

Fakulta humanitních studií Univerzity Karlovy

Lucie Klabanová

bakalářská práce

Praha 2005

**Genderově inspirovaná obsahová analýza deníků  
Mladá fronta DNES a Právo na počátku roku 2005**

Studijní obor: Studium humanitní vzdělanosti

Rok a semestr: 2005, zimní

Jméno vedoucí práce: PhDr. Miloslava Turková, CSc.

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a souhlasím s jejím eventuálním zveřejněním v tištěné nebo elektronické podobě.

V Praze dne 27. 1. 2006

.....  
Lucie Klabanová

Za pomoc a trpělivost při vypracování této bakalářské práce děkuji především vedoucí této práce PhDr. Miloslavě Turkové, CSc.

Lucie Klabanová

**Obsah:**

Úvod 6

1. Úvod do problematiky 7

2. Cíl, metoda, vzorek a postup práce 8

3. Teoretická východiska 12

3.1. Charakteristika základních pojmů 12

3.2. Fungování médií v generovém kontextu 14

3.3. Genderová témata a současný český tisk 16

4. Obsahová analýza 18

4.1. Základní výzkumné otázky 18

4.2. Soubor příspěvků 18

4.3. Průběh analýzy 19

4.4. Charakteristika sledovaných deníků 20

4.4.1. Mladá fronta DNES 22

4.4.2. Právo 23

4.4.3. Genderová struktura vedoucích redaktorů 24

4.5. Charakteristika sledovaného období 25

5. Základní výzkumná zjištění 26

5.1. Báze 26

5.2. Příspěvky na prvních třech stranách deníků 27

5.3. Příspěvky v komentovaných částech deníků 32

5.4. Příspěvky o rovném postavení žen a mužů 37

5.5. Fotografie na titulních stranách 42

Závěr 45

Přílohy 47

Literatura 55

Motto:

*„Demokracie je tehdy opravdová, jestliže zahrnuje lidské bytosti, jaké opravdu jsou, ženy, muže, a nikoli nějaké abstraktní bezpohlavní tvory.“*

Výrok zástupce generálního tajemníka Rady Evropy Petra Leuprechta

## Úvod

Genderové analýzy médií jsou v současnosti zpracovávány pravidelně, genderová dimenze médií je předmětem stále vzrůstajícího počtu odborných i popularizačních článků. Různé agentury vypracovávají na zakázku poznatky například o tom, jak často jsou ženy citovány na prvních stranách deníků, nebo jak vypadá a co dělá typická žena titulní strany časopisů. Sledováním postavením žen ve společnosti se dlouhodobě zabývá např. Sociologický ústav Akademie věd České republiky. Informace o postavení žen v médiích (a obecně ve veřejné a soukromé sféře) shromažďuje i Gender Studies, o.p.s.<sup>1</sup> Na základě svého zájmu o problematiku vztahu médií a genderu jsem se rozhodla k tomuto tématu přispět genderově inspirovaným výzkumem informujícím nutně v zúženém rozsahu o tom, nakolik se nejčtenější celostátní deníky věnují tématu feminismu a rovného postavení žen a mužů a o jakých tématech na tzv. prestižních stranách píší novinářky a o jakých novináři.

Aniž si to mnohdy uvědomujeme, vlivu tisku jsme vystaveni i několikrát za den. Sdílíme s ním a konfrontujeme svá mínění, názory, představy o světě i o sobě. Avšak ne všichni si při čtení novin udržují nutný kritický odstup či vyhledávají i jiné zdroje informací. Takoví čtenáři se pak často domnívají, že „co je psáno, to je dáno“. Nezastoupení témat o rovném postavení žen a mužů v denním tisku pak může vést k představě, že (ne)rovnost je přeci samozřejmá a normální...

Cílem této bakalářské práce bylo vytvořit obecnou představu o genderových tématech a o situaci novinářek v celostátních denících Mladá fronta DNES<sup>2</sup> a Právo na počátku roku 2005.

---

<sup>1</sup> Osvaldová, B.: *Kdo patří na titulní stranu?*. In: *10 let v českých médiích*, Praha 2005, s.92.

<sup>2</sup> Název deníku Mladá fronta DNES dále v textu zkracuji na MF DNES a držím se tak zkratky, kterou používá tento deník.

## 1. Úvod do problematiky

Teoretici masové komunikace často upozorňují na to, že média mají obrovskou moc určovat, o čem budou recipienti přemýšlet (tzv. agenda setting).<sup>3</sup> Jak o tom budou přemýšlet však záleží na jejich vzdělanosti, inteligenci, sklonu k přejímání stereotypů, zkušenostech a dalších, někdy velmi subtilních věcech.<sup>4</sup> Přesto mezi jednotlivým příslušníkem publika a mediálním sdělením panuje přímý vztah – mediální sdělení jsou důležitým (a někdy jediným) zdrojem toho, co si myslíme, že víme o světě. Tím, co nám sdělují například žurnalistické texty a tím, co vynechávají, nám definují náš obzor společensko–politického chápání. Tento nejjednodušší a nejpřímější vztah mezi recipientem a žurnalistickým textem má jasné kognitivní důsledky. Důvěřujeme-li žurnalistice, jsme ochotni přebírat od ní informace o světě, ve kterém žijeme.<sup>5</sup> V důsledku toho si mimo jiné obecně více ceníme sféry veřejné na úkor soukromé. Větší pozornost je totiž věnována politice, válkám, obchodu, sportu, tedy oblastem, kde jsou tradičně aktivnější muži. O „ženské“ mediální projevy takový zájem není. I odborné práce, médiu pak analyzované, více zdůrazňují sféru veřejnou. A ta je automaticky chápána spíš jako mužská.<sup>6</sup>

„Moc“ žurnalistického textu je mimo jiné zesílena i tím, že do argumentace či reflexe obrazu světa, který nabízí, umožňuje čtenáři pronikat jeho vlastním tempem. Díky tomu mohou texty navázat s recipientem „dialog“, vybízet ho k pojmotvorbě. Audiovizuální média (film či televize) divákovi vnucují na rozdíl od médií tištěných vlastní tempo a spíše než porozumění v něm vyvolávají pouze emoce.<sup>7</sup> K textu je navíc možné kdykoli se vrátit a přečíst si ho znovu.

Tradiční významná hodnota tisku by tedy měla spočívat nejen ve stále připomínaném zprostředkovávání „nezávislých“ informací, tedy takových informací, které nejsou žádným tlakem - ať už politickým či ekonomickým (které jdou většinou ruku v ruce) - vynucené. Měla by také v jisté míře spočívat v uvědomělé výchově nepredsudečného publika. Co se vztahu výchovy a českých médií týče, publikovala Hana Havelková v roce 1998, že „Česká média se

<sup>3</sup> Brezina, I.: *Média a moc*. In: *Média a moc*. Praha 2000, s.5

<sup>4</sup> Osvaldová, B.: *Kdo patří na titulní stranu?*. In: *10 let v českých médiích*, Praha 2005, s.93.

<sup>5</sup> McNair, B.: *Sociologie žurnalistiky*. Praha 2004, s. 40.

<sup>6</sup> Osvaldová, B.: *Kdo patří na titulní stranu?*. In: *10 let v českých médiích*, Praha 2005, s.95.

<sup>7</sup> Bell, D.: *Kulturní rozpory kapitalismu*. Praha 1999.

*s jakýmsi falešným liberalismem brání výchově svého publika. Výchovou je ale ve skutečnosti každý jejich projev...“.*<sup>8</sup>

Tištěná média jsou pak nejen z hlediska genderově zaměřené analýzy bezpochyby důležitým výzkumným objektem. Moje obsahová analýza je genderově zaměřená v několika ohledech

- především zkoumám nakolik se feminismu a rovnému postavení žen a mužů věnují jedny z nejčtenějších zpravodajských masmédií
- hodnotím počet a témata příspěvků od autorek a od autorů na tzv. prestižních stranách deníku, tedy to, jaká témata jsou přidělována ženám a jaká mužům
- zabývám se také titulními fotografiemi a v souvislosti s nimi otázkou, zda lze i v denním tisku na zobrazování žen a mužů rozpoznat nějaké genderové stereotypy.

## 2. Cíl, metoda, vzorek a postup práce

Na počátku mé práce stály následující všeobecné otázky: Jakým způsobem reagují v současné době jedny z nejčtenějších celostátních deníků na skutečnost, že genderová problematika přestává být ve stále větší míře „velkou neznámou“, či lépe řečeno „nechtěnou známou“? Kolik prostoru otázkám rodu a feminismu deníky Mladá fronta DNES a Právo poskytují? Jakým způsobem o těchto tématech veřejnost informují?

Základním cílem mé bakalářské práce tedy bylo provést genderově inspirovanou obsahovou analýzu deníků MF DNES a Právo. Zaměřila jsem se na to, jak celostátní, všeobecně zaměřené deníky MF DNES a Právo zprostředkovávají otázky spojené s genderovou problematikou. Mými kritérii při hodnocení *genderové politiky*<sup>9</sup> těchto deníků bylo zjistit zastoupení příspěvků o rovném postavení žen a mužů v soukromé i veřejné sféře a zastoupení příspěvků o feminismu jako teorii mezi dalšími, na prestižních stranách sledovaných deníků prezentovanými tématy. Ve své práci pak uvádím, kolik takovýchto příspěvků v těchto denících za dané období vyšlo, jaké bylo pohlaví autora, jaký byl jejich obsah a forma a zda autor pouze informoval, nebo i hodnotil. Konkrétně tedy zkoumám a dokládám grafy a jejich slovními interpretacemi, nakolik se u nás dva nejčtenější „seriózní“<sup>10</sup>

<sup>8</sup> Havelková, H.: *Rod, kultura a demokracie v českých médiích*. In: *Žena a muž v médiích*, 1998, s. 5.

<sup>9</sup> tamtéž

<sup>10</sup> seriózní podle MF DNES a Práva, přívlastek jsem použila vzhledem k faktu, že nejčtenějším celostátním deníkem u nás je od roku 2004 deník Blesk, o jehož serióznosti myslím netřeba polemizovat



deníky Mladá fronta DNES a Právo věnovaly v prvním čtvrtletí roku 2005 těmto dvěma genderovým otázkám.

Domnívám se, že i tento skromný výzkum nám i přes své tematické omezení může přinést zajímavé výsledky, které alespoň zčásti zdokumentují, jakým způsobem tyto dva deníky v naznačené rovině ovlivňují své čtenáře.

Dále jsem vzhledem k poznatku, že „žurnalistika může ovlivňovat představu veřejnosti o tom, co je důležité, neboť podle hypotézy o nastolování agendy (agenda setting) tím, co se objeví ve zpravodajských, analytických a komentátorských textech a jak je to prezentováno, média signalizují význam událostí a jejich jednotlivých interpretací“<sup>11</sup> svoji pozornost zaměřila na to, jakým tématům se tyto deníky ve svých zpravodajských a komentovaných částech věnují nejvíce a kdo je podle pohlaví jejich autorem. Mým dalším cílem tedy bylo v této souvislosti zjistit, kolik prostoru redakce těchto dvou deníků poskytovaly novinářkám a kolik novinářům alespoň v té míře, jejímiž ukazateli jsou v mé práci počet a hlavní témata relevantních příspěvků.

První strany deníku (zpravodajská část) jsou tradičně považovány za nejprestižnější, obsahující témata s nejvyšším významem, zpravidla tedy referující o tom nejpodstatnějším. Zjišťovala jsem tedy, jaká témata považovaly deníky ve sledovaném období za nejdůležitější a kdo podle pohlaví tato témata nejčastěji zpracovával.

Obdobným způsobem jsem uvažovala i při analýze příspěvků v komentované části deníků, které jsou od ostatních částí deníku odděleny do samostatných rubrik – v MF DNES je to rubrika Názory, v Právu Publicistika.<sup>12</sup> Výsledek, kdo podle pohlaví nejčastěji publikuje své hodnocení té které skutečnosti nám může napovědět, zda daný deník zprostředkovává „mužské“ či „ženské“ hodnocení skutečnosti.

Příspěvkem jsem ve své práci chápala graficky ucelenou žurnalistickou jednotku s nadpisem. Platilo přitom omezení, že délka příspěvku musela dosáhnout alespoň pěti řádků standardizovaného sloupce v tištěných médiích. Relevantní příspěvek zahrnutý do analýzy pak ještě musel být u analýzy příspěvků umístěných ve zpravodajské části a příspěvků v komentované části deníků podepsán celým jménem autora.<sup>13</sup>

<sup>11</sup> Jirák, J.; Köpplová, B.: *Média a společnost*. Praha 2003, s. 59.

<sup>12</sup> Viz. kapitola Charakteristika sledovaných deníků

<sup>13</sup> V zásadě mohou nastat tyto situace:

- pod příspěvkem je podepsán jeden nebo více autorů jménem – v takovém případě se vybírá ze jmeného seznamu autorů, pohlaví autorů je známo a explicitně vyplývá z podoby jména. Každý autor je klasifikován samostatně.
- pod příspěvkem je zkratka autora – v takovém případě není možné pohlaví autora klasifikovat (byť v řadě případů je možné zkratku přiřadit konkrétnímu novináři/konkrétní novinářce). Nicméně metodologie nepočítá s

Konečně, vzhledem k častým diskusím o tom, jak média (re)prezentují různé skupinové totožnosti jako stereotypy<sup>14</sup> mě zajímalo, v jaké míře se tyto deníky prezentující se jako zpravodajské a nezávislé, podílejí v rámci titulních fotografií na stereotypizaci zobrazování žen a mužů z hlediska genderu. Svou pozornost jsem zaměřila pouze na téma hlavních fotografií, sledovala jsem podíl žen a mužů na fotografiích se objevujících a v jaké souvislosti jsou pak obě pohlaví nejčastěji zobrazena, jakou roli na fotografiích zastávají. Hlavní fotografií chápu největší fotografii na titulní straně, tradičně umístěnou v pravé horní polovině.

Kontext, v němž má moje analýza význam a ze kterého vychází, je ověřování teorií.<sup>15</sup> Četba a studium různých genderově zaměřených publikací, novinových článků a analýz na internetu mě podnítilo k vlastnímu ověření teorie. Vlastní výzkum jsem tedy na počátku opřela především o studium takového materiálu a sledovaných deníků a přesné zadání mé práce vzniklo teprve v konfrontaci s tímto materiálem.

Od počátečních úvah o tématu mé bakalářské práce jsem tedy byla rozhodnuta pro genderovou analýzu tištěných médií. Jako základní metodu jsem si zvolila obsahovou analýzu, kterou Disman definuje jako kvantitativní objektivní analýzu sdělení jakéhokoli druhu. Tato analýza se může zabývat obsahem sdělení, jeho formou, autorem i adresátem takového sdělení.<sup>16</sup> Je vhodná pro zpracovávání velkého množství textů. Výsledky je pak možno přesně a přehledně znázornit v číselných hodnotách, tabulkách, nebo grafech. Cílem obsahové analýzy je tedy kvantitativní popis mediovaných obsahů.<sup>17</sup>

Zpočátku jsem byla z důvodů adekvátního rozsahu bakalářské práce a mých zatímních schopností nucena slevovat ze svých požadavků na výzkum a téma a rozsah práce zužovala a svůj obecně formulovaný zájem konkretizovala. Po zralé úvaze a několika desítkách hodin strávených v Národní knihovně v Klementinu a podrobným studiem deníků Práva a Mladé fronty DNES jsem svůj původní plán zpracovat u každého deníku období šesti měsíců přehodnotila a jako vzorek si zvolila výtisky deníků MF DNES a Právo za první čtvrtletí roku 2005. Přesto tento vzorek pokládám za odpovídající a mému úkolu postačující. Navíc se domnívám, že se struktura témat i složení mediálních pracovníků v průběhu roku nijak výrazně nemění.

---

tím, že by se zaznamenávaly skutečnosti, které nejsou explicitní. - pod příspěvkem je jiný zdroj (například ČTK, Reuters, v Právu poměrně často pod příspěvky na prvních stranách uvedeno vlastní zpráva ) a pohlaví autora příspěvku není možné zjistit.

<sup>14</sup> Jirák, J.; Köpplová, B.: *Média a společnost*. Praha 2003, s. 146.

<sup>15</sup> Disman, M.: *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha 1993.

<sup>16</sup> Disman, M.: *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha 1993, s.168.

<sup>17</sup> Scherer, H.: *Úvod do metody obsahové analýzy*. In. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha 2004, s. 30.

Vzorek pro analýzu je tedy časově ohraničen 1.lednem 2005 (respektive 3.lednem 2005, 1.ledna byl státní svátek a byla sobota, tzn., že první lednové vydání deníků vyšlo v pondělí, tedy 3.ledna 2005) a 31.březnem 2005. Jedním z mých požadavků na analyzovaný materiál byla jeho aktuálnost, „čerstvost“, zvolila jsem tedy první čtvrtletí roku 2005. Důvodem byla i prozatímní absence podobně zaměřeného výzkumu v daném období a skutečnost, že s příchodem nového roku se tištěná média většinou snaží zaujmout novým, „kvalitnějším“ a pochopitelně aktuálnějším obsahem či grafickou úpravou .

Na základě údajů o čtenosti<sup>18</sup> a výsledků analýzy serveru monitorujícího média mam.cz, jsem si za vzorek zvolila – alespoň podle těchto údajů - tzv. normotvorná média. Tento server dne 31.10.2005 uvedl, že „v poměru důvěryhodnost versus čtenost si nejlépe stojí Právo a Mladá fronta DNES. ... Mladou frontu Dnes považují za nejdůvěryhodnější deník spíše ženy, lidé od 25 do 44 let, dále pak lidé s vyšším vzděláním a z větších měst. ... Muži více než ženy věří informacím z Blesku, Práva, Lidových novin a Hospodářských novin. MF Dnes uváděli za seriózní deník lidé především kvůli velkému rozsahu informací, nízkému obsahu bulváru a z důvodu zvyku a tradice.“ Deník Právo si lidé podle tohoto výzkumu cení zejména kvůli objektivním informacím<sup>19</sup>

K výběru vzorku jsem tedy uplatnila výběr účelový, který Disman popisuje jako výběr založený pouze na úsudku výzkumníka o tom, co by mělo být pozorováno a o tom, co je možné pozorovat. Vybraný vzorek pak tedy ze své povahy přesně reprezentuje „pouze“ sám sebe, žádné široké generalizace výsledných dat nejsou možné. Přesto jsou získané výsledky mé analýzy vzhledem k všeobecné znalosti populace (sledovaných deníků) v jisté míře zobecnitelné.<sup>20</sup>

Do základního souboru jednotek pro analýzu tedy zařazuji: veškeré relevantní příspěvky na stranách 1 – 3 deníků Mladá fronta DNES a Právo; veškeré relevantní příspěvky ve zpravidla dvoustranné komentované části deníků – v MF DNES v rubrice Názory nacházející se v sešitu A a v Právu v rubrice Publicistika, která se v deníku nachází nepravdělně na stranách 7 - 14; veškeré příspěvky přímo se týkající otázky rovného postavení žen a mužů v soukromé i veřejné sféře a otázky feminismu jako teorie v obou sledovaných denících; veškeré hlavní fotografie na titulních stranách deníků.

Pro každý příspěvek jsem sledovala hlavní téma, autora podle pohlaví, u určených příspěvků stylovou formu a hodnotící postoj autora k danému problému.

<sup>18</sup> Viz. Příloha 1.

<sup>19</sup> [http://mam.ihned.cz/3-17105490-Jak%20E9+den%20EDky+nej%20E8ast%20ECji+%20E8teme-100000\\_d-a7](http://mam.ihned.cz/3-17105490-Jak%20E9+den%20EDky+nej%20E8ast%20ECji+%20E8teme-100000_d-a7) (cit. 2005 – 20 – 12).

<sup>20</sup> Disman, M.: *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha 1993, s.112.

Výsledky analýz obou deníků hodnotím každé zvlášť a zároveň porovnávám mezi sebou. Svoji analýzu v relevantních momentech srovnávám především s *Analýzou přítomnosti žen v médiích*<sup>21</sup> a se závěry Osvaldové.

### 3. Teoretická východiska

#### 3.1. Charakteristika základních pojmů

V této části uvádím stručné charakteristiky klíčových pojmů a témat mé práce. Pořadí pojmů jsem zvolila abecední.

##### Gender

Pojmu gender tak, jak jej používám ve své práci, nejlépe odpovídá následující definice.

*Koncept, který odkazuje na sociální konstrukci maskulinit a femininit a jejich reprodukci v sociálních vztazích, mocenských strukturách a v institucionálních praktikách společnosti. V čase se může měnit a různí se jak v rámci jedné kultury, tak mezi kulturami.*<sup>22</sup>

##### Genderová analýza médií

Pavlík upozorňuje, že „*média hrají od svých začátků klíčovou roli při šíření konkrétních definic genderových rolí a genderových vztahů, a to často ve formě stereotypů. Mediální sdělení předkládají velmi konkrétní představy o tom, jak vypadají ženy a muži, jak se chovají i jaké jsou mezi nimi vztahy*“. Média pak mimo jiných problematických stereotypů spoluvytvářejí a preferují jen určitou konstrukci femininity a specifickou konstrukci maskulinity. Dále zdůrazňuje, že tato mediální sdělení jsou **komplexními strukturami** vytvořené konkrétními lidmi v konkrétních kulturních kontextech. Při jejich interpretaci je

---

<sup>21</sup> Analýzu realizoval Innovatio – Media Tenor pro Centrum pro Gender Studies o.p.s. a která sleduje období leden 2002 – duben 2003. [http://www.feminismus.cz/download/MP%20-%20Gender%20Studies%20-%20zeny%20v%20mediich\\_v02\\_BP.ppt](http://www.feminismus.cz/download/MP%20-%20Gender%20Studies%20-%20zeny%20v%20mediich_v02_BP.ppt) (cit. 2005 – 05 – 11)

<sup>22</sup> (RE)prezentace *žen v médiích*. Praha 2002, s. 16.

tedy nutné zkoumat co je vybíráno, kdo mediální sdělení vytváří a pokud možno proč. Předmětem výzkumu by měla být i forma sdělení a interpretace konkrétních recipientů.<sup>23</sup>

Konkrétněji lze problematiku gender v médiích zkoumat ze tří základních hledisek, které se do jisté míry vždy prolínají:

- jak tedy média prezentují a spolupodílejí se na vytváření maskulinity a femininity;
- co jsou to feministická média a ostatní média, jejichž hlavní náplní jsou genderové vztahy a jak s těmito vztahy zacházejí;
- jak média prezentují feminismus a genderovou problematiku.<sup>24</sup>

V omezené míře budu sledovat poslední hledisko.

### **Genderový stereotyp**

*Automatické přiřazování určitých tradičních vlastností k jednomu a druhému pohlaví. ... , které vede k nerovnému zacházení s muži a ženami, k diskriminaci, která v konečném důsledku dopadá více na ženy (diskriminace na pracovním trhu, neúčast v mocenských a rozhodovacích procesech, násilí páchané na ženách), ale v některých případech i na muže (svěřování dětí do péče po rozvodu).*<sup>25</sup>

Média mají moc genderové stereotypy utvářet, posilovat, ale také bourat. Zprostředkováváním genderových stereotypů reprezentují média zjednodušené a většinou předsudečné vlastnosti obou pohlaví, uspořádání vztahů mezi ženami a muži v rodině, na pracovišti apod. Recipienti, kteří k mediálním sdělením přistupují nekriticky a považují je za obraz skutečnosti, mají sklon redukovat komplexní realitu do bipolární roviny.

Příznačně to vyjádřil Hall, že „*prosazovaná definice skutečnosti se v důsledku prosazování stává reálnou.*“<sup>26</sup>

<sup>23</sup> Pavlík, P.: <http://www.osops.cz/download/files/gender/9gender-a-media.pdf> (cit. 2005 - 01 - 12)

<sup>24</sup> Oates - Indruchová, L.: *Gender v médiích: nástin šíře problematiky*. In: Společnost žen a mužů z aspektu gender, s.131.

<sup>25</sup> Marksová – Tominová, M.: *Budou si ženy a muži konečně rovnější?*. In. (RE)prezentace žen v médiích. Praha 2002.

<sup>26</sup> Hall, S. – podle McQuail, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*, Praha 1999, s.123.

*Stereotypy samy jsou nevyhnutelnou součástí sociální konstrukce skutečnosti a nejsou svou podstatou zavrženíhodné. Jsou ovšem také zdrojem utváření předsudků a odsudků a hlavně reprezentují mocenské vztahy, napětí a konflikty, které jsou za nimi skryty.*<sup>27</sup>

## Hlavní téma

Hlavní téma v mé práci definuje téma, kterého se týkala převážná část příspěvku.

## Příspěvek

Příspěvkem v mé práci chápu graficky ucelenou žurnalistickou jednotku s nadpisem o rozsahu minimálně pěti řádcích standardizovaného sloupce v tištěných médiích.

### „Ženské“ téma v psaných médiích

Články o ženách a sférách u nás tradičně se ženami spojovanými, jako je například rodina, péče o druhé, péče o vzhled, zdraví, vzdělání. Tato témata bývají tradičně řazena do tematických příloh, nikoli na první stránky, která jsou považována za místo pro seriózní zprávy „nejvyššího“ významu.<sup>28</sup>

## 3.2. Fungování médií v genderovém kontextu

*„Různým historicko-kulturním podmínkám a ekonomicko-politickým strukturám se přizpůsobuje i struktura mediální. Jejich vztah je vzájemný, propojený, ovlivněný a ovlivňující se. Sdílejí společnou hodnotovou strukturu a rámcová pravidla, pohybují se ve stejném paradigmatu, ... média pak fungují jako prostředí a prostředník sebepoznání, sebeuvědomování a sebereflexe, včetně reflexe „ženských“ a „mužských“ rolí.“<sup>29</sup>*

Výsledky genderových analýz médií<sup>30</sup> minimálně upozorňují na závažnost absence jakékoli rovnováhy mezi ženami a muži ať už jako citovaných osob, nebo původců zpráv v těchto dnes již sociálních institucích svého druhu<sup>31</sup>.

<sup>27</sup> Jiráček, J.; Köppllová, B.: *Média a společnost*. Praha 2003, s. 145.

<sup>28</sup> Pavlík, P.: <http://www.osops.cz/download/files/gender/9gender-a-media.pdf> (cit. 2005 - 01 - 12)

<sup>29</sup> Osvaldová, B.: *Česká média a feminismus*. Praha 2005, s.89.

<sup>30</sup> Například *Analýza přítomnosti žen v médiích*, kterou realizoval Innovatio – Media Tenor pro Centrum pro Gender Studies o.p.s. a která sleduje období leden 2002 – duben 2003.

Můj výzkum se v tomto ohledu zaměřuje na rozdíl v početném zastoupení příspěvků od autorek a od autorů na prvních stranách deníků a v komentované části deníků. Problém nedemokratičnosti médií a jejich funkce ve zprostředkovávání stereotypů však sahá dál.

Souhlasím s Michaelou Marksovou – Tominovou, že k odstranění diskriminace založené na příslušnosti k jednomu či druhému pohlaví je nezbytné odstranit genderové stereotypy z myšlení lidí, tedy naučit se myslet bez předsudků, kterými nás obdarovala dnešní patriarchální společnost. Naučit se vychovávat společnost, která k ženám nebude automaticky přiřazovat vlastnosti jako je citlivost, ostýchavost, pasivnost, pečovatelské sklony a vůbec jiný typ myšlení než mají údajně ambiciózní, racionální muži. Že v této problematice hrají nezastupitelnou roli média, která mají schopnost ovlivňovat myšlení lidí v obrovském měřítku tak jako nikdo jiný, je také nepochybné.<sup>32</sup> Nejenže společenskou realitu interpretují, samy se mnohdy podílí na jejím utváření a následně působí normotvorně.

Je žádoucí, aby žurnalistickou profesi jako profesi významně ovlivňující společnost a spoluutvářející normy vykonávaly ženy v počtu odpovídajícím jejich zastoupení v populaci, které je, jak známo, vyšší než zastoupení mužů. A nejen to. „*Aby ženy mohly rovnoprávně uplatnit své pojetí a názory na svět, nestačí jen zvýšit počet novinářek, neboť ženy se přizpůsobují mužským normám. Ženy musí být zastoupeny i ve vysokých pozicích a ve výuce, aby se normy změnily.*“<sup>33</sup>

Že žurnalistika není určena výhradně pro muže, se ženy snaží dokázat již dlouho. V roce 1880 zveřejnila rakouská Oesterreichische Statistik, že z 10 000 žen v tomto roce jich 7 pracovalo jako umělkyně, spisovatelky či redaktorky.<sup>34</sup> Osvaldová uvádí údaje členské statistiky Syndikátu novinářů ČR: na konci roku 2001 registrovala 2 143 mužů a 1 199 žen, což je zaokrouhleno na celá čísla 36% žen a 64% mužů.

„*Poměrné zastoupení žen v médiích a jejich zařazení na profesionálním žebříčku je nepopiratelným ukazatelem, nakolik má toto „druhé“ pohlaví možnost utvářet veřejný diskurs a zda je vnímáno jako rovnocenná součást společnosti*“.<sup>35</sup>

Zvýšení podílu žen v tomto povolání je pak neseno nadějí, že větší množství žen přinese také jiný pohled na svět, a především nestereotypní obraz ženy. Payerl vycházela

[http://www.feminismus.cz/download/MP%20-%20Gender%20Studies%20-%20zeny%20v%20mediich\\_v02\\_BP.ppt](http://www.feminismus.cz/download/MP%20-%20Gender%20Studies%20-%20zeny%20v%20mediich_v02_BP.ppt) (cit. 2005 – 05 – 11)

<sup>31</sup> Jirák, J.: *Masová média a česká společnost*. In.: *10 let v českých médiích*. Praha 2005, s. 9.

<sup>32</sup> Marksová – Tominová, M.: *Budou si ženy a muži konečně rovnější?*. In. *(RE)prezentace žen v médiích*. Praha 2002.

<sup>33</sup> Payerl, E.: *Novinářky v Německu a Rakousku*. In.: *Žena a muž v médiích*, Praha 1998, s. 42.

<sup>34</sup> Lenderová, M.: *K hříchu i k modlitbě* Praha 1999.

<sup>35</sup> Osvaldová, B.: *Česká média a feminismus*. Praha 2004, s. 95.

z výsledků německých studií, které potvrzovaly, že žurnalistika je prezentována spíše jako mužské povolání. Tento stereotyp pak není posilován pouze skutečností, že ženy – novinářky jsou málo početně zastoupeny, nýbrž i tím, že pracují v okrajových sférách, které jsou aktuálním zpravodajským materiálům vzdáleny, a prakticky nemají možnost vzestupu.<sup>36</sup>

O tom, jestli by nastala v podobě našich médií radikální změna, kdyby se role šéfredactorek chopily ženy, však účastnice konference na téma ženy a média, konající se 24. listopadu 2003 na půdě Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR pochybovaly. Témata prý nastoluje hlavně společenská poptávka.

Média jsou prozatím ovládána muži. Muži ovládají veřejné mínění, vychovávají své publikum, poučují ho, informují. V mediálních výstupech chybí ženský pohled, ženské hodnoty, ale i jazyk žen. Normou je nám jazyk mužů. Naše mluvení, psaní a myšlení je tak v zajetí patriarchální společnosti a stereotypní způsob vyjadřování je vlastní oběma pohlavím.<sup>37</sup>

Z naznačeného kontextu o postavení novinářek pramení moje jedna z mých výzkumných otázek: Jak se dva nejčtenější celostátní zpravodajské deníky podílejí na tradiční představě, že žurnalistika je výhradně mužskou profesí?

### 3.3. Genderová témata a současný český tisk

Situace rovného postavení žen a mužů je v České republice zcela specifická a v mnohých ohledech zaostalá. Významný podíl na této skutečnosti má historický vývoj naší země v posledních čtyřiceti letech, ale i přístup tištěných a posléze i audiovizuálních médií k ženské otázce.<sup>38</sup> Tímto pouze upozorňuji na existenci neproblematického historického pozadí „ženské otázky“, které vývoj genderové problematiky v tisku výrazně poznamenalo.

Současná vlna komodifikace médií (tzn., že se média sama stávají zbožím) a jejich komercializace (podřízení mediálních produktů tržní úspěšnosti)<sup>39</sup>, která se začala šířit po roce 1989, konstruktivnějšímu přístupu k genderovým otázkám nepomáhá. O vydavatelích se často píše jako o ekonomech nutících své podřízené veškeré zprávy proměnit v profit.<sup>40</sup> A ženská témata v denících ziskovostí rozhodně „nezavánějí“. Viděno z tohoto kontextu je pak nasnadě, proč se otázky feminismu a genderové problematiky vůbec na stránkách novin

<sup>36</sup> Payerl, E.: *Novinářky v Německu a Rakousku*. In.: *Žena a muž v médiích*, Praha 1998, s. 42.

<sup>37</sup> Hrušková, H.: *Jazyk, média a stereotypy*. In.: *(Re)prezentace žen v médiích*. Praha 2002, s. 3.

<sup>38</sup> Boehmová, T.: *Obraz žen v českém tisku a jeho proměny pod vlivem feministických teorií*. Praha 1998, s. 23.

<sup>39</sup> Jiráček, J.: *Masová média a česká společnost*. In.: *10 let v českých médiích*. Praha 2005.

<sup>40</sup> Vavrus, M. D.: *Postfeminismus News*. New York 2002.



objevují tak málo a především proč se vedle kvalitních analýz a publikací nezdá objevují texty psané senzacechtivým stylem postrádajícím širší souvislosti a znalosti, stylem upoutávajícím pozornost, pobouření, výsměch. Je to právě provokativní, kontroverzní tón, který dnes pomáhá prodeji, ne odborný výklad. Společnost feminismus nevnímala a nevnímá jako aktuální problém. Přesnější by bylo uvést, že je v podstatě přesvědčována, že to není aktuální problém.<sup>41</sup>

V kapitole 5.4. budu zkoumat, jak otázky feminismu a rovného postavení žen a mužů uchopily sledované deníky. K pochopení skutečnosti s dalekosáhlými konotacemi, proč se současné české publikum i tisk staví k genderové problematice většinou negativně, proč například nechápe feminismus jako součást vlastní kultury, odkazují na knihu Barbory Osvaldové *Česká média a feminismus*.<sup>42</sup>

Co se přímo feminismu týče, upozorňuje Osvaldová, že „*média ve své většině nepovažovala feminismus za téma zásadní*<sup>43</sup>, vnímala ho jako cizorodý prvek, neodpovídající domácímu paradigmatu, feministky jsou brány jako zástupný pojem pro otravné, nepřizpůsobivé členky společnosti, které mají ke všemu námitky ... jak co se týkalo obsahu – vybírala a dosud si vybírají záměrně atypické, provokativní, komické příklady – tak formy, včetně použití jazyka a stylu.“<sup>44</sup> Jedním z mých cílů je v daném rozsahu zjistit, zda deníky MF DNES a Právo v analyzovaném období tuto problematiku také zlehčovaly.

Na otázku, zda česká média v současné době zatím přispívají spíše k prohloubení genderových stereotypů než k jejich odstranění, odpovídá Marksová – Tominová kladně. Toto tvrzení dokládá zjištěním, že ženy se prakticky neobjevují ve zprávách či na titulních stránkách novin a pokud ano, pak většinou jako zpěvačky či herečky, a „ženská“ témata pronikají do běžných, tzn. ne speciálně ženských médií, jen pozvolna a stěží, mimo jiné i proto, že na rozhodujících místech sedí téměř výhradně muži<sup>45</sup>. Na tuto otázku se pokusím v rozsahu, který mi má bakalářská práce dovoluje, také odpovědět. To znamená v rámci genderově inspirované obsahové analýzy deníků Mladé fronty DNES a Práva potvrdit či vyvrátit, zda veřejný diskurs ovlivňují muži a témata, která jsou považována za ženská, jsou

<sup>41</sup> Osvaldová, B.: *Česká média a feminismus*. Praha 2004, s. 91.

<sup>42</sup> Osvaldová, B.: *Česká média a feminismus*. Praha 2004.

<sup>43</sup> analyzovaný materiál zahrnul texty týkající se feminismu a uveřejněné v českém tisku od roku 1989 do roku 2001, pozn.aut.

<sup>44</sup> Osvaldová, B.: *Česká média a feminismus*. Praha 2004, s. 90.

<sup>45</sup> Marksová – Tominová, M.: *Budou si ženy a muži konečně rovnější?*. In. *(RE)prezentace žen v médiích*. Praha 2002.

bud' podceňována, potlačována nebo zařazována do vnitřních částí deníku, vnímaných jako méně atraktivní.

## 4. Obsahová analýza

### 4.1. Základní výzkumné otázky

Téma výzkumu, které jsem představila v předchozích kapitolách, jsem zkonkretizovala a shrnula do následujících základních otázek:

- Jak často a jakou formou celostátní deníky prezentují feminismus a otázku rovného postavení žen a mužů?
- Kdo je podle pohlaví častěji autorem příspěvků vyskytujících se na tzv. prestižních stranách<sup>1</sup> deníků?
- Jaká témata zpracovávají na těchto stranách ženy a jaká muži?
- Jaká je typická fotografovaná žena na první straně deníků a jaký je typický muž prvních stran?

### 4.2. Soubor příspěvků

Počet nashromážděných příspěvků se v obou denících liší. (viz graf 1) V deníku Právo zabírala ve sledovaném období pravidelně celou druhou, nebo třetí stranu inzertní stránka. Mnou analyzované příspěvky pak zabíraly pouze dvě strany a jejich počet byl tedy výrazně nižší (zpravidla pak okolo pěti – poměrně nízký počet je umocněn tím, že ostatní zde se nacházející příspěvky nebyly podepsány celým jménem a nastala jedna z výše uvedených možností) než ve druhém sledovaném deníku. V deníku Mladá fronta DNES byla reklama vložena na tyto strany nepravidelně a nikdy nezabírala celou stranu (zde se počet relevantních příspěvků pak pohyboval zpravidla okolo osmi).

Podobně tomu bylo i v případě komentovaných rubrik – v Mladé frontě DNES měla tato rubrika zpravidla dvě strany (počet komentářů se pohyboval okolo jedenácti), v Právu

jednu (a počet relevantních příspěvků se pohyboval okolo devíti). Vyšší počet relevantních příspěvků se v komentované části deníků oproti počtu relevantních příspěvků z prvních stran nachází proto, že jsou až na výjimky v podobě emailové adresy čtenářky/čtenáře místo celého jména všechny celým jménem podepsané a tudíž relevantní k výzkumu. Vzhledem k úkolu mé práce zjistit podíl autorek a autorů relevantních příspěvků v komentované části deníků a ne zkoumat hodnotu názoru v článku, považuji zařazení dopisů – komentářů od čtenářů za adekvátní. Dopisy vybírá redakce deníku a ukazuje nám, jaké hodnocení skutečnosti je jí bližší – zda „mužské“ či „ženské“.

Aby byly výsledky analýz deníků mezi sebou poměřitelné, uvádím výsledky také v procentech.

### 4.3. Průběh analýzy

Vybraný vzorek jsem podrobila analýze. Relevantní příspěvky jsem kódovala.

*Kódováním označujeme praktický úkon, při němž mediované obsahy, které chceme analyzovat, identifikujeme a zaznamenáváme formou číselných hodnot – kódů. Jde o dvoustupňový proces. Prvním stupněm je segmentace mediovaných obsahů na jednotlivé prvky, kódovací jednotky. Tyto jednotky pak v druhé fázi popisujeme pomocí pevně stanovených kategorií.*<sup>46</sup> Jako kódovací jednotku jsem si zvolila příspěvek, kategorií jsem si zvolila 18 pro zpravodajskou část deník, 14 pro část komentátorskou. Úplný popis kategorií uvádím v Příloze 3.

Výše popsáním způsobem jsem nashromáždila celkem 2 367 relevantních příspěvků (srv. graf 1)..

Veškerý nashromážděný materiál jsem pak podrobila obsahové analýze. Deníky jsem analyzovala odděleně. Zkoumala jsem, jakými tématy se novinářky a novináři na určených stranách zabývají nejčastěji a jaký je podíl jejich příspěvků. Poté jsem v celých denících analyzovala příspěvky o rovném postavení žen a mužů a příspěvky o feminismu. U těchto příspěvků jsem zaznamenávala autora podle pohlaví, žánr a hodnotící postoj autora příspěvku k danému problému. Nakonec jsem zkoumala fotografie na titulních stranách a hodnotila v jakých souvislostech jsou na nich zobrazeny ženy a v jakých souvislostech muži.

Pro potřeby výzkumu relevantních příspěvků na prvních třech stranách deníků jsem témata rozdělila do 18 zobecňujících kategorií. O kategoriích jednotlivých témat jsem

<sup>46</sup> Scherer, H.: *Úvod do metody obsahové analýzy*. In.: *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha 2004, s. 38.

rozhodla především podle studie *Analýza přítomnosti žen v médiích*<sup>47</sup>, se kterou ve své práci několikrát porovnávám výsledky svého výzkumu a podle vlastní četby deníků. Tímto způsobem jsem došla k těmto hlavním tématům: domácí politika, stranické záležitosti; stát, státní správa; kriminalita, nehody; hospodářský život, ekonomika; ČR a EU; mezinárodní události a politika; zdravotnictví; školství, věda, výzkum; obrana, armáda, NATO; justice; kultura; církve a náboženství; média; ostatní témata. Téma gender jsem si zvolila vzhledem k zaměření mé práce. Témata bezpečnost, sociální politika a společnost, osobnosti vyplynula z potřeb v průběhu mého vlastního výzkumu.

Témata jsem se snažila zvolit tak, aby k identifikaci příspěvku pomáhaly nadpisy článku a letmé přehlednutí obsahu článku. Úplný seznam témat tak vznikl až v průběhu vlastní analýzy. Příspěvky jsem kódovala podle hlavního tématu, tedy tématu, kterého se týkala převážná část příspěvku.

Pro potřeby výzkumu relevantních příspěvků v komentovaných částech deníků jsem témata rozdělila do 14 kategorií, pro které jsem se rozhodla po přečtení několika vydání novin. Jsou to stejná témata jako u příspěvků ve zpravodajské části deníků. Témata kriminalita, nehody, kultura, bezpečnost a sociální politika jsem však vzhledem k jejich minimálnímu zastoupení na těchto stranách vynechala.

Nejdříve jsem počítala podíl relevantních příspěvků autorek a autorů k jednotlivým tématům. Pak jsem počítala příspěvky o rovném postavení žen a mužů a o feminismu. Nakonec jsem zkoumala podíl fotografií žen, mužů a jiných témat. Veškerý materiál jsem počítala za sledované období. Výsledky jsem znázornila v grafech ke každému deníku zvlášť. Zjištění analýz deníků jsem poté porovnávala mezi sebou.

#### 4.4. Charakteristika sledovaných deníků

K analýze jsem si vybrala deníky MF DNES a Právo.<sup>48</sup>

Köpplová uvádí, že „časopisy na sebe ve zvýšené míře začaly brát roli „spotřebitelského servisu“: rádců, kteří se pokoušejí svým čtenářům radit v obecném i přísně

<sup>47</sup> Analýzu realizoval Innovatio – Media Tenor pro Centrum pro Gender Studies o.p.s. a která sleduje období leden 2002 – duben 2003. [http://www.feminismus.cz/download/MP%20-%20Gender%20Studies%20-%20zeny%20v%20mediich\\_v02\\_BP.ppt](http://www.feminismus.cz/download/MP%20-%20Gender%20Studies%20-%20zeny%20v%20mediich_v02_BP.ppt) (cit. 2005 – 05 – 11)

<sup>48</sup> Portréty deníků viz. Příloha 1.

*specifickém výseku zájmů, učit je, jak postupovat v konfrontaci s těžko uchopitelnou či prostě neuchopitelnou každodenní realitou společnosti a s její neúprosnou složitostí – vytvářenou namnoze především nepřehlednou produkcí služeb, značkového i neznačkového zboží, valící se v lavině reklamy, marketingových praktik, vytváření image a záměrné manipulace.*<sup>49</sup> Mohu konstatovat, že mnou sledované deníky na sebe tuto roli berou ve stále větší míře také.

Podle údajů zveřejněných na serveru monitorujícího média mam.cz jsou deníky MF DNES a Právo nejčtenějšími celostátními zpravodajskými deníky.<sup>50</sup> Na českém trhu zastávají roli „seriózních“, všeobecně zaměřených deníků. Vedle stránek s nejnovějšími událostmi z domova i zahraničí umístěných tradičně v první části deníku obsahují nejrůznější oddíly, rubriky, tematické přílohy, kterými chtějí oslovit určité skupiny čtenářů. Oba deníky se přitom v přílohách skutečně zaměřují především na poskytování servisu (srovnání cen bytů, úroků hypoték, kurýrních služeb, ubytování na horách, test nejrůznějších typů produktů, automobilů, doplňků do bytu atd.). V přílohách o zdraví, nebo o stylu nadto předkládají „povinnou dávku mýtu krásy“<sup>51</sup> – od krémů proti celulitidě, drahého oblečení až po nekalorické jogurty.

Objem inzerátů a reklamy je v obou sledovaných denících značný – zabírají větší či menší část téměř z každé druhé strany deníků. Obecně lze konstatovat, že nám sledované deníky (ve větší míře pak MF DNES) nabízejí stále méně klasického zpravodajství.

Tento trend bývá spojován také se skutečností, že česká masová média se po roce 1989 „stále zřetelněji stávala součástí velkých koncernů, stále více sledovala logiku maximalizace zisků a minimalizace nákladů, stále jasněji a dobrovolněji se dostávala do područí nejrůznějších zákulisních tlaků.“<sup>52</sup> Mladou frontu DNES vlastní mediální skupina MAFRA, jejímž majoritním vlastníkem je od roku 1994 německý holding Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft GmbH, v jehož vedení se pro zajímavost nenachází jediná žena. Deník Právo vlastní od roku 1990 česká akciová společnost Borgis a ani v jejím vedení ženu nenalezneme. Nemohu a ani se nepokouším hodnotit v jaké míře se tento fakt odráží na „nové kvalitě“ obsahu deníků. Letným prohlédnutím deníků však lze vyzorovat nízkou variabilitu novinárek i novinářů, hojné využívání agenturního materiálu a v neposlední řadě již zmíněné vkládání celostránkových inzerátů na první stránky deníků.

<sup>49</sup> Köppllová, B.: *Kam směřuj časopisy a lifestyle časopisy*. In.: *10 let v českých médiích*. Praha 2005, s. 86.

<sup>50</sup> [http://mam.ihned.cz/3-17105490-Jak%E9+den%EDky+nej%E8ast%ECji+%E8teme-100000\\_d-a7](http://mam.ihned.cz/3-17105490-Jak%E9+den%EDky+nej%E8ast%ECji+%E8teme-100000_d-a7) (cit. 2005 – 20 – 12).

<sup>51</sup> Wolf, N.: *Mýtus krásy*. Bratislava 2000.

<sup>52</sup> Jiráček, J.: *Masová média a česká společnost*. In.: *10 let v českých médiích*. Praha 2005, s. 13.

#### 4.4.1. Mladá fronta DNES

Deník MF DNES je rozdělen do několika sešitů A, B, C, D atd., jejichž počet není každý den stejný, ale zpravidla se pohybuje kolem pěti. Sešit A, který začíná titulní stranou a má obvykle 9 stran, obsahuje nejaktuálnější domácí i zahraniční zpravodajství a komentáře, které jsou od zpravodajství odděleny do rubriky Názory. Je-li pozornost deníku po nějaké období zaměřena především na jednu událost, vyhradí ji v sešitu A tematické strany. Ve sledovaném období se jednalo například o strany s nadpisem Katastrofa v Asii a strany vyhrazené kauze „Grossův byt“, kterou vyvolala právě MF DNES poté, co v lednu uveřejnila výši složené zálohy na tento byt.

Obsahově lze příspěvky v sešitu A zhruba rozdělit na skupinu příspěvků týkajících se aktuálního domácího a zahraničního zpravodajství a skupinu příspěvků týkajících se kriminality a nehod. Moje analýza zahrnovala relevantní příspěvky<sup>53</sup> z prvních třech stran, které bývají v obci čtenářů i žurnalistů považovány za nejprestižnější. Barevná titulní strana je dnes již samozřejmostí, vnitřní strany sešitu A bývají spíše černobílé. Příspěvky na titulní straně mohou pokračovat na vnitřních stranách sešitu. Na titulní straně se také nacházejí upoutávky v podobě tučných nadpisů na články obsažené v dalších sešitech. Několik barevných fotografií na titulní straně je samozřejmostí, textový doprovod k nim bývá zpravidla umístěn také na vnitřních stranách deníku.

Komentovaná část deníku je od zpravodajství oddělena do zpravidla dvoustránkové rubriky Názory. Tato rubrika obsahuje komentáře, úvahy, polemiky, glosy a do zvláštního rámečku oddělené Fórum čtenářů. Příspěvky zpravidla reagují na zprávy, či komentáře uveřejněné v předchozích dnech. Rozsah stránek je omezen inzercí. Na těchto stranách se nalézá tiráž deníku. Rubrika obsahuje vždy kolem tří rozsáhlejších příspěvků a několik kratších. Pravidelně publikující autoři mají u svého příspěvku černobílou fotografii. V sobotu je do této rubriky zařazen rozhovor s významnou osobou, především z politické sféry. Moje analýzy zahrnovala i relevantní příspěvky z této rubriky.

Sešit B je věnován ekonomice, informacím o burze, ale nalezneme zde i krátký kreslený seriál pro pobavení. Poslední strana sešitu B je vyhrazena biografickým seriálům MF DNES – ve sledovaném období šlo o seriály Galerie evropské elity a Vzal(a) jsem si prince(znu). Sešit C je věnován sportu, poslední strana obsahuje „zajímavosti“ ze životů „slavných“ lidí - celebrit.

---

<sup>53</sup> O relevantních příspěvcích viz. kapitola 4.2. Soubor příspěvků

Dále je deník MF DNES rozdělen do několika barevných rubrik a příloh, jejichž počet a tematické složení je určen pro každý den v týdnu. Pondělní vydání je charakteristické rozšířenou rubrikou Sport. Úterní přílohy obsahující několikastránkovou inzerci zaměstnání se věnují hospodaření s penězi, většinou rodinnému a zaměstnání. Ve středu se MF DNES v přílohách zaměřuje na automobily a bydlení, které doplňuje inzertní přílohou Reality. Ve čtvrtek vychází s běžným vydáním deníku barevný magazín, ve kterém lze nalézt především rozhovory s českými i zahraničními významnými osobami a televizní program na další týden. Páteční rubriky obsahují témata zdraví a životní styl a různé spotřebitelské testy. Sobotní příloha je zaměřena na oblasti kultury a vědy.

V deníku nalezneme příslušné regionální přílohy obsahující informace o nehodách v regionu, místních školách, správě, přehled programů kin, křížovku a poslední strana je většinou věnována počasí a televiznímu programu.

#### **4.4.2. Právo**

Deník Právo má stránky číslované klasickým způsobem. Obsahově je uspořádán podobně jako MF DNES. Rubriky a přílohy se od MF DNES v podstatě také nijak výrazně neliší. Titulní strana také zahrnuje několik různě velkých barevných fotografií a odkazů na příspěvky nacházející se uvnitř deníku.

Na prvních stranách nalezneme aktuální události z domova i zahraničí. Druhou nebo třetí stranu ve sledovaném období zpravidla zabíral celostránkový barevný inzerát, což se projevilo v počtu analyzovaných příspěvků. Informace o kriminalitě jsou odděleny na stránku s nadpisem Kronika dne. Komentovaná část deníku je umístěna do rubriky Publicistika zhruba na osmou stranu a zahrnuje komentáře, polemiky, glosy. Příspěvky čtenářů jsou odděleny do Redakční pošty a svůj zvláštní prostor nazvaný Z diskusního fóra zde mají i internetoví čtenáři. Autoři publikující zde pravidelně mají u svých příspěvků také umístěnou malou černobílou fotografii.

I Právo má pro každý den přidělenou určitou barevnou rubriku, nebo přílohu. V pondělí se jedná o rozšířené sportovní zpravodajství a informace o podnikání. Úterní Právo zahrnuje přílohu o zdraví, obsahující mimo jiné i rady sexuologa, TESTSERVIS a stránky pro chovatele. Středeční přílohy se týkají bydlení a profese. Ve čtvrtek nalezneme v Právu literární přílohu Salon, aktuální informace z vědeckého prostředí a různé příspěvky o

celebritách. V pátečním vydání Práva se nacházejí přílohy o cestování a autech. V sobotu vychází s deníkem Právo barevný magazín s televizním programem na další týden.

#### 4.4.3. Genderová struktura vedoucích redaktorů

*„Aby ženy mohly rovnoprávně uplatnit své pojetí a názory na svět, nestačí jen zvýšit počet novinářek, neboť ženy se přizpůsobují mužským normám. Ženy musí být zastoupeny i ve vysokých pozicích a ve výuce, aby se normy změnily.“<sup>54</sup>*

Na vedoucích pozicích šéfredaktora, zástupců šéfredaktora a hlavních editorů nenalezneme ani v jednom z analyzovaných deníků žádnou ženu. U celkového počtu 11 vedoucích redaktorů rubrik v MF DNES se situace opakuje. (v současnosti je vedoucí redaktorkou Tematických příloh žena).

V dozorčí radě organizace MaFra, a.s., která vydává MF DNES zasedají pouze 3 muži, stejná situace platí i pro její předsednictvo složené pouze z 6 mužů. Deník Právo vydává česká společnost Borgis, a.s., v jejíž dozorčí radě zasedají 3 muži, žádná žena, v předsednictvu nalezneme 1 ženu a 2 muže.

#### Složení redakce deníku Mladá fronta DNES ve sledovaném období:

Šéfredaktor: muž

Zástupci šéfredaktora: 4 muži

Hlavní editoři: 2 muži

Vedoucí redaktor tematických příloh: muž

Vedoucí redaktori pravidelných rubrik

Reportéři: muž

Názory: muž

Zahraničí: muž

Ekonomika: muž

Kultura: muž

Kavárna, umění: muž

Sport: muž

<sup>54</sup> Payerl, E.: *Novinářky v Německu a Rakousku*. In.: *Žena a muž v médiích*, Praha 1998, s. 42.



Odpovědný redaktor tematických příloh: muž

Vedoucí magazínu: žena

#### **Složení redakce deníku Právo ve sledovaném období:<sup>55</sup>**

Šéfredaktor: muž

Zástupci šéfredaktora: 3 muži

#### **4.5. Charakteristika sledovaného období**

*„Žurnalistika propůjčuje událostem společenský význam, a proto se stávají skutečností pro celou společnost. ... Události, o nichž sdělovací prostředky neinformují, mají jen nepatrný nebo vůbec žádný společenský význam.“<sup>56</sup>* Mým výzkumným cílem bylo v této souvislosti ukázat, jaké typy událostí MF DNES a Právo na počátku roku 2005 nejvíce „zviditelnily“ a a v jakém poměru se jim věnovaly novinářky a novináři. Pro porovnání stručně připomínám dobový kontext sledovaného období. Ve zkratce vybírám podle mého názoru nejdůležitější události v České republice<sup>57</sup>

- Česká armáda se stala plně profesionální
- ČR si jako další evropské země pietně připomněla oběti jedné z největších přírodních katastrof v historii lidstva z 26. prosince 2004. Silné zemětřesení a přívalové vlny cunami zpusťily pobřeží států jihovýchodní Asie
- Mladá fronta Dnes přinesla informaci o podezřelém financování bytu premiéra Stanislava Grosse
- ministři financí EU schválili aktualizovaný český makroekonomický program, včetně připomínek Evropské komise
- ministryně zdravotnictví Milada Emmerová podepsala vyhlášku o úhradách péče. Pojišťovny varovaly, že dluh zdravotního pojištění může vzrůst až na 20 miliard korun
- slavnostně byla otevřena česká mobilní nemocnice organizace Hand for Help na Srí Lance

<sup>55</sup> Ostatní údaje se mi v deníku Právo nepodařilo za sledované období dohledat.

<sup>56</sup> McNair, B.: *Sociologie žurnalistiky*. Praha 2004, s. 54.

<sup>57</sup> Vybíráno ze zdroje: [http://www.ceskenoviny.cz/domov/index\\_view.php?id=163919](http://www.ceskenoviny.cz/domov/index_view.php?id=163919) (cit. 2006 – 09 – 01)

- prezident Klaus se dotázal Ústavního soudu (ÚS), zda je evropská ústava v souladu s českou
- Lidovci vybídli ČSSD, aby navrhla jiného premiéra než Grosse, poslanci ČSSD se postavili za Grosse
- Sněmovna prosadila přes odmítnutí Senátu i prezidenta přísnější novelu zákona o střetu zájmů
- "Desatero" o evropské ústavě, v němž prezident Klaus dokazoval škodlivost ústavní smlouvy vyvolalo zájem poslanců Evropského parlamentu
- premiér Gross dostal důvěru širšího vedení ČSSD. Tím považoval koaliční krizi pro vládu za ukončenou
- pozdvižení v justici vyvolal prezident, když odmítl jmenovat 32 z 55 soudních čekatelů, kterým nebylo 30 let
- Národní knihovna vydražila v Paříži fragment latinského překladu Dalimilovy kroniky. Zaplatila asi devět milionů korun
- sjezd ČSSD v Brně zvolil Stanislava Grosse řádným předsedou strany. Účastníci vyzvali premiéra, ministry a poslance, aby zabránili předčasným volbám
- lidovečtí ministři Cyril Svoboda, Milan Šimonovský a Libor Ambrozek podali demisi. Předseda KDU-ČSL Kalousek oficiálně odstoupil od koaliční smlouvy uzavřené loni v létě.

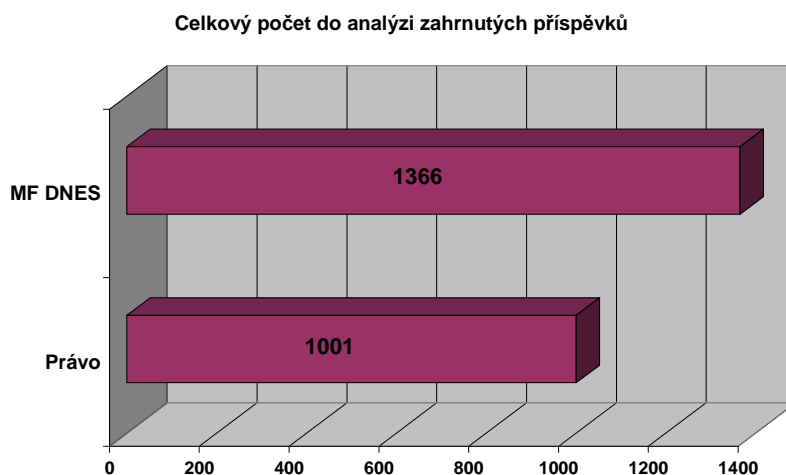
## 5. Základní výzkumná zjištění

### 5.1. Báze

- Do analýzy byly zahrnuty všechny relevantní příspěvky na prvních třech stranách deníků, všechny relevantní příspěvky v komentované části deníků a všechny relevantní příspěvky týkající se rovného postavení žen a mužů.
- Do analýzy nebyly zahrnuty barevné magazíny a komerční přílohy.
- Pro každý příspěvek bylo sledováno hlavní téma a autor příspěvku.
- Pro každý relevantní příspěvek týkající se rovného postavení žen a mužů byla sledována i stylová forma.

V MF DNES jsem analýze podrobila celkem 1 366 relevantních příspěvků, v Právu 1 001. Celkem bylo v denících MF DNES a Právo analyzováno 2 367 příspěvků (srv. graf 1).

**Graf 1**



## 5.2. Příspěvky na prvních třech stranách deníků

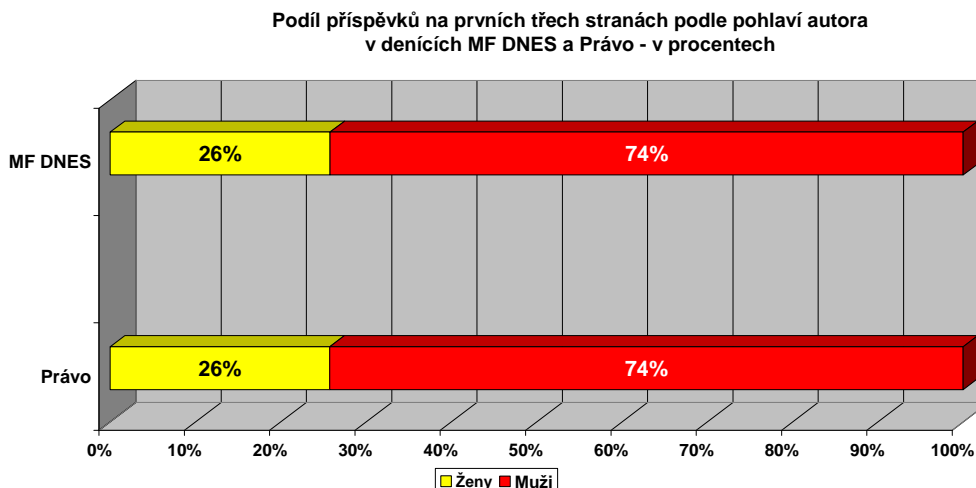
Do analýzy jsem zařadila pouze příspěvky na prvních třech stranách deníků podepsané celým jménem autora a v rozsahu minimálně pěti řádků standardizovaného sloupce v tištěných médiích. Sledovala jsem, kdo podle pohlaví zpracovával nejdominantnější témata, tedy témata „nejvyššího významu“. Tomuto cíli jsem přizpůsobila i pořadí témat v grafech - sestupně od nejdominantnějšího. Pak jsem se zaměřila na to, o jakých tématech píše nejvíce ženy a o jakých muži. Hodnocení obou deníků mezi sebou průběžně porovnávám.

Podíl příspěvků na prvních třech stranách podle pohlaví autora byl v obou sledovaných denících výrazně disproporční. Podíl příspěvků od novinářek byl na těchto stranách výrazně nižší, dosahoval zhruba třetinu podílu příspěvků od novinářů. Zajímavé je, že tato disproporce je v obou sledovaných denících procentuálně naprosto vyrovnaná (srv. graf 2). Ke shodným zjištěním došla za rok 2002 – 2003 v této otázce i *Analýza přítomnosti žen v médiích*.<sup>58</sup>

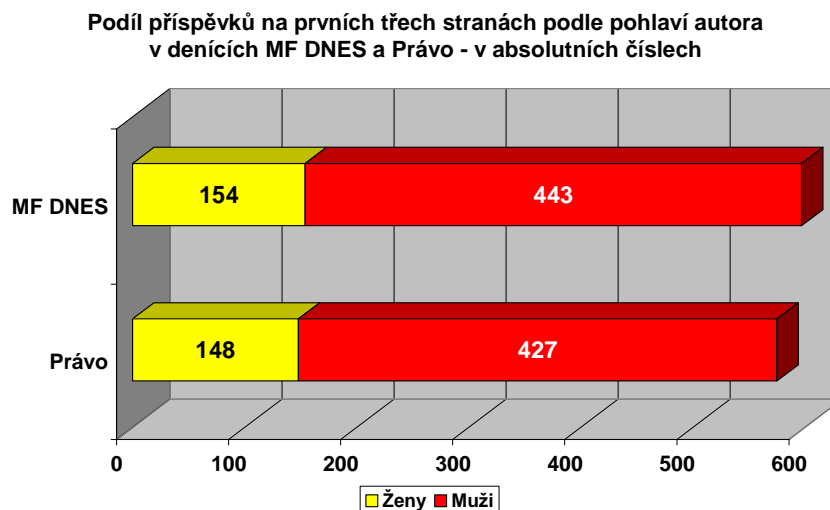
<sup>58</sup> Analýzu realizoval Innovatio – Media Tenor pro Centrum pro Gender Studies o.p.s. a která sleduje období leden 2002 – duben 2003. [http://www.feminismus.cz/download/MP%20-%20Gender%20Studies%20-%20zeny%20v%20mediich\\_v02\\_BP.ppt](http://www.feminismus.cz/download/MP%20-%20Gender%20Studies%20-%20zeny%20v%20mediich_v02_BP.ppt) (cit. 2005 – 05 – 11)

Výsledky tedy hovoří jasně - „nejdůležitější“ informace zpracovávají v obou denících převážně muži.

**Graf 2**



**Graf 3**



V denním tisku se bezpochyby odrážejí současné společenské trendy, jedním z nich je podle odborníků klesající zájem spotřebitelů o zpravodajství. Mimo zájem čtenářů se podle výzkumu Britské asociace vydavatelů novin ocitá zahraniční zpravodajství a domácí politické dění.<sup>59</sup> Období, které sleduji, bylo na zvraty v naší politické scéně bohaté<sup>60</sup> (hrubě řečeno

<sup>59</sup> Köppl, D.: *Marketing a média: Ztracené iluze*. In.: *10 let v českých médiích*. Praha 2005.

rozpoutal vládní krizi právě deník MF DNES, když v lednu zveřejnil nesrovnalosti týkající se financování bytu tehdejšího premiéra Grosse) a ve struktuře témat, o kterých psali novinářky a novináři nejčastěji, se tento dobový kontext projevil výrazným zájmem obou deníků o domácí politiku a stranické záležitosti. Toto téma v obou denících převažovalo a ostatní témata potlačilo. Čermák v souvislosti s tímto jevem upozorňuje, že za prvé česká média v této věci vzácně souzněla, a že za druhé byl obsah komentářových i zpravodajských stránek novin stereotypní v tom smyslu, že se soustředil na tlak na Grosse. Šíří problému současného omezování počtu zpracovávaných témat jsem zde mohla pouze nastínit, dále v této věci odkazuji na zmíněného Čermáka.<sup>61</sup>

Toto nejdominantnější téma zpracovávali v obou denících především muži. Ženy se jako autorky příspěvků o domácí politice a stranických záležitostech podílely v MF DNES naprosto mizivou částí – pouhými dvěma příspěvky oproti téměř dvěma stům příspěvků mužů. V Právu byla žena překvapivě podepsána pod zhruba každým druhým příspěvkem o domácí politice (srv. graf 4 a graf 5)! V Právu však nastala často situace, že pod jedním příspěvkem byla podepsána žena, ale i muž. Dle metodologie jsem klasifikovala oba autory zvlášť. To znamená, že novinářky v Právu zpracovávaly toto téma sice poměrně často, avšak mnohdy za „asistence“ novinářů. Autorek písčících samostatně bylo tedy méně než vyjadřuje údaj, avšak i přesto je to myslím potěšující výsledek. Ostatně o tom, zda byla tato situace z pozic autorů chtěná, nebo naopak nařízená, nám tato analýzy stejně nic neříká.

Druhým nejvíce popisovaným tématem byla v obou denících kriminalita a nehody. Pouze novinářky v Právu se po domácí politice nejvíce věnovaly tématu státní správa. Jasnou převahu však měli opět mužští autoři.

Třetím tématem, kterému bylo věnováno nejvíce příspěvků, byla v MF DNES společnost, osobnosti, v Právu hospodářský život a ekonomika. V MF DNES je tento údaj možná překvapující, avšak opět koresponduje s kauzou „Grossův byt“, v rámci které byl Gross i jeho manželka na prvních stranách podrobováni téměř psychologickým šetřením. Příspěvky se tedy týkaly především těchto osob a popisovaly jejich soukromý život, charakterové vlastnosti, konkrétní chování apod. Na zpracovávání těchto témat se novinářky v obou denících podílely opět mnohem méně než muži.

A o kterých tématech tedy psaly ženy nejvíce? V MF DNES to podle počtu příspěvků byla kriminalita, zdravotnictví, školství, společnost, hospodářský život a ČR a EU. V Právu se

<sup>60</sup> Viz. kapitola 4.5. Charakteristika sledovaného období

<sup>61</sup> Čermák, M.: „*Máme pitomější politiky, nebo novináře?*“, In: *10 let v českých médiích*, Praha 2005.

podle počtu příspěvků novinářky nejvíce věnovaly domácí politice, státní správě, kriminalitě, školství, justici a kultuře (srv. graf 6 a graf 7). MF DNES tak v jisté míře naplňuje obecnou představu o tom, že ženám jsou přidělována „méně“ důležitá témata, za která se považuje právě například školství, zdravotnictví a společnost. Situace autorek v Právu se této představě naopak poněkud vymyká. Zvláště zjištěním, že o zdravotnictví napsali novináři devětkrát více příspěvků než novinářky.

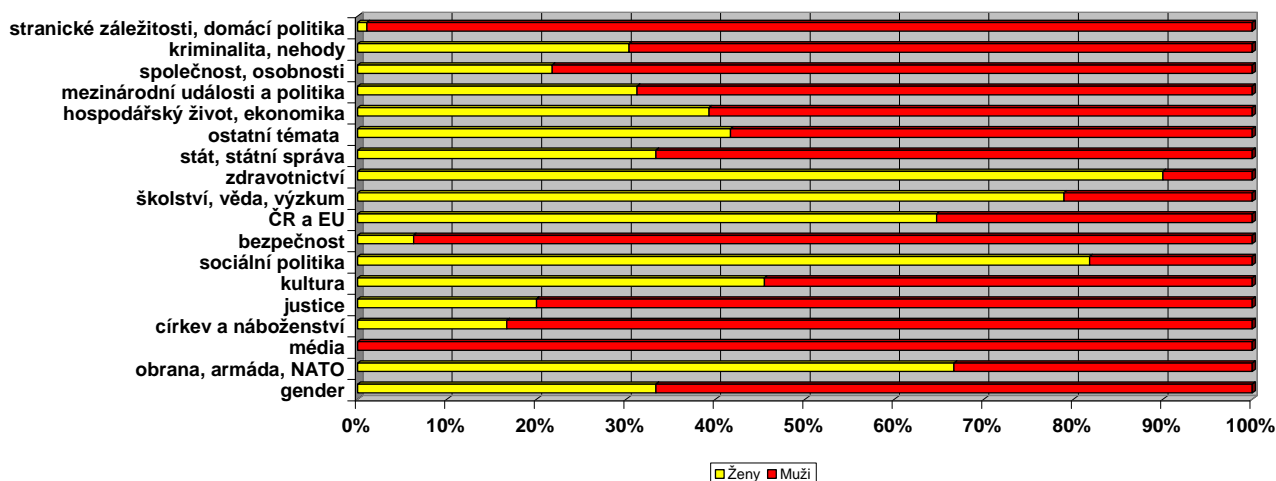
Problematicke genderu bylo na těchto stranách v obou denících věnováno prostoru minimálně. V Právu vyšel k této problematice pouze jediný příspěvek od novinářky. V MF DNES celkem tři příspěvky - dva od novinářů, jeden od novinářky. Ve zpravodajské části nebylo možné větší počet příspěvků informujících o genderových tématech očekávat, avšak tento mizivý zájem je varující (srv. graf 6 a graf 7).

Tématům sociální politika, obrana, armáda, NATO, církev a náboženství, kultura, justice a média se novináři i novinářky na sledovaných stranách věnovali nejméně.

Struktura nejdominantnějších témat příspěvků je v obou denících velmi podobná. Toto zjištění odpovídá stejnému zaměření deníků a orientaci na středového čtenáře..

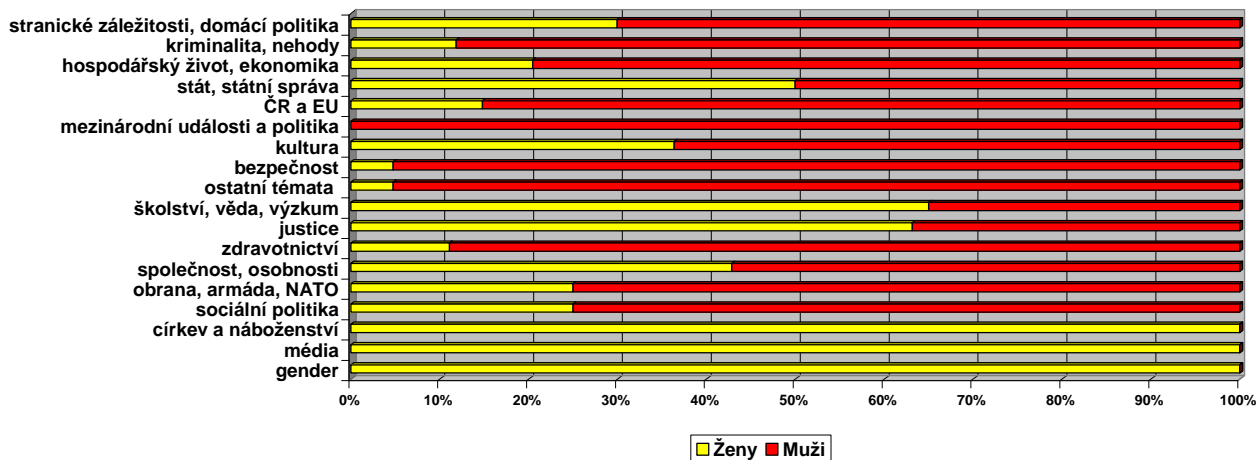
#### Graf 4

Podíl příspěvků k jednotlivým tématům na prvních třech stranách deníku MF DNES podle pohlaví autora - v procentech



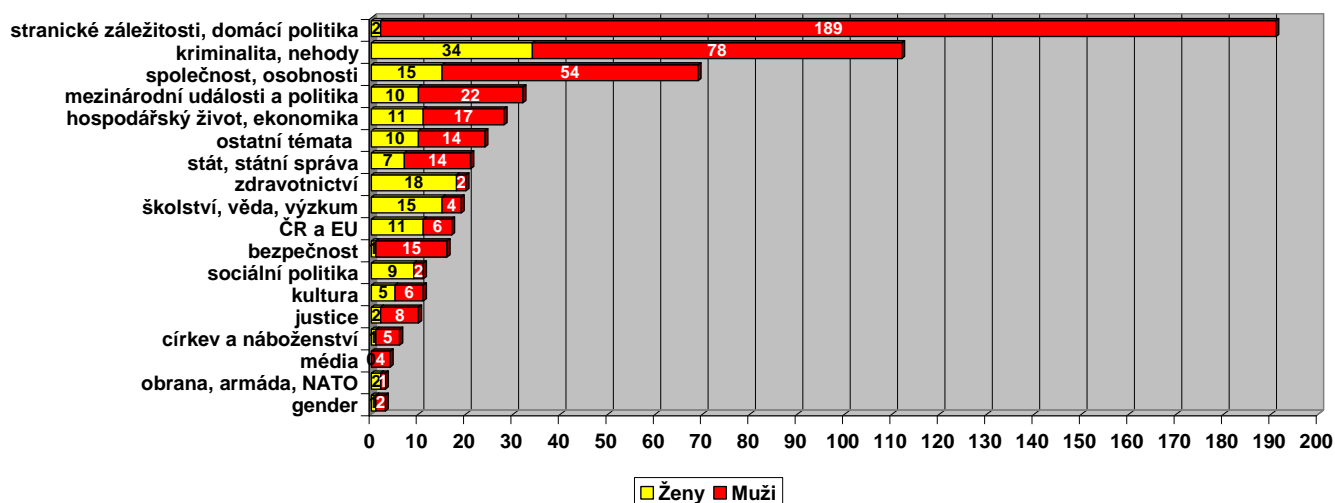
#### Graf 5

Podíl příspěvků jednotlivých témat na prvních třech stranách v deníku Právo  
podle pohlaví autora - v procentech



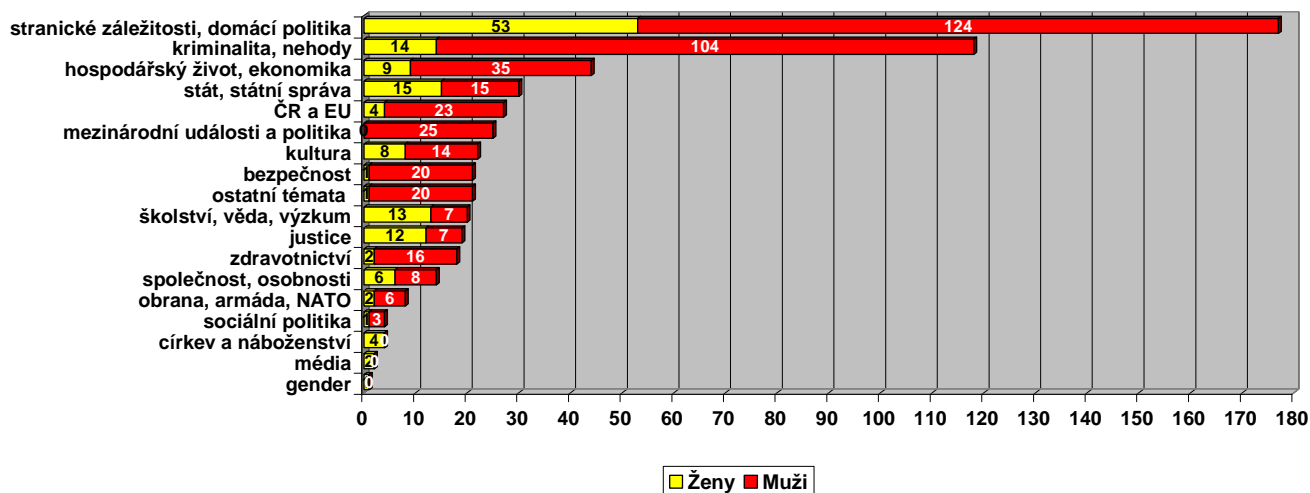
Graf 6

Podíl příspěvků jednotlivých témat na prvních třech stranách v deníku MF DNES  
podle pohlaví autora - v absolutních číslech



## Graf 7

Podíl příspěvků jednotlivých témat na prvních třech stranách v deníku Právo podle pohlaví autora - v absolutních číslech



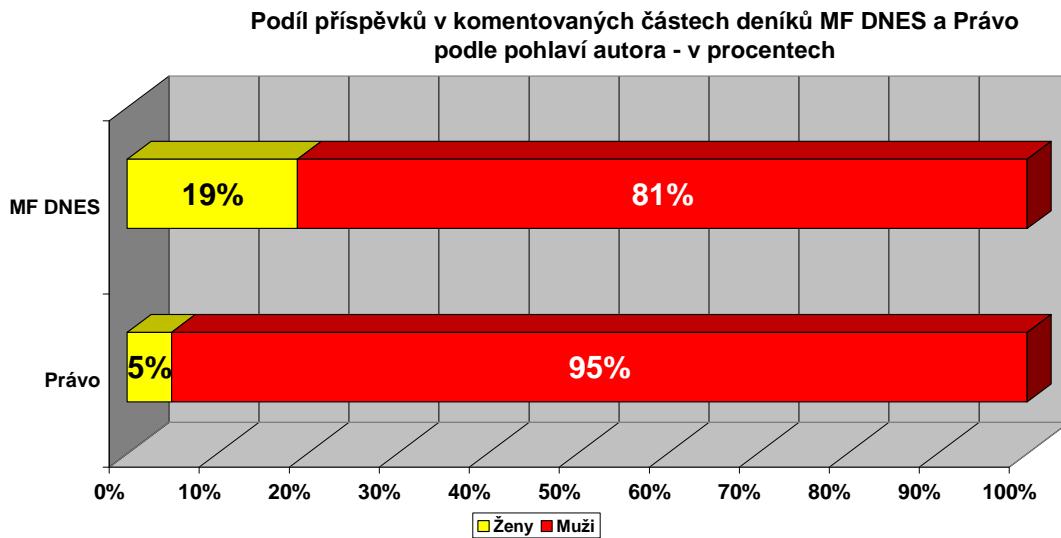
### 5.3. Příspěvky v komentovaných částech deníků

Na těchto stránkách jsem taktéž zkoumala podíl příspěvků od žen a od mužů k jednotlivým tématům. U příspěvků v komentovaných částech deníků nikdy nenastala situace, že by pod jedním příspěvkem bylo podepsáno více autorů. Logicky to vyplývá z povahy těchto příspěvků. Témata jsem v grafech tentokrát seřadila sestupně podle počtu příspěvků od novinářek. Mým cílem bylo zjistit, jaká témata komentují novinářky v porovnání s novináři nejčastěji. Získané údaje by nám však měly především napovědět, zda deníky upřednostňují „ženská“ či „mužská“ stanoviska.

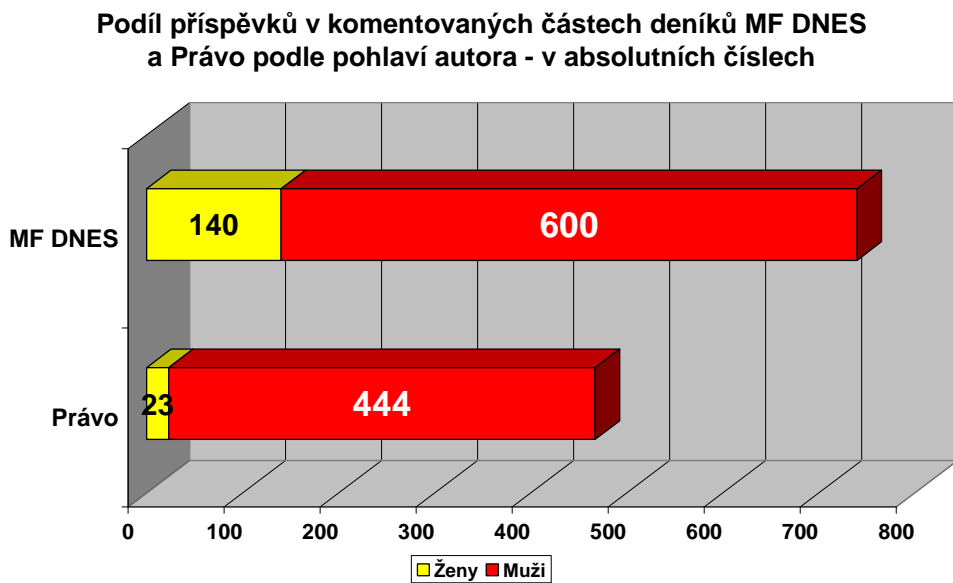
V obou sledovaných denících jednoznačně převládalo u všech témat hodnocení novinářů. V MF DNES i v Právu tedy existovala mezi „ženskou“ a „mužskou“ perspektivou výrazná disproporce (viz. grafy 8 a 9).



Graf 8



Graf 9



Nejdominantnějším tématem bylo i v této části u obou deníků domácí politické dění (srv. graf 12 a 13). A opět se potvrdil tušený výsledek – komentovali ho téměř výhradně muži. Novináři tedy téma, které ve sledovaném období u obou deníků jasně převládalo, nejen s převahou vypracovávali do zpravodajských částí, taktéž se k němu s ještě jednoznačnější početní převahou vyjadřovali v části komentované. Odpověď na otázku, kdo v této souvislosti utváří veřejný diskurs, je nasnadě.

V MF DNES komentovaly ženy nejvíce domácí politiku, hospodářský život, státní správu, společnost a mezinárodní politiku (srv. graf 12). Existovala tu však velmi nízká

variabilita autorek příspěvků – 45% příspěvků pocházelo od jedné autorky. To ostatně souhlasí s upozorněním Osvaldové, že MF DNES dlouhodobě na plný úvazek zaměstnává jen jednu komentátorku vůči čtyřem komentátorům a Právo na plný úvazek žádnou.<sup>62</sup>

V Právu ženy svými názory nejvíce přispívaly k tématům zdravotnictví, školství, domácí politiky, hospodářskému životu a státní správě (srv. graf 13). Počet všech jejich příspěvků byl však téměř zanedbatelný – ženy se mohly jako autorky vyjádřit pouze téměř v každém dvacátém příspěvku (srv. graf 9). V tomto ohledu byla situace v MF DNES pro novinářky mnohem příznivější – své hodnocení té které skutečnosti předkládaly zhruba v každém čtvrtém příspěvku.

Muži se nejčastěji vyjadřovali k domácí politice, mezinárodním událostem a justici v MF DNES, k domácí politice, vztahu ČR k EU a justici v Právu.

Téma gender bylo v MF DNES zpracováno ve 20 příspěvcích. V poměru k celkovému počtu příspěvků se o moc velké číslo nejedná, přesto je toto zjištění užitečné. O genderové problematice psali muži i ženy vyrovnaně. V Právu se však k genderové problematice vyjádřil pouze jeden novinář (srv. graf. 12 a graf. 13).

Novináři a novinářky obou deníků psali nejméně o tématu církev a náboženství, obrana, armáda, NATO.

Vzhledem k uvedeným zjištěním lze konstatovat, že celkově se situace pro ženy – novinářky na těchto stránkách vyvíjí rozhodně lépe v deníku MF DNES. Nejvíce komentovaná témata se od sebe v jednotlivých denících lišila více než témata zpravodajská. Domácí politika a stranické záležitosti tématům sice dominovaly, avšak v MF DNES byla i ostatní témata zastoupena poměrně rovnoměrně. V Právu byla převaha komentářů o domácí politice až zarážející (srv. graf 12 a graf 13). Novinářky v MF DNES komentovaly tzv. „ženská“ témata rozhodně méně než novinářky v Právu.

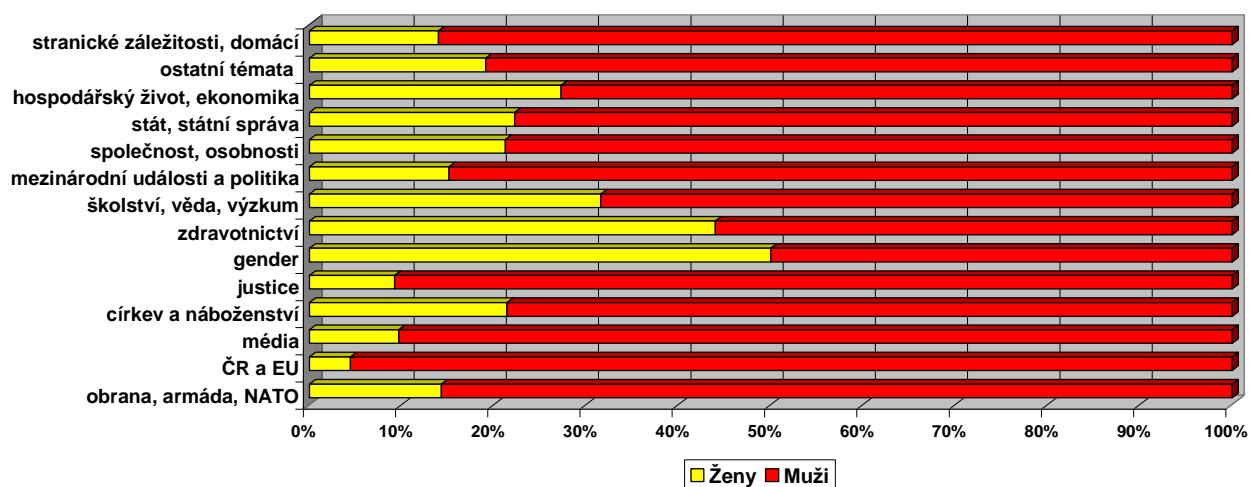
Skutečnost, že Právo neposkytuje ženám – autorkám komentářů téměř žádný prostor, potvrdila v roce 2003 i *Analýza přítomnosti žen v médiích*. Shodovalo se s ní i moje další, již zmíněné zjištění, totiž že redakce MF DNES naopak poskytuje novinářkám relativně hodně prostoru. Údaje této analýzy, která zkoumala čtyři naše celostátní deníky (Hospodářské noviny, Lidové noviny, Právo a MF DNES), potvrdily MF DNES jako deník, ve kterém bylo komentářů napsaných ženou zaznamenáno absolutně nejvíce.

---

<sup>62</sup> Osvaldová, B.: *Česká média a feminismus*. Praha 2004, s. 96.

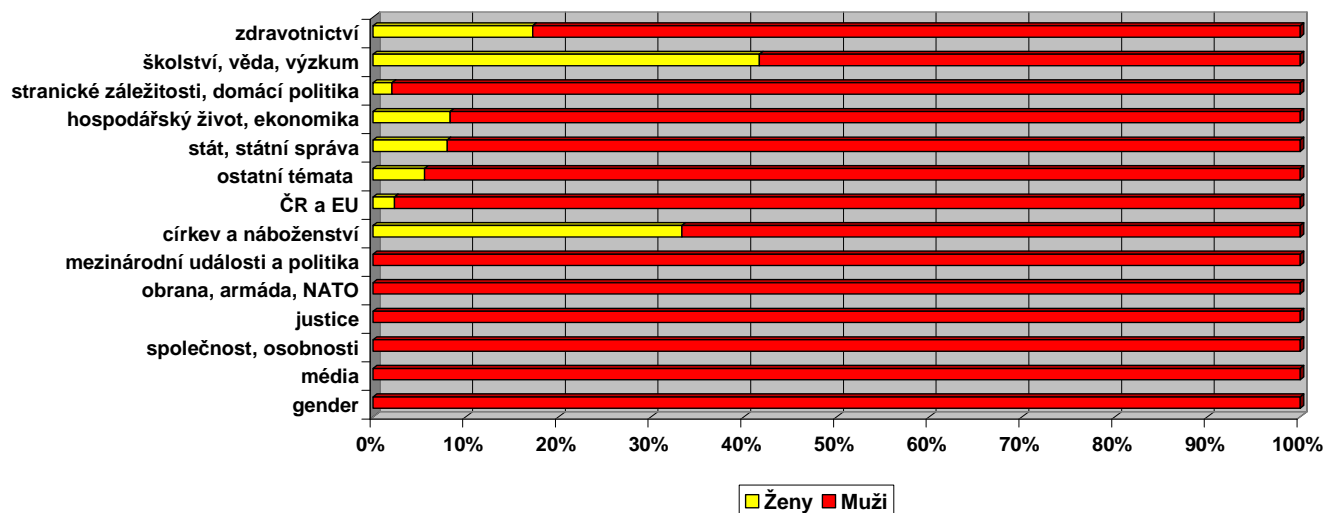
Graf 10

Podíl příspěvků jednotlivých témat v komentované části deníku MF DNES  
podle pohlaví autora - v procentech



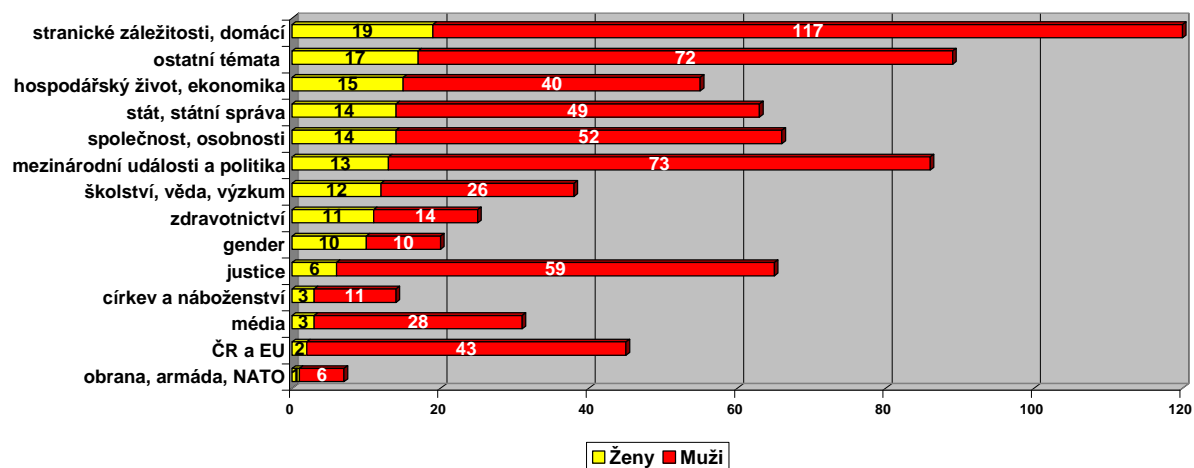
Graf 11

Podíl příspěvků jednotlivých témat v komentované části deníku Právo  
podle pohlaví autora - v procentech



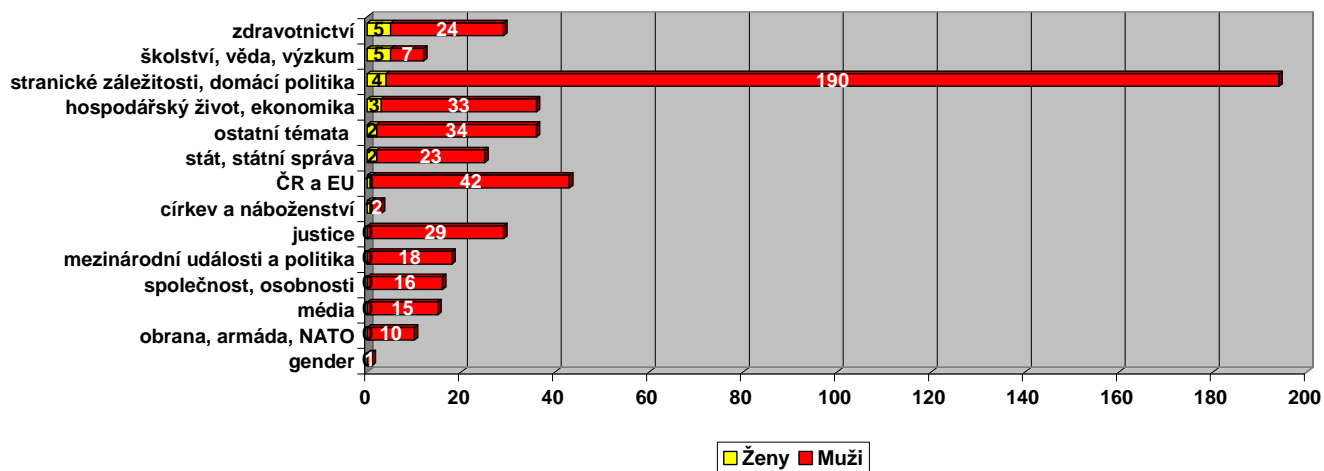
Graf 12

Podíl příspěvků jednotlivých témat v komentované části deníku MF DNES  
podle pohlaví autora - v absolutních číslech



Graf 13

Podíl příspěvků jednotlivých témat v komentované části deníku Právo  
podle pohlaví autora - v absolutních číslech



#### 5.4. Příspěvky o rovném postavení žen a mužů

Otázka rovnoprávnosti žen a mužů například ještě vedle tématu násilí páchaného na ženách a dětech, interrupce, sterilizace, pornografie také bezpochyby patří do feministického diskursu. Ve své práci jsem se však zaměřila pouze na materiál týkající se přímo feminismu jako teorie a myšlenkového směru a materiál přímo se týkající otázky rovnoprávnosti žen a mužů, otázky na rozdíl od feminismu probírané v konkrétní rovině. Moje kritéria pro výběr relevantních příspěvků o rovném postavení žen a mužů a feminismu byla:

- příspěvek se musí přímo týkat feminismu jako teorie a myšlenkového směru, nebo rovného postavení žen a mužů především v politické, ekonomické a sociální sféře
- příspěvek nesmí výše uvedená témata zahrnovat pouze jako nahodilou zmínku, tzn. že musejí být jeho hlavním tématem

Do analýzy jsem zahrnula všechny příspěvky týkající se této problematiky, ať už byly uveřejněny na kterékoli stránce deníků. Barevné magazíny<sup>63</sup> vycházející u obou sledovaných denících jednou týdně jsem ale nezkoumala. V tomto případě jsem tedy sběr materiálů neomezila jen na příspěvky na prvních třech stranách a v komentovaných částech deníků.

Výsledky hovoří jasně (srv. tab. 1) – ani deník Právo, ani deník MF DNES se tématu feminismu jako teorii nebo myšlenkovému hnutí ve sledovaném období nevěnoval vůbec.

**Tabulka 1 – počet příspěvků o rovném postavení žen a mužů a feminismu**

příspěvků o	MF DNES	Právo
feminismu	0	0
rovném postavení žen a mužů	58	20

Příčin nepřítomnosti textů o feminismu může být několik. V lednu se sledovaná média zaměřila především na přírodní katastrofu v Asii, v únoru a březnu na vládní krizi a okolnosti s ní související a tak možná nepovažovala feminismus za relevantní téma. Spíše se však

<sup>63</sup> Viz. kapitola 4.4. Charakteristika sledovaných deníků

kloním k názoru, že denní tisk považuje feminismus obecně za téma pro společnost nedůležité. Nasvědčuje tomu i fakt, že v letech 1991 – 2001 zaznamenala Osvaldová v českém tisku za rok nejvíce 45 příspěvků o feminizmu.<sup>64</sup>

Nelze možná ani očekávat, že se nijak nesespecializovaný denní tisk zaměřený na heterogenní publikum bude tématu feminizmu věnovat pravidelně, nebo mu alespoň poskytovat větší prostor, přinášet kvalitní materiály vyžadující odborné zpracování a ne jen povrchní popis. K tomuto závěru došla ostatně i Osvaldová<sup>65</sup>. Problém je možná i v tom, že pověřit někoho z mediálních pracovníků, aby se v této problematice systematicky vzdělával a informoval, by se majitelům deníků z jejich ekonomického hlediska na současné poslání tisku „nevyplatilo“.<sup>66</sup>

Deník Právo se otázce rovnoprávnosti žen věnoval ve sledovaném období především v souvislosti se vznikem nového úřadu Evropského institutu pro rovnost pohlaví, který by měl podle Vladimíra Špidly, eurokomisaře pro zaměstnanost, sociální věci a rovné příležitosti, fungovat od roku 2007. Dále v souvislosti s novým branným zákonem, který již *nerozlišuje mezi muži a ženami*<sup>67</sup> a s *průlomovým* rozhodnutím Ústavního soudu v řešení práv rozvedených rodičů na styk s jejich dítětem. ÚS 20.ledna 2005 konstatoval, že svěřování dětí druhému z rozvedených rodičů jen na víkend či prázdniny by nemělo být pravidlem.<sup>68</sup> 8. března vyšel v Právu pouze jeden článek týkající se zkoumaného tématu (*Unie k MDŽ připomene problém s rovnoprávností*). Pocházel z materiálu ČTK a byl umístěn v rubrice Ze zahraničí. Poměr autorů a autorek těchto příspěvků koresponduje s nepoměrným zastoupení mužů a žen v redakci tohoto deníku.

MF DNES publikovala textů o rovném postavení téměř třikrát více než deník Právo (srv. tab. 1). MF DNES má však průměrně více stránek než Právo.<sup>69</sup> A i když MF DNES sledovala obdobně jako Právo aktuální otázky spojené s rovnými příležitostmi, přeci jenom bylo spektrum problémů širší. MF DNES také psala o možném povolání žen do armády, o zmíněném rozhodnutí ÚS, v menší míře než Právo pak i o Špidlově sociální agendě. Na konci března vycházely v MF DNES pravidelné reportáže o českých ženách, které se dokázaly „probojovat“ na místa zpravidla obsazovaná muži. Nechyběly zde recenze na dokumentární film či knihu. Téma rovného postavení žen a mužů se nejvíce objevovalo v rubrikách Názory,

<sup>64</sup> Osvaldová, B.: *Česká média a feminismus*. Praha 2004.

<sup>65</sup> tamtéž

<sup>66</sup> Viz. kapitola 3.3. Genderová témata a současný český tisk

<sup>67</sup> ČTK, zr.: *Při ohrožení budou mobilizovány i ženy*. Právo 07.01.2005, s. 2.

<sup>68</sup> ČTK, kg.: *Rodiče mají stejná práva*. Právo 21.01.2005, s. 3.

<sup>69</sup> Viz. Příloha 1

Ekonomika a Ze světa a Z domova, čemuž odpovídá žánrové rozdělení příspěvků (srv. tab. 3). 8.března se ani v MF DNES žádné speciálně zaměřené příspěvky neobjevily.

Protože se mi podařilo nashromáždit relativně početný soubor příspěvků o rovném postavení, zaměřím se v tomto ohledu i na strukturu příspěvků podle pohlaví autora (srv. tab. 2), žánrovou skladbu příspěvků (srv. tab 3) a hodnotící postoj autorů a autorek k prezentované problematice (srv. tab. 4).

**Tabulka 2 – počet příspěvků o rovném postavení žen a mužů podle pohlaví autora**

autor příspěvku o rovném postavení žen a mužů	MF DNES	Právo
Žena	30	4
Muž	21	9
Neidentifikovatelný	7	7
Celkem příspěvků	58	20

Žánrově jsem relevantní příspěvky roztřídila na reportáže, recenze, články, komentáře, úvahy, rozhovory a polemiky. Útvary byly identifikovatelné celkem jednoznačně.

Vzhledem k uvedené skutečnosti, že deník Právo se rovným postavením žen a mužů zabýval především v souvislosti s branným zákonem, který vešel v platnost 1.ledna 2005, se zmíněným chystaným úřadem EU a s průlomovým rozhodnutím ÚS, je jednoznačně převládající počet článků logický. Článek nehodnotí, pouze konstatuje fakta – což se v rubrikách Zpravodajství a Trhy & Ekonomika, do kterých byly tyto příspěvky zařazeny, očekává.

Novinářky a novináři MF DNES zpracovávali téma rovného postavení především v komentované a zpravodajské části deníku a v rubrice Ekonomika. Tomu odpovídá 14 komentářů a 15 článků, žánry pro tyto části deníků příznačné.

Příspěvky o vážném a nadčasovém tématu rovnoprávnosti žen se tedy většinou objevovaly ve zpravodajské části deníků, která přináší informace především o každodenních a aktuálních událostech a v komentované části deníků, která není ze své povahy prosta předsudků a odsudků. Konkrétně například závažný a velmi aktuální problém diskriminace žen na pracovním trhu byl zpracováván věcně, bez hlubších úvah o důsledcích tohoto faktu.

Spíše byl zdůrazňován například neblahý vliv nezaměstnanosti žen na ekonomický potenciál země.

V nezanedbatelné míře moje zjištění koresponduje s tvrzením Kopplové, která se zamýšlela nad písemnými schopnostmi vyjadřování se novinářů a uvedla, že „*místo podnětů k přemýšlení, případnému nesouhlasu či veřejné diskusi nabízejí časopisy sumu fakticky či zdánlivě neutrálních informací, které se v lepším případě dále přetřásají, nebo alespoň berou na vědomí a hromadí se bez viditelného efektu.*“ To má však další závažné důsledky v podobě sílící netečnosti publika a postupující netečnosti vůči věcem veřejným, myšlenkově či hodnotově náročnějším.<sup>70</sup> V mém výzkumu to byl především deník Právo, který se podle žánrového roztřídění nad sledovanou problematikou téměř nezamýšlel, pouze neutrálně informoval.

**Tabulka 3 - žánrová skladba příspěvků o rovném postavení žen a mužů**

Deník	reportáž	recenze	článek	komentář	úvaha	rozhovor	polemika	celkem
MF DNES	15	4	15	14	5	2	3	58
Právo	2	1	12	4	0	1	0	20

U příspěvků jsem hodnotila tedy i postoje autorů k otázce rovného postavení žen a mužů v příspěvcích zahrnuté. Byl-li příspěvek podepsán více autory, klasifikovala jsem každého zvlášť. Jediným žánrem, ve kterém byl hodnotící postoj vždy neutrální, je článek - žánr nevyjadřující názor, pouze fakta. Také příspěvky zpracované agenturou zahrnovaly vždy postoj neutrální. Tabulka 4 znázorňuje, kolik analyzovaných příspěvků zahrnovalo postoj kladný, záporný a kolik neutrální. Dále jsem tyto výsledky rozdělila na počet toho kterého hodnoceného postoje u žen (Ž) a mužů (M) – tyto buňky tedy obsahují údaje pouze o příspěvcích podepsaných celým jménem autora.

Z výsledků analýzy vyplývá, že u obou deníků převládal postoj neutrální. Jasně příčiny jsou dvě: nejvíce příspěvků jsem klasifikovala jako článek, který je ze své definice vždy neutrální a značná část materiálu pocházela z agenturního materiálu, který v sobě

<sup>70</sup> Köpplová, B.: *Kam směřují časopisy a lifestylové magazíny*. In. *10 let v českých médiích*. Praha 2005, s. 85.



hodnotový postoj také nezahrnuje. Další příčinou může být nevyhraněný postoj autorů vyplývající z jejich nedostatečného seznámení s daným tématem.

Deník Právo ani v této otázce neposkytuje novinářkám téměř žádný prostor. V MF DNES byly příspěvky zpracovávány rovnoměrně ženami i muži. Záporných postojů se vyskytlo v obou denících minimálně.

**Tabulka 4 – postoje autorů příspěvků o rovném postavení žen a mužů k projednávané problematice**

deník	postoje						celkem
	kladný		záporný		neutrální		
MF DNES	22	Ž: 12	6	Ž: 3	30	Ž: 14	58
		M: 11		M: 3		M: 7	
Právo	5	Ž: 0	1	Ž: 0	14	Ž: 4	20
		M: 5		M: 1		M: 3	

Ž: autorem příspěvků je žena

M: autorem příspěvků je muž

Počet příspěvků zaměřených konkrétně na rovné postavení ve sledovaném období mě v obou denících překvapil. Konečně touto otázkou se v MF DNES i Právu zabýval v letech 2002 a 2003 například projekt *Analýza přítomnosti žen v médiích*<sup>71</sup>, který za období leden 2002 až duben 2003 uvádí celkem příspěvků o rovnoprávnosti žen 12 v deníku Právo a 28 v deníku MF DNES. To znamená, že za 3 měsíce publikovalo Právo průměrně 2, 25 příspěvku a MF DNES 5, 25 příspěvku. V porovnání s mými výsledky, které tyto hodnoty několikanásobně převyšují, to může znamenat, že sledované deníky začaly v roce 2005 pod vlivem načrtnutého dobového kontextu považovat téma rovnoprávnosti za důležité nebo se v porovnávaných výsledcích odráží subjektivní hodnocení materiálu autorem.

Přesto podle mých výsledků především o žánrové skladbě příspěvků o rovném postavení stále obecně platí, že „u nás chybí jak návaznost na tradici českého diskursu

<sup>71</sup> Analýzu realizoval Innovatio – Media Tenor pro Centrum pro Gender Studies o.p.s. a která sleduje období leden 2002 – duben 2003. [http://www.feminismus.cz/download/MP%20-%20Gender%20Studies%20-%20zeny%20v%20mediich\\_v02\\_BP.ppt](http://www.feminismus.cz/download/MP%20-%20Gender%20Studies%20-%20zeny%20v%20mediich_v02_BP.ppt) (cit. 2005 – 05 – 11)

*k těmto otázkám a znalost historie postavení žen a mužů v naší společnosti, tak znalost nových odborných poznatků. Média jsou pak často odkázána na nepravé odborníky (nejčastěji psychology), neboť se na tuto oblast nespécializují a jsou v ní stejnými laiky jako jejich publikum. Místo informací analytické povahy pak nabízejí pouze soukromé názory a předsudky.“<sup>72</sup>*

## **5.5. Fotografie na titulních stranách**

Přestože vizuální složka (prozatím) nehraje u denního tisku tak významnou roli jako u jiných médií (například u televize, filmu, či internetu)<sup>73</sup>, její stále větší podíl v denících je nepopíratelný a vzhledem k obsahové složce by mohl mít negativní dopad. Kopplová v souvislosti s tímto jevem podotýká, že časopisy společně s dalšími médii, jako jsou televize a denní tisk v posledním desetiletí výrazně přispěly k odklonu společnosti od tradiční orientace na psaný verbální projev. Podle Kopplové toho pak dosáhly právě především tzv. vizualizací, tedy hojným využíváním obrazových a grafických výrazových prostředků. Toto současné explozivně rostoucí využití obrazové složky v tištěných médiích pak podle této autorky působí na utváření hodnot a chování publika.<sup>74</sup>

Mým výzkumným předmětem se stala v této souvislosti otázka, jak často a v jaké roli se na první stranu deníků MF DNES a Právo dostane na hlavní fotografii žena a jak často a v jaké roli muž.

Hlavní fotografií myslím největší fotografii na titulní straně deníku umístěnou zpravidla tradičně v pravé horní polovině tak, aby mimo jiné i po přeložení dál lákala potencionálního kupce. Značná část „nepředplatitelů“ deníků se o tom, jaké noviny si koupí, rozhoduje možná až přímo u novinového stánku a pak je hlavní fotografie vedle nejučtějšího titulku jistě nezanedbatelným kritériem takového rozhodování – a toho si jsou vydavatelé dobře vědomi.

Zajímavé je, že se hlavní fotografie většinou netýká hlavního článku – článku s největším nadpisem a zpravidla i rozsahem. Textový doprovod je umístěn pod fotografií a příslušný článek ji doprovázející nalezneme někdy až na vnitřních stranách deníku.

<sup>72</sup> Havelková, H.: *Rod, kultura a demokracie v českých médiích*. In.: *Žena a muž v médiích*. Praha 1998, s. 8.

<sup>73</sup> Pavlík, P.: <http://www.osops.cz/download/files/gender/9gender-a-media.pdf> (cit. 2005 - 01 - 12)

<sup>74</sup> Köpplová, B.: *Kam směřují časopisy a lifestyleové magazíny*. In. *10 let v českých médiích*. Praha 2005, s. 85.

Typicky zobrazované role žen a mužů jsem rozdělila do následujících zobecňujících kategorií:

- u žen na modelku, matku, sportovkyni, manželku politika či prezidenta a celebritu
- u mužů na politika, sportovce, celebritu a vojáka.

Tyto typické role, které zmiňuje například Osvaldová<sup>75</sup>, jsem doplnila u obou pohlaví tak, aby odpovídaly všem rolím druhého pohlaví a počet kategorií byl u obou pohlaví stejný – tzn. že od typicky zobrazované role ženy jako manželky prezidenta/prince/politika jsem odvodila mužskou roli manžel političky atd.

Kategorie celebrita označuje v mé analýze osobu známou především z filmové a hudební branže, ostatní kategorie jsou jednoznačně definované pouhým názvem. Do kategorie „ostatní“ jsem zařadila fotografie žen a mužů, které nebylo možno zařadit do žádné z uvedených kategorií. Jednalo se například o účastníky/účastnice dopravní nehody, záchranáře, účastnice voleb v Iráku a podobně.

Na fotografii, na které byli muž i žena, nebo dva lidé stejného pohlaví (například politik a sportovec) jsem každého člověka klasifikovala zvlášť. Pokud bylo na fotografii zobrazeno například více mužů – politiků, do tabulky jsem započítala pouze jednoho muže – politika. Tato metoda odpovídá cílům mé analýzy, při které nehodnotím počet zobrazených politiků na hlavních fotografiích za sledované období, ale role, které muži a ženy na fotografiích zastávají.

Celkem jsem analyzovala 150 hlavních fotografií na titulních stranách deníků - v každém z deníků tedy 75 fotografií - a výsledky zaznamenala do tabulky 3 a tabulky 4.<sup>76</sup>

U dvou všeobecně zaměřených deníků sledujících každodenní aktuální události lze očekávat tematickou podobnost, dokonce shodu některých zveřejňovaných událostí. Hlavní fotografie také pochopitelně „kopíruje“ aktuální dějství. Z velké části tak oba deníky na fotografiích zveřejňovaly stejné události a tedy i stejné lidi. Přesto jsem z hlediska genderově zaměřené analýzy došla k zajímavému výsledku.

MF DNES zobrazovala ve sledovaném období ženu na titulní fotografii nejčastěji v roli manželky prezidenta, prince, či politika (srv. tab. 3). Právo, přestože se na titulních stranách diplomatickým cestám českého i amerického prezidentského páru, či premiérově manželce taktéž věnovalo, zveřejňovalo na fotografiích pouze mužské aktéry dění. V MF

<sup>75</sup> Osvaldová, B.: *Kdo patří na titulní stranu?* In.: *10 let v českých médiích*. Praha 2005.

<sup>76</sup> Fotografií, na kterých nebyla zobrazena žena ani muž, nebo se na nich bylo zachyceno velké množství lidí, jejichž pohlaví nebylo možné přesně identifikovat, bylo v MF DNES celkem 8, v Právu 9.

DNES se tedy žena na titulní fotografii nejčastěji objevila v situaci, kdy byla její role charakterizována prostřednictvím vztahu k muži. V Právu sice největší počet fotografií žen zobrazovalo političku a celebritu, avšak vzhledem k tomu, že fotografie političky byly celkem pouze tři, nelze na tuto skutečnost brát vážnější zřetel.

Nemohu zde posoudit, nakolik byl výběr fotografií uvědomělý. Osvaldová k tomuto podotýká, že „při zachycení mužů nebo žen nemusí nutně jít o uvědomělý záměr. Spíš o jakési zaběhlé praktiky, imanentně přítomné v myslích těch, kteří mohou rozhodovat o publikování jak textů, tak obrazů“.<sup>77</sup>

Nejčastěji fotografovanou ženou v Právu byla celebrita nebo politička, nejčastěji fotografovaným mužem byl s jasnou převahou politik. V MF DNES byl absolutním „mužem prvních stran“ také politik (srv. tab. 3 a tab. 4).

Vzhledem ke skutečnosti, že nejdominantnějším hlavním tématem byla ve sledovaném období domácí politika a stranické záležitosti (srv. graf.), je počet titulních fotografií politiků nasnadě.

Ostatní kategorie byly u žen v obou denících zastoupeny celkem rovnoměrně, u mužů vzhledem k velké početní převaze fotografií politiků, spíše minimálně (srv. tab. 3 a tab. 4).

U obou deníků bylo na titulní straně mnohem více fotografií mužů než žen.

**Tabulka 3 – fotografie na titulní straně – žen**

deník	politička	sportovkyně	manželka prezidenta/prince/politika	modelka	celebrita	matka	ostatní	celkem fotografií žen
MF DNES	3	2	7	3	4	0	4	23
Právo	3	2	1	2	3	1	6	18

**Tabulka 4 – fotografie na titulní straně - mužů**

<sup>77</sup> Osvaldová, B.: *Kdo patří na titulní stranu?* In.: *10 let v českých médiích*. Praha 2005, s. 93.

Deník	politik	sportovec	manžel političky	model	celebrita	voják	ostatní	Celkem fotografií mužů
MF DNES	26	3	0	0	6	3	17	55
Právo	27	3	0	0	6	3	9	48

## Závěr

Zjištění genderově inspirované obsahové analýzy deníků MF DNES a Právo bohužel splnila očekávání „intuitivně tušená“.<sup>78</sup> Feminismus se jako téma neobjevil v jediném příspěvku u obou deníků. Téma rovného postavení žen a mužů v denících prezentováno bylo, avšak stylová forma většiny příspěvků a skutečnost, že nemalý podíl těchto příspěvků byl převzat z agenturního materiálu, toto zjištění poněkud „kazí“.

Muži byli v obou sledovaných denících nejen častěji autory zpravodajských příspěvků a komentářů, byli také častěji zobrazováni na titulních fotografiích a v Právu psali o rovném postavení také více oni. Deníkem, který poskytoval novinářkám v rámci zkoumaných oblastí více prostoru byla Mladá fronta DNES. Zjištění souhlasí s výsledkem průzkumu časopisu Media tenor, který v roce 2003<sup>79</sup> zveřejnil, že muži jsou častěji protagonisty zpravodajství, ale také autory samostatných příspěvků a komentářů. Podle této studie byly v MF DNES novinářky podepsány pod téměř každým třetím příspěvkem a naopak nejméně publikovaly v Právu. Mé zjištění o podílu autorek příspěvků na prvních třech stranách v obou denících a počet uveřejněných příspěvků o rovném postavení žen a mužů v deníku MF DNES bych ráda považovala za předzvěst vyrovnávajícího se zastoupení novinářek a novinářů alespoň v rámci zpravodajských oddělení těchto dvou deníků a konečně alespoň za přihlížení a ne přehlížení genderové tematiky.

Přesto musím na základě mých výsledků velmi zobecněně konstatovat dvě závažná zjištění. Totiž že se sledované deníky podílely na utvrzování představ, že genderová problematika a feminismus vůbec nejsou oproti jiným „závažnějším“ tématům hodny

<sup>78</sup> Tento výraz použila na s. 94 Osvaldová, B.: *Kdo patří na titulní stranu?* In.: *10 let v českých médiích*. Praha 2005

<sup>79</sup> Aktuální informace o četnosti na [www.mediatenor.cz](http://www.mediatenor.cz)

zásadnější pozornosti denního tisku a že novinářská profese, přesněji publikování na tzv. prestižních stranách celostátních deníků, je mužskou doménou.

V průběhu výzkumu se mi však také stále více vnucovala otázka, zda mají ženy vůbec vážný zájem o funkce, jež ve většině případů zastávají muži - o funkce spojené s více penězi, s větší mocí, prestiží, ale také s větší odpovědností a organizační činností. Cítí samotné novinářky potřebu vyrovnat podíl žen a mužů v redakci? Zde se možná ocitáme v bludném kruhu. Některé novinářky by možná odpověděly – Ano, stála bych o takovou funkci, ale.. – a za tím *ale* by se nacházela odůvodnění většinou spojená s rodinou, dětmi, starostí o domácnost, tudíž věčně opakovaným „ženským“ dilematem kariéra versus rodina. Dilematem živeným patriarchálním uspořádáním naší společnosti.

Je to skutečně tak, jak se domnívá Osvaldová, že „*novinářky ovšem automaticky tzv. ženská témata nevyhledávají a nevěnují se jim proto, že by je zajímala především. Důvodem je spíš jisté očekávání, tradice a také to, že muži považují takové oblasti za nezajímavé, tudíž nebývají obsazené a editoři je přidělují méně ambiciózním členům redakce (nebo externistům). Za ty jsou považovány opět ženy.*“ (str.95)? To jsou otázky, na které už v této práci neodpovím, ale za předmět dalšího výzkumu by rozhodně stály.

## Příloha č. 1 - Portréty deníků Právo a Mladá fronta DNES

### Mladá fronta DNES

Vydává MAFRA a.s.

Šéfredaktor: Pavel Šafr

Majoritním vlastníkem je od roku 1994 německý holding **Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft GmbH**. Vydavatelství bylo založeno roku 1946 a jeho hlavním produktem je deník Rheinische Post.

Mafra dále vydává deník Lidové noviny, hudebně-společenský měsíčník F:LTR, vlastní internetový portál iDNES.cz, hudební radia Expresradio a Rádio Classic FM.

Redakce, předplatné: Anděl Media Centrum, Karla Engliše 519/11, 150 00 Praha 5 – Smíchov

Periodicita: deník

Profil: všeobecně zaměřený zpravodajský deník

Ve sledovaném období měla Mladá fronta DNES průměrně 44 stran a běžné vydání stálo 10 Kč.

Čtenost: v prvním pololetí roku 2005 byla Mladá fronta Dnes druhým nejčtenějším celostátním deníkem se čteností 1, 187 milionu čtenářů a průměrným prodaným nákladem 302 993 kusů<sup>80</sup> (Media Projekt 2005 realizován společnostmi GfK Praha – Median).

Stálé rubriky a přílohy:

PONDĚLÍ

Sport – rozšířené vydání sportu

**ÚTERÝ**

Peníze, zaměstnání – příspěvky o tom, jak ušetřit peníze, jak správně hospodařit, inzertní nabídka volných míst

**STŘEDA**

Auto moto – testy vozů, rozhovory s známými lidmi o jejich řidičských zkušenostech  
Dům a byt – příspěvky o tom, jak bydlí celebrity, o nových bytových doplňcích, inzertní příloha s nabídkou bytů

**ČTVRTEK**

Barevný magazín – velký rozhovor se známou osobou, články nejružnějšího zaměření, televizní program na celý týden

**PÁTEK**

Zdraví a životní styl – rady lékaře, sexuologa, dietologa apod., informace o nemocech a způsobů jejich léčby  
TEST, kam na víkend – tipy na cestování po republice i zahraničí

**SOBOTA**

Kultura – především recenze na knihy, filmy apod.  
Víkend DNES – rozhovor se celebritou  
Kavárna, věda – příspěvky o civilizaci, filosofické úvahy, věda

Informace jsem čerpala z [www.mafra.cz](http://www.mafra.cz), [www.mfdnes.cz](http://www.mfdnes.cz), [www.mam.cz](http://www.mam.cz)

**Právo – „nezávislé noviny“**

Vydává česká společnost Borgis a.s.

Šéfredaktor: Zdeněk Porybný

Redakce Práva a administrativa Borgis, a. s., 121 50 Praha 2, Slezská 2127/13, pošt. přihrádka 162, telefon 221 001 111:



Předplatné v zastoupení vydavatele provádí společnost Mediaservis s. r. o. - abocentrum, Brno

Periodicita: deník

Profil: všeobecně zaměřený zpravodajský deník

Ve sledovaném období mělo Právo průměrně 28 stran a běžné vydání stálo 10 Kč.

Čtenost: v prvním pololetí roku 2005 bylo Právo třetím nejčtenějším celostátním deníkem s 536 tisíci čtenáři (4.8. 2005, mam.cz). Průměrný prodaný náklad za toto období činil v kusech 172 188<sup>81</sup> (Media Projekt 2005 realizován společnostmi GfK Praha - Median).

Stálé rubriky a přílohy:

#### PONDĚLÍ

Sport extra – rozšířené sportovní zpravodajství

Firma - týdeník zaměřený na podnikání s důrazem na malé a střední firmy

#### ÚTERÝ

Barevná příloha Zdravé rady – lékařské informace, rady sexuologa, kosmetičky apod.

TESTSERVIS – testy především spotřebních a potravinářských výrobků

ZOO doma – stránky pro chovatele

#### STŘEDA

Barevný magazín Dům a bydlení – praktické rady, jak zlepšit bydlení, návštěvy architektonicky zajímavých bytů, rady pro zahrádkáře, právní poradna

Profese – rubrika zaměřená na personální poradenství s inzertní nabídkou volných míst

#### ČTVRTEK

Salon – literatura a literární publicistika, jediná pravidelná literární příloha v našem celostátním denním tisku

Věda a technika – aktuální informace o moderních technologiích  
Zajímavosti

## PÁTEK

Barevná příloha Styl na cestách – příloha o cestování, tipy na víkend  
Auta – informace a zajímavosti pro motoristy  
Televizní program na vkend

## SOBOTA

Barevný magazín – rozhovor se známou osobností, TV program na celý týden  
Styl na víkend – víkendové čtení

Informace jsem čerpala z [www.pravo.novinky.cz](http://www.pravo.novinky.cz), [www.mam.cz](http://www.mam.cz)

Příloha č. 2 - Kódovací kniha

## **Seznam proměnných**

### I. Identifikační proměnné

Jméno kódovače jako identifikační proměnnou neuvádím, kódování jsem prováděla pouze já.

#### **1. Deník**

1 Mladá fronta DNES  
2 Právo

#### **2. Měsíc**

1 leden  
2 únor  
3 březen

**3. Den**

1 prvního v měsíci

2 druhého v měsíci

3 třetího v měsíci

(kód se shoduje s pořadím dne v měsíci)

**II. Analytické proměnné**

Kódovací jednotka: příspěvek

Příspěvkem v mé práci rozumím graficky ucelené žurnalistické jednotce s nadpisem o rozsahu alespoň pěti řádků standardizovaného sloupce v tištěných médiích.

**4. Umístění příspěvku**

1 příspěvek nacházející se na první straně jednoho vydání

2 příspěvek nacházející se na druhé straně jednoho vydání

3 příspěvek nacházející se na třetí straně jednoho vydání

Atd.

**6. Hlavní téma příspěvku**

1 stranické záležitosti, domácí politika

2 stát, státní správa

3 kriminalita, nehody

4 hospodářský život, ekonomika

5 ČR a EU

6 bezpečnost

7 mezinárodní události a politika

8 zdravotnictví

9 sociální politika

10 školství, věda, výzkum

11 obrana, armáda, NATO

12 justice

- 13 kultura
- 14 církev a náboženství
- 15 společnost, osobnosti
- 16 média
- 17 gender
- 18 ostatní témata

## **7. Pohlaví autora**

- 1 žena
- 2 muž

## **Příloha č. 3 - Kódovací instrukce**

Identifikační proměnné - pro identifikaci jednotlivých výtisků deníků jsem ve své práci použila znaky Deník, Měsíc a Den. Tyto proměnné rozlišují, o které se jedná noviny a kdy byly vydány. Všechny výtisky jsou z jednoho ročníku, rok jsem tedy do kódovací knihy nezařadila. Tyto identifikační proměnné považuji u vybraného materiálu k identifikaci různých vydání různých novin za dostačující.

**Analytické proměnné** – kódovací jednotkou je příspěvek. Tyto proměnné slouží k identifikaci jednotlivých příspěvků.

**Umístění příspěvku** – určuje stranu, na které se příspěvek v deníku nachází. Kód se shoduje s číslem strany, na které je příspěvek umístěn v rámci jednoho vydání novin. Zahrnula jsem pouze příspěvky relevantní k mé analýze, které jsem popsala v předchozích kapitolách.

**Hlavní téma příspěvku** – tato proměnná, popisující jakým tématům se věnují jednotlivé příspěvky především, je pro mou analýzu klíčová. Kódovala jsem tedy jedno téma převládající v jednom příspěvku.

**Stranické záležitosti, domácí politika** – příspěvky týkající se domácí politické scény, ve sledovaném období především vládní krize vyvolané kauzou „Grossův byt“, která vznikla na

základě uveřejněných informací o nesrovnalostech ve financování bytu tehdejšího premiéra a následného velkého sjezdu ČSSD konaného v Brně.

**Stát, státní správa** – příspěvky týkající se činnosti a správy ministerstev, prezidentských rozhodnutích, činnosti veřejných orgánů apod.

**Kriminalita, nehody** – původně jsem témata řadila zvlášť do dvou kategorií, ale v průběhu analýzy jsem narážela na obtíže příspěvek zařadit do jedné, nebo druhé kategorie. Témata jsem nakonec z důvodu obsahové příbuznosti spojila. Kategorie zahrnuje články o trestných činech, automobilových nehodách apod. Ve sledovaném období se toto téma týkalo především ničivými následky, které způsobila vlna tsunami. Články vypovídající o počtu mrtvých, popisující konkrétní nehody a trestné činy s pohromou spojenými tvoří nemalou část této kategorie.

**Hospodářský život, ekonomika** – příspěvky o hospodářské politice země, státní ekonomice, nákupů a prodejů firem apod.

**ČR a EU** – příspěvky týkající se české politiky ve vztahu k Evropské unii a různých souvislostí našeho členství v EU.

**Bezpečnost** – téma, které jsem se rozhodla zařadit v průběhu analýzy z důvodu opakujících se příspěvků týkajících se především vnitřní bezpečnosti naší republiky.

**Mezinárodní události a politika** – příspěvky týkající se politického dění pouze ve světě, bez přímého vztahu k ČR. Články o tsunami jsem do této kategorie zařadila pouze v případě, že se jednalo o popis události v kontextu mezinárodní politiky.

**Zdravotnictví** – příspěvky o zdravotních pojišťovnách, o přídavcích na léky, o stavu českého zdravotnictví, příspěvcích na péči o pacienty, o nemocnicích, o očkování v době chřipkové epidemie.

**Sociální politika** – příspěvky o sociálních službách, sociálních dávkách, zaměstnanosti, o zdravotně postižených lidech, ústavech, o péči o sociálně slabé

**Školství, věda, výzkum** – příspěvky týkající se školství, školských reforem, vědeckých poznatků, různých výzkumech.

**Obrana, armáda, NATO** – příspěvky o české i zahraniční armádě, nákupu zbraní, armádních letadel, o vyjednávání ohledně zbrojení amerického prezidenta Bushe s Irákem, články vztahující se k ČR a jejího členství v Severoatlantické alianci apod.

**Justice** – příspěvky týkající se soudů a vykonávání soudní praxe, ve sledovaném období jsem do této kategorie řadila především příspěvky týkající se věkového omezení soudců prosazovaného prezidentem Václavem Klausem.

**Kultura** – příspěvky týkající se nových knih, dále například příspěvky o Dalimilově kronice, pěveckých soutěžích, výstavách apod.

**Církev a náboženství** – příspěvky s náboženskou tematikou a ve sledovaném období články týkající se hlavy církve a sporu o Svatovítskou katedrálu.

**Společnost, osobnosti** – téma jsem zařadila v průběhu analýzy především z důvodu množství příspěvků o charakteru bývalého premiéra Stanislava Grosse, jeho manželky a jejich společné známé Barkové. Tyto příspěvky vypovídaly především o vlastnostech, myšlení a příbuzenských vztazích uvedených aktérů. Dále do této kategorie řadím příspěvky o významných, nebo slavných (slavných podle MF DNES a Práva) osobnostech, tematické příspěvky o jednotlivých lidech.

**Média** – příspěvky vypovídající o stavu českých i zahraničních médií, například o tom, jak to které médium zprostředkovalo určitou událost, o změnách ve vedení média apod.

**Gender** – příspěvky zaměřené na problematiku genderu. Ve sledovaném období šlo zejména o situaci rozvedených rodičů a jejich střídavou péči o dítě, o diskriminaci žen na pracovním trhu a o nový branný zákon.

**Ostatní témata** – málo frekventovaná témata, na mnou analyzovaných stranách se jedná například o příspěvky o sportu, dále příspěvky o počasí a všechny, které nebylo možno zařadit do žádné z předcházejících kategorií.

## Prameny a literatura

### Knihy, sborníky

- BELL, D.: *Kulturní rozpory kapitalismu*. Praha : Sociologické nakladatelství, 1999.
- BOEHMOVÁ, T.: *Obraz ženy v českém tisku a jeho proměny pod vlivem feministických teorií*. Praha 1998.
- BREZINA, I.: *Média a moc*, In: *Média a moc*. Praha : Votobia, 2000, s.5 – 6.
- DEFLEUR, M. L.; BALLOVÁ – ROKEACHOVÁ, S. J.: *Teorie masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1996.
- DISMAN, M.: *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha : Karolinum, 1993.
- ELSHTAINOVÁ, J. B.: *Veřejný muž, soukromá žena*. Praha : Institut pro středoevropskou kulturu a politiku, 1999.
- JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B.: *Média a společnost*. Praha : Portál, 2003.
- JIRÁK, J.; ŠMÍD, M.; ČERMÁK, M.; MORAVEC, V.; STIBRAL, M.; KÖPPL, D.; KÖPPLOVÁ, B.; OSVALDOVÁ, B.; SAK, P.; KOTRBA, Š.: *10 let v českých médiích*. Praha : Portál, 2005.
- LENDEROVÁ, M.: *K hříchu i k modlitbě*. Praha : Mladá fronta, 1999.
- MELICHAROVÁ, T.: *Rozdíly v prezentaci žen v současných ženských časopisech*. Praha 2005.
- MCNAIR, B.: *Sociologie žurnalistiky*. Praha : Portál, 2004.
- OAKLEYOVÁ, A.: *Pohlaví, gender a společnost*. Praha : Portál, 2000.
- OATES-INDRUCHOVÁ, L.: *Dívčí válka s ideologií*. Praha : Sociologické nakladatelství, 1998.
- OATES-INDRUCHOVÁ, L.: *Gender v médiích: Nástin šíře problematiky*, In: *Společnost žen a mužů z aspektu gender*. Praha : Open Society Fund Praha, 1999.
- OSVALDOVÁ, B.: *Česká média a feminismus*. Praha : Libri/Slon, 2004.
- (RE)prezentace žen v médiích*. Informační brožura pro novinářky a novináře. Praha : Gender Studies, o.p.s., 2002.
- RUB-MOHL, S.; BAKIČOVÁ, H.: *Žurnalistika*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2005.
- SCHULZ, W.; SCHERER, H.; HAGEN, L.; REIFOVÁ, I.; KONČELÍK, J.: *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha : Karolinum, 2004.
- VAVRUS, M. D.: *Postfeminist News: Political Women in Media Culture*. New York : State University of New York Press, 2002.

WOLF, N.: *Mýtus krásy*. Bratislava : Aspekt, 2000.

**Internetové adresy**

[www.blisty.cz](http://www.blisty.cz)

[www.feminismus.cz](http://www.feminismus.cz)

[www.ikaros.cz](http://www.ikaros.cz)

[www.mam.cz](http://www.mam.cz)

[www.mediatenor.cz](http://www.mediatenor.cz)

[www.mpsv.cz](http://www.mpsv.cz)

[www.mvcr.cz](http://www.mvcr.cz)

**Články na internetu**

PAVLÍK, P.: *Gender a média*. 2002. <http://www.osops.cz/download/files/gender/9gender-a-media.pdf> (cit. 2005-05-11)

*Mladá fronta DNES*. 2005

*Právo*. 2005