společnosti
	15	trestný čin, porušení zákazu

	16	droga jako zlozvyk, slabost
celkové vyznění obsahu článku 2	1	výhradně negativní
	2	spíše negativní
	3	informačně neutrální
	4	spíše pozitivní
	5	výhradně pozitivní
zahraničí, ČR	1	ČR
	2	ze světa
	3	svět i ČR (např. EU)

zdroj: autorka na základě kódovacího manuálu (Šťasná, Miovský a Novák, 2009)

4.5.3 Informace o zpracování informací

Proměnná **informace o zdroji** ukazuje, do jaké míry je zdroj v článku specifikován, ukazuje na přítomnosti či nepřítomnosti odkazu na zdroj informací.

Proměnná **styl** podává informace o tom, jak byl článek napsán. Zjišťujeme, zda se v článku vyskytuje hodnocení, které může být jak explicitní, tak implicitní v daném sdělení. Jako indikátory používáme zastoupení specifických typů informací. Identifikujeme, zda jsou v článku fakta nebo se jedná o komentář faktů, a tím poskytuje názor. Podle převažujícího druhu informací rozhodujeme, zda se jedná o článek, který pouze zprostředkovává informace nebo se jedná o sdělení, které poskytuje názor zatížený hodnocením.

Proměnná **forma** ukazuje, jakou formou proběhla prezentace mediálního sdělení (Šťasná, Miovský a Novák, 2009). Tuto proměnnou jsem také rozvedla i o další formy, jakožto názory autora, názory čtenáře a reportáž.

Proměnné **ladění titulků** se zaměřují na titulky jednotlivých sdělení. První proměnná informuje o tom, zda titulek odpovídá obsahu článku. Druhá proměnná se již zaměřuje na hodnotící význam titulků. Indikátorem je použití emočně zabarvených slov, explicitních vyjádření nebo ironie (Šťasná, Miovský a Novák, 2009).

Proměnná **strana** sleduje umístění článku (Šťasná, Miovský a Novák, 2009). Je kódována pouze u tištěných zdrojů, pokud je strana v databázi Newton uvedena. Proměnná **děti** v článku se zaměřuje na četnost zmínek dětí v článku. Proměnná **foto** sleduje, zda je k článku přidána fotografie nebo kresba (Šťasná, Miovský a Novák, 2009).

Tabulka 3: Informace o zpracování informací

Název proměnné	Hodnoty	Název hodnoty
informace o zdroji	1	chybí
	2	vágní, obecný
	3	neúplný
	4	přesný, úplný
styl	1	zpravodajský
	2	publicistický
	3	nelze rozlišit
forma	1	informace
	2	rozhovor, debata
	3	anketa
	4	recenze
	5	odpověď na dotaz
	6	názory autora
	7	názory čtenáře
	8	tipy a rady
	9	reportáž
ladění titulku 1	1	odpovídá obsahu článku
	2	obsahově neodpovídá
ladění titulku 2	1	výhradně negativní vyznění titulku
	2	spíše negativní vyznění titulku
	3	informačně neutrální vyznění titulku
	4	spíše pozitivní vyznění titulku
	5	výhradně pozitivní vyznění titulku
strana – umístění článku	0	není uvedena strana
	číslo	jiná strana
děti v článku	0	není zmínka
	1	je zmínka o dětech
foto	0	není fotka
	1	je fotka nebo kresba

zdroj: autorka na základě kódovacího manuálu (Šťasná, Miovský a Novák, 2009)

4.5.4 Doplnující proměnné

K proměnným definovaným v kódovacím manuálu jsem přidala další proměnné. Proměnná **stereotyp** sleduje, zda se v článku vyskytují stereotypní výroky. Kódovány byly stereotypy, které byly již dříve zmíněné v teoretické části mé práce. Proměnná **škodlivost alkoholu** se zaměřuje na to, jestli se v článku explicitně upozorňuje na škodlivé účinky alkoholu. Proměnná **vykreslení uživatele** identifikuje, jakým

způsobem je konzument alkoholu autorem popisován a hodnocen. Proměnná **těhotenství** sleduje zmínky o těhotenství ve spojení s konzumací alkoholu.

Tabulka 4: Doplňující informace

Název proměnné	Hodnoty	Název hodnoty
stereotyp	0	není
	1	je
škodlivost alkoholu	0	není uvedena
	1	je uvedena
vykreslení uživatele	1	výhradně negativní
	2	spíše negativní
	3	neutrální
	4	spíše pozitivní
	5	výhradně pozitivní
těhotenství	0	není zmíněno
	1	je zmíněno

zdroj: autorka

4.6 Diskuse omezení dat a metod

Můj výzkumný projekt je omezen především jeho reduktivní povahou, jelikož jsou vstupní data získávána reduktivním způsobem. V rámci mé práce nebudou analyzována všechna mediální sdělení, ale vzhledem k časovým, ekonomickým a technologickým limitacím, je analýze podroben pouze redukovaný výběr vzorku z těchto sdělení, dle výše uvedeného klíče.

Určité limitace plynou z použití kódovacího manuálu (Šťasná, Miovský a Novák, 2009), který má předem fixně stanovené kategorie, které jsou při analýze sledovány. Není tedy možné pracovat flexibilně a může tak dojít v rámci analýzy k opomenutí určitých specifických jevů, na které není kódovací manuál schopen reagovat (Renzetti, Curran a Gjurič, 2003).

5 OBRAZ UŽIVATELŮ ALKOHOLU V ČESKÉM ZPRAVODAJSTVÍ

V této kapitole představuji výsledky kvantitativní obsahové analýzy. Články, které referovaly o konzumentech alkoholu jako o ženě nebo o muži bylo 141 z celkového počtu 341 sdělení, která byla v rámci práce kódována. V 93 článcích figurovali mužští konzumenti, což je 66 % z tohoto výběru. Ženy byly popisovány jako konzumentky ve 48 sděleních, která tvoří 34 % z článků, které zmiňovaly gender.

Nejdříve se zaměřuji na celkové výsledky analýzy, které ukazují, jakým způsobem zpravodajská média vytvářejí obraz uživatelů alkoholu. Následně prezentuji výsledky zaměřené na to, jakým způsobem vykresluje zpravodajská média obraz uživatelů alkoholu s ohledem na jejich gender. Zaměřuji se na rozdíly mezi médii vytvořeným obrazem mužů a žen, jakožto uživatelů alkoholu.

K popisu využívám tabulky, které jsou zaměřeny na jednotlivé četnosti hodnot daných proměnných. Při prezentování výsledků rozdílů mezi populacemi mužů a žen využívám kontingenční tabulky.

5.1 Četnosti sledovaných znaků

Datum vydání

V rámci výzkumu pracuji s články, které byly vydány v časovém období mezi 2001 a 2020 (viz Tabulka 30). Rozdíl v četnostech článků byl vyšší mezi prvními a posledními lety, což je nejspíše způsobeno rozvojem internetového zpravodajství po roce 2000. Do roku 2005 vydávaly své články na internetu pouze čtyři zpravodajské weby ze všech mnou vybraných internetových zdrojů. Nejvíce článků, téměř 13 % ze všech analyzovaných sdělení, se vyskytuje v roce 2012, kdy Českou republikou rezonovala tzv. metanolová kauza. S ohledem na měsíc vydání článku vidíme odchylku četnosti v září, kdy bylo zaznamenáno 14,7 % ze všech sdělení (viz Tabulka 31). Tuto výraznou odchylku bychom mohli opět vysvětlit tím, že má na četnost v tomto měsíci velký vliv metanolová kauza, která v září roku 2012 rezonovala českým mediálním prostředím. V prosinci je zaznamenáno 11,4 % ze všech analyzovaných článků, což se často pojilo s obdobím oslav Vánoc a Silvestra.

Tabulka 5: Kontingenční tabulka četnosti článků za měsíc podle roku publikování

Hodnoty	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	celkem
2001	1	0	0	1	3	2	0	0	0	1	0	0	8
2002	0	0	2	1	0	1	0	1	0	0	1	0	6
2003	2	2	0	0	0	0	2	0	1	2	0	0	9
2004	1	0	1	1	0	0	1	2	0	2	1	3	12
2005	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	6
2006	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	2	2	8
2007	3	1	0	3	1	1	2	1	2	1	0	1	16
2008	0	0	1	1	1	2	1	1	2	0	1	4	14
2009	2	0	1	2	0	2	1	2	1	0	0	3	14
2010	2	1	3	0	1	0	3	2	0	2	0	2	16
2011	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	4	14
2012	3	1	0	0	1	0	3	0	26	3	2	5	44
2013	2	1	4	3	2	0	2	4	2	1	3	0	24
2014	0	1	3	4	1	3	4	1	1	0	1	1	20
2015	2	2	3	2	2	4	3	2	1	2	1	2	26
2016	1	0	0	0	0	1	2	2	0	3	2	1	12
2017	3	3	0	2	1	3	1	0	3	1	4	3	24
2018	2	2	2	3	4	3	0	0	5	1	1	2	25
2019	2	3	1	1	0	1	0	1	3	4	4	3	23
2020	2	4	1	1	2	1	5	0	1	1	0	2	20
celkem	30	22	23	27	21	25	31	23	50	26	24	39	341

zdroj: autorka

Informace o médiu

Na identifikaci médií se v rámci mé práce zaměřovaly dvě proměnné. První se zajímala o to, zda médium je v tištěné či internetové formě. Druhá proměnná již identifikuje dané médium prostřednictvím jeho názvu.

Do analýzy mi vstupovala jak tištěná, tak i internetová média. Celkově tištěná zpravodajská média tvořila 37 % a internetové zpravodajské weby 63 % ze všech analyzovaných článků (viz Tabulka 32). Převaha internetových webů by se dala vysvětlit tím, že analýze bylo podrobena celkem 15 zpravodajských webů, zatímco tištěných médií bylo pouze sedm. Převahu internetových zdrojů vysvětluje také jejich rychlejší vydávání aktuálních zpráv, kdy často stejné články se objevovaly typicky o den dříve na internetových zpravodajských webech než v tištěných denících. Z důvodu duplicit článků tak byla pozdější identická sdělení v tištěných médiích z analýzy vyloučena.

Tištěné zdroje zmiňovaly ženy jako uživatelky ve 21 případech, mužské konzumenty ve 33 sděleních. V tomto případě tedy se muži vyskytovali v tištěných článcích v 61,1 % sdělení, ženy byly zmíněny ve 38,9 % článků z tisku. Internetová média zmiňovala obě kategorie více, ženy ve 48 případech, muže v 93 článcích. Na zpravodajských webech tak byli mužští konzumenti zastoupeni v 69 %, ženy figurovaly ve 31 % sděleních. Celkově v mužské populaci tak převažovaly články z internetových zdrojů, což tvořilo 64,5 % všech sděleních o konzumaci alkoholu mužem. V ženské populaci také převažovala internetová zpravodajská média, přesněji tvořila 56,3 % ze všech článků, které referovaly o alkoholu ve spojitosti s jeho konzumací ženou.

Tabulka 6: Kontingenční tabulka typu média v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Tisk	absolutní četnost	21	33	54
	relativní četnost v proměnné [%]	38,9	61,1	100
	relativní četnost v populaci [%]	43,8	35,5	38,3
Internet	absolutní četnost	27	60	87
	relativní četnost v proměnné [%]	31	69	100
	relativní četnost v populaci [%]	56,3	64,5	61,7
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Nejvíce článků do analýzy vstupovalo z Mladé fronty DNES, a to 18,5 % všech kódovaných sdělení (viz Tabulka 33). Internetový portál denik.cz poskytl do analýzy 14,1 % článků. Třetím nejvíce zastoupeným médiem v mé analýze je webový portál blesk.cz s 10,9 % článků. Nejméně článků bylo kódováno od zpravodajského portálu cnn.iprima.cz, což by se dalo vysvětlit především s ohledem na jeho vznik až v roce 2020.

O konzumentech na základě jejich genderu psalo celkem 18 médií z 22 sledovaných. Nejvíce článků poskytla Mladá Fronta Dnes, a to 31 ze 141 článků, což je 22 %. Druhé nejvíce zastoupené médium je internetový portál denik.cz, s 23 sděleními, která tvoří 16,3 % z článků referujících o mužích či ženách. S 21 články následuje internetový portál blesk.cz, který tvoří 14,9 % sdělení. Sdělení o mužských konzumentech alkoholu převažují téměř ve všech médiích, kromě Hospodářských novin, blesk.cz a aha.cz, kde dominují ženské konzumentky. Mužští konzumenti byli nejvíce zmiňováni v MF Dnes a denik.cz, shodně tato dvě média tvořila 20,4 % ze všech článků

zaměřující se na konzumenty muže. V ženské populaci nejvíce článků pocházelo z internetového média blesk.cz, a to 27,1 % ze všech sdělení o ženských uživatelkách.

Tabulka 7: Kontingenční tabulka názvu média v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
aktualne.cz	absolutní četnost	1	2	3
	relativní četnost v proměnné [%]	33,3	66,7	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	2,2	2,1
blesk.cz	absolutní četnost	13	8	21
	relativní četnost v proměnné [%]	61,9	38,1	100
	relativní četnost v populaci [%]	27,1	8,6	14,9
ct24.cz	absolutní četnost	0	2	2
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	2,2	1,4
denik.cz	absolutní četnost	4	19	23
	relativní četnost v proměnné [%]	17,4	82,6	100
	relativní četnost v populaci [%]	8,3	20,4	16,3
echo24.cz	absolutní četnost	1	1	2
	relativní četnost v proměnné [%]	50	50	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	1,1	1,4
irozhlas.cz	absolutní četnost	1	8	9
	relativní četnost v proměnné [%]	11,1	88,9	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	8,6	6,4
lidovky.cz	absolutní četnost	2	5	7
	relativní četnost v proměnné [%]	28,6	71,4	100
	relativní četnost v populaci [%]	4,2	5,4	5
novinky.cz	absolutní četnost	3	7	10
	relativní četnost v proměnné [%]	30	70	100
	relativní četnost v populaci [%]	6,3	7,5	7,1
reflex.cz	absolutní četnost	0	2	2
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	2,2	1,4
seznamzpravy.cz	absolutní četnost	0	1	1
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	1,1	0,7
tn.cz	absolutní četnost	2	5	7
	relativní četnost v proměnné [%]	28,6	71,4	100
	relativní četnost v populaci [%]	4,2	5,4	5
Blesk	absolutní četnost	1	3	4
	relativní četnost v proměnné [%]	25	75	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	3,2	2,8
Hospodářské noviny	absolutní četnost	2	0	2
	relativní četnost v proměnné [%]	100	0	100

	relativní četnost v populaci [%]	4,2	0	1,4
Lidové noviny	absolutní četnost	1	2	3
	relativní četnost v proměnné [%]	33,3	66,7	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	2,2	2,1
MF Dnes	absolutní četnost	12	19	31
	relativní četnost v proměnné [%]	38,7	61,3	100
	relativní četnost v populaci [%]	25	20,4	22
Právo	absolutní četnost	3	6	9
	relativní četnost v proměnné [%]	33,3	66,7	100
	relativní četnost v populaci [%]	6,3	6,5	6,4
Aha!	absolutní četnost	2	0	2
	relativní četnost v proměnné [%]	100	0	100
	relativní četnost v populaci [%]	4,2	0	1,4
Sport	absolutní četnost	0	3	3
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	3,2	2,1
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Informace o zdroji

Informace o zdroji tvořily celkem dvě proměnné. První z nich je proměnná informace o zdroji, která referuje o míře konkrétnosti autora o zdroji a nabývá hodnot od naprosté absence zdroje informací v článků až po uvedení úplných či přesných zdrojů. Druhá proměnná se již zaměřuje na rozlišení zdroje. Hodnoty tvoří název či označení zdroje informací, na které autor článku odkazuje.

V analyzovaných člancích se nejčastěji, přesněji u 61,6 % ze všech článků, vyskytoval neúplný zdroj informací (viz Tabulka 34). Většinou články obsahovaly dostatek údajů pro bližší identifikaci zdroje a vyhledání více informací. V 30,8 % článků se vyskytovaly pouze vágní či obecné informace o zdroji, kdy nebylo možné blíže tento zdroj identifikovat. Typicky šlo o případy, kdy se jednalo o obecné informace o úkonech policie či o výsledcích průzkumů a studií zaměřených na alkoholovou tematiku.

U populace mužů i žen se nejvíce vyskytovaly neúplné informace o zdroji. Úplný a přesný zdroj informací se vyskytl pouze u žen i u mužů v jednom případě. Zdroj chyběl častěji, když bylo referováno o konzumentovi jako o ženě. V ženské populaci neměly uvedený zdroj 12,5 % článků, v mužské populaci tomu bylo u 5,4 % sdělení. To je

i spojeno s předchozí proměnnou, kde ženské konzumentky dominovaly hned ve dvou bulvárních médiích, která často své zdroje neuvádí.

Tabulka 8: Kontingenční tabulka informací o zdroji v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Chybí	absolutní četnost	6	5	11
	relativní četnost v proměnné [%]	54,5	45,5	100
	relativní četnost v populaci [%]	12,5	5,4	7,8
Vágní, obecný	absolutní četnost	19	30	49
	relativní četnost v proměnné [%]	38,8	61,2	100
	relativní četnost v populaci [%]	39,6	32,3	34,8
Neúplný	absolutní četnost	22	57	79
	relativní četnost v proměnné [%]	27,8	72,2	100
	relativní četnost v populaci [%]	45,8	61,3	56
Úplný, přesný	absolutní četnost	1	1	2
	relativní četnost v proměnné [%]	50	50	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	1,1	1,4
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Nejčastěji byla jako zdroj uváděna kategorie policie, hasič, celník, prokurátor a soudce, a to v 21,1 % kódovaných obsahů (viz Tabulka 35). Následovaly poté sdělení, která měla zdroje ve výzkumech, studiích, anketách a průzkumech, kdy se jednalo o 12 % ze všech článků. Dalším významným zdrojem informací v člancích byl sám autor, a to v 11,7 % případů.

Nejčastějším zdrojem o konzumaci alkoholu mužem nebo ženou byla policie, hasič, celník, prokurátor či soudce, a to ve 29,8 % sdělení. Typicky se v rámci těchto článků vyskytovala určitá identifikace osoby, což často zahrnovalo právě i gender konzumenta. V mužské populaci se nejčastěji objevovali jako zdroj informací právě policie, hasič, celník, prokurátor či soudce, tyto články tvořily 37,6 % sdělení. U ženských uživatelů je tento zdroj až třetí v pořadí četnosti s 14,6 %. V ženské populaci byl jako zdroj nejčastěji uváděn autor článku, a to v 18,8 % sděleních o ženách uživatelkách. Tento zdroj je u mužských konzumentů na druhém místě v četnosti s 11,8 %.

Tabulka 9: Kontingenční tabulka rozlišení zdroje v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
ČTK	absolutní četnost	1	4	5
	relativní četnost v proměnné [%]	20	80	100

	relativní četnost v populaci [%]	2,1	4,3	3,5
Jiná tisková agentura	absolutní četnost	1	0	1
	relativní četnost v proměnné [%]	100	0	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	0	0,7
Výzkum, studie, anketa, průzkum	absolutní četnost	4	5	9
	relativní četnost v proměnné [%]	44,4	55,6	100
	relativní četnost v populaci [%]	8,3	5,4	6,4
Odborná společnost	absolutní četnost	1	2	3
	relativní četnost v proměnné [%]	33,3	66,7	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	2,2	2,1
Zpráva v jiných médiích	absolutní četnost	8	4	12
	relativní četnost v proměnné [%]	66,7	33,3	100
	relativní četnost v populaci [%]	16,7	4,3	8,5
Policie, hasič, celník, prokurátor, soudce	absolutní četnost	7	35	42
	relativní četnost v proměnné [%]	16,7	83,3	100
	relativní četnost v populaci [%]	14,6	37,6	29,8
Pomáhající pracovník nepracující v oblasti drogové problematiky	absolutní četnost	4	5	9
	relativní četnost v proměnné [%]	44,4	55,6	100
	relativní četnost v populaci [%]	8,3	5,4	6,4
Pomáhající pracovník pracující v oblasti drogové problematiky	absolutní četnost	5	2	7
	relativní četnost v proměnné [%]	71,4	28,6	100
	relativní četnost v populaci [%]	10,4	2,2	5
Politik, mluvčí ministerstva	absolutní četnost	0	6	6
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	6,5	4,3
Legální výrobce, distributor, prodejce, reklamní agentura	absolutní četnost	0	1	1
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	1,1	0,7
Uživatel	absolutní četnost	6	3	9
	relativní četnost v proměnné [%]	66,7	33,3	100
	relativní četnost v populaci [%]	12,5	3,2	6,4
Pachatel	absolutní četnost	1	1	2
	relativní četnost v proměnné [%]	50	50	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	1,1	1,4
Soukromá osoba	absolutní četnost	0	5	5
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	5,4	3,5
Autor článku	absolutní četnost	9	11	20
	relativní četnost v proměnné [%]	45	55	100
	relativní četnost v populaci [%]	18,8	11,8	14,2
Zpravodaj, spolupracovník	absolutní četnost	0	6	6
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	6,5	4,3
	absolutní četnost	1	3	4

Známa osoba (herec, umělec, zpěvák)	relativní četnost v proměnné [%]	25	75	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	3,2	2,8
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Styl

Styl psaní článku poskytuje informace o tom, jakým způsobem byl článek napsán. Zda uvádí fakta bez komentáře autora, či naopak obsahuje názorová stanoviska daného autora. V rámci této proměnné jsem rozlišovala mezi zpravodajským a publicistickým stylem psaní.

V analýze 75,7 % článků je napsáno zpravodajským stylem, tedy jsou konstatována pouze fakta bez komentáře autora (viz Tabulka 36). Typicky se jednalo o zprávy o policejních zásazích nebo o popis aktuálních průzkumů veřejného mínění či statistických dat. Znaky publicistického stylu vykazovalo 24,3 % ze všech kódovaných článků.

U obou populací převažuje zpravodajský styl psaní článků. U mužů je procento zastoupení zpravodajských článků vyšší než u žen. Konkrétně u mužů je to 73,6 % ze článků referujících o mužích jakožto konzumentech alkoholu. U žen tomu je tak v 62,5 % sděleních o uživatelkách alkoholu.

Tabulka 10: Kontingenční tabulka stylu psaní článků v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Zpravodajský	absolutní četnost	30	67	97
	relativní četnost v proměnné [%]	30,9	69,1	100
	relativní četnost v populaci [%]	62,5	73,6	69,8
Publicistický	absolutní četnost	18	24	42
	relativní četnost v proměnné [%]	42,9	57,1	100
	relativní četnost v populaci [%]	37,5	26,4	30,2
Celkem	absolutní četnost	48	91	39
	relativní četnost v proměnné [%]	34,5	65,5	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Forma

Tato proměnná se zaměřuje na formu, jakým způsobem byly dané informace podány. Nejčastěji se sdělení vyskytovala ve formě informací, a to v 78,3 % (viz Tabulka 37).

Již v menším zastoupení, konkrétněji v 10,9 % sdělení se nacházely články ve formě názoru autora. Další formy, které se objevily v analyzovaných člancích byly reportáže ve 4,7 % a rozhovory či debaty ve 4,4 % člancích.

Nejčastější forma sdělení byla informace, a to ve 73,8 % článků zaměřujících se na sdělení o mužích a ženách, jakožto uživatelích alkoholu.

Tabulka 11: Kontingenční tabulka formy sdělení v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Informace	absolutní četnost	33	71	104
	relativní četnost v proměnné [%]	31,7	68,3	100
	relativní četnost v populaci [%]	68,8	76,3	73,8
Rozhovor, debata	absolutní četnost	4	2	6
	relativní četnost v proměnné [%]	66,7	33,3	100
	relativní četnost v populaci [%]	8,3	2,2	4,3
Anketa	absolutní četnost	1	0	1
	relativní četnost v proměnné [%]	100	0	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	0	0,7
Názor autora	absolutní četnost	6	11	17
	relativní četnost v proměnné [%]	35,3	64,7	100
	relativní četnost v populaci [%]	12,5	11,8	12,1
Reportáž	absolutní četnost	4	9	13
	relativní četnost v proměnné [%]	30,8	69,2	100
	relativní četnost v populaci [%]	8,3	9,7	9,2
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Orientace článku

Proměnná informuje o jisté orientaci článku ve smyslu jeho zaměření. Zajímá se, zda článek je primárně zaměřen na drogovou problematiku, anebo ji zmiňuje pouze okrajově.

Analyzované články v 90,3 % měly jako předmět zájmu právě alkoholovou problematiku (viz Tabulka 38). Toto vysoké zastoupení si vysvětlují tím, že při samotném výběru článků do analýzy byla stanovena kritéria, která se snažila dosáhnout, co nejvyšší relevantnosti článku pro obraz alkoholu a jeho uživatelů. Domnívám se, že kritérium, aby článek měl slovo alkohol v nadpisu, vedlo právě k vysokému zastoupení sdělení, která měla jako hlavní téma právě alkoholovou problematiku.

S ohledem na předmět článků na tom byly obě populace téměř shodně. Předmětem článku byla drogová tematika v 87,1 % ve sděleních o mužích a v 87,5 % člancích referujících o ženách jakožto konzumentkách.

Tabulka 12: Kontingenční tabulka orientace příspěvku v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Předmětem článku je drogová problematika	absolutní četnost	42	81	123
	relativní četnost v proměnné [%]	34,1	65,9	100
	relativní četnost v populaci [%]	87,5	87,1	87,2
Drogová problematika zmíněna okrajově	absolutní četnost	6	12	18
	relativní četnost v proměnné [%]	33,3	66,7	100
	relativní četnost v populaci [%]	12,5	12,9	12,8
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Uživatelé

Na uživatele alkoholu jsou zaměřeny tři proměnné v rámci mé práce. První proměnná rozlišuje uživatele alkoholu s ohledem na jejich věk či profesi. Druhá proměnná již mapuje pohlaví uživatele. Třetí proměnná se zabývá tím, jakým způsobem je konzument alkoholu v článku vykreslován.

Nejvíce bylo v člancích referováno o uživatelích jako o dospělých osobách (viz Tabulka 39). Tedy se jednalo o více jedinců, kteří byli starší 18 let, a to ve 44,6 % sdělení. Následuje kategorie nerozlišeno s 15,2 % článků, která zachycuje uživatele alkoholu, kteří nebyli nikterak specifikováni. Typicky se jedná o články, které prezentují výsledky statistických šetření a referují o konzumentech například s ohledem na jejich národnost. V 8,8 % sděleních se vyskytovali jako uživatelé alkoholu dohromady dospělí i mladiství či děti.

Při bližším zaměření se na gender uživatelů, lze sledovat, že identity mužských konzumentů jsou diverznější, než je tomu tak u žen. Mužští uživatelé byly popisováni pouze podle jejich genderu ve 29 % případů referujících o mužských konzumentech. Ženské uživatelky dostaly identity ženy či matky v 54,2 % článků zaměřených na ženy. U mužských konzumentů byla častěji uváděna profese muže než u žen uživatelék. Věková kategorie mladiství i děti se častěji vyskytovaly ve sděleních pojednávajících o ženách konzumentkách než u mužů.

Tabulka 13: Kontingenční tabulka uživatelů alkoholu v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Dospělí	absolutní četnost	14	34	48
	relativní četnost v proměnné [%]	29,2	70,8	100
	relativní četnost v populaci [%]	29,2	36,6	34
Mladiství	absolutní četnost	2	2	4
	relativní četnost v proměnné [%]	50	50	100
	relativní četnost v populaci [%]	4,2	2,2	2,8
Děti	absolutní četnost	3	3	6
	relativní četnost v proměnné [%]	50	50	100
	relativní četnost v populaci [%]	6,3	3,2	4,3
Děti/mladiství i dospělí	absolutní četnost	0	1	1
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	1,1	0,7
žena, matka	absolutní četnost	26	0	26
	relativní četnost v proměnné [%]	100	0	100
	relativní četnost v populaci [%]	54,2	0	18,4
muž	absolutní četnost	0	27	27
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	29	19,1
Policie, celníci, vojáci	absolutní četnost	0	2	2
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	2,2	1,4
Politik, prezident, starosta, ministr, královna	absolutní četnost	0	3	3
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	3,2	2,1
Lékař	absolutní četnost	1	0	1
	relativní četnost v proměnné [%]	100	0	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	0	0,7
Herec, malíř, umělec	absolutní četnost	1	4	5
	relativní četnost v proměnné [%]	20	80	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	4,3	3,5
Sportovec	absolutní četnost	0	7	7
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	7,5	5
Bezdomovec	absolutní četnost	0	6	6
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	6,5	4,3
Nerozlišeno	absolutní četnost	1	4	5
	relativní četnost v proměnné [%]	20	80	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	4,3	3,5

Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

S ohledem na pohlaví konzumentů alkoholu bylo nejčastěji referováno o ženách i mužích dohromady, a to ve 46 % případech (viz Tabulka 40). Šlo typicky o články, které zprostředkovávaly statistická šetření, kde jsou často rozlišeni konzumenti s ohledem na jejich pohlaví. Ve 27,3 % článků se objevovali muži jako konzumenti, zatímco ženy figurovaly pouze ve 14,1 % článků. Tento rozdíl by se dal vysvětlit tím, že statistická šetření dlouhodobě ukazují, že muži mnohonásobně více konzumují alkohol než ženy (*Statistická ročenka České republiky, 2020; Česká republika v mezinárodním srovnání, 2021*).

Účinky akutní intoxikace

Proměnná identifikuje účinky akutní intoxikace alkoholem, tedy informuje o účincích na konzumenta bezprostředně po požití alkoholu či vlivem užití alkoholu. O těchto účincích bylo referováno ve 212 člancích, což je 62 % ze všech článků.

Nejčastěji, ve 35,4 % kódovaných článků, byly zmiňovány jako akutní účinky intoxikace zdravotní problémy (viz Tabulka 42). Druhý nejvíce zmiňovaný účinek akutní intoxikace byl psychický účinek, který se vyskytoval ve 26,9 % kódovaných sdělení. Typicky se jednalo o články, které popisovaly změnu psychických funkcí a procesů konzumenta v návaznosti na intoxikaci. Následovala také kategorie smrt, která byla zmíněna v 17,9 % skórovaných článků jako akutní účinek intoxikace alkoholu. Velký podíl na této četnosti má metanolová aféra, která si vyžádala desítky životů, a tak se i promítla do této kategorie.

V rámci proměnné účinky akutní intoxikace alkoholu bylo referováno o mužích a ženách v devadesáti člancích, což tvoří 63,8 % ze všech článků referujících o konzumaci alkoholu s odkazem na gender. V rámci mužské populace byly akutní účinky akutní intoxikace zmíněny u 60,2 % případů, kdy se sdělení zaměřovala na muže, jakožto konzumenty. U žen byly účinky akutní intoxikace identifikovány v 70,8 % článků referujících o ženách konzumentkách. Shodně u mužů i u žen byly nejčastější účinky akutní intoxikace uvedeny zdravotní problémy. U mužů tomu tak bylo ve 28,6 % v rámci článků o mužských konzumentech. U mužské populace byl druhý nejčastěji uvedený

účinek akutní intoxikace smrt, což tvoří 26,8 % ze všech článků zaměřených na muže. U žen byla smrt zmíněna v 5,9 % případů. U ženské populace, druhé nejčastější účinky akutní intoxikace, byly zmiňovány psychické účinky, a to ve 35,3 % článků. U mužů byly psychické účinky zmíněny ve 12,5 % sdělení referujících o mužských konzumentech.

Tabulka 14: Kontingenční tabulka účinky akutní intoxikace v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Zdravotní problémy	absolutní četnost	13	16	29
	relativní četnost v proměnné [%]	44,8	55,2	100
	relativní četnost v populaci [%]	38,2	28,6	32,2
Psychické účinky	absolutní četnost	12	7	19
	relativní četnost v proměnné [%]	63,2	36,8	100
	relativní četnost v populaci [%]	35,3	12,5	21,1
Sociální problémy atp.	absolutní četnost	1	2	3
	relativní četnost v proměnné [%]	33,3	66,7	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,9	3,6	3,3
Smrt	absolutní četnost	2	15	17
	relativní četnost v proměnné [%]	11,8	88,2	100
	relativní četnost v populaci [%]	5,9	26,8	18,9
Trestná činnost	absolutní četnost	3	8	11
	relativní četnost v proměnné [%]	27,3	72,7	100
	relativní četnost v populaci [%]	8,8	14,3	12,2
Dopravní nehody	absolutní četnost	3	8	11
	relativní četnost v proměnné [%]	27,3	72,7	100
	relativní četnost v populaci [%]	8,8	14,3	12,2
Celkem	absolutní četnost	34	56	90
	relativní četnost v proměnné [%]	37,8	62,2	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Účinky dlouhodobé konzumace

Tato proměnná se zaměřuje na dlouhodobé účinky užívání alkoholu. Identifikuje konkrétní důsledky dlouhodobé konzumace alkoholu.

Tyto reference se objevily ve 172 člancích, tedy v 50 % všech článků (viz Tabulka 43). Nejčastěji zmiňované účinky dlouhodobé konzumace alkoholu jsou stejně jako u akutních účinků – zdravotní problémy, přesněji jsou popisovány ve 38,4 % kódovaných článků. Nejčastěji se objevovaly články, které poukazovaly na zdravotní rizika spojená s dlouhodobým užíváním alkoholu, jako je například cirhóza jater či odumírání mozkových buněk člověka. S větším odstupem za zdravotními problémy následuje

závislost jako účinek dlouhodobého užívání alkoholu, a to s relativní četností 15,7 %. Těsně za touto kategorií se nachází sociální problémy, které byly zmíněny jako účinky dlouhodobé konzumace v 15,1 % kódovaných článků. Jednalo se o články, které referovaly o problémech spojených s bezdomovectvím, konflikty mezi partnery anebo o ztrátě zaměstnání v důsledku alkoholové konzumace.

V rámci zaměření se na gender byla proměnná účinky dlouhodobého užívání alkoholu kódována v 59 případech, což je 41,8 % ze všech článků referujících o mužích či ženách jakožto konzumentech alkoholu. U mužské populace byly tyto účinky identifikovány ve 34,4 % sděleních o mužích. U žen byly účinky dlouhodobého užívání zmíněny v 56,3 % článků referujících o ženách jako uživatelkách. Nejčastěji byly zmiňovány jako účinky dlouhodobého užívání zdravotní problémy, a to ve 33,9 %. U mužů byly nejčastěji identifikovány sociální problémy jako účinky dlouhodobého užívání, a to ve 34,4 %, které u žen nebyly zmíněny vůbec. V ženské populaci byly nejčastěji zmiňovány zdravotní problémy, bylo tomu tak v 51,9 % sděleních referujících o ženách konzumentkách, u mužů tomu tak bylo v 18,8 % případů. Dopady na estetický dojem z konzumenta byly identifikovány u žen v 18,5 % a u mužů v 6,3 % sděleních referujících o dané populaci.

Tabulka 15: Kontingenční tabulka účinky dlouhodobého užívání alkoholu v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Zdravotní problémy	absolutní četnost	14	6	20
	relativní četnost v proměnné [%]	70	30	100
	relativní četnost v populaci [%]	51,9	18,8	33,9
Psychické účinky	absolutní četnost	1	0	1
	relativní četnost v proměnné [%]	100	0	100
	relativní četnost v populaci [%]	3,7	0	1,7
Sociální problémy atp.	absolutní četnost	0	11	11
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	34,4	18,6
Smrt	absolutní četnost	1	4	5
	relativní četnost v proměnné [%]	20	80	100
	relativní četnost v populaci [%]	3,7	12,5	8,5
Trestná činnost	absolutní četnost	1	1	2
	relativní četnost v proměnné [%]	50	50	100
	relativní četnost v populaci [%]	3,7	3,1	3,4
Dopravní nehody	absolutní četnost	0	1	1
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100

	relativní četnost v populaci [%]	0	3,1	1,7
Estetické	absolutní četnost	5	2	7
	relativní četnost v proměnné [%]	71,4	28,6	100
	relativní četnost v populaci [%]	18,5	6,3	11,9
Závislost	absolutní četnost	5	4	9
	relativní četnost v proměnné [%]	55,6	44,4	100
	relativní četnost v populaci [%]	18,5	12,5	15,3
Zdravotní benefity	absolutní četnost	0	3	3
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	9,4	5,1
Celkem	absolutní četnost	27	32	59
	relativní četnost v proměnné [%]	45,8	54,2	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Trestné činy a přestupky

Tato proměnná identifikuje, jaké trestné činy či přestupky byly spáchány v souvislosti s alkoholovou konzumací.

Celkem bylo skórováno v rámci této proměnné 118 článků, což je 34,6 % ze všech článků (viz Tabulka 44). Ve 31,4 % případů byla zmíněna výroba a prodej nelegálního alkoholu. Tyto články byly zastoupeny především během probíhající metanolové kauzy na českém území. Dále bylo zmiňováno řízení pod vlivem alkoholu, a to ve 24,6 % článcích, které referovaly o trestné činnosti a přestupcích. Ve 21,2 % článků byla zmiňována ostatní kriminalita, kde se nejčastěji objevovaly přestupky v podobě konzumace alkoholu na místech, kde je to vyhláškou zakázané, anebo konzumace alkoholu osobami, které byly při výkonu profese.

Při zaměření se na gender uživatele se zmínky o trestných činech a přestupcích vyskytovaly v 67 případech, což je 47,5 % ze všech článků zaměřujících se na muže nebo ženy. U mužů byla trestná činnost zmíněna v 54,8 % článků, které referovaly o mužích jakožto konzumentech. U žen tomu tak bylo ve 33,3 % článků zaměřených na ženy uživatelky. Nejčastěji bylo zmiňováno řízení pod vlivem alkoholu, a to ve 28,4 %. Muži konzumenti nejčastěji figurovali právě u řízení pod vlivem alkoholu, což bylo zmíněno ve 31,4 % sděleních referujících o mužích jako konzumentech alkoholu. U žen bylo řízení pod vlivem alkoholu identifikováno v 18,8 % článcích. Nejčastěji v této populaci bylo shodně referováno o prodávání alkoholu mladistvým a výroba a prodej nelegálního

alkoholu, a to ve 25 % sděleních o ženách. Muži také byli často zmiňováni v kontextu výroby a prodeje nelegálního alkoholu, a to přesněji ve 25,5 % článcích o mužích.

Tabulka 16: Kontingenční tabulka trestné činy a přestupky v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Násilná kriminalita	absolutní četnost	2	6	8
	relativní četnost v proměnné [%]	25	75	100
	relativní četnost v populaci [%]	12,5	11,8	11,9
Ostatní kriminalita	absolutní četnost	3	12	15
	relativní četnost v proměnné [%]	20	80	100
	relativní četnost v populaci [%]	18,8	23,5	22,4
Prodávání alkoholu mladistvým	absolutní četnost	4	4	8
	relativní četnost v proměnné [%]	50	50	100
	relativní četnost v populaci [%]	25	7,8	11,9
Řízení pod vlivem	absolutní četnost	3	16	19
	relativní četnost v proměnné [%]	15,8	84,2	100
	relativní četnost v populaci [%]	18,8	31,4	28,4
Výroba a prodej nelegálního alkoholu	absolutní četnost	4	13	17
	relativní četnost v proměnné [%]	23,5	76,5	100
	relativní četnost v populaci [%]	25	25,5	25,4
Celkem	absolutní četnost	16	51	67
	relativní četnost v proměnné [%]	23,9	76,1	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Zaměření – téma

Tato proměnná referuje o zaměření článku. Zajímá se o to, v jakém kontextu je o alkoholu referováno.

Nejčastěji se v článcích objevovalo téma drogové scény, a to ve 37,2 % sděleních (viz Tabulka 45). Typicky šlo o články, které poukazovaly na statistické údaje, jenž mapovaly uživatele alkoholu, jako specifickou populaci. Také se jednalo o články, které se zaměřovaly na trendy v oblasti konzumace alkoholu. Druhé nejčastější zaměření článků byla kategorie policie, blíže se toto téma objevilo v 17,3 % všech článků. V článcích se objevovaly postoje a zásahy policie ve spojitosti s alkoholem, jako jsou například trestné činy spáchané pod vlivem alkoholu. Ve 14,4 % sdělení se objevovala jistá forma preventivních opatření, například ve formě apelu na neužívání, omezení užívání alkoholu či vyhledání pomoci center, které se zaměřují na zneužívání alkoholu.

Nejvíce článků spojovaných s muži nebo ženami jsou zaměřeny drogovou scénou, a to 27 % ze všech článků referujících o mužích či ženách. U mužů byly příspěvky nejčastěji v kontextu policie, což bylo ve 34,4 % ze všech sdělení referujících o mužských konzumentech. U žen tomu tak bylo v 10,4 % případů. Ženské konzumentky nejčastěji figurovaly v článcích zaměřených na drogovou scénou, blíže tomu tak bylo ve 31,3 % sdělení zaměřených na ženy jakožto konzumentky. U této hodnoty muži byli zmíněni ve 24,7 % článcích referujících o mužských konzumentech

Tabulka 17: Kontingenční tabulka zaměření příspěvku v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Protidrogová politika	absolutní četnost	5	8	13
	relativní četnost v proměnné [%]	38,5	61,5	100
	relativní četnost v populaci [%]	10,4	8,6	9,2
Prevence	absolutní četnost	6	5	11
	relativní četnost v proměnné [%]	54,5	45,5	100
	relativní četnost v populaci [%]	12,5	5,4	7,8
Neutrální informace o látce	absolutní četnost	1	2	3
	relativní četnost v proměnné [%]	33,3	66,7	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	2,2	2,1
Opatření omezující nabídku obecně	absolutní četnost	0	1	1
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	1,1	0,7
Policie	absolutní četnost	5	32	37
	relativní četnost v proměnné [%]	13,5	86,5	100
	relativní četnost v populaci [%]	10,4	34,4	26,2
Soudy, parlament, zákony	absolutní četnost	2	6	8
	relativní četnost v proměnné [%]	25	75	100
	relativní četnost v populaci [%]	4,2	6,5	5,7
Reklama	absolutní četnost	1	0	1
	relativní četnost v proměnné [%]	100	0	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	0	0,7
Příběh uživatele	absolutní četnost	13	16	29
	relativní četnost v proměnné [%]	44,8	55,2	100
	relativní četnost v populaci [%]	27,1	17,2	20,6
Drogová scéna	absolutní četnost	15	23	38
	relativní četnost v proměnné [%]	39,5	60,5	100
	relativní četnost v populaci [%]	31,3	24,7	27
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Celkové vyznění obsahu

Tato proměnná referuje o významech, které články alkoholu či jeho užívání dávají, jak explicitně, tak tyto významy vyplývají z jeho kontextu. Další proměnná se zaměřuje na celkové vyznění článku.

Nejčastěji alkohol nebo jeho konzumace figurovala ve sděleních jako faktor, který ohrožuje zdraví či život, a to ve 35,3 % kódovaných sdělení (viz Tabulka 46). Již v menší míře, konkrétně v 16,8 % článků, se vyskytoval alkohol a jeho konzumace ve významu trestného činu anebo porušení zákazu. V 9,7 % případů měl alkohol a jeho užívání význam omezení či ohrožení společnosti. Typicky se jednalo o případy, kdy se alkohol spojoval s nárůstem spotřeby alkoholu, s bezdomovectvím a s konzumací alkoholu mladistvými.

Nejčastěji obsahy článků o mužských nebo ženských uživatelích vyznívaly jako ohrožení života nebo zdraví, a to ve 34,8 % všech sděleních referujících o mužích nebo ženách. U mužské populace nejvíce převažovalo právě toto vyznění, které se objevilo ve 35,5 % článků zaměřených na mužské konzumenty. Stejně tomu tak bylo i v populaci žen, kdy se tento obsah vyskytoval ve 33,3 % sděleních o ženách uživatelkách. Druhým nejčastějším vyzněním článků bylo u obou populací trestný čin a porušení zákazu. U mužských konzumentů tomu tak bylo ve 25,8 % případech, u žen v 18,8 % případů v rámci příslušné populace.

Tabulka 18: Kontingenční tabulka celkové vyznění obsahu v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Lék	absolutní četnost	0	3	3
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	3,2	2,1
Požitek, obohacení, záliba	absolutní četnost	5	6	11
	relativní četnost v proměnné [%]	45,5	54,5	100
	relativní četnost v populaci [%]	10,4	6,5	7,8
Projev svobody, vlastní rozhodnutí	absolutní četnost	1	5	6
	relativní četnost v proměnné [%]	16,7	83,3	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	5,4	4,3
Projev společenského statusu, znak skupiny, životní styl	absolutní četnost	4	7	11
	relativní četnost v proměnné [%]	36,4	63,6	100
	relativní četnost v populaci [%]	8,3	7,5	7,8
	absolutní četnost	1	0	1
	relativní četnost v proměnné [%]	100	0	100

Znak moderní společnosti, měřítko vyspělosti	relativní četnost v populaci [%]	2,1	0	0,7
Zboží (trh)	absolutní četnost	2	0	2
	relativní četnost v proměnné [%]	100	0	100
	relativní četnost v populaci [%]	4,2	0	1,4
Užívání drogy jako nápodoby	absolutní četnost	1	0	1
	relativní četnost v proměnné [%]	100	0	100
	relativní četnost v populaci [%]	2,1	0	0,7
Neznalost (osvěta, nebo názor prozrazující neznalost tématu)	absolutní četnost	2	0	2
	relativní četnost v proměnné [%]	100	0	100
	relativní četnost v populaci [%]	4,2	0	1,4
Ohrožení zdraví, života	absolutní četnost	16	33	49
	relativní četnost v proměnné [%]	32,7	67,3	100
	relativní četnost v populaci [%]	33,3	35,5	34,8
Závislost, nemoc	absolutní četnost	5	5	10
	relativní četnost v proměnné [%]	50	50	100
	relativní četnost v populaci [%]	10,4	5,4	7,1
Ohrožení, omezování společnosti	absolutní četnost	2	7	9
	relativní četnost v proměnné [%]	22,2	77,8	100
	relativní četnost v populaci [%]	4,2	7,5	6,4
Trestný čin, porušení zákazu	absolutní četnost	9	24	33
	relativní četnost v proměnné [%]	27,3	72,7	100
	relativní četnost v populaci [%]	18,8	25,8	23,4
Droga jako zlovyk a slabost	absolutní četnost	0	3	3
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	3,2	2,1
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Celkové vyznění článku – hodnocení

Celkové vyznění článků bylo v 78,9 % sděleních negativní (viz Tabulka 47). Neutrální vyznění obsahu článku bylo ve 12 % skórovaných článků a pozitivní vyznění pouze u 9,1 %.

Při zaměření na gender uživatelů se nikterak zásadně celkové vyznění obsahu článků nemění. Nejčastěji bylo o konzumaci alkoholu muži a ženami psáno s negativním vyzněním, a to v 80,1 % článků zaměřených na muže nebo ženy. Negativně o mužských konzumentech referovalo 79,6 % článků o mužích. U žen bylo negativní vyznění

identifikováno v 81,3 % případů. U mužských konzumentů bylo pozitivní vyznění článků u 9,7 % ze všech článků zaměřených na muže. Zatímco u žen pozitivně vyznívalo 8,3 % článků.

Tabulka 19: Kontingenční tabulka celkového vyznění obsahu článků v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Negativní	absolutní četnost	39	74	113
	relativní četnost v proměnné [%]	34,5	65,5	100
	relativní četnost v populaci [%]	81,3	79,6	80,1
Neutrální	absolutní četnost	5	10	15
	relativní četnost v proměnné [%]	33,3	66,7	100
	relativní četnost v populaci [%]	10,4	10,8	10,6
Pozitivní	absolutní četnost	4	9	13
	relativní četnost v proměnné [%]	30,8	69,2	100
	relativní četnost v populaci [%]	8,3	9,7	9,2
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Titulek článku

První proměnná se zaměřuje na fakt, zda titulek článku odpovídá obsahu sdělení. Další proměnná již identifikuje ladění titulku článku.

V 93,5 % případů titulek článku odpovídal obsahu sdělení (viz Tabulka 48). Převažovalo neutrální ladění titulku, které se vyskytovalo u 48,4 % analyzovaných sdělení (viz Tabulka 49). Negativní ladění titulku bylo zaznamenáno ve 45,7 % článků a pozitivní ladění pouze u 5,9 % sdělení.

V rámci zaměření se na gender uživatelů titulky odpovídají obsahu článků u 90,8 % sdělení zaměřených na muže nebo ženy, jakožto uživatele alkoholu. U žen titulky častěji neodpovídají obsahu oproti mužům, a to ve 12,5 % titulků článků referujících o ženách. U mužů se jedná o 7,5 % titulků, které neodpovídají obsahům článků. Vyznění titulků článků pojednávajících o mužích nebo ženách bylo negativní ve 49,6 % sděleních. U žen tomu tak bylo v 50 % článků referujících o ženách konzumentkách. U mužské populace bylo negativní ladění titulku identifikováno ve 49,5 % sděleních zaměřených na mužské konzumenty. Pozitivní ladění titulku se vyskytovalo u ženské populace ve 4,2 % a u mužské populace ve 4,3 % případů.

Tabulka 20: Kontingenční tabulka ladění titulku v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Odpovídá obsahu	absolutní četnost	42	86	128
	relativní četnost v proměnné [%]	32,8	67,2	100
	relativní četnost v populaci [%]	87,5	92,5	90,8
Obsahu neodpovídá	absolutní četnost	6	7	13
	relativní četnost v proměnné [%]	46,2	53,8	100
	relativní četnost v populaci [%]	12,5	7,5	9,2
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

Tabulka 21: Kontingenční tabulka ladění titulku v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Negativní vyznění titulku	absolutní četnost	24	46	70
	relativní četnost v proměnné [%]	34,3	65,7	100
	relativní četnost v populaci [%]	50	49,5	49,6
Informačně neutrální vyznění titulku	absolutní četnost	22	43	65
	relativní četnost v proměnné [%]	33,8	66,2	100
	relativní četnost v populaci [%]	45,8	46,2	46,1
Pozitivní vyznění titulku	absolutní četnost	2	4	6
	relativní četnost v proměnné [%]	33,3	66,7	100
	relativní četnost v populaci [%]	4,2	4,3	4,3
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Území

Proměnná zachycuje četnost článků, které se zaměřují na události v rámci České republiky, světa či jejich kombinaci.

Většina příspěvků, blíže 72,4 % sdělení, referovala o událostech, které se staly na území našeho státu (viz Tabulka 50). Události ze světa zaujímaly 14,7 % a události, které kombinovaly předchozí kategorie se vyskytovaly ve 12,9 % sděleních.

Nejvíce článků zaměřených na muže nebo ženy referovaly o událostech z České republiky, a to v 66,7 % případů. U mužů tomu tak bylo v 71 %, kdy články referovaly o mužských uživatelích. U ženské populace bylo identifikováno 58,3 % článků, zaměřených na ženy konzumentky na území České republiky. V kategorii ze světa

dominovaly ženy konzumentky s 22,9 % článků referujícími o ženách. U mužů ze světa bylo identifikováno 17,2 % sdělení.

Tabulka 22: Kontingenční tabulka území v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
ČR	absolutní četnost	28	66	94
	relativní četnost v proměnné [%]	29,8	70,2	100
	relativní četnost v populaci [%]	58,3	71	66,7
Ze světa	absolutní četnost	11	16	27
	relativní četnost v proměnné [%]	40,7	59,3	100
	relativní četnost v populaci [%]	22,9	17,2	19,1
Svět i ČR (např. EU)	absolutní četnost	9	11	20
	relativní četnost v proměnné [%]	45	55	100
	relativní četnost v populaci [%]	18,8	11,8	14,2
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Strana – umístění článku

Tato proměnná ukazuje, na které straně se dané sdělení nacházelo. Strategicky byly strany rozděleny do kategorií po pěti stranách, aby prezentace dat byla přehlednější. Je také nutné uvést fakt, že na internetových zpravodajských webech se strany většinou neuvádějí. Celkem tak tato proměnná byla kódována ve 126 případech, což je 37 % ze všech analyzovaných článků (viz Tabulka 51).

Nejčastěji se články spojené s alkoholovou problematikou nacházely na prvních pěti stranách, a to v 58,7 % případech. Se zvyšující se stranou se jejich četnost snižovala, kromě mírné výchyly v kategorii od šestnácté do dvacáté strany.

Pokud byla informace o umístění článku zmíněna, tak se nejčastěji jednalo o první až pátou stranu, kde se články o mužích nebo ženách jakožto uživatelích nacházely, přesněji v 61,1 % případů. U mužů se jednalo o 54,5 % článků referujících o mužích jako konzumentech. U žen tomu tak bylo v 71,4 % článků referujících o ženách uživatelkách.

Tabulka 23: Kontingenční tabulka strana umístění v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
1 až 5	absolutní četnost	15	18	33
	relativní četnost v proměnné [%]	45,5	54,5	100
	relativní četnost v populaci [%]	71,4	54,5	61,1

6 až 10	absolutní četnost	3	9	12
	relativní četnost v proměnné [%]	25	75	100
	relativní četnost v populaci [%]	14,3	27,3	22,2
11 až 15	absolutní četnost	2	1	3
	relativní četnost v proměnné [%]	66,7	33,3	100
	relativní četnost v populaci [%]	9,5	3,0	5,6
16 až 20	absolutní četnost	1	3	4
	relativní četnost v proměnné [%]	25	75	100
	relativní četnost v populaci [%]	4,8	9,1	7,4
21 a více	absolutní četnost	0	2	2
	relativní četnost v proměnné [%]	0	100	100
	relativní četnost v populaci [%]	0	6,1	3,7
Celkem	absolutní četnost	21	33	54
	relativní četnost v proměnné [%]	38,9	61,1	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Děti v článku

Proměnná děti v článku informuje o tom, zda byly v rámci článku zmíněny děti. Jedná se o znak, který sleduje, zda v článku byly zmíněny děti. Tato proměnná je v jisté návaznosti na proměnou stereotyp, kdy v literatuře zabývající se stereotypizací v mediálním prostředí se často hovoří o spojení matky s dítětem (Valdrová, 2001). Ukázalo se, že zmínka o dětech se vyskytuje celkem ve 20,8 % sděleních (viz Tabulka 52).

Při zaměření se na gender byly děti zmíněny v 17 % článků zaměřených na mužské a ženské uživatele. U mužské populace děti figurovaly ve 9,7 % případech. U článků zaměřených na ženy jakožto konzumentky se děti vyskytovaly ve 31,3 % případech.

Tabulka 24: Kontingenční tabulka děti v článku v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Není zmínka o dětech	absolutní četnost	33	84	117
	relativní četnost v proměnné [%]	28,2	71,8	100
	relativní četnost v populaci [%]	68,8	90,3	83
Je zmínka o dětech	absolutní četnost	15	9	24
	relativní četnost v proměnné [%]	62,5	37,5	100
	relativní četnost v populaci [%]	31,3	9,7	17
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Fotografie

Proměnná fotografie zase ukazuje, v kolika člancích se vyskytovala fotografie nebo kresba. Nutno dodat, že v rámci Newton Media Search se nezobrazují fotografie, a tak byly poskytovány pouze popisy fotografií. Fotografie či kresba byla přítomna u 24,9 % analyzovaných sdělení (viz Tabulka 53).

Fotografie nebo kresba se vyskytovala u 23,4 % sdělení zaměřených na muže nebo ženy jakožto uživatele alkoholu. Fotografie, pokud se v článku vyskytovala, se častěji objevovala u článků zaměřených na ženy konzumentky, a to ve 27,1 % článků. U mužských uživatelů byly zaznamenány ve 21,5 % článků zaměřených na muže jako konzumenty.

Tabulka 25: Kontingenční tabulka fotografie nebo kresba v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Není fotka	absolutní četnost	35	73	108
	relativní četnost v proměnné [%]	32,4	67,6	100
	relativní četnost v populaci [%]	72,9	78,5	76,6
Je fotka nebo kresba	absolutní četnost	13	20	33
	relativní četnost v proměnné [%]	39,4	60,6	100
	relativní četnost v populaci [%]	27,1	21,5	23,4
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Mediální stereotypy

Proměnná stereotyp se zaměřuje na stereotypy ve sděleních ve spojení s alkoholovou konzumací. Stereotypy byly přítomné u 7,6 % kódovaných sdělení (viz Tabulka 54).

Blíže byly mediální stereotypy identifikovány v 9,2 % sděleních zmiňujících muže nebo ženy ve spojitosti s konzumací alkoholu. U mužů se vyskytovaly ve 3,2 % sděleních zaměřených na mužské konzumenty. Ve všech případech byla alkoholová konzumace vykreslena jako něco přímo propojeného s maskulinitou, a tedy je od muže očekávána a společností chápána. U ženské populace byly stereotypy zaznamenány ve 20,8 % článků o ženách jako konzumentkách. Typicky se jednalo o stereotypy, které konzumaci alkoholu ženou vykreslovaly jako maskulinní nebo ve spojitosti se sexuální dostupností ženy

Tabulka 26: Kontingenční tabulka stereotyp v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Není	absolutní četnost	38	90	128
	relativní četnost v proměnné [%]	29,7	70,3	100
	relativní četnost v populaci [%]	79,2	96,8	90,8
Přítomen	absolutní četnost	10	3	13
	relativní četnost v proměnné [%]	76,9	23,1	100
	relativní četnost v populaci [%]	20,8	3,2	9,2
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Vykreslení uživatel

Pokud bychom se zaměřili na vykreslení uživatele, tak se v článcích nejčastěji vyskytovaly neutrální reference o uživateli, a to v 58,1 % případů (viz Tabulka 41). Opět tato vysoká relativní četnost by se dala vysvětlit množstvím statistických údajů, která často nebyla zatížena hodnocením daných uživatelů. Další články, které nebyly typicky hodnotící k uživateli byly články zaměřené na působení alkoholu jako psychoaktivní látky. Avšak ve 36,4 % sdělení bylo referováno o konzumentech negativně, především ve spojení s trestnými činy a přestupky. Pozitivně byli konzumenti alkoholu vykresleni v 5,6 % článků.

I při bližším zaměření na gender byli nejčastěji uživatelé vykreslováni neutrálně. Mužští konzumenti byli ve 38,7 % vykresleni negativně. U žen tomu tak bylo ve 43,8 % sděleních zaměřených na tuto populaci. Pozitivně byli muži konzumenti vykresleni v 7,5 % článků zaměřených na muže. Ženy byly pozitivně vykresleny ve 4,2 % případech.

Tabulka 27: Kontingenční tabulka vykreslení uživatele v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Negativní	absolutní četnost	21	36	57
	relativní četnost v proměnné [%]	36,8	63,2	100
	relativní četnost v populaci [%]	43,8	38,7	40,4
Neutrální	absolutní četnost	25	50	75
	relativní četnost v proměnné [%]	33,3	66,7	100
	relativní četnost v populaci [%]	52,1	53,8	53,2
Pozitivní	absolutní četnost	2	7	9
	relativní četnost v proměnné [%]	22,2	77,8	100
	relativní četnost v populaci [%]	4,2	7,5	6,4
Celkem	absolutní četnost	48	93	141

	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Informace o škodlivosti alkoholu

Proměnná informace o škodlivosti alkoholu poukazuje na četnost sdělení, kde se objevilo explicitní upozornění na škodlivost konzumace alkoholu. Ukázalo se, že na škodlivost alkoholu bylo přímo poukázáno ve 26,1 % článků (viz Tabulka 55).

O škodlivosti alkoholu explicitně informovalo 16,3 % článků zaměřených na mužské nebo ženské uživatele. U mužů se jednalo o 10,8 % sděleních. U ženské populace byly tyto informace identifikovány ve 27,1 % článků referujících o ženách uživatelkách.

Tabulka 28: Kontingenční tabulka Informace o škodlivosti alkoholu v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Není zmíněno	absolutní četnost	35	83	118
	relativní četnost v proměnné [%]	29,7	70,3	100
	relativní četnost v populaci [%]	72,9	89,2	83,7
Je zmíněno	absolutní četnost	13	10	23
	relativní četnost v proměnné [%]	56,5	43,5	100
	relativní četnost v populaci [%]	27,1	10,8	16,3
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

Těhotenství

Proměnná těhotenství ukazuje četnost zmínění těhotenství ve spojitosti s konzumací alkoholu. Bylo tomu tak v 9,4 % všech kódovaných sděleních (viz Tabulka 56).

Pokud se jednalo o články zaměřené na muže nebo ženy, tak bylo těhotenství zmíněno v 8,5 % článků. U žen bylo zmíněno těhotenství ve 22,9 % případech, kde se referovalo o ženách jako konzumentkách alkoholu. Především šlo o články, které se zabývaly škodlivostí alkoholové konzumace na vyvíjející se plod. V této proměnné byly zmiňovány ženy v 91,7 % všech sdělení, která zmínila těhotenství. Jeden článek se také objevil ve spojitosti s mužským konzumentem, kdy se jednalo o výzkum, který pojednával o impaktu konzumace alkoholu otce dítěte na plod, který zplodil při intoxikaci.

Tabulka 29: Kontingenční tabulka zmínky o těhotenství v závislosti na genderu

Hodnoty		Žena	Muž	Celkem
Není zmíněno	absolutní četnost	37	92	129
	relativní četnost v proměnné [%]	28,7	71,3	100
	relativní četnost v populaci [%]	77,1	98,9	91,5
Je zmíněno	absolutní četnost	11	1	12
	relativní četnost v proměnné [%]	91,7	8,3	100
	relativní četnost v populaci [%]	22,9	1,1	8,5
Celkem	absolutní četnost	48	93	141
	relativní četnost v proměnné [%]	34	66	100
	relativní četnost v populaci [%]	100	100	100

zdroj: autorka

5.2 Shrnutí výsledků

Nejdříve jsou prezentovány celkové výsledky analýzy. Poté jsou blíže představovány výsledky z bližšího zkoumání obrazu mužů a žen jakožto konzumentů alkoholu.

Z 341 analyzovaných článků jich nejvíce bylo vydáno v roce 2012. Pokud bychom se zaměřili na měsíce, tak to bylo v září a v prosinci. Nejčastěji byly analyzovány články z internetových zpravodajských webů. Nejvíce článků pocházelo z Mladé fronty DNES a z internetového portálu denik.cz. Nejčastěji byly uvedeny zdroje informací neúplné a pocházely od policie, hasičů, celníků, prokurátorů či soudců. Nejvíce článků bylo napsáno zpravodajským stylem ve formě informace. Předmětem článků byla nejčastěji drogová problematika. Nejvíce byli ve sděleních zmiňováni dospělí jako konzumenti alkoholu, s ohledem na pohlaví se jednalo nejčastěji o muže i ženy. Konzumenti alkoholu byli nejčastěji vykresleni neutrálně. Jako nejčastější účinky akutní intoxikace i účinky dlouhodobé konzumace alkoholu byly uváděny zdravotní problémy. Nejvíce zmiňované trestné činy a přestupky byly činnosti spojené s výrobou a prodejem nelegálního alkoholu. Sdělení o konzumentech alkoholu byla nejčastěji zaměřena na drogovou scénu. Nejvíce byl v člancích uváděn alkohol jako faktor, který ohrožuje zdraví a život. Celkové vyznění obsahů článků bylo převážně negativní. Titulky článků většinou odpovídaly obsahu a byly laděny neutrálně. Nejčastěji bylo referováno o událostech z České republiky. Když měl článek uvedené strany, tak se nejvíce článků nacházelo na prvních pěti stranách deníku.

Internetové zdroje zmiňovaly muže nebo ženy častěji než zdroje tištěné. Ženy měly mírně vyšší podíl v tištěných zdrojích oproti mužským konzumentům. Obecně

o mužích nebo ženách nejvíce referovala Mladá fronta Dnes a následoval ji webová stránka denik.cz. Muži konzumenti byli nejčastěji zmiňováni právě shodně v Mladé frontě Dnes a denik.cz. Konzumace ženami se nejčastěji objevovala na webu blesk.cz. Nejčastěji bylo u sdělení identifikující muže nebo ženy uveden neúplný zdroj informací. U článků zaměřených na ženské uživatelky častěji chyběl zdroj informací, než tomu bylo u mužů. Policie, hasič, celník, prokurátor, soudce byl nejčastějším zdrojem informací o konzumaci alkoholu muži nebo ženami. Avšak u ženských uživatelek přesto převažoval jako zdroj informací o konzumaci alkoholu ženami autor článku. Převažuje zpravodajský styl psaní a jako forma sdělení byla identifikována informace. U ženských konzumentek je vyšší podíl publicistického stylu v rámci článků o konzumaci dané populace. Předmětem článků byla u obou populací shodně drogová problematika. Mužští konzumenti byly popisováni diverzněji z pohledu identit uživatelů.

Obecně účinky konzumace alkoholu byly častěji vzpomínány ve spojení s konzumací alkoholu ženami než s muži, výraznější rozdíl byl identifikován u účinků dlouhodobé konzumace. Nejčastější účinky akutní intoxikace alkoholem byly uvedeny zdravotní problémy jak u mužů, tak i u žen. U mužů byla zmiňována smrt čtyřikrát častěji než u žen. Naopak u žen byly zmiňovány psychické účinky téměř třikrát častěji, než tomu bylo u mužů. Účinky dlouhodobého užívání byly také nejčastěji zmiňovány zdravotní problémy. Avšak v populaci mužů byly nejčastěji zmiňovány sociální problémy, které u žen nebyly zmiňovány vůbec. U ženských konzumentek vedly zdravotní problémy, které byly zmiňovány téměř třikrát více než u mužů. Výrazný rozdíl se také objevil v dopadech na estetický dojem z konzumenta, kdy na tento účinek alkoholu bylo u mužů téměř třikrát méně upozorňováno, než tomu tak bylo u žen.

Trestné činy či přestupky byly častěji zmiňovány v člancích referujících o mužích, jakožto konzumentech. Nejčastěji bylo zmiňováno řízení pod vlivem alkoholu, což byl i nejčastější trestný čin či přestupek u mužských konzumentů. U žen byl shodně nejčastěji identifikován trestný čin či přestupek prodej alkoholu nezletilým a výroba a prodej nelegálního alkoholu. První z nich byl zmiňován dokonce více než třikrát častěji než u mužské populace.

Články referujících o mužích nebo ženách se nejčastěji zaměřovaly na drogovou scénu. Stejně tak tomu bylo i pouze v kontextu ženských uživatelek. U mužů bylo nejčastěji zaměření článku spojené s policií, a to více než třikrát více, než tomu tak bylo u ženských konzumentek. Nejčastěji obsah článků o konzumaci alkoholu ve spojení

s muži nebo ženami vyzníval jako ohrožení života či zdraví. Konzumace alkoholu muži nebo ženami vyznívala negativně ve většině článků. Celkové vyznění obsahu bylo mírně negativněji zmiňováno ve spojení s ženami, s muži bylo vyznění naopak mírně pozitivnější.

Titulky článků ve většině odpovídaly obsahu. U mužů odpovídaly obsahu mírně častěji, než tomu tak bylo u ženských uživatelů. Ladění titulků bylo častěji negativní než pozitivní a u populace mužů i žen byly četnosti téměř bez rozdílů. Nejčastěji články zaměřené na muže nebo ženy konzumenty referovaly o událostech z České republiky. Podíl článků ze světa měly mírně vyšší ženy než muži. Články referující o mužích nebo ženách, pokud byla uvedena strana, se nejčastěji objevovaly na prvních pěti stránkách. Pokud článek referoval o ženě jako o konzumentce, tak se mírně častěji vyskytovala v článku fotografie nebo kresba. Děti byly častěji zmiňovány v článcích zaměřujících se na konzumentky ženy, a to více než třikrát více, než tomu tak bylo u mužů. Ve sděleních o ženách se mediální stereotypy vyskytovaly více než šestkrát více než u mužských uživatelů.

Častěji byly uživatelé vykreslováni negativně než pozitivně. V článcích zaměřených na mužské konzumenty byli uživatelé mírně více vykreslováni pozitivněji, než tomu bylo u žen. U článků zaměřených na ženy byly uživatelky mírně častěji vykreslovány negativně než u mužů.

Explicitní informace o škodlivosti alkoholu byly zaznamenány více než dvakrát častěji v článcích o ženských uživatelkách než u mužů konzumentů.

6 DISKUSE

Nejvyšší počet článků v rámci analýzy se vyskytovalo v září roku 2012, kdy se rozpoutala tzv. metanolová aféra. Téma alkoholové konzumace, tak rezonovalo napříč společností, což se i odráží na zvýšeném zájmu médií informovat o alkoholové konzumaci.

V analýze převažovaly internetové zpravodajské weby, což se dá interpretovat hned několika způsoby. Internetové zpravodajské portály jsou stále na vzestupu (Netmonitor, 2020), což se pojí i s technologickým rozvojem nejen v naší zemi. Dalším vysvětlením této převahy může být fakt, že byly eliminovány duplicitní články podle data

vydání. Typicky jsou internetová média schopna flexibilněji reagovat na dané dění a o události neprodleně informovat.

V článcích častěji figurovali jako konzumenti alkoholu muži, což odpovídá zjištění Českého statistického úřadu (*Statistická ročenka České republiky*, 2020). Média tak v tomto případě kopírují trendy, které se ukazují ve společnosti a reprezentují dané uživatele v příslušném poměru.

V rámci výzkumu bylo zjištěno, že je žena méně heterogenně popisována vzhledem k její identitě uživatelky. U muže byla častěji zmiňována profese. Na tento jev při mediální projekci genderu již upozorňovala Valdřová v roce 2001 při své lingvistické analýze. V článcích o ženách konzumentkách se častěji vyskytovaly stereotypy než u mužských uživatelů. To může být vysvětleno tím, že články, které pojednávaly o ženách uživatelkách častěji obsahovaly autorovy názory, kde se právě i vyskytovaly dané stereotypy. V článcích se objevovaly stereotypy, kdy žena byla popisována jako lehce sexuálně dosažitelná, jak i popisují například autoři Lyons a Willott (2008). V článcích o ženách uživatelkách se také vyskytovali častěji zmínky o dětech a bylo tak často upozorňováno na narušení jistého ideálu „dobré matky“. Tyto stereotypy se objevovaly i v obsahové analýze Bogren (2011), která se na genderové stereotypy zaměřovala ve své studii. V případech stereotypizace mužských uživatelů byla konzumace alkoholu vykreslována v propojení s maskulinitou, kdy je tato konzumace společností akceptována nebo dokonce očekávána. Tyto stereotypy popisovaly například autoři Gough a Edwards (1998). V datech se neukázaly stereotypy, kdy by žena byla označována ve spojitosti s alkoholem za surovou nebo agresivní, tedy znaky, které jsou genderově „nevhodné“ (Lyons, Dalton a Hoy, 2006; Jackson a Tinkler, 2007).

V datech se ukázalo, že konzumace alkoholu muži má pozitivnější konotace, než u žen. Ženy uživatelky byly vykreslovány negativněji než muži. To může být spjaté s tím, že konzumace alkoholu mužem je v naší společnosti lépe přijímána, jelikož je do jisté míry vnímána jako projev maskulinity (Lyons, Dalton a Hoy, 2006), což je genderově „přijatelné“.

Ženy konzumentky v datech častěji figurovaly jako rodiče dětí. Děti byly častěji v článcích o ženských uživatelkách zmiňovány, i potenciální rodičovství žen bylo v článcích zmiňováno. Na to, že muži ve spojení s alkoholovou konzumací natolik nefiguruje jako rodiče upozorňuje ve své studii i Bogren (2011).

7 ZÁVĚR

V bakalářské práci jsem se zabývala, jakým způsobem média vytvářejí obraz uživatelů alkoholu v českém zpravodajství. Blíže jsem se zaměřovala na rozdíly mezi muži a ženami, tedy na to, jak se liší reference o těchto skupinách ve zpravodajských sděleních.

V rámci výzkumu byli nejčastěji zmiňováni dospělí konzumenti alkoholických nápojů, což potvrzuje hypotézu č. 7. Častěji byla alkoholová konzumace spojována s muži než se ženami, čímž můžeme potvrdit hypotézu č. 2. Můžeme tedy potvrdit, že při konstrukci mediálního obrazu skupiny uživatelů nedochází k výrazné podreprzetaci nebo nadreprzetaci konzumentů vzhledem k jejich genderu.

Konzumenti alkoholu byli v médiích popisováni nejčastěji neutrálně, což vyvrací hypotézu č. 8, která předpokládala negativní vykreslování uživatelů. Na tento znak mělo vliv velké množství faktorů, které by bylo zajímavé dále zkoumat. Mohla by se tak například objevit určitá souvislost s českou alkoholovou kulturou, která tolik alkoholovou konzumaci neodsuzuje a může k ní být tolerantnější, od čehož by se dal odvodit i neutrální mediální obraz.

Nejčastěji byly jako účinky akutní intoxikace i dlouhodobého užívání zmiňovány zdravotní problémy, což nám vyvrací hypotézu č. 10, ale potvrzuje hypotézu č. 11 zaměřenou na dlouhodobé užívání. Jako účinky akutní intoxikace bylo předpokládáno, že se budou nejčastěji objevovat psychické účinky, které převládají ve stádiích, kdy má člověk nižší hladiny alkoholu v krvi. Média, pokud informovala o účincích akutní intoxikace, většinou popisovala extrémní události, kde často docházelo k újmě na zdraví, a bylo tak atraktivní o nich informovat veřejnost. Účinky alkoholové konzumace na zdraví jedince byly identifikovány jako ty hlavní. Důsledkem toho byly psychické účinky drogy často v článcích opomíjeny.

Nejvíce zmiňovanými trestnými činy a přestupky byla výroba a prodej nelegálního alkoholu, čímž vyvracíme hypotézu č. 9, která předpokládala, že se bude jednat o řízení pod vlivem alkoholu. Musíme ale zmínit, že pokud by byly z analýzy vyloučeny články spojené s lihovou aférou, řízení pod vlivem alkoholu by byl nejčastější trestný čin. Tato hodnota se ukazovala v datech v dalším časovém intervalu a jednalo se tak o dlouhodobý trend v datech. Výroba a prodej nelegálního alkoholu byla vázána na jednu specifickou událost, která odstartovala na našem území v roce 2012.

Média také při popisu konzumace alkoholu mužem či ženou používají genderové stereotypy, čímž se potvrdila hypotéza č. 1. Z analýzy vyplývá, že konzumace alkoholu muži v českých zpravodajských médiích má pozitivnější konotace, než je tomu u žen, čímž potvrzují hypotézu č. 6. Uživatelky alkoholu byly v článku popisovány negativněji než muži, jak předpokládala hypotéza č. 4, a byla tak potvrzena. Zmínky o dětech byly častěji identifikovány u sdělení referujících o ženách uživatelkách, čímž se potvrzuje hypotéza č. 5. U žen, častěji než u mužů, byly popisovány jako účinky alkoholového užívání efekty projevující se na vzhledu, což potvrzuje hypotézu č. 3. Muži jako uživatelé byli častěji vykreslováni za pomoci různých identit, zatímco identita ženské konzumentky byla častěji redukována pouze na její gender.

Můžeme tedy konstatovat, že česká zpravodajská média vykreslují obraz uživatelů s ohledem na jejich gender podobně, jako tomu tak bylo u zahraničních výzkumů. Například, i když přístup k alkoholové konzumaci ve Švédsku se v některých ohledech výrazně liší od postoje v České republice, byly přesto zaznamenány podobné mediální obrazy uživatelů (viz kapitola 6). Je tedy možné, že mediální obrazy odkazují na hodnoty větších společenských celků a významně se neliší s ohledem na státní hranice.

8 ZDROJE

Allen, R. L. a Hatchett, S. (1986) „The media and social reality effects: Self and system orientations of Blacks.", *Communication Research*, 13(1), s. 97–123.

Anderson, P. (2009) „Is it time to ban alcohol advertising?", *Clinical Medicine, Journal of the Royal College of Physicians of London*, 9(2), s. 121–124. doi: 10.7861/clinmedicine.9-2-121.

Bandura, A. (1986) „Social foundations of thought and action: A social cognitive theory.", *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ, US: Prentice-Hall, Inc (Prentice-Hall series in social learning theory.), s. xiii, 617–xiii, 617.

BESIP (2020) *Alkohol a jiné návykové látky*. Praha.

Bogren, A. (2011) „Gender and alcohol: The swedish press debate", *Journal of Gender Studies*, 20(2), s. 155–169. doi: 10.1080/09589236.2011.565196.

Česká republika v mezinárodním srovnání (2021). Český statistický úřad.

Český statistický úřad (2020) *Spotřeba alkoholických nápojů na 1 obyvatele v České republice*. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/cr_od_roku_1989_alkohol.

Chermak, S. (1997) „The presentation of drugs in the news media: The news sources involved in the construction of social problems", *Justice Quarterly*, 14(4), s. 687–718. doi: 10.1080/07418829700093551.

Courtney, A. E. a Whipple, T. W. (1983) *Sex Stereotyping in Advertising*, *Journal of Advertising*. Lexington, MA: Lexington Books. doi: 10.1080/00913367.1985.10672963.

Day, K., Gough, B. a McFadden, M. (2004) „Warning! Alcohol can seriously damage your feminine health", *Feminist Media Studies*, 4(2), s. 165–183. doi: 10.1080/1468077042000251238.

Dixon, T. L. (2008) „Network news and racial beliefs: Exploring the connection between national television news exposure and stereotypical perceptions of African Americans", *Journal of Communication*, 58(2), s. 321–337. doi: 10.1111/j.1460-2466.2008.00387.x.

Gerbner, G. a Gross, L. (1976) „Living With Television: The Violence Profile", *The Journal of communication*, 26, s. 173–199. doi: 10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x.

Goffman, E. (1979) *Gender Advertisements*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Gough, B. a Edwards, G. (1998) „The Beer Talking: Four Lads, a Carry Out and the Reproduction of Masculinities", *Sociological Review*, 46(3), s. 409–435.

Hansen, A. (1986) „The portrayal of alcohol on television", *Health Education Journal*, 45(3), s. 127–131.

- Holmes, M. (2007) *What is Gender?: Sociological Approaches*. London: SAGE.
- Holmila, M. a Raitasalo, K. (2005) „Gender differences in drinking: Why do they still exist?“, *Addiction*, 100(12), s. 1763–1769. doi: 10.1111/j.1360-0443.2005.01249.x.
- Jackson, C. a Tinkler, P. (2007) „Ladettes’ and ,modern girls’: ,Troublesome’ young femininities“, *Sociological Review*, 55(2), s. 251–272. doi: 10.1111/j.1467-954X.2007.00704.x.
- Jiráček, J. a Köpplová, B. (2003) *Média a společnost*. 2. vydání. Portál.
- Keller, J. (2006) *Úvod do sociologie*. Sociologické nakladatelství (SLON).
- Lyons, A. C., Dalton, S. I. a Hoy, A. (2006) „Hardcore drinking’: Portrayals of alcohol consumption in young women’s and men’s magazines“, *Journal of Health Psychology*, 11(2), s. 223–232. doi: 10.1177/1359105306061183.
- Lyons, A. C. a Willott, S. A. (2008) „Alcohol consumption, gender identities and women’s changing social positions“, *Sex Roles*, 59(9–10), s. 694–712. doi: 10.1007/s11199-008-9475-6.
- McQuail, D. (2009) *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vydání. Editoval H. Loupová. Portál.
- Ministerstvo vnitra ČR (2011) *Požívání alkoholických nápojů na veřejných prostranstvích*.
- Miovska, L., Brachová, H. a Miovska, M. (2008) „Obsahová analýza mediálních sdělení o drogách v ČR“, *Alkoholismus a drogové závislosti*, 43(4), s. 193–204.
- Nešpor, K. (2007) „Intoxikace alkoholem a kocovina Praktické informace pro pracovníky lékáren“, *Praktické lékařství*, (4), s. 156–158.
- Netmonitor (2020) *Češi online 2020*. Dostupné z: https://www.netmonitor.cz/sites/default/files/prilohy/Cesi_Online_2020_Infografika_SP_IR.pdf (Viděno: 20. prosinec 2020).
- O’Keefe, G. J. a Reid-Nash, K. (1987) „Crime News and Real-World Blues: The Effects of the Media on Social Reality“, *Communication Research*, 14(2), s. 147–163. doi: 10.1177/009365087014002001.
- Perry, D. K. (1987) „The Image Gap: How International News Affects Perceptions of Nations“, *Journalism Quarterly*, 64(2–3), s. 416–433. doi: 10.1177/107769908706400218.
- Rakow, L. F. (1986) „Rethinking Gender Research in Communication“, *Journal of Communication*, 36(4), s. 11–26. doi: 10.1111/j.1460-2466.1986.tb01447.x.
- Renzetti, C. M., Curran, D. J. a Gjuríč, L. (2003) *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum. Dostupné z: <https://dnnt.mzk.cz/view/uuid:e0b7ce60-ebe4-11e3-a2c6-005056827e51?page=uuid:0488a9e0-f8d3-11e3-97df-5ef3fc9bb22f>.

Royal College of Physicians (2011) *The evidence base for alcohol guidelines*. Dostupné z: <https://publications.parliament.uk/pa/cm201012/cmselect/cmsctech/writev/1536/ag22.htm>.

Rúdólfssdóttir, A. G. a Morgan, P. (2009) „Alcohol is my friend’: Young middle class women discuss their relationship with alcohol”, *Journal of Community and Applied Social Psychology*, s. 492–505. doi: 10.1002/casp.999.

Saenger, G. (1955) „Male and Female Relations in the American Comic Strip”, *Public Opinion Quarterly*, 19(2), s. 195–205. doi: 10.1086/266561.

Saffer, H. a Dave, D. (2002) „Alcohol consumption and alcohol advertising bans”, *Applied Economics*, 34(11), s. 1325–1334. doi: 10.1080/00036840110102743.

Scheinost, M. *et al.* (2018) *Trendy vývoje organizovaného zločinu a jeho vybraných forem*. Studie. Praha: Institut pro kriminologii a sociální prevenci.

Schulz, W. a Reifová, I. (2011) *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3. vydání. Praha: Karolinum.

Shrum, L. J. (2009) *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Routledge.

Skála, J. (1985) „Abúzus a závislost na alkoholu”, in *Člověk a alkohol*. Praha: Avicenum.

Slater, M. D., Hayes, A. F. a Ford, V. L. (2007) „Examining the moderating and mediating roles of news exposure and attention on adolescent judgments of alcohol-related risks”, *Communication Research*, 34(4), s. 355–381. doi: 10.1177/0093650207302783.

Spiegelman, M., Terwilliger, C. a Fearing, F. (1953) „The content of comics: Goals and means to goals of comic strip characters”, *Journal of Social Psychology*, 37(2).

Šťasná, L., Miovský, M. a Novák, P. (2009) *Manuál kódování mediálních sdělení o návykových látkách a tématech s nimi spojených*.

Statistická ročenka České republiky (2020). Český statistický úřad.

Stautz, K. *et al.* (2016) „Immediate effects of alcohol marketing communications and media portrayals on consumption and cognition: A systematic review and meta-analysis of experimental studies”, *BMC Public Health*, 16(1). doi: 10.1186/s12889-016-3116-8.

Stefanone, M. A., Lackaff, D. a Rosen, D. (2010) „The relationship between traditional mass media and ‚social media’: Reality television as a model for social network site behavior”, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 54(3), s. 508–525. doi: 10.1080/08838151.2010.498851.

Šucha, M. a Šťasná, L. (2015) „The Behaviour of Road Users under the Influence of Alcohol / Chování účastníků dopravního provozu pod vlivem alkoholu”, *Adiktologie*, (November).

- Trampota, T. (2006) *Zpravodajství*. 1. vydání. Portál.
- Trampota, T. a Vojtěchovská, M. (2010) *Metody výzkumu médií*. 1. vydání. Portál.
- Tuchman, G. (2000) „The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media”, in *Culture and Politics*. New York: Palgrave Macmillan, s. 150–174. doi: 10.1007/978-1-349-62397-6_9.
- Unie vydavatelů (2020) *MEDIA PROJEKT*. Dostupné z: http://www.unievychavatelu.cz/cs/unie_vychavatelu/medialni_data/vyzkum_ctenosti.
- Úřad vlády České republiky (2015) *Národní stránky pro podporu omezení konzumace alkoholu*. Dostupné z: <https://www.alkohol-skodi.cz>.
- Valdrová, J. (2001) „Stereotypy a klišé v mediální projekci genderu”, *Sociologický časopis*, 2(Červen), s. 183–205.
- de Visser, R. O. a Smith, J. A. (2007) „Alcohol consumption and masculine identity among young men”, *Psychology & Health*, 22(5), s. 595–515.
- Vláda České republiky (2020) *Výroční zpráva o drogách: míra užívání alkoholu, tabáku nebo konopných látek zůstává v ČR vysoká, situace se lepší u dospívajících*. Praha.
- Vojtěchovský, M. (1985) „Účinky alkoholu na člověka. Farmakologie etanolu.”, in *Člověk a alkohol*. Praha: Avicenum.
- „Zákon č. 65/2017 Sb. - Zákon o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek” (2017) *Sbírka zákonů*.

9 GRAFICKÉ PRVKY

Tabulka 30: Rok vydání

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
2001	8	2,3
2002	6	1,8
2003	9	2,6
2004	12	3,5
2005	6	1,8
2006	8	2,3
2007	16	4,7
2008	14	4,1
2009	14	4,1
2010	16	4,7
2011	14	4,1
2012	44	12,9
2013	24	7,0
2014	20	5,9
2015	26	7,6
2016	12	3,5
2017	24	7,0
2018	25	7,3
2019	23	6,7
2020	20	5,9
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 31: Měsíc vydání

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Leden	30	8,8
Únor	22	6,5
Březen	23	6,7
Duben	27	7,9
Květen	21	6,2
Červen	25	7,3
Červenec	31	9,1
Srpen	23	6,7
Září	50	14,7
Říjen	26	7,6
Listopad	24	7,0

Prosinec	39	11,4
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 32: Typ média

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Internet	215	63
Tisk	126	37
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 33: Název média

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
MF Dnes	63	18,5
denik.cz	48	14,1
blesk.cz	37	10,9
Právo	33	9,7
novinky.cz	26	7,6
lidovky.cz	24	7,0
tn.cz	18	5,3
irozhlas.cz	15	4,4
ct24.cz	12	3,5
aktualne.cz	9	2,6
Lidové noviny	9	2,6
reflex.cz	8	2,3
echo24.cz	7	2,1
Hospodářské noviny	7	2,1
ceskenoviny.cz	6	1,8
Blesk	6	1,8
Aha!	4	1,2
idnes.cz	3	0,9
Sport	3	0,9
seznamzpravy.cz	2	0,6
cnn.iprima.cz	1	0,3
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 34: Informace o zdroji

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Neúplný	210	61,6
Vágní, obecný	105	30,8
Chybí	20	5,9

Úplný, přesný	6	1,8
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 35: Rozlišení zdroje

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Policie, hasič, celník, prokurátor, soudce	72	21,1
Výzkum, studie, anketa, průzkum	41	12,0
Autor článku	40	11,7
Pomáhající pracovník nepracující v oblasti drogové problematiky	35	10,3
Pomáhající pracovník pracující v oblasti drogové problematiky	33	9,7
Politik, mluvčí ministerstva	28	8,2
Zpráva v jiných médiích	23	6,7
ČTK	17	5,0
Uživatel	13	3,8
Soukromá osoba	10	2,9
Zpravodaj, spolupracovník	9	2,6
Odborná společnost	6	1,8
Známa osoba (herec, umělec, zpěvák)	5	1,5
Legální výrobce, distributor, prodejce, reklamní agentura	4	1,2
Jiná tisková agentura	2	0,6
Pachatel	2	0,6
AFP	1	0,3
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 36: Styl psaní

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Zpravodajský	256	75,7
Publicistický	82	24,3
Celkem	338	100

zdroj: autorka

Tabulka 37: Forma sdělení

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Informace	267	78,3
Názor autora	37	10,9
Reportáž	16	4,7
Rozhovor, debata	15	4,4

Anketa	3	0,9
Názor čtenáře	2	0,6
Odpověď na dotaz	1	0,3
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 38: Orientace článku

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Předmětem článku je drogová problematika	308	90,3
Drogová problematika zmíněna okrajově	33	9,7
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 39: Uživatelé alkoholu

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Dospělí	152	44,6
Nerozlišeno	52	15,2
Děti/mladiství i dospělí	30	8,8
Muž	27	7,9
Žena, matka	26	7,6
Mladiství	15	4,4
Bezdomovec	11	3,2
Děti	8	2,3
Sportovec	7	2,1
Herec, malíř, umělec	6	1,8
Politik, prezident, starosta, ministr, královna	3	0,9
Policie, celníci, vojáci	2	0,6
Lékař	2	0,6
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 40: Pohlaví uživatelů alkoholu

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Žena i muž	157	46,0
Muž	93	27,3
Žena	48	14,1
Nerozlišeno	43	12,6
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 41: Vykreslení uživatele alkoholu

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Neutrální	198	58,1

Negativní	124	36,4
Pozitivní	19	5,6
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 42: Účinky akutní intoxikace alkoholem

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost ze skórovaných [%]	Relativní četnost v celku [%]
Zdravotní problémy	75	35,4	22,0
Psychické účinky	57	26,9	16,7
Smrt	38	17,9	11,1
Dopravní nehody	19	9,0	5,6
Trestná činnost	16	7,5	4,7
Sociální problémy atp.	6	2,8	1,8
Hmotné škody	1	0,5	0,3
Celkem	212	100	62

zdroj: autorka

Tabulka 43: Účinky dlouhodobého užívání alkoholu

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost ze skórovaných [%]	Relativní četnost v celku [%]
Zdravotní problémy	66	38,4	19,4
Závislost	27	15,7	7,9
Sociální problémy atp.	26	15,1	7,6
Smrt	18	10,5	5,3
Zdravotní benefity	15	8,7	4,4
Estetické	13	7,6	3,8
Trestná činnost	3	1,7	0,9
Psychické účinky	2	1,2	0,6
Dopravní nehody	2	1,2	0,6
Celkem	172	100	50

zdroj: autorka

Tabulka 44: Trestné činy a přestupky

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost ze skórovaných [%]	Relativní četnost v celku [%]
Výroba a prodej nelegálního alkoholu	37	31,4	10,9
Řízení pod vlivem	29	24,6	8,5
Ostatní kriminalita	25	21,2	7,3
Násilná kriminalita	14	11,9	4,1
Prodávání alkoholu mladistvým	11	9,3	3,2
Mravnostní kriminalita	2	1,7	0,6
Celkem	118	100	34,6

zdroj: autorka

Tabulka 45: Zaměření – téma

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Drogová scéna	127	37,2
Policie	59	17,3
Prevence	49	14,4
Protidrogová politika	41	12,0
Příběh uživatele	35	10,3
Soudy, parlament, zákony (a podzákoné normy)	13	3,8
Neutrální informace o látce	12	3,5
Opatření omezující nabídku obecně	3	0,9
Reklama	2	0,6
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 46: Celkové vyznění obsahu článku 1

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost ze skórovaných [%]	Relativní četnost v celku [%]
Ohrožení zdraví, života	120	35,3	35,2
Trestný čin, porušení zákazu	57	16,8	16,7
Ohrožení, omezování společnosti	33	9,7	9,7
Požitek, obohacení, záliba	30	8,8	8,8
Závislost, nemoc	30	8,8	8,8
Projev společenského statusu, znak skupiny, životní styl	14	4,1	4,1
Lék	13	3,8	3,8
Projev svobody, vlastní rozhodnutí	8	2,4	2,3
Zboží (trh)	8	2,4	2,3
Užívání drogy jako nápodoby	6	1,8	1,8
Neznalost (informace, osvěta, nebo názor prozrazující neznalost tématu)	5	1,5	1,5
Finanční újma	5	1,5	1,5
Látka (výzkumy)	4	1,2	1,2
Droga jako zlozvyk a slabost	3	0,9	0,9
Znak moderní společnosti, měřítko vyspělosti	2	0,6	0,6
Omezení možností (uživatele, stigma)	1	0,3	0,3
Reklama na alkohol	1	0,3	0,3
Celkem	340	100	99,7

zdroj: autorka

Tabulka 47: Celkové vyznění obsahu článku 2

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Negativní	269	78,9
Neutrální	41	12,0
Pozitivní	31	9,1
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 48: Titulek článku

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Odpovídá obsahu	319	93,5
Neodpovídá obsahu	22	6,5
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 49: Ladění titulku článku

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Neutrální	165	48,4
Negativní	156	45,7
Pozitivní	20	5,9
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 50: Zahraničí, ČR

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
ČR	247	72,4
Ze světa	50	14,7
Svět i ČR	44	12,9
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 51: Strana – umístění článku

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost ze skórovaných [%]	Relativní četnost v celku [%]
1 až 5	74	59,2	21,7
6 až 10	25	20,0	7,3
11 až 15	10	8,0	2,9
16 až 20	12	9,6	3,5
21 a více	4	3,2	1,2
Celkem	125	100	37

zdroj: autorka

Tabulka 52: Děti v článku

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Není zmínka	270	79,2
Je zmínka	71	20,8
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 53: Fotografie v článku

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Není fotka	256	75,1
Je fotka	85	24,9
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 54: Stereotypy v článku

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Není přítomen	315	92,4
Je přítomen	26	7,6
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 55: Informace o škodlivosti alkoholu v článku

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Není zmíněna	252	73,9
Je zmíněna	89	26,1
Celkem	341	100

zdroj: autorka

Tabulka 56: Těhotenství v článku

Hodnoty	Četnost	Relativní četnost [%]
Není zmíněno	309	90,6
Je zmíněno	32	9,4
Celkem	341	100

zdroj: autorka