

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Bakalářská práce

2011

Václav Čepelák

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Václav Čepelák

Mediální obraz Rusů v karlovarském tisku

Bakalářská práce

Praha 2011

Autor práce: **Bc. Václav Čepelák**

Vedoucí práce: **PhDr. Otakar Šoltys, CSc.**

Rok obhajoby: 2011

Bibliografický záznam

ČEPELÁK, Václav. *Mediální obraz karlovarských Rusů v tištěných médiích a na internetu*. Praha, 2011. 77 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Otakar Šoltys, CSc.

Abstrakt

Práce se zabývá způsoby zobrazování Rusů v karlovarských médiích zkoumanými metodou kvantitativní obsahové analýzy. Výzkumný vzorek byl sestaven na základě výběru článků za roky 2006-2010 z databáze Mediasearch společnosti Newton Media, a.s. podle popsaných výběrových kritérií. Tato analýza je zasazena do kontextu vybraných sociologických teorií (zejm. pro vysvětlení kontextu vztahu ruské komunity k majoritnímu obyvatelstvu města) a vybraných teorií zabývajících se fungováním médií, se zvláštním důrazem na konstrukci obrazu cizineckých komunit. Výzkum pak ukazuje, jakým způsobem je obraz Rusů v karlovarském tisku stereotypizován, nakolik jsou zde Rusové individualizováni a s jakými tématy jsou články týkající se Rusů spojovány. Dalším výstupem analýzy je typologie článků o Rusech, která charakterizuje základní způsoby informování o této komunitě. Poměrně nízký počet článků týkajících se Rusů ukazuje nesnadnost přístupu této komunity do médií. Ukazuje se, že nejsilnější dva typy článků se týkají výstavby a vlastnictví nemovitostí spojené s Rusy a dále obecně soužití s ruskou komunitou. V těchto typech článků jsou Rusové jako aktéři upozadováni a hlavní důraz je kladen na projevy jejich přítomnosti ve městě. Nedostupnost a uzavřenost skupiny jsou tak posilovány i spíše kategorizujícím obrazem ruské komunity.

Abstract

The thesis intends to explore the ways of creating the image of Carlsbad Russians in the mass media. These ways are researched by the quantitative content analysis. The sample for this analysis was constructed by a selection of articles from the years 2006-2010 from the Mediasearch database (provided by Newton Media, Corp.) according to described selection criteria. This analysis is set in the context of various sociological theories (esp. to explain the context of the relationship between the Russian community and local population) and several theories that focus on the functioning of media with a

special emphasis on the construction of foreign communities' image. The research shows how the media image of Russians in the Carlsbad press has been stereotyped, to what extent they have been individualized in the articles and with which contextual topics they have been connected most often. Another output of the analysis is a typology which characterizes the basic modes of providing information about the community. Relatively low overall number of articles about the Russians shows the difficulty of access of the community to the media. It is demonstrated that in the two strongest types of articles, building and property ownership is connected with Russians and with cohabitation of the two ethnic groups in general. In these types of articles, Russians as actors are suppressed and the main emphasis is put on manifestations of their presence in the town. The inaccessibility and closeness of the Russians are thus also confirmed by a rather categorizing image of the Russian community.

Klíčová slova

média, cizinci, mediální obraz, Rusové, Karlovy Vary, kvantitativní obsahová analýza

Keywords

media, foreigners, media image, Russians, Carlsbad, quantitative content analysis

Rozsah práce:

101 570 znaků

Prohlášení

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

V Praze dne 20. 5. 2011

Václav Čepelák

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucímu práce PhDr. Otakaru Šoltysovi, Csc. za jeho svědomité vedení a cenné rady zejména v začátcích práce na tomto tématu. Dále děkuji PhDr. Jakubu Končelíkovi, PhD. za jeho ochotu a cennou diskuzi nad kódovací knihou. V neposlední řadě děkuji své matce, Ladislavě Čepelákové, za pečlivou korekturu.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV

Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Václav Čepelák

Razítko podatelny:

**Imatrikulační ročník
diplomantky/diplomanta:**

2008

E-mail diplomantky/diplomanta:

v.cepelak@seznam.cz

Studijní obor/typ studia:

Mediaální studia

Předpokládaný název práce v češtině:

Mediaální obraz Rusů v karlovarském tisku

Předpokládaný název práce v angličtině:

Media Image of Russians in Carlsbad's press

Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: *ZS 2012*):

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012)

LS 2011

Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků):

Rusové v Karlových Varech jsou velmi specifickou cizineckou komunitou, která jednak mění samotné město, jednak vyváří i jeho "image". Mým cílem je zkoumat, jak je tato komunita zobrazována v místních médiích. Ve své bakalářské práci (obhájené v r. 2009 na katedře sociologie FF UK) jsem se zabýval tím, jak je tato skupina vnímána místními. Zde bych se rád zaměřil na to, nakolik je toto vnímání reprodukováno (či konstruováno?) v místních médiích. Výzkumné otázky budou vycházet primárně z této práce, dále budou rozvinuty v rámci kvalitativního předvýzkumu mediálních textů. Jedním z poznatků bakalářské práce byl fakt, že se místní ve velké míře ztotožňují s tvrzením, že Karlovy Vary jsou "ruské město", ale na druhou stranu v pasážích, kde hovoří o svém každodenním životě ve městě, Rusy téměř nezmiňují. Je tedy otázkou, zda Karlovy Vary jako "ruské město" nejsou spíše mediálním konstruktem. Přijmeme-li předpoklad, že mezi Čechy a Rusy v Karlových Varech vzniká určité napětí, je třeba si položit otázku, jaké povahy toto napětí je, zda je spíše povahy národnostní či

ekonomické. Mezi základní otázky tedy patří: 1. kolik prostoru tématice Rusů místní média věnují a v jakém kontextu je zobrazují (specifickým kontextem by mohlo být téma výstavy v Karlových Varech, které je v současnosti velmi aktuální; je otázkou, nakolik je toto téma spojováno právě s Rusy), 2. jakým způsobem místní média zobrazují soužití s Rusy, identifikují-li zde napětí či dílčí konflikty, 3. je-li toto napětí zobrazováno jako čistě národnostní či ekonomické. Pro zodpovězení těchto otázek je třeba použít kvantitativní obsahovou analýzu.

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

- I. Úvod: Rusové v Karlových Varech. Obsahem této kapitoly by mělo být stručné shrnutí poznatků bakalářské práce relevantních pro dané téma.
- II. Teoretické zakotvení. "Média konstruující/reflektující realitu". V této části by se práce zaměřila na cizince ve vztahu k mediální teorii. Speciální část by se měla věnovat teoretickému zakotvení otázky, zda ruský problém v Karlových Varech je spíše reflexí či konstrukcí skutečnosti.
- III. Metodologie. V této kapitole bude shrnuta užitá metodologie.
- IV. Analýza dat.
 - a) Mediální pokrytí tématu: Tato podkapitola bude obsahovat odpovědi na otázku, v jaké míře je téma Rusů zastoupeno v regionálních rubrikách místního tisku. Zároveň je možné zjistit srovnání s mediálním zastoupením Rusů na celorepublikové úrovni. Další otázkou bude, jestli jsou Rusové v médiích citováni.
 - b) Role, v nichž Rusové v médiích vystupují: Vystupují Rusové jako kategorie či jako konkrétní osoby? Jaké charakteristiky jsou připisovány konkrétním osobám? Kdo jsou Rusové vystupující v médiích?
 - c) Kontexty zobrazování Rusů: To souvisí s předchozím bodem. S čím jsou Rusové spojováni? Hovoří se o „ruském městě“ v médiích otevřeně? Jsou Rusové spojováni s korupcí, výstavbou, mafií a podobnými tématy?
 - d) Sekundární analýza rozhovorů: Cílem by mělo být zhodnocení toho, zda obraz Rusů v médiích odpovídá obrazu Rusů v rozhovorech provedených pro mou předchozí bakalářskou práci.
- V. Závěr. Zhodnocení výsledků práce.

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období, za které bude analyzován):

Za použití systému Newton Media bych analyzoval články o Rusech v posledních pěti letech v Karlovarském deníku a Týdeníku Karlovarska. Karlovarský deník je sledován od r. 2006, Týdeník Karlovarska od r. 2005. První zběžný průzkum Karlovarského deníku ukázal roční pokrytí tématu přibližně 25 články. Ukazuje se tedy, že Rusové nejsou příliš častým tématem. Proto by bylo dobré využít tento archiv, neboť by zkoumání dalších periodik bylo pravděpodobně velmi náročné. Přidat lze týdeník Sedmička, který publikuje články i na internetu.

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Data budou kvantitativně zpracována v programu SPSS. Celé kvantitativní analýze bude předcházet kvalitativní předvýzkum, v němž se zaměřím na některé výrazné texty a na způsob, jímž jsou Rusové zobrazováni.

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

ALIA, Valerie Alia; BULL, Simone. *Media and Ethnic Minorities*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2005.

Kniha se primárně zabývá konstrukcí identity etnických minorit v médiích, ale zároveň obsahuje i části zabývající se konstrukcí obrazu „outsidera“ v médiích a také vzájemným viděním majority a minority.

COTTLE, Simon. *Ethnic Minorities and the Media*. Buckingham ; Philadelphia : Open University Press, 2000. xii, 251 s. ISBN 0-335-20270-5.

Sborník textů se zabývá vztahem etnických menšin a médií. Je rozdělen do čtyř částí. V první části obsahuje texty zabývající se měněním se zobrazováním rasy a etnicity v médiích. Ve druhé části se zabývá mediální produkcí v souvislosti s etnicitou. Ve třetí části najdeme texty zabývající se etickými rozdíly v percepci mediálních obsahů. Čtvrtá část obsahuje jediný text na téma vztahu médií a veřejné sféry v multietnických společnostech.

MAGÁL, Slavomír; MISTRÍK, Miloš; SOLÍK, Martin (eds.). *Masmediálna komunikácia a realita I. Masmédia a sociálna konštrukcia reality : masmédiá a kultúrna identita*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2009. 567 s. ISBN 978-80-8105-124-1.

Sborník textů se zabývá teoretickými otázkami vztahu reality a mediálního zobrazování. Obsahuje však i konkrétní studie aplikující konstruktivistický přístup. Tato kniha by měla napomoci zakotvit téma do mediální teorie v rámci kapitoly "Média konstruuující/reflektující realitu".

KŘÍŽOVÁ, Martina et al. *Cizinci, našinci a média : mediální analýzy*. Praha : Multikulturní centrum Praha, 2007. 106 s. 80-239-8475-6.

Soubor studií zahrnuje různé příspěvky k mediální analýze zejména pracovních migrantů a azylantů a jejich diskriminace v médiích. Zejména článek týkající se pracovní migrace může být pro práci přínosný.

KLVAČOVÁ, Petra; BITRICH, Tomáš. *Jak se (ne)píše o cizincích*. Praha : Multikulturní centrum Praha, 2003. 72 s.

Práce poskytuje cenný pohled na mediální obraz cizinců. Využívá metodu kvalitativní obsahové analýzy. Zaměřuje se na kontexty, v nichž jsou cizinci zobrazováni, mechanismy stereotypizace a zamlčené předpoklady, s nimiž cizinci do médií pronikají. Práce je přínosným základem pro

další analýzu cizinců.

SCHULZ, Winfried; REIFOVÁ, Irena a kol. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha : Karolinum, 2004. 149 s. 80-246-0827-8.

Práce je praktickou příručkou k metodě kvantitativní obsahové analýzy. Obsahuje zároveň příklad provedení takové analýzy.

ALTHEIDE, David L. *Qualitative Media Analysis*. Thousand Oaks : SAGE Publications, c1996. viii, 87 s. 0-7619-0199-X.

Práce poskytuje stručný návod ke kvalitativní analýze mediálních obsahů. Zabývá se jak teoretickým zakotvením metody, tak konkrétními praktickými přístupy k analýze tištěných i audiovizuálních médií.

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

KLEČKOVÁ, Michaela. *Mediální obraz Rusů a Ukrajinců žijících v ČR a mediální obraz zemí jejich původu ve vybraných českých denících*. Praha, 2005. 120 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky.

TŮMA, Ondřej. *Analýza mediálních obsahů zpravodajských deníků v ČR a SRN k problému migrace*. Praha, 2009. 53 s. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií.

NOVÁKOVÁ, Petra. *Obraz cizince v českých médiích*. Praha, 2006. 20 s. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií.

ZEMAN, Václav. *Stereotypy o národnostních menšinách v českém tisku : kvantitativní analýza obsahu deníku České slovo v roce 1925 a deníku Mladá fronta DNES v roce 2005*. Praha, 2008. 90 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky.

ZEMAN, Václav. *Etické aspekty tvorby obrazu národnostních menšin : mediální zobrazení Ukrajinců a Vietnamců ve zpravodajství českých deníků (na zpravodajském materiálu deníku Blesk, MF Dnes a Právo)*. Praha, 2005. 47 s. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky.

ČEPELÁK, Václav. *Rusové v Karlových Varech očima místních obyvatel*. Praha, 2009. 73 s. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Katedra sociologie.

Datum / Podpis studenta/ky

.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:	
Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:	
Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:	
Potvrzují, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na UK FSV vykonávám.	
Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.	
.....	
Příjmení a jméno pedagogy/pedagoga pedagogy/pedagoga	Datum / Podpis

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

TEZE DOPORUČENÉ PEDAGOGEM/PEDAGOŽKOU BUDE VEDENÍ IKSŽ POUZE BRÁT NA VĚDOMÍ, TEZE PODÁVANÉ STUDENTEM SAMOSTATNĚ BUDE PROJEDNÁVAT.

Obsah

OBSAH	1
SEZNAM GRAFŮ	2
ÚVOD	4
1 MÉDIA A CIZINCI	6
1.1 Cizinec v sociologii	6
1.2 Vztah mezi médii a realitou	8
1.3 Fungování médií a vliv na zobrazovanou realitu	9
1.4 Mediální obraz cizinců: kategorie, stereotyp, mýtus	10
1.5 Shrnutí.....	13
2 VÝZKUMNÁ METODOLOGIE	15
2.1 Konstrukce výzkumného vzorku	16
2.2 Popis výzkumného vzorku	18
2.3 Karlovarští Rusové v médiích - kvalitativní předvýzkum	21
2.3.1 <i>Město Karlovy Vary</i>	22
2.3.2 <i>Charakteristiky Rusů</i>	24
2.3.3 <i>Konflikt Čechů a Rusů</i>	29
2.4 Výzkumné otázky a operacionalizace	30
3 ANALYTICKÁ ČÁST	34
3.1 Základní typologie článků	34
3.2 Aktéři článků	46
3.3 Rusové jako problém	56
4 DISKUZE VÝSLEDKŮ	59
4.1 Shrnutí.....	62
ZÁVĚR	63
SUMMARY	65
POUŽITÁ LITERATURA	66
PRAMENY	67
PŘÍLOHY	69

Seznam grafů

Graf 1. Deníky, další periodika a internetové servery s největším zastoupením ve vzorku	19
Graf 2. Kategorie médií zastoupených ve vzorku	19
Graf 3. Zastoupení článků ve vzorku v lokálních a celostátních médiích.....	20
Graf 4. Zastoupení článků ve vzorku v seriózních a bulvárních médiích.....	20
Graf 5. Zastoupení článků ve vzorku v jednotlivých letech.....	21
Graf 6. Zastoupení článků ve vzorku podle žánru	21
Graf 7. Typologie článků (celkem N=394 článků).....	34
Graf 8. Zastoupení jednotlivých typů článků v lokálních a celostátních médiích.....	35
Graf 9. Mediánová hodnota počtu znaků článku podle typu článku a média, v němž byl článek publikován	35
Graf 10. Témata obsažená v článcích o výstavbě v titulku, v prvním odstavci článku a ve zbylém obsahu článku.	37
Graf 11. Zastoupení článků o výstavbě v jednotlivých měsících sledovaného období.....	37
Graf 12. Témata obsažená v článcích o soužití s Rusy.	38
Graf 13. Zastoupení článků o soužití s Rusy v jednotlivých měsících sledovaného období.....	39
Graf 14. Zastoupení článků o zločinu a přestupcích v jednotlivých měsících sledovaného období.	41
Graf 15. Témata obsažená v článcích týkajících se zločinu a přestupků.	41
Graf 16. Zastoupení článků o zločinu a přestupcích v jednotlivých měsících sledovaného období.	42
Graf 17. Témata obsažená v článcích týkajících se turismu, lázeňství a statistických údajů.	43
Graf 18. Zastoupení článků-aktualit v jednotlivých měsících sledovaného období.....	44
Graf 19. Témata obsažená v článcích-aktualitách.....	45
Graf 20. Zastoupení příběhů Rusů v jednotlivých měsících sledovaného období.....	46
Graf 21. Témata obsažená v příbězích Rusů.....	46
Graf 22. Články s různým zastoupením Rusů jako aktérů	47
Graf 23. Zastoupení Rusů jako aktérů v jednotlivých typech článků.....	48
Graf 24. Zastoupení článků s danou úrovní zobrazení Rusů.....	49

Graf 25. Zastoupení článků s danou úrovní zobrazení místních obyvatel.....	50
Graf 26. Zastoupení článků s danou úrovní zobrazení místních obyvatel.....	50
Graf 27. Míra individualizace Rusů v jednotlivých typech článků.....	51
Graf 28. Výskyt Rusů jako individuů, Rusů s konkrétním jménem a s možností promlouvat v jednotlivých typech článků.....	51
Graf 29. Porovnání výskytu promluv skupin aktérů.....	53
Graf 30. Porovnání délky promluv skupin aktérů.....	53
Graf 31. Podíl článků, v nichž Rusové vystupují ve vybraných rolích.....	54
Graf 32. Rusové, kteří jsou nejčastěji aktéry článků.....	55
Graf 33. Podíl článků s problémovým zobrazením Rusů.....	56
Graf 34. Podíl článků s problémovým zobrazením Rusů tříděný podle míry individualizace Rusů.....	57
Graf 35. Podíl článků s problémovým zobrazením Rusů podle typu média.....	57

Úvod

Karlovy Vary jsou velmi známým městem u nás i v zahraničí. Od začátku 18. století se staly lázněmi pro evropské elity. V Karlových Varech se setkávaly osobnosti evropské politiky, vědy či kultury, jako byli ruský car Petr I., německý filozof Gottfried Wilhelm Leibniz či Johann Wolfgang Goethe. Konec 19. století je pak považován za zlatý věk Karlových Varů.

Současné Karlovy Vary nejsou však tolik považovány za slavné lázeňské město, ale za město ruské. Vedle filmového festivalu je výrazná ruská komunita dnes nejdůležitější charakteristikou města navenek.

Rusové do Karlových Varů tradičně jezdí již dvě století. Nejprve to byla ruská šlechta, kterou do lázní přivedl právě ruský car Petr I. Po roce 1945 to byli sověští pracující, kteří dostávali pobyt v lázních za odměnu. Ale hosty zde byli i významní sověští prominenti. Po roce 1989 pak zájem o Karlovy Vary vzrostl u bohatých ruských podnikatelů. Ti začali investovat velké peníze do nemovitostí a začali se zde mnohdy i usazovat.

Ruská komunita v Karlových Varech je velmi zajímavý a zvláštní fenomén, kterému bylo v odborném diskursu dosud věnováno velmi málo prostoru. Jedná se o cizineckou komunitu, která je sice menšinová, ale ekonomicky a vizuálně městskému prostoru dominuje, resp. je to tak často vnímáno nejenom místními obyvateli, ale i médii.

Cílem této bakalářské práce je hlouběji analyzovat obraz, který ruská komunita má v tištěných a internetových médiích jak lokálních, tak celostátních. Zaměřuje se zejména na to, jak je prezentován vztah mezi ruskou komunitou a místními obyvateli. Tímto vztahem se zabývala má předchozí práce se sociologickým zaměřením (Čepelák, 2009).¹

Tato bakalářská práce je členěna na část teoretickou a část výzkumnou. Teoreticky se tato práce zčásti opírá o zmiňovanou sociologickou bakalářskou práci. Mediální problematika je čerpána z některých českých analýz obrazu cizinců a krátkých teoretických prací na toto téma.² České práce ucelenějšího charakteru chybí a zahraniční analýzy narážejí na další specifika vztahů k cizineckým komunitám - zejména zdůrazňováním barvy pleti jako

¹ Zkrácená verze této práce byla vydána v časopise Lidé města / Urban People (Čepelák, 2010).

² Zde jsem oproti teším nepoužil sborník redigovaný Slavomírem Magálem, Milošem Mistríkem a Martinem Solíkem *Masmediálna komunikácia a realita I. Masmédia a sociálna konštrukcia reality : masmédiá a kultúrna identita*. Texty v něm obsažené sice vedly k pochopení konstruktivistického přístupu k médiím, ale bezprostředně k tématu se nevztahovaly.

klíčového znaku odlišnosti.³ To v tomto případě neplatí. Naopak v tomto případě dochází spíše k nacionalizaci jiného konfliktu mezi cizineckou komunitou a místními obyvateli, a sice konfliktu ekonomického.

Osou práce je pak část výzkumná. Jedná se o interpretaci výsledků kvantitativní obsahové analýzy provedené na vzorku článků vybraných z databáze Mediasearch společnosti Newton Media, a.s. Jedná se o články z let 2006 až 2010 pojednávající o ruské komunitě. Ačkoliv práce nese původní název Mediální obraz Rusů v karlovarském tisku, vzorek byl vzhledem k nižší frekvenci článků rozšířen i na tištěná média celostátní a také média internetová. To bylo nutné pro zajištění smysluplnosti analýzy při prezentaci jemnějšího třídění dat.

Analýza se zaměřuje zejména na témata individualizace zobrazení ruské komunity, kontexty, v nichž zástupci této komunity vystupují, či tendence zobrazovat ruskou komunitu problémově. Výsledkem je také základní typologie článků získaná na základě kvalitativního předvýzkumu, který celé analýze předcházel. Tento předvýzkum zároveň byl vodítkem ke konstrukci kódovací knihy a také pomohl výsledky následně interpretovat.⁴

V rámci únosnosti délky práce jsem rezignoval na sekundární analýzu rozhovorů provedených v rámci své předchozí práce na toto téma, jak bylo uvedeno v tezích. K výsledkům předchozí práce odkazuji spíše v obecné rovině a čtenář si může v případě zájmu vše dohledat.

Nutno konečně dodat a přiznat, že interpretace může být ovlivněna faktem, že k tomuto tématu mám osobní vztah, a to nejen proto, že již jsem se jím dříve zabýval, ale že v Karlových Varech od narození žiji a znám tedy toto prostředí. Kvantitativní obsahová analýza by svou povahou sice měla předcházet vlivům osobnosti výzkumníka a být objektivní metodou, ale osobnost výzkumníka vstupuje do interpretace získaných výsledků. Proto je třeba na začátku čtenáře varovat, aby k těmto interpretacím přistupoval s ohledem na tyto okolnosti.

³ Z tohoto důvodu v této práci není čerpáno z některých (zejm. zahraničních) studií na toto téma uvedených v tezích bachelářské práce.

⁴ Vzhledem k tomu, že kvalitativní analýza posloužila jako doplňková metoda, nepovažoval jsem za nutné vzhledem k únosnosti délky práce popisovat i tuto metodu v metodologické části. Kvantitativní analýza je zde popsána poměrně podrobně a všechny její kroky jsou zde vysvětleny, stejně jako role kvalitativního předvýzkumu v rámci celého výzkumu.

1 Média a cizinci

V úvodu práce je třeba ukotvit celou problematiku karlovarských Rusů a jejich mediálního zpracování do sociologického a mediologického teoretického zázemí. Oba tyto obory zároveň poskytnou již dříve získané poznatky a zároveň optiku, kterou se na celý problém budu dále dívat.

Pro sociologii a konsekventně i pro mediální studia je příznačné, že teoretickému zkoumání problematiky cizinců od počátku dominovala fenomenologická a konstruktivistická perspektiva. Nelze tím být nijak zvlášť překvapen. Zakladatel fenomenologické sociologie Alfred Schütz byl jako rakouský emigrant v USA výrazně ovlivněn prožitkem cizince žijícím v jemu neznámém prostředí. Tento prožitek zpracoval ve článku Cizinec (Schütz, 1944), kde je nižší možnost porozumění sociálnímu prostředí chápána jako základní charakteristika cizince. Právě tento zážitek vedl Schütze a další teoretiky k uvědomění, že sociální svět není přirozená danost, ale určitý vnitřní řád, kterému je třeba rozumět. Berger a Luckmann ovlivněni touto myšlenkou začali později studovat, jakým způsobem je tento řád vytvářen, tedy *konstruován* (Berger – Luckmann, 1966, česky 1999). Jejich práce pak dala základ konstruktivismu jako společenskovědní teoretické větvi.

Jedním z důležitých konstruktů, kterým se tyto vědci zabývají, je identita. V souvislosti s cizincem je i identita pro nás důležitým tématem, a to ne tak identita minority, ale identita majority a vliv přítomnosti minority na její identitu. Podrobněji budou tato témata rozebrána v následujících odstavcích i v souvislosti s médii.

1.1 Cizinec v sociologii

Je třeba si uvědomit, že cizinec je sociální kategorie. „Etnické kategorie jsou jedněmi z mnoha kategorií, které si vytváříme pro snazší orientaci ve světě,“ tvrdí Karhanová a Kaderka (2003: 11). Tato kategorie musí být nějak definována. Má-li být někdo jako cizinec chápán, musí být identifikována nějaká vlastnost, která ho odlišuje od druhých. Důležité je, že se jedná o kategorii relativní. Na rozdíl například od národnosti, kdy člověk je Čechem za všech okolností, cizincem se stává člověk vzhledem ke skupině, od níž se odlišuje. Obvykle se tato odlišnost vztahuje k nějaké majoritě, a je tedy příslušníkem minority.

Cizinec se od majority může lišit různým způsobem, většinou se za relevantní znaky považují národnost, jazyk, etnicita či kultura. Dalším znakem cizince tedy je horší možnost porozumění sociálnímu světu majority, které se děje zejména skrze jazyk a kulturu. A

vzhledem k tomu, že cizinec je součástí minority, nemá moc prosadit svůj způsob porozumění světu, čímž je znevýhodněn vůči majoritě.⁵

Zajímavé je, že to, čeho jsme svědky v Karlových Varech, není s tímto pohledem na cizince zcela konzistentní. Rusové jsou sice početně v minoritě, ale díky kapitálu, který ve městě vlastní a investují, mají moc prosazovat své vlastní způsoby porozumění světu a tento svět si vzhledem k tomuto způsobu rozumění modifikují.⁶

Zamyslíme-li se však dále nad postavením cizince, objevíme další zajímavý fakt. Existence cizince totiž působí i na majoritu, která si právě díky přítomnosti a percepci cizího uvědomuje sama sebe, svou národní, jazykovou či kulturní identitu. Blíže se problémem vztahu identit minority a majority zabývá Isajiw (1998), který přichází s vlastní koncepcí tzv. *identity challenge theory of ethnic minority-majority relations*.⁷ Jedním z předpokladů této teorie je, že „[jedinci či skupiny] se slabší identitou se budou spíše obávat skupin či jednotlivců se silnější identitou“ (Isajiw, 1998: 14). Dalším zajímavým předpokladem je, že „lidé, jejichž identita definuje dominantní, mainstreamové instituce ve společnosti, budou spíše vnímat ty s odlišnou identitou jako potenciální hrozbu jejich skupinové identity [...]“ (ibid). Podle autora se tento strach objevuje ve chvíli, kdy jedinec přichází do interakce se zástupcem minority a kdy si uvědomuje, že jeho identita je jen jednou z mnoha možných identit. Autor pak navrhuje tři cesty, jak se s tímto problémem vyrovnat. Prvním je snaha oslabit identitu minority (asimilace), druhým je snaha vyloučit minoritu z participace v sociálních institucích (diskriminace, segregace, sociální vyloučení) a třetím je modifikace majoritní identity inkluzí minoritních identit (multikulturalismus).⁸

⁵ Více k pojetí cizince v sociologické teorii poskytuje článek Radky Radimské (Radimská, 2004). Důležitou prací je v tomto ohledu již citovaná práce Schützova (1944).

⁶ Více viz Čepelák (2009).

⁷ Česky lze těžko přeložit. Volně lze tento přístup charakterizovat jako teorii, v níž etnické vztahy mezi majoritou a minoritou jsou chápány jako moment, který problematizuje identitu („je výzvou identitě“) obou těchto skupin.

⁸ Dodejme, že autor přisuzuje první způsob, tj. asimilaci, skupině se slabší identitou, což rezonuje se závěry mé předchozí práce na tomto tématu (Čepelák, 2009), kdy karlovarští obyvatelé s nižší mírou lokální identity požadují asimilaci ruské komunity, která se z jejich pohledu vyznačuje silnou lokální identitou.

1.2 Vztah mezi médií a realitou

Při studiu toho, jak média informují o cizineckých menšinách, nás především zajímá, jak je obraz těchto menšin v médiích zreslován, a tedy jak se liší realita skutečná od reality prezentované v médiích (Jiráček – Köpplová, 2009: 286 - 301).

Tato otázka patří k základním otázkám mediální teorie a již svou povahou vychází z tradice sociálního konstruktivismu, který vychází z výše citované práce Petera Bergera a Thomase Luckmanna *Sociální konstrukce reality* (Berger – Luckmann, 1966, česky 1999), jejímž základním tvrzením je, že realita není pro člověka něco daného, ale je dohadována v každodenní sociální interakci s druhými lidmi. V rámci tohoto pohledu tedy mediální realita vstupuje do procesu této *sociální* konstrukce a je otázkou, v jakém vztahu je k ostatním zdrojům této konstrukce (zejm. každodenní zkušenosti člověka) – jestli je s nimi v souladu či spíše v rozporu a jestli je dominantním či spíše jen doplňkovým zdrojem této konstrukce.

Zejména levicově orientovaní mediální teoretici pak v těchto vztazích vidí zároveň vztahy mocenské. Někteří teoretici postmoderny (např. Jean Baudrillard) jdou v úvahách ještě dále a tvrdí, že média konstruují realitu, která neexistuje, tzv. hyperrealitu. Tato hyperrealita však má tím větší moc ovlivňovat naše jednání v každodenním životě.⁹ Čím více totiž člověk při konstrukci reality spoléhá spíše na média než na vlastní zkušenost, vzrůstá pravděpodobnost, že daný obraz bude chybný (viz Gorham, 1999: 3).

Při studiu této sociální reality lze použít dvojí optiku. Jednak jde o optiku jedince, kdy zkoumáme konstrukci reality daného jedince v dané sociální situaci. Použít lze však i optiku společenskou, kdy sociální realita je chápána jako dohoda určitých skupin v rámci společenského systému. Odtud se různým způsobem můžeme dívat i na média: v prvním případě jako na zdroj obrazů, podle kterých jedinec orientuje své jednání; v druhém případě jako na subsystém či platformu, která se podílí na konstrukci celospolečenské reality, kam vstupují různé skupiny s různými zájmy.

V intencích první optiky spočívá moc médií zejména v tom, že běžný příjemce sdělení si vliv médií na své vnímání reality z velké části neuvědomuje (Gamson et al., 1992). Při konstrukci reality totiž nehraje roli pouze vnímaný obsah sdělení, ale i použité médium (a jeho důraz na aktivitu diváka při utváření významů) či méně zjevné textové prostředky, které umožňují určit úhel pohledu na realitu, podsunout příjemci určité preferované hodnocení či

⁹ Jako příklad můžeme obraz hospodářské krize v médiích. Hospodářská krize sice má pro člověka hmatatelné důsledky, ale sama o sobě není realitou. Realitou se stává až skrze média, která ji pojmenují a svým způsobem „materializují“.

prostě vybrat jen určitý výsek faktů či témat, kterými se máme zabývat, a jiný naopak upozadit. Částečně tato tendence vychází ze způsobu fungování médií, částečně může být záměrná či zamýšlená,¹⁰ částečně také může vycházet z některých chyb či nedostatků v žurnalistické práci či může být nezamýšleným důsledkem mediálního sdělení.

1.3 Fungování médií a vliv na zobrazovanou realitu

Způsob fungování médií ovlivňuje prezentovanou realitu v mnoha ohledech. Především média jsou ekonomické organizace, které – s výjimkou médií veřejnoprávních či dokonce státních – jsou orientovány na ekonomický zisk. Ten je třeba jednak zajistit optimalizací fungování, která často vede ke koncentraci médií do větších mediálních koncernů nebo k užívání tzv. mediálních rutin. Ty se projevují např. v tom, že média oslovují snadno dostupné zdroje, zejm. zástupce institucí, kladou menší důraz na investigativní žurnalistiku apod.

Dalším důležitým znakem médií je potřeba získat co nejširší publikum či nějakým způsobem specifické publikum a tím vzbudit i zájem inzerentů. Obě tyto skupiny mají na utváření mediálních obsahů vliv. Médium je do značné míry závislé na inzerentech a musí si je udržet. To vede média k tomu, že nebudou negativně informovat o svém inzerentovi, protože by to mohlo ohrozit další fungování samotného média. Další, kdo sem vstupuje, je vlastník média. Ten může rovněž ovlivňovat zobrazovanou realitu.

Mnohem důležitější pro média je oslovit čtenáře. Má-li čtenář dané médium číst, musí být pro něj nějakým způsobem přínosné, musí přinášet zábavu či důležité informace. Médium se tedy musí snažit čtenáři předložit takovýto typ sdělení. Základem všeho je však čtenářovo porozumění.

Média jsou proto (většinou) etnocentrická, a tedy hodnotí minoritu výhradně z pohledu svých vlastních norem a hodnot a zároveň tyto majoritní normy a hodnoty posilují. Referencí k cizincům totiž mediální text vytváří majoritní perspektivu (čtenáře) daného mediálního

¹⁰ Příkladem je práce PR agentur, která má za cíl aktivně ovlivňovat mediální obraz klienta požadovaným směrem. Dalším příkladem může být product placement, který má za cíl učinit propagované značky součástí každodenní reality.

textu.¹¹ Tímto způsobem média ovlivňují čtenářovu identitu. Má-li čtenář daný text přijmout, musí se nutně ztotožnit s rolí příslušníka většinového národa. Zároveň pomocí konstrukce obrazu cizince média ovlivňují nejen hodnocení cizinecké komunity, ale zároveň hodnocení komunity své vlastní.¹²

Čtenáři si ve velké míře neuvědomují, že média nepracují s realitou, ale s její reprezentací. Média nám neposkytují „okna do světa“, ale přicházejí s reprezentacemi, které svět zjednodušují. Toto zjednodušení je důležitým předpokladem pochopení sdělení. Jednou z charakteristik mediální reprezentace je podle Galtunga a Rugeové (1965) i fakt, že média užívají určité osoby, aby zastupovaly celé skupiny lidí. Tím, že média jsou opravdu masově sdílenou reprezentací, se stávají mocným nástrojem zejména pro reprezentaci platných sociálních vztahů nerovnosti a moci (Jiráček – Köpplová, 2009: 290). Součástí těchto vztahů je také vztah cizinecké minority vůči většinové majoritě, který je zároveň reprezentován v médiích.

1.4 Mediální obraz cizinců: kategorie, stereotyp, mýtus

Vydeme-li z výše uvedeného, média působí při zobrazování cizinců v několika rolích. Vzhledem k tomu, že cizinec je relativní sociální kategorie, média referencí o cizincích pomáhají stanovit hranice této kategorie. Kategorizace je mechanismus, který člověk používá, aby dokázal zjednodušit a pojmenovat složitou sociální realitu.

Užíváním kategorií v řeči a jazyce se zabýval americký sociolog Harvey Sacks (1974).¹³ Podle něj zařazení osoby do určité kategorie má platnost vysvětlení. Na základě toho lidé užíváním kategorií udělují věcem a lidem, s nimiž se v životě setkávají, určitý smysl. Tyto tzv. členské kategorie jsou definovány skrze určité typické vlastnosti a činnosti (tzv. kategoriálně vázané aktivity). V určité problémové situaci si pak člověk spojuje tyto aktivity

¹¹ Dalším zajímavým aspektem mediálních textů o cizincích je konstrukce většiny. John Fiske (2000) dokládá, že vztahy mezi „vidícím“ (seer), tj. příjemcem mediálního sdělení, a „viděným“ (seen), tj. osobou, která je obsahem mediálního sdělení, jsou vztahy mocenské. Fiske tuto myšlenku dále rozvíjí tím, že americká média konstruují jakýsi „režim pravdy“, v němž snaží černochoy abnormalizovat a zdůrazňovat jejich rasové vlastnosti a tím udržovat „bílý“ společenský pořádek.

¹² Uveďme si hypotetický příklad zprávy, kdy Rus se opije na palubě letadla a způsobí nouzové přistání. Příjemce takového sdělení pravděpodobně skutek odsoudí a je dost možné, že vyjádří generalizující hodnotící soud typu: „Rusové jsou národ alkoholiků.“ Zároveň ovšem v této větě je obsažen nevyřčený předpoklad: „To my Češi takoví nejsme.“ Více viz výše.

¹³ Sacks je považován za zakladatele tzv. členské kategorizační analýzy (MCA – membership categorization analysis). Tento přístup se snaží rozkrývat, jakým způsobem lidé kategorizují druhé a jak to ovlivňuje jejich každodenní život.

s danými kategoriemi.¹⁴ Užití kategorie tak vysvětluje, proč daná situace nastala. Sacks zde v podstatě z opačného konce vysvětluje fungování stereotypů.

Podle Velkého sociologického slovníku je stereotyp „sociální mechanismus regulující vnímání a hodnocení určitých skupin jevů, ovlivňující názory, mínění, postoje, chování“ (Maříková et al., 1996: 1229). Důležité v této definici je sousloví „sociální mechanismus“. Stereotypy nelze chápat jen v negativně hodnotícím smyslu jako nástroj, jímž si člověk na základě jedné zkušenosti odsuzuje příslušníky celé sociální kategorie. Stereotypy – tedy zobecňování jednotlivé zkušenosti člověka - jsou funkčním mechanismem, který umožňuje člověku orientaci v jeho každodenním světě (viz Gorham, 1999: 6 an.).¹⁵

Důležité ovšem je, že média mají velkou moc sociální kategorie a zároveň i stereotypy upevňovat,¹⁶ či dokonce (spolu)utvářet. Tuto svou moc si uvědomují a snaží se posilování stereotypů předcházet různými profesními či redakčními kodexy, které novinářům radí, jakým způsobem psát o minoritách. Ovšem už ze způsobu, jakým média informují o světě, vyplývá, že se jich nelze zcela vyvarovat.

Klvačová a Bittrich (2003) si ve své analýze všímají toho, jak česká média reprezentují cizinecké minority. Články o cizincích dělí do dvou kategorií. V první kategorii jsou články, kde cizinci vystupují jako aktéři událostí a nejsou sami o sobě hlavním tématem článku. Cizinci jsou často přímými aktéry přestupků či zločinů. Často navíc vystupují v rolích, které jsou s nimi často spojeny právě stereotypně, tj. vietnamský obchodník, ukrajinský dělník, ruský podnikatel atp.

¹⁴ Více k užívání etnických kategorií viz Kaderka (2002).

¹⁵ Gorham například uvádí, že již samotné užívání jazyka jako komunikačního média je vlastně založeno na stereotypech. Jakákoliv verbalizace je vlastně abstrakcí jednotlivé zkušenosti do jistého systému obecných kategorií. Autor zde implicitně odkazuje k Ferdinandu Saussurovi a jeho modelu znaku založenému na jednotě mentálního a akustického obrazu. Do každého mentálního obrazu (např. představy stromu) promítáme svou předchozí zkušenost, která je nutně jednotlivá (neviděli jsme přece všechny stromy na světě a těžko jsme viděli i jejich „reprezentativní vzorek“), ale kterou považujeme za obecnou.

¹⁶ K tomuto tématu se vztahovala i jedna z přednášek profesora Johna Sumsera v rámci kurzu Hollywood Populism, který učil na ISS FSV UK. Profesor Sumser se věnoval zábavním mediálním obsahům, převážně hollywoodským filmům. Ve filmech mají stereotypy zároveň důležitou funkci narativní. Filmy vyprávějí s pomocí stereotypů; nesdělí nám přímo, že je někdo bohatý, ale prezentují nám určité (stereotypní) atributy, ze kterých pochopíme, že je někdo bohatý. V intencích Goffmanovy dramaturgické sociologie pak Sumser zdůrazňuje odlišný význam stereotypů spojených s předním regionem (tj. jak se člověk prezentuje na veřejnosti) a stereotypů spojených s regionem zadním (tj. se soukromím člověka). Právě stereotypy spojené s tímto zadním regionem mají zásadní význam, neboť o životě člověka v soukromí máme často zkreslené představy, často si je domýšlíme, a stereotypy zde proto mnohem více fungují.

Jak autoři zdůrazňují, je u těchto článků třeba si všimnout hlavně toho, nakolik je informace o příslušnosti aktéra k cizinecké komunitě pro význam sdělení relevantní či důležitá, popř. jak by se změnil význam článku, kdybychom tuto informaci v článku vynechali. Je třeba si uvědomit, že jednou z tzv. zpravodajských hodnot - tj. kritérií, na základě nichž se událost stává zprávou - je negativita a zločiny obecně se do zpráv dostávají snadno. Aktéry každé události je pro přiblížení příčin, motivů, důsledků a kontextu vždy nějak charakterizovat. Je pak nasnadě, že charakteristika příslušnosti aktéra k cizinecké komunitě bude u takové události často používána. Negativní obraz komunity charakterizované vysokou kriminalitou pak do jisté míry vychází i z toho, že v jiných kontextech kategorie cizince prostě není relevantní.

Druhou skupinou jsou pak tzv. „příběhy cizinců“, tedy pohledy do nitra komunity. I ty však často vybírají určité příslušníky minorit ve stereotypních rolích. Tento typ článků se sice většinou pokouší o přiblížení minoritní komunity majoritní většině, čímž se snaží odbourat strach či nedůvěru většiny, ale i ten rovněž se stereotypy pracuje. Vyznění článku pak může být dvojitá. Buď se sice díváme do nitra komunity, ale příslušníky komunity vidíme v jejich stereotypních rolích (např. jak se žije vietnamským obchodníkům), nebo sice nacházíme zástupce komunity, který se těmito stereotypům vymyká, ale je prezentován jako výjimka (potvrzující pravidlo) a sám je navíc s těmito stereotypy konfrontován.

V závěru kapitoly o stereotypech se Jiráková a Köpplová (2003: 300) ptají, zda je vůbec možné stereotypy měnit. Ukazují, že je to velmi obtížné, neboť - jak jsme již uvedli výše - stereotypy jsou „součástí intuitivního vědění, tedy způsobu, jak člověk „rozumí“ společnosti, ve které žije“ (Jiráková - Köpplová, 2003: 300-301). Můžeme tedy zkoumat a analyzovat povahu mediálních stereotypů, a pomáhat tak médiím v tom, aby tyto stereotypy reflektovala.

Otázkou mediálních stereotypů se - z teoretického i empirického hlediska - zabývá Bradley Gorham (1999). Autor nachází dvě tradice výzkumu stereotypů. První tradice tradičního empirického výzkumu se zaměřuje na přítomnost či absenci stereotypů v mediálních textech a na efekt, jaký mají mediální stereotypy na skutečné vnímání minorit. Sem řadí např. kultivační výzkum, který se snaží hledat spojitost opakovanému vystavení mediálnímu obsahu (např. násilí v médiích) a mínění diváka o světě („svět je plný násilí“). Tento typ výzkumu se zaměřuje na kumulativní efekt mediálních sdělení. Naproti tomu druhá, kritická či kulturní tradice se zaměřuje na význam mediálních stereotypů jako označování rasových vztahů či mocenských vztahů ve společnosti.

Gorham dále chápe stereotypy jako součást širšího rámce přesvědčení o společenské realitě („*social reality beliefs*“). Stejně jsou součástí tohoto rámce i mýty, jak je chápe Roland

Barthes (1957, česky 2004). Barthes považoval za moc mýtu jeho schopnost činit společenské a kulturní rozdíly přirozenými. Mýtus je tak stejně jako stereotyp určitým zevšeobecněním zkušenosti. Na rozdíl od stereotypu však je mýtus zakotven hlouběji. Je zevšeobecněním (či abstrakcí) zkušenosti předků, a proto je prezentován jako něco přirozeného. Je tedy základem kultury. Gorham přichází s tvrzením, že „rasové stereotypy jsou manifestacemi rasových mýtů“ (Gorham, 1990: 4) a takto bychom k nim měli přistupovat. Na základě toho definuje stereotyp jako „operacionalizaci rasových mýtů jako přesvědčení o společenské realitě týkajících se členů rasové skupiny, která jsou založena na určitých skupinových vztazích“ (Gorham, 1999: 5). Stereotypy tak podle Gorhama jsou důležité proto, že významně přispívají k udržování a obnovování mýtů skrze asociace mezi znaky (jazykovým vyjádřením) a těmito mýty budované opakovanou mediální prezentací.

Určité jazykové vyjádření tak přispívá k utváření a udržování mýtu. To může probíhat různými způsoby. Gorham zde cituje studii Maasse a kolektivu (Maass et al., 1989). Objevem této studie bylo, že jedinci mají tendenci používat abstraktní vyjádření, hovoří-li o pozitivním chování své skupiny (in-group) či negativním chování cizí skupiny (out-group), zatímco v případech opačných užívají naopak jazyk konkrétní. Je tedy důležité se zaměřovat na to, jak jsou v mediálních textech skupiny prezentovány a jak jsou hodnoceny.

1.5 Shrnutí

Z výše uvedených teoretických přístupů k mediálnímu zobrazování a mediálním stereotypům vidíme, že mediální obraz různých skupin, zejm. cizinců, je ovlivňován několika proměnnými. Těmito proměnnými jsou:

- způsoby fungování médií (mediální rutiny),
- práce žurnalistů (kodexy, případné chyby žurnalistů, resp. odchylky od takto kodifikovaného chování),
- jazyková stránka referování o cizincích (používání stereotypů v běžném jazyce a v jazyce médií)
- sociální kontext (pozice konkrétní cizinecké komunity ve společnosti, její vztah k majoritě).

V následujícím textu nás vliv mediálních rutin a vliv práce žurnalistů na zobrazování ruské komunity nebudou zajímat. Vyžadovalo by to provést výzkum mezi novináři, což není

v intencích této práce. Budeme však brát v potaz jazykovou stránku referování o cizincích a zejména sociální kontext. Jak již bylo uvedeno, v sociálním kontextu stereotypy často slouží k udržování a upevňování dominance majority nad minoritou. Z tohoto ohledu jsme si také uvedli, že specificita situace v Karlových Varech vychází z toho, že ruská komunita – či přinejmenším její velká část – disponuje značným kapitálem, který ji umožňuje udržet si vlastní interpretaci reality a vytvářet jakýsi „dvojí svět“. V následujícím textu se tak zaměříme na jeden z těchto světů, svět české majority, a budeme sledovat, jak média formují vztah k ruské minoritě.

2 Výzkumná metodologie

Pro účely zkoumání toho, jak jsou karlovarští Rusové v médiích reprezentováni, je v této práci využita metoda kvantitativní obsahové analýzy doplněná kvalitativním předvýzkumem založeným na prvním čtení článků a hlubším zkoumání některých typických článků z tohoto souboru.

Motivací pro využití kvalitativního předvýzkumu byla základní orientace ve zkoumaném materiálu a základní identifikace způsobů a mechanismů, pomocí nichž je k tématu ruské komunity v těchto článcích přistupováno. To bylo činěno jednak po prvním studiu teorie a jednak s ohledem na výsledky předchozího zkoumání (Čepelák, 2009). Na základě těchto informací pak byla konstruována kódovací kniha. Sebraná data pak měla kvantifikovat některé závěry tohoto předvýzkumu.

Hlavní výzkumnou metodou však byla kvantitativní obsahová analýza. Ta byla zvolena z důvodů své robustnosti a možnosti kvantifikace popisu vzorku. Podle Krippendorffa (2004: 18) je obsahová analýza „výzkumná technika, která umožňuje činit na základě studia textů (či jiných nositelů významu) replikovatelné a validní závěry o kontextu jejich užití.“ Jako základní kritéria správnosti obsahové analýzy Krippendorff uvádí reliabilitu a validitu. Reliabilní je taková analýza, která „v různých časových obdobích a za různých výzkumných podmínek dává stejné výsledky, pokud použijeme tutéž techniku na tatáž data“ (Krippendorff, 2004: 18). Validita je pak dána požadavkem na dodržování kritérií v průběhu sestavování vzorku, čtení a analýzy dat (Krippendorff, 2004: 19).

Krippendorff rovněž sestavil model obsahové analýzy, který popisuje její epistemologický základ.¹⁷ Analyzovaná data (texty) jsou v tomto případě vytržena z kontextu svého užití a zkoumána sama o sobě, tj. jsou interpretována pouze výzkumníkem. Kontext je tak v tomto případě dán výzkumníkovým věděním, s nímž k textům přistupuje. K datům je přistupováno na základě analytických konstruktů, které jsou operacionalizovány do určitého klasifikačního systému, v našem případě kódovací knihy. Na základě výsledků zkoumání jsou pak činěny určité logické úsudky, které mohou být na základě validní evidence zobecněny (Krippendorff, 2004: 30 an.).

Schulz a kolektiv (2004: 31) uvádí celkem 6 fází výzkumu, kterými je třeba projít. Prvním krokem stanovení výzkumného tématu. V souvislosti s touto fází je rovněž třeba

¹⁷ Nebudeme jej zde uvádět, pouze jej ve stručnosti popíšeme.

stanovit výzkumný vzorek. V rámci výzkumného procesu je druhým důležitým krokem již zmíněná operacionalizace. Skrze operacionalizaci jsou abstraktní teoretické koncepty definovány a převedeny do konkrétních měřitelných indikátorů (Schulz et al., 2004: 33). Poté následuje fáze plánování a organizace a fáze přípravná a ověřovací. Po skončení těchto fází je již vše připraveno ke sběru dat a jejich vyhodnocení. V následujícím textu tedy projdeme těmito fázemi výzkumu a podrobně je vysvětlíme.

2.1 Konstrukce výzkumného vzorku

Ačkoliv Schulz a kolektiv (2004) uvádějí konstrukci výzkumného vzorku až ve fázi operacionalizace, v této práci je třeba uvést je již na tomto místě. Zatím máme téma stanoveno a popsáno v obecné rovině jako mediální obraz karlovarských Rusů a k jeho další konkretizaci nám pomůže první studium výzkumného vzorku. Je tedy třeba nejprve popsat, jak byl tento vzorek konstruován a k čemu tedy témata, která poté upřesním, budou vztahována.

Vzorek byl sestaven z článků uveřejněných v tištěných a internetových médiích. Články tedy v tomto případě byly kódovací jednotkou. Kritéria pro jejich výběr nebyla zcela standardní, a je proto třeba se jim věnovat podrobněji. Základním problémem byla poměrně nízká frekvence článků zabývajících se tématem karlovarských Rusů. Proto byl výběr rozšířen na více let a byl vyčerpávající. Tím odpadla nutnost zabývat se výběrovými podmínkami z hlediska statistických zákonitostí pravděpodobnostního výběru. Zároveň odpadla nutnost pracovat s prezentovanými výsledky jako se statistickými odhady, ale postačilo opřít se pouze o statistiku popisnou.¹⁸

Základním cílem bylo sestavit vzorek článků, které se budou týkat ruských či rusky hovořících občanů Karlových Varů a zároveň se budou – přinejmenším částečně - odehrávat v Karlových Varech či blízkém okolí. Sestavování vzorku se potýkalo s několika problémy, jejichž řešení vyžadovalo stanovení určitých specifických kritérií pro výběr článků. Tento výběr proběhl ve dvou krocích.

Články byly v prvním kroku vybírány v rámci databáze Mediasearch. Časové období bylo – vzhledem k frekvenci zastoupení tématu – stanoveno na roky 2006 až 2010. Vybíráno bylo z tištěných médií v rámci celostátních deníků, regionálních deníků Karlovarského kraje,

¹⁸ K rozdělení popisné a tzv. induktivní statistiky viz např. Hendl (2009: 21).

společenských a ekonomických magazínů, průmyslových a podnikatelských magazínů a internetových serverů zastoupených ve zmíněné databázi.¹⁹

Při výběru článků v databázi byl užit následující výběrový algoritmus:

1. Alespoň jedno slovo s kořenem „rus-“ (nebo slovo „ruští“) se vyskytuje v titulku či v úvodním odstavci článku.

Tímto krokem získáme do vzorku články, které se vztahují k Rusům, a kde Rusové hrají nikoli jen pouze okrajovou roli. Je třeba si uvědomit, že tak ve vzorku se objeví pouze články pojednávající o Rusech či obyvatelích „rusky hovořících“, což je další časté označení používané v médiích pro karlovarskou ruskou komunitu. Zanedbány tak mohou být články, kde se hovoří pouze o jiných rusky hovořících komunitách (Ukrajincích, Gruzincích, Bělorusech ad.) a nikoli o Rusech. Zanedbány rovněž mohou být články, kde je pro ruskou komunitu použito jiné označení (např. označení „Sověti“).²⁰

2. V článku se vyskytuje slovo „Karlov*“ a zároveň slovo „Var*“, nebo slovo „karlovar*“. Tato podmínka má zaručit spojitost článku s Karlovými Vary.

Platí tak, že již v úvodním odstavci se články musí vztahovat k ruské komunitě žijící v Karlových Varech (či okolí), a to ruských obyvatelích, turistech apod. Nutná je zároveň spojitost článku s Karlovými Vary.

Tento výběr zahrnul velmi široké spektrum článků včetně článků, které se netýkaly přímo ruské komunity. Bylo proto nutné vybrat pouze články splňující určitá kritéria. Obecně byly vyloučeny články, které sice pojednávají o Karlových Varech ve spojitosti s ruským elementem, ale netýkají se primárně současných ruských návštěvníků či obyvatel Karlových Varů.

¹⁹ Zde byla zvolena tato nejjednodušší možnost získání vzorku článků. Je možné zde vznést námitku, že celá mediální scéna je reprezentována nabídkou databáze Newton Media, která se navíc může v určitých obdobích lišit. Přesto tato metoda s ohledem na získaný výsledek a zejména autorovy časové možnosti byla nejlepší možná. Při interpretaci výsledků však je třeba myslet i na tyto možné nedostatky a interpretovat je opatrně.

²⁰ To částečně determinuje i povahu celého tématu analýzy. Nezajímá nás primárně celkový obraz rusky hovořící komunity, ale spíše to, jak média pracují s označením „Rus“ ve spojitosti s Karlovými Vary. Jak bylo naznačeno výše, označení ruská komunita je místními a i médii často užíváno v širším smyslu a vztahuje se spíše na komunitu rusky hovořící.

Vyloučeny tak byly zejména:

- sportovní články (např. ruští hokejisté v týmu HC Energie Karlovy Vary, výsledky ruských sportovců)
- články týkající se kultury (koncert Alexandrovců)
- mezinárodněpolitické články (vztahy s Ruskem)
- historie Karlových Varů spojená s Rusy (car Petr I.)

Výjimku samozřejmě tvořily články, které vedle těchto témat pojednávaly i o současných obyvatelích či turistech, pokud článek vyhovoval všem výše zmíněným výběrovým podmínkám (např. Rusové fandící svému týmu při souboji hokejových reprezentací v Karlových Varech).

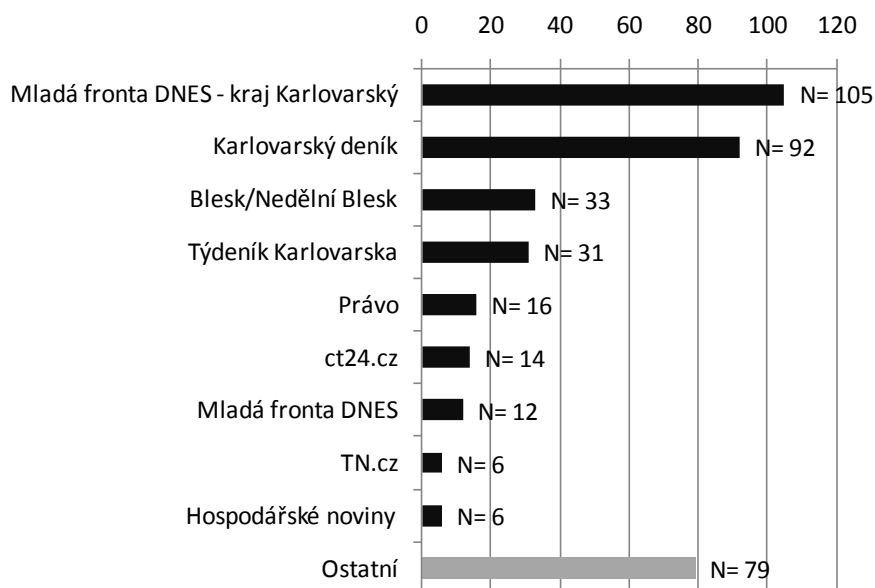
Případné duplicitní články, pokud byl jejich obsah identický, byly do vzorku zahrnuty pouze jednou. V naprosté většině případů se jednalo o duplicitu způsobenou uveřejněním článku jak v tištěné, tak v internetové verzi daného média. Zde byla do analýzy zahrnuta tištěná verze jako primární zdroj informace. V jiných případech duplicit byl jako primární použit článek, který časově vyšel jako první.²¹

2.2 Popis výzkumného vzorku

Pro získání lepší představy o zkoumaném vzorku bude nyní vzorek popsán na základě svých základních charakteristik. Soubor celkově sestává z 394 článků uveřejněných v celkem 50 různých tištěných denících či jiných periodikách a internetových serverech.²² Nejčastější média, v nichž byl článek uveřejněn, ukazuje graf 1. Je vidět, že nejčastěji články vyšly ve dvou lokálních médiích. Z celostátních médií je nejčastější Blesk, což ukazuje, že téma Rusů je poměrně relevantní i pro bulvární deníky.

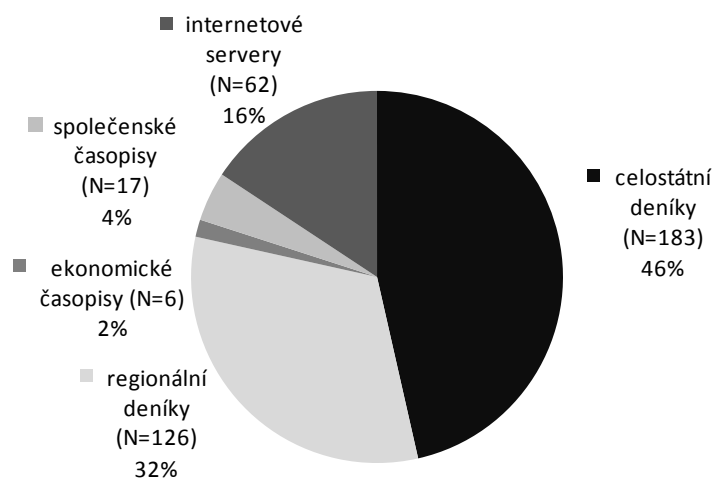
²¹ V některých případech se vyskytla situace, kdy článek z jednoho média byl převzat jinam, ale byl zároveň autorem částečně přepracován či krácen. Jednalo se zejména o situaci v roce 2006, kdy byly články z Karlovarského deníku tímto způsobem přebírány do Týdeníku Karlovarska. V tomto případě byly kódovány oba články, neboť nelze hovořit o identických článcích.

²² Deník a jeho internetová verze byly považovány za dvě různá média. Stejně tak jako specifické médium s nejčastějším výskytem článků v souboru byla považována lokální mutace Mladé fronty Dnes. U ostatních deníků to takto kódováno nebylo z toho důvodu, že lokální mutace či rubriky byly často zaměřeny na větší celky než Karlovarský kraj a nejednalo se v pravém slova smyslu o speciální součást novin, jako tomu je u Mladé fronty. Jako speciální média byly kódovány i přílohy deníků.



Graf 1. Deníky, další periodika a internetové servery s největším zastoupením ve vzorku

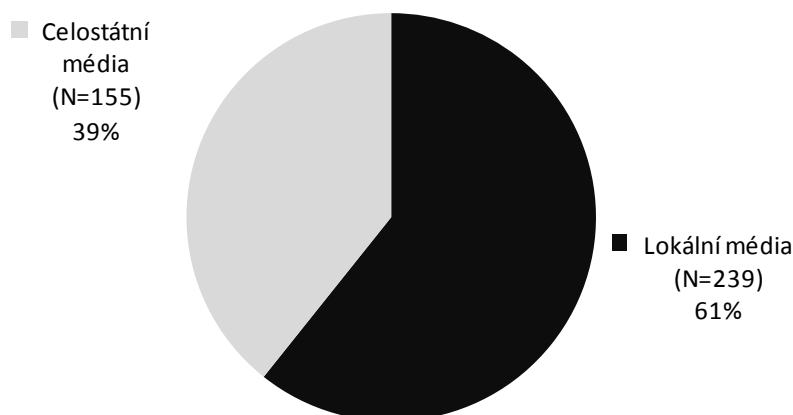
Graf 2 dále ukazuje zastoupení článků v jednotlivých kategoriích médií, v nichž byly uveřejněny. Toto třídění se opírá o původní třídění databáze Mediasearch. Ukazuje se, že více než tři čtvrtiny článků byly uveřejněny v denících. V rámci toho, aby třídění odpovídalo původní databázi, byla regionální mutace Mladé fronty Dnes zařazena do celostátních deníků, ač dále je s ní pracováno jako s lokálním médiem.



Graf 2. Kategorie médií zastoupených ve vzorku

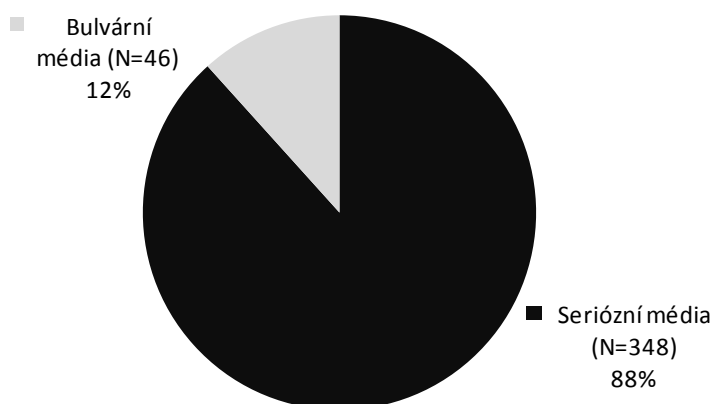
Rozlišení na lokální média (regionální mutace Mladé fronty, Karlovarský deník, Týdeník Karlovarska, Sedmička) a celostátní média (vše ostatní) ukazuje na dominanci lokálních médií ve zpracování tématu karlovarské ruské komunity. Tato proměnná bude

několikrát užita i jako třídící, neboť nás bude zajímat i rozdíl ve zpracování tématu v lokálních a celostátních médiích.



Graf 3. Zastoupení článků ve vzorku v lokálních a celostátních médiích

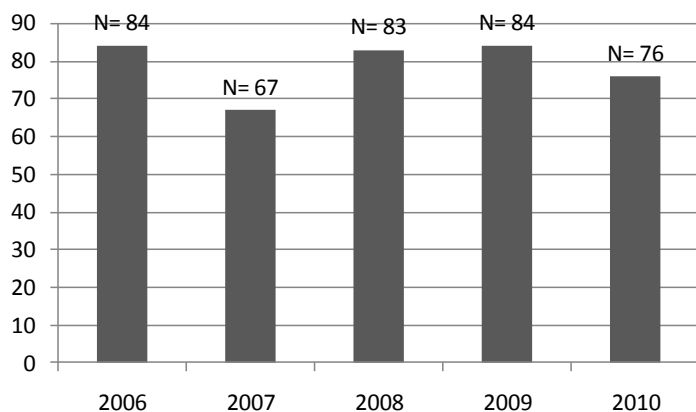
Co se týče zastoupení tématu v bulvárních médiích,²³ je spíše okrajové. Ukazuje se však, že téma je relevantní i pro bulvární média, nejen pro média seriózní. Jak jsme si již ukázali, nejčastěji se články objevovaly v Blesku.



Graf 4. Zastoupení článků ve vzorku v seriózních a bulvárních médiích

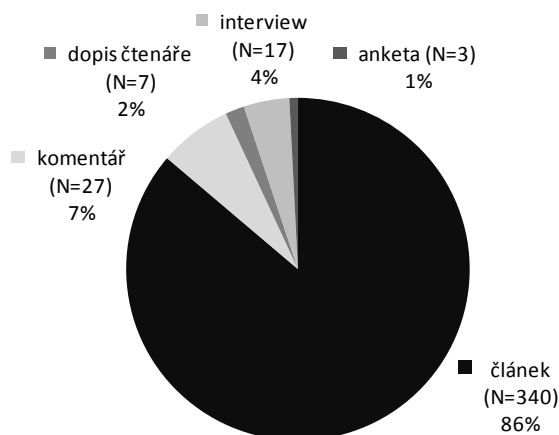
Podle zastoupení článků o Rusech v jednotlivých letech se ukazuje, že toto zastoupení je v podstatě rovnoměrné. Mírný propad zaznamenáváme v roce 2007 a částečně i v roce 2010. K lepšímu pochopení tohoto zastoupení dospějeme níže při analýze skladby jednotlivých typů článků v jednotlivých letech.

²³ Do kategorie bulvárních médií byly zahrnuty bulvární deníky (Blesk, Aha, Šíp), společenské časopisy (Šťastný Jim, Rytmus života) a server TN.cz.



Graf 5. Zastoupení článků ve vzorku v jednotlivých letech

V zastoupení jednotlivých žánrů logicky převažují články, ale objevují si i jiné žánry, zejména komentáře.



Graf 6. Zastoupení článků ve vzorku podle žánru

2.3 Karlovarští Rusové v médiích - kvalitativní předvýzkum

V následujících odstavcích se pokusím shrnout základní poznatky, které jsem získal explorativním průzkumem článků o karlovarských Rusech. Cílem tohoto průzkumu bylo získat základní představu o zkoumaném vzorku a vygenerovat některé hypotézy, které budou moci být následně ověřeny kvantitativní analýzou článků. Z části i na základě tohoto předvýzkumu bude poté zkonstruována kódovací kniha.

Tento hypotetický mediální obraz zkoumaného problému člením do tří částí. V první se zaměřím na obraz města Karlovy Vary jako ruského města. Ve druhé a stěžejní části mě budou zajímat charakteristiky karlovarských Rusů. Nakonec se zaměřím na způsob vyjádření (konstruování) konfliktu mezi českými a ruskými obyvateli Karlových Varů.

V konstruování tohoto obrazu se pokusím oprostít od reálného stavu věcí. Nebudu se tedy zabývat tím, jestli to, co média tvrdí, odpovídá realitě. Na rozdíl od většiny zpravodajství je tematika Rusů v Karlových Varech spojena s každodenností obyvatel Karlových Varů.²⁴ A média zde tak spíše doplňují jakousi skládačku různých zdrojů informací, jako jsou informace z doslechu, osobní zkušenost či pouhá percepce proměny centra města. Média tak namísto utváření mediální reality spoluvtvářejí každodenní realitu člověka žijícího v Karlových Varech a dávají této realitě určitá hodnocení. Tím se spolupodílejí i na formování postojů.

2.3.1 Město Karlovy Vary

Karlovy Vary jsou velmi často označovány jako „ruské město“. Pro uvedení do problematiky si uveďme citaci úvodních odstavců článku z Parlamentních listů, která nám osvětlí způsob argumentace, který média používají pro ujištění čtenáře o faktu, že Karlovy Vary jsou ruské město. Článek se týká předvolebního boje před volbami do místního zastupitelstva v říjnu 2010.

„Jako lekce černého humoru vypadají billboardy, které zaplavily Karlovy Vary. Kandidáti za ODS a ČSSD svorně tvrdí: „Tady jsme doma“, „Toto je naše město“, případně „Město pro naše děti“...

Kromě toho, že mnozí lžou, protože v Karlových Varech vůbec nebydlí, je to výsměch občanům, které z centra města vytlačili zahraniční podnikatelé a majitelé nemovitostí. Tady jsou doma totiž především rusky mluvící občané.

Narazit dnes v lázeňské části Karlových Varů na český obchod, je naprostá výjimka. A zahraničním majitelům patří prakticky všechny lázeňské hotely a sanatoria. Unikátní analýza časopisu Ekonom loni prokázala, že je vlastní především ruské, ukrajinské a kazašské subjekty, následují různé nečitelné švýcarské, rakouské, kyperské a podobné firmy.“ (Karlovarským nejvíce vadí Rusové, politici to ale neřeší. parlamentnilisty.cz, 27. 9. 2010, Karlovarský kraj)²⁵

Zde se ukazuje jasná definice ruského města jako místa, kde se místní obyvatelé necítí jako doma, ale naopak se zde jako doma cítí ruští obyvatelé. Později v článku nacházíme

²⁴ Odkazuji zde na výše uvedenou pasáž týkající se mediální a sociální zkušenosti člověka.

²⁵ Celý tento článek je součástí přílohy této práce.

zprostředkovanou výpověď několika Čechů, kteří se zúčastnili předvolební debaty. Nemáme zde však žádnou výpověď Rusa. Klíčovým argumentem jsou objektivní charakteristiky lázeňské části města. Jednak zde tedy dochází ke generalizaci, kde situace v lázeňské části je vztahována na celé město, jednak je tvrzení o „ruském městě“ založeno na objektivně vnímaných a dobře známých charakteristikách. Člověk neznalý poměrů či člověk, který by pochyboval o tvrzení, že v lázeňské části jsou obchody, hotely a sanatoria vlastněny výhradně Rusy, je nezpochybnitelně přesvědčen analýzou časopisu Ekonom.

Dochází zde tak k tomu, že čtenář je utvrzován v hodnocení na základě jemu dobře známých faktů. Celkově také platí, že pojem „ruské město“ získává značně negativní nádech, a to zejména ve větě: „je to výsměch občanům, které z centra vytlačili zahraniční podnikatelé a majitelé nemovitostí.“ Souvisí to s celkově negativistickým naladěním vůči Rusům.

Zaměřme se nyní na reakci úředníků magistrátu:

„Ačkoliv se karlovarští radní brání, že oni za nic nemůžou a že Rusům neprodali žádné nemovitosti, pravda je jiná. K převodu nemovitostí, dříve patřících městu, totiž došlo promyšlenými pletichami.“

Touto defenzivní strategií zároveň karlovarští radní přijímají stanovený rámeček. Média nezprostředkovávají jiný názor. Že Karlovy Vary jsou „ruské město“ berou jako nezpochybnitelný fakt. To, že se v článku nemají možnost vyjádřit samotní Rusové, tuto interpretaci posiluje.

Další důležitou charakteristikou Karlových Varů je ztráta kulturní úrovně. Tomuto tématu se věnuje zejména článek „Ruské město, které chátrá“. Ač se v titulku článku hovoří o ruském městě, o samotných Rusech se zde nedovídáme nic. Tématem je neutěšená kulturní a architektonická úroveň města, chybějící divadelní soubor, problémy symfonického orchestru a novostavby nízké architektonické úrovně.

„Kdyby však viděli architekti Helmer a Fellner, kteří v roce 1886 otevřeli na Divadelním náměstí jednu z nejkrásnějších divadelních budov světa té doby, že po jejich boku vybudují čtvrtorádi architekti, jejichž jména nejsem schopen již podruhé do počítače vzteky vyřukat, spatřiv ony paskvily na vlastní oči, stavby simulující to nejhorší, co se ve Varech v polovině devatenáctého století zrodilo, tak kdyby ony ikony tehdy moderní architektury doslova evropské (čtyřicet devět divadel v celé střední Evropě, zejména v Rakousku-Uhersku) měly reagovat, tak

by se možná neubránily zločinu na životě.“(Ruské město, které chátrá. reflex.cz, 13. 7. 2010, Kultura)

Článek se očividně vyznačuje květnatým a silně hodnotícím užitím jazyka – jde spíše o komentář. Ruské město zde však neslouží jen jako nálepka. Rusy zde celou dobu tušíme jako skrytou příčinu problémů města. Oni jsou těmi, kdo poptávají tuto druhořadou architekturu. Oni nemají zájem o tradiční karlovarskou kulturu, tj. divadlo a symfonický orchestr. Oni skupují nemovitosti a vyhánějí Čechy.

2.3.2 Charakteristiky Rusů

Bohatství

Je několik vlastností, které jsou v zobrazení Rusů zdůrazňovány. Mnohé z toho již bylo naznačeno v předchozím odstavci, nyní si tento obraz uveďme v úplnosti.

Základní charakteristikou je jejich bohatství. Většinou se jedná o ruské podnikatele či ruské turisty. Často je toto bohatství ilustrováno luxusem, který si v Karlových Varech dopřávají či dokonce částkou, kterou v Karlových Varech utratí. Dalším faktorem jsou ceny nemovitostí, které jsou nedosažitelné pro obyčejného obyvatele Karlových Varů. Uveďme si příklad z článku „Ruský majetek v lázních: prázdný luxus“:

„Ačkoliv je přítomnost rusky hovořících podnikatelů a turistů v Karlových Varech zdrojem časté kritiky i výsměchu, zůstává faktem, že jejich existence městu v mnoha směrech pomáhá. Především v oblasti péče o historické domy a další památky. [...]

Jen co ruský podnikatel nebo jiný, rusky hovořící občan, koupí dům či byt, okamžitě začne s nákladnou rekonstrukcí. A ta je skutečně velkorysá. Jako příklad lze uvést slavnou Sadovou ulici (na snímku), která patří k nejkrásnějším v Čechách. Dříve zchátralá sanatoria a penziony se pyšní novými fasádami a do každíčkého detailu zrekonstruovanými prvky.“(Ruský majetek v lázních: prázdný luxus. parlamentnilisty.cz, 8. 9. 2010, Karlovarský kraj)

Další ilustraci výjimečnosti ruských obyvatel Karlových Varů nacházíme v článku „Rusové? Veliký mýtus“:

„Příkladem toho je i nejznámější ruská hvězda »Varů«, Jelena Baturinová, manželka moskevského starosty Jurije Lužkova. Podle časopisu Forbes je třetí nejbohatší ženou světa, která k majetku nepřišla dědictvím. Nyní investuje 200 až 300 milionů do rekonstrukce secesního paláce Quissisana naproti hotelu Pupp, který koupila od města za 77 milionů korun. Po dokončení oprav bude v každém pokoji (cena nepůjde pod 300 eur za noc) vana, do níž poteče léčivá minerální voda přímo z nedalekého Vřídla.“ (Rusové? Veliký mýtus. Ekonom, 12. 8. 2010, Analýzy a trendy, s. 40)

Vidíme zde příklad ruské podnikatelky, která se umístila vysoko v žebříčku časopisu Forbes. To značí opravdu elitní charakter karlovarských ruských podnikatelů. Navíc je zde zdůrazněno, že je třetí nejbohatší ženou světa, která k majetku nepřišla dědictvím. V tomto smyslu to lze chápat nejen jako odkaz na emancipovanost této ženy, potažmo i ruských podnikatelek, ale zároveň jako odkaz na pochybnost o způsobu nabytí těchto peněz. A právě tyto pochybnosti jsou rovněž v médiích často zdůrazňovány s odkazem na ruskou mafii a na její praktiky. K tomuto tématu si můžeme ocitovat z článku „Prodat festivalový Thermal? Koupí ho Rusové, bojí se Bartoška“:

„[...] Stačí, aby někdo namočil hadr v petroleji, zapálil a hodil ho do výtahu. Trochu to zakouří a řekne sorry, festival nemůže začít. A když jeden ročník neuděláme, další budeme těžko startovat,“ prohlásil prezident [festivalu Jiří Bartoška].“ (Prodat festivalový Thermal? Koupí ho Rusové, bojí se Bartoška. zpravy.idnes.cz, 4. 7. 2010, Příloha – MFF)

Často se rovněž hovoří o neprůhledném korupčním napojení Rusů na magistrát města. Téma korupce se nejsilněji projevuje u fenoménu černých staveb, který je s Rusy v médiích významně spojen. Ocitujme si z článku „Ruské dřevěnice se bourat nebudou...“

„Situace na karlovarském magistrátu je podle ochránců životního prostředí a opozičních politiků už neúnosná a zcela otevřeně se hovoří o korupci.“ (Ruské dřevěnice se bourat nebudou... Blesk, 6. 5. 2010, Čechy, s. 6)

Tyto negativní charakteristiky však nebývají v článcích explicitně zmiňovány příliš často, spíše jsou zde obsaženy jaksi v podtextu, zejm. hovoří-li se o černých stavbách.

Rozpínavost

Další významnou charakteristikou je rozpínavost. Tuto charakteristiku si můžeme spojit s dalším významným tématem, které často médií rezonuje, a sice ruskými nápisy. Právě časté používání ruštiny v lázeňském centru je momentem, který má dokumentovat ruskou expanzi. Jako ukázkou vytlačování českého prvku z lázeňského centra si můžeme uvést následující úryvek:

„Příkladem je bývalé ředitelství KSO,²⁶ dům Amethyst, který byl prodán české kontroverzní společnosti Navatyp s tím, že zde vybuduje hotel. Po sedmi letech po hotelu ani památky, dům chátrá, avšak v jeho přízemí je nepřehlédnutelný ruský obchod s ruskými nápisy a reklamami.“ (Karlovarským nejvíce vadí Rusové, politici to ale neřeší. parlamentnilisty.cz, 27. 9. 2010, Karlovarský kraj)

Ruský obchod a ruský nápis je zde podán jako důkaz ruské rozpínavosti. Vyjádření je přitom hodně zkratkovité. Není jasné, co si představit pod označením „ruský obchod“. Jedná se o obchod vlastněný Rusy? Dům byl ale prodán české společnosti. Ale vlastní jej tato společnost stále? Označení „ruský obchod s ruskými nápisy“ tak spíše odkazuje právě k ruské rozpínavosti. Není zde však uvedeno, z jakého důvodu právě tohle vadí. Je nám zde naznačován konflikt mezi českou tradiční institucí spojenou s vysokou kulturou a dokladem ruského vlivu, který do centra vnáší pravý opak vysoké kultury.

Důkaz negativity přítomnosti ruských nápisů lze nalézt v článku „Vary bojují proti ruským nápisům“. Proti ruským nápisům se podle článku ohrazuje i město. V článku však zcela chybí argumentace, proč nápisy do města nepatří. Jediným argumentem je fakt, že „nedělají městu dobré jméno“. Prostor k argumentaci dostává i protistrana:

"Nápisy musí zůstat, je to byznys. Obchodníci chtějí přitáhnout zákazníky, obzvláště v období krize," prohlásil zástupce Rusů z Výboru pro národnostní

²⁶ Karlovarský symfonický orchestr

menšiny Karlovy Vary Alexej Ružejnikov.“(Vary bojují proti ruským nápisům. ct24.cz, 8. 6. 2010, Regionální)

Tato věta byla velmi pravděpodobně vytržena z kontextu a svým důrazem na ekonomický profit obchodníků tak spíše než jako argument proti, působí jako argument pro. Pracujeme zde tak se zamlčeným předpokladem, že ruské nápisy ve městě jsou špatné a prostor jakémukoliv alternativnímu výkladu či argumentu, resp. jinému zarámování problému je zde uzavřen. Článek tak posiluje negativní postoj vůči Rusům.

Zdomácnělost

Podobně jako rozpínavost má i zdomácnělost Rusů ve městě silně negativní podtext. Obě tyto vlastnosti jsou spolu významně spojeny. Zdomácnělost Rusů je zpracována způsobem, který bychom mohli shrnout do věty: „Cítíme se tu jako v Rusku.“ To v sobě nese logický důsledek, že „Rusové se tu cítí jako doma.“ To souvisí se stereotypem „ruského města“, o kterém jsme už hovořili výše. Není proto třeba se této vlastnosti nějak hlouběji věnovat.

Pasivita

Rusové jen výjimečně vystupují v člancích jako aktivní skupina. Rusové nemají tak často možnost promlouvat jako zástupci české většiny. Souvisí to zejména s prací novinářů, kteří nemají k této skupině tak snadný přístup. Tato situace je charakteristická obecně pro mediální zobrazování cizineckých komunit v médiích. Rusové jsou uzavřenou skupinou a nemají zájem vystupovat v českých médiích. Důkazem rutinní práce novinářů je i fakt, že často v médiích Rusy zastupuje Alexej Ružejnikov, který je jediným zástupcem Rusů v rámci lokálních institucí.

V médiích se tak objevuje významná skupina článků, kde Rusové vystupují jako pouhý kontext jiného problému, a to zejm. problému pochybného fungování karlovarského stavebního úřadu. Ruské firmy v těchto sporech často bývají mediálně zastupovány Čechy. Rusové se nemohou podílet na mediální konstrukci reality, nevnášejí svá témata a své vlastní problémy. Tímto popisem je posilováno odcizení Rusů a Čechů.

Příkladem tohoto pasivního zobrazení je již několikrát citovaný článek „Karlovarským vadí Rusové, politici to ale neřeší“. Rusové jsou zde prezentováni jako velký problém města.

Nevíme však vůbec, co Rusové *dělají*. Víme jen, že *vlastní* mnohé nemovitosti a že *vytlačili* Čechy z centra města. Už samotný fakt *ruské přítomnosti* tak znamená problém.

Jednota

Další vlastnost vychází z označení „Rusové“. Toto označení je hojně užíváno v tomto textu, ale není zcela přesné. Pod označení „Rusové“ totiž nepatří ruští občané, ale občané ruský hovořící. Jedná se o mediální zkratku.²⁷ Jakékoliv přesnější označení je příliš dlouhé a text se jeho užitím stává méně čitelným. S pomocí tohoto označení se však posiluje dojem jednoty této skupiny. Tento dojem má však i další příčiny.

Jak již bylo naznačeno, dochází také k tomu, že Rusové nedostávají v médiích příliš prostoru k vyjádření, zejm. z důvodů nesnadné dostupnosti zástupců této skupiny. Rusové se tak stávají kategorií, která není detailněji zkoumána a jeví se tak jako velmi homogenní a jednotná. Tento pohled však nelze paušalizovat. Objevují se články, které se snaží do této skupiny proniknout a snaží se tento kategorizující pohled problematizovat.²⁸

Můžeme sem zařadit např. rozhovor s významným karlovarským podnikatelem ruského původu Jakovem Frenkelem (Do Ruska už nikdy. Ekonom, 6. 5. 2010, Rozhovor týdne, s. 30). Ten například v rozhovoru říká: „My s manželkou se až teď v posledních letech začínáme více stýkat s Rusy, kteří tady žijí. Prvních deset let jsme s nimi v kontaktu prakticky nebyli.“ Z tohoto vyjádření získáváme dojem spíše opačný. Ruská komunita není jednotná, nemá společný zájem, nesnaží se stranit většinové populaci a asimiluje se.

Jak jsme si řekli, důležitým prostředkem dosahování dojmu jednoty celé skupiny je její označení a její význam v rámci článku. V člancích zdaleka ne vždy vystupují konkrétní osoby, často zde vystupuje pouze abstraktní skupina označená jako „Rusové“. Využívána jsou i jiná, přesnější označení, např. ruský hovořící občané. Obecně platí, že uvedení konkrétní osoby v článku přispívá k větší barvitosti zobrazení této skupiny. Za výjimku můžeme považovat osoby, které celou skupinu zastupují. Hlavní takovou osobou je výše zmíněný Alexej Ružejnikov.

²⁷ Uvědomme si, že stejné zjednodušení používá i samotná tato práce, a to nejen z důvodu toho, že se snaží s daným stereotypem pracovat stejně, jako s ním pracují média. Pro čitelnost mediálních textů je jednodušší označit skupinu krátce, i když nepřesně. Takto fungují i mediální stereotypy je proto velmi těžké měnit.

²⁸ Patří sem zejména typ článků, které Klvačová a Bitrich (2003) nazývají „příběhy cizinců“. Jedná se o články, kde cizinci nevystupují jako účastníci událostí, ale sami se stávají tématem článku. Je zde rozebírán jejich každodenní život a často jsou zde problematizovány stereotypy odlišnosti cizinců.

Dodejme, že média často klasifikují dvě role karlovarských Rusů. Oddělují ruské turisty a ruské podnikatele či majitele nemovitostí. Zatímco s druhou skupinou jsou logicky spojovány všechny zmíněné vlastnosti, o ruských turistech se hovoří s mnohem menší mírou hodnocení. Role turistů bývá například považována za přirozenější, zatímco role podnikatele je něco nezvyklého, jak ukazuje následující úryvek.

„Nejznámější jsou v tomto ohledu Karlovy Vary a další západočeské lázně. Tam Rusové v posledních letech přijížděli nejen jako turisté, ale často se tam i usazovali a začínali podnikat.“ (Rusové opouštějí západočeské lázně. ČRo – izurnal.cz, 21. 7. 2010, Regiony)

To souvisí s další charakteristikou. Označení Rusů v sobě rovněž implikuje, že ani sebevíce asimilovaný Rus nemůže být považován za Karlovaráka. Rusům tato identita v rovnocenné míře jako českým obyvatelům není přiznávána. Více bude toto téma rozebráno v následující subkapitole.

2.3.3 Konflikt Čechů a Rusů

Velmi zajímavým zjištěním je konfliktní rámování vztahu Čechů a Rusů v mnoha mediálních zprávách či komentářích. Články, které o ruské přítomnosti referují bez hodnotového zabarvení a konfliktního rámování jsou spíše výjimkou. Najdeme zde dále články, kde je otevřeně popisováno nepřátelství Čechů vůči Rusům, a mezi nimi jsou jak články podporující toto nepřátelství, ale i články, které argumentují spíše proti takovému nepřátelství a jeho příčinám.

Velkým tématem jsou pak černé stavby ruských investorů. Zde tento konflikt je obsažen spíše implicitně. Uveďme si příklad následující věty: „Pražská firma Gaspar House, jejímiž jednateli jsou tři obyvatelé Moskvy, stavbu bytů v karlovarské čtvrti Doubí nevzdává“ (Rusové ubrali patro, ale plán v Doubí dál naráží. MF Dnes, 24. 7. 2010, Kraj Karlovarský, s. 1). Zamysleme se nad tím, jaký význam má v této větě informace, že jednateli společnosti Gaspar House jsou tři obyvatelé Moskvy, když s touto informací v dalším textu článku není nijak pracováno. Bez ní by vyznění článku ale bylo odlišné. Informace působí jako důležitý rámec interpretace zprávy. Přetváří konflikt mezi investorem stavby a sousedy na konflikt mezi Čechy a Rusy.

Velmi důležitou vlastností konfliktu je jeho nacionalizace. Psal jsem již ve své předchozí práci (Čepelák, 2009), že pod nacionální povahu nepřátelství místní obyvatelé spíše skrývají nepřátelství vůči skupině bohatých, která své bohatství dává najevo pro ně nepřiměřeným způsobem. Stejnou logiku používají média. Tím, že hovoří téměř výhradně o Rusech bohatých, umožňují konflikt přenést z roviny ekonomické do roviny národnostní.

Velmi důležitým poznatkem je, že konflikt je zcela definován z pozice Čechů. Stejně, jako je konstruována homogenní skupina Rusů, která ve městě negativně působí, je proti ní stavěna homogenní skupina Čechů, kterým Rusové bezvýhradně vadí. Jako příklad uvedme následující úryvek:

„Některým lidem také nebylo po chuti, že by se v jejich okolí objevili Rusové, jichž je „město plné“. Předseda výboru pro národnostní menšiny při krajském zastupitelstvu Alexej Ružejnikov nad takovou argumentací kroutí hlavou. „Že to je v okolí samý Rus. To by mohli obyvatelé čtvrti Rybáře křičet, že chce Gruzíнец vybudovat v místě opuštěného pivovaru bytový a obchodní komplex. Ať ho postaví. Proč by investor za své peníze nemohl něco vybudovat? Stejně tak by lidé nemuseli chtít za sousedy Němce či Holanďany,“ zdůrazňuje Ružejnikov.“ (Lidé z Doubí zabrzdili plány ruských investorů. MF Dnes, 5. 5. 2010, Kraj Karlovarský, s. 1)²⁹

Úryvek ukazuje i další typický způsob argumentace článků. Rusové jsou v nich ve výrazně defenzivní pozici. Reagují na argumenty vznesené (konstruovanou) skupinou Čechů. Sami však žádné nové argumenty či pohledy na problém nepřinášejí a nemají možnost tento konflikt vlastním způsobem rámovat. Právě pomocí tohoto mechanismu je tento konflikt posilován.

2.4 Výzkumné otázky a operacionalizace

Na základě předchozích teoretických úvah a poznatků z kvalitativního předvýzkumu se nyní pokusím popsat základní okruhy, kterými se kvantitativní obsahová analýza bude zabývat. Dále naznačím, jakým způsobem tato témata budou operacionalizována, tzn. převedena do měřitelné a kvantifikovatelné podoby, tzn. do podoby kódovací knihy. V textu

²⁹ Celý tento článek je součástí přílohy této práce.

zde zmíním pouze základní logiku operacionalizace. Kódovací knihu, která byla pro účely výzkumu zkonstruována, pak čtenář najde v příloze.

Jak vyplynulo z teoretické části, ucelenou teorii pro téma karlovarských Rusů nenajdeme. V této souvislosti se opírám o svou předchozí práci (Čepelák, 2009). U problematiky cizinců jsem se opřel o několik zahraničních článků a o studii Klvačové a Bittricha (2003), která obecně zpracovávala obecně cizinecký obraz spíše kvalitativní formou. Z výčtu témat, kterými jsem se v předchozích částech zabýval, využiji v následující analýzy jen část z nich vzhledem k délce práce a možnostem jejich operacionalizace.

Výčet témat, kterými se dále budu zabývat, je následující:

1. Typologie článků o karlovarských Rusech
2. Míra individualizace zobrazení Rusů a místních obyvatel
3. Obraz ruské komunity jako cizího elementu
4. Obraz ruské komunity jako problému
5. Stereotypy zobrazení ruské komunity

Typologie článků

Typologie článků není založena na explorativní statistické analýze článků, ale je spíše kvalitativní. Na základě prvního čtení části souboru článků o Rusech byly tyto články rozříděny do šesti typů. Tato typologie se ukázala jako funkční a články proto byly tříděny i v rámci kódovacího procesu. Více ke konstrukci typologie bude uvedeno v analytické části práce, kde budou typy přesně popsány a bude zde uvedeno i jejich zastoupení. Otázka na typ článku se nachází na konci kódovací knihy.

Míra individualizace zobrazení Rusů a místních obyvatel

Na základě kvalitativního předvýzkumu byly rovněž identifikovány tři typy aktérů, kteří jsou v člancích zobrazováni. Jedná se o *rusky hovořící aktéry, místní obyvatele a oficiální zástupce místních institucí*. V rámci kvantitativní analýzy se pokusím kvantifikovat jejich zastoupení v člancích, zobrazení a prostor, který je jim věnován. Konkrétně míra individualizace byla měřena jako zastoupení jednotlivých označení aktérů v článku. U každého článku jsem spočítal, kolikrát je zde rusky hovořící aktér označen jako kategorie (Rusové obecně), kolikrát jako skupina, organizace či instituce (ruská firma „...“, ruský

konzulát, ruští podnikatelé), kolikrát jako jednotlivec bez uvedení jména (ruský turista) a kolikrát jako konkrétní jednotlivec s uvedením jména (např. ruský podnikatel Nikolaj Stěpanov). Analogicky jsem postupoval u místních obyvatel. U zástupců místních institucí jsem takto nepostupoval, ale kódoval jsem pouze jejich celkový počet.

Na základě těchto dat byl dále vypočten index, který určoval míru individualizace a kategorizace rusky hovořících aktérů a místních obyvatel v daném článku. Podrobnosti výpočtu nebudu uvádět zde, ale uvedu je v analytické části, aby čtenář konkrétněji pochopil prezentovaná data.

Obraz ruské komunity jako cizího elementu

Jak již bylo poznamenáno v kvalitativní části analýzy, autoři článků užívají určité způsoby psaní o Rusech, skrze které vzniká jejich obraz jako „přítomné skupiny, která vadí“. Důležitou vlastností je zde pasivita jejich zobrazení. Vzniká zde tedy určitý předpoklad, že Rusové jako aktéři budou v článku upozadováni a budou spíše utvářet kontext článků. To lze operacionalizovat na základě předchozí výzkumné otázky jako míru jejich individualizace. Další dimenzí problému je možnost promlouvat. Mají-li Rusové větší možnost promlouvat, vzniká tím jejich „aktivnější“ obraz a navíc je větší pravděpodobnost, že Rusové nebudou pouze reagovat na témata vznesená ostatními skupinami aktérů, ale že budou vznášet i témata vlastní.³⁰ Kromě otázky na míru individualizace jsem se tedy zaměřil na frekvenci a délku promluv jednotlivých skupin aktérů.

Obraz ruské komunity jako problému

V analýze jsem se rovněž snažil zachytit, zda jsou Rusové zobrazováni jako problémová skupina. To se dá zachytit pouze zhodnocením článku čtenářem a vždy sem vstupuje hodnocení kodéra. Předjetí tomuto problému by se dalo přijetím více kodérů a zkoumáním tzv. inter-coder reliability. To ovšem nebylo v mých možnostech. Pokusil jsem se tedy co nejpřesněji definovat problémovost článku.

Typicky to souvisí s tím, že Rusové bývají v člancích často zobrazováni pasivně, a nelze tak hovořit o konfliktu způsobeném protichůdným jednáním dvou skupin. Tím vzniká

³⁰ Otázka o možnosti vznášet vlastní témata v rámci kvantitativní analýzy může být jen těžko řešena. Je to otázka spíše pro analýzu kvalitativní.

spíše obraz, o kterém jsem již hovořil, tedy jako skupiny, která vadí již svou pouhou přítomností. Postačující podmínkou pro zařazení do skupiny problémových či konfliktních článků bylo, pokud byli Rusové účastníky nějaké situace, která byla v článku prezentována jako problémová. Zařazovány sem tak byly například články, kde ruský investor postavil stavbu, která nějakým způsobem působila problémy. Investor však nemusel být důležitým aktérem článku, mohla se zde objevit pouze zmínka odkazující na tento fakt. Ovšem již tato zmínka silně formovala celkový význam sdělení a významně přispívala k celkovému mediálnímu obrazu ruské komunity. Rovněž nebylo zásadní, zda daný problém či konflikt je hlavním tématem článku či se v článku vyskytuje pouze okrajově. Jako problémové byly vybrány pouze ty články, kde byli Rusové pouze původci tohoto problému a nikoliv poškozenými.³¹

Stereotypy zobrazení ruské komunity

V rámci kvantitativní fáze výzkumu lze zároveň kvantifikovat, nakolik stereotypní je zobrazení ruské komunity. Stereotypita do článků proniká v různých formách, já jsem se rozhodl zaměřit na dvě z nich:

1. Témata, která jsou s tématem karlovarských Rusů spojována.

Na základě kvalitativní fáze byla identifikována určitá témata, která se ukázala být důležitým a relevantním kontextem pro zobrazování Rusů. Seznam těchto témat lze nalézt v kódovací knize. Pro analýzu bylo rovněž zajímavé zohlednit důležitost těchto témat v člancích. Měřítkem důležitosti se stal jejich první výskyt v článku, který byl rozdělen na *výskyt v titulku*, *výskyt v prvním odstavci* a *výskyt ve zbytku článku*.

2. Role, v nichž Rusové v člancích vystupují.

Zde jsem se zaměřil rovněž na typické role identifikované na základě kvalitativního předvýzkumu. Nebyla zkoumána jejich frekvence v rámci článků, ale pouze počet článků, kde se Rus v daných rolích vyskytl.

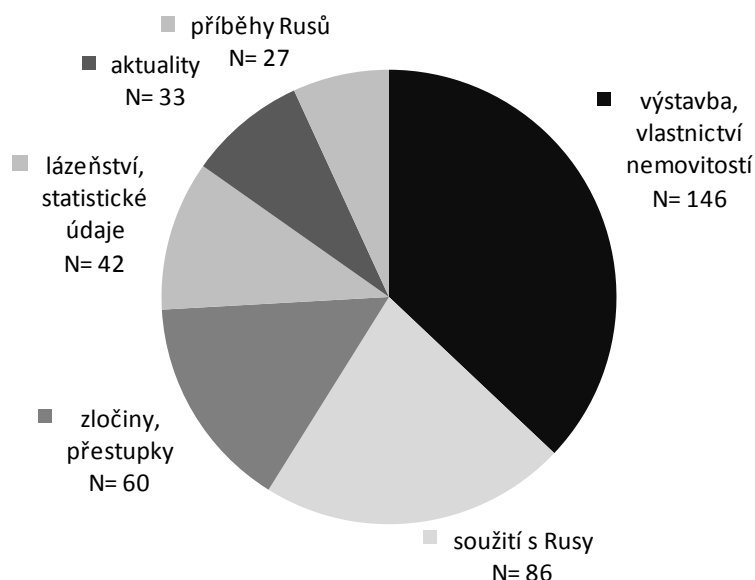
³¹ To bylo zajištěno následující otázkou v kódovací knize, která měla určit, zda jsou Rusové původcem tohoto problému či naopak poškozeným.

3 Analytická část

V následující části práce budou podrobně rozebrány výsledky získané analýzou dat získaných kódováním článků podle kódovací knihy. Analýza se pokusí zodpovědět otázky naznačené v předchozí části. Bude se zatím jednat o dílčí zjištění, která budou hlouběji zhodnocena a diskutována v další části práce.

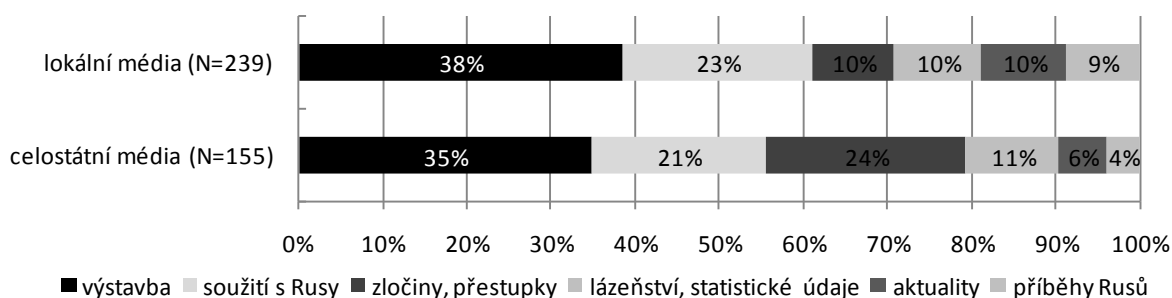
3.1 Základní typologie článků

Na základě prvního průzkumu vzorku byla stanovena typologie článků, která byla použita pro základní třídění článků. Tato typologie byla pro zajištění spolehlivosti zakódována dvakrát: poprvé při prvotním základním kódování článků³² a podruhé při podrobnějším kódování, které proběhlo s časovým odstupem a bez znalosti předchozího zařazení článku. Shoda těchto dvou kódování byla 86%. U článků s odlišným zařazením (celkem 55 článků) do typologie bylo poté rozhodnuto, ke kterému ze dvou typů budou náležet. Ne vždy bylo zcela jasně rozlišitelné, ke kterému typu článek patří. V těchto případech bylo rozhodující to, které téma článku je v článku důležitější. I přes tyto drobné potíže se typologie článků ukázala jako funkční, a to zejména díky rozdílnému způsobu informování o ruské komunitě či jejich zástupcích.

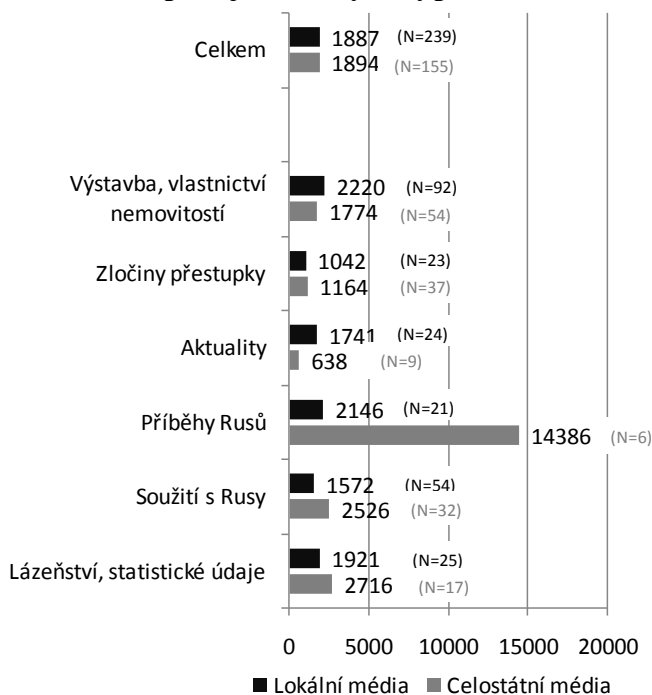


Graf 7. Typologie článků (celkem N=394 článků)

³² V této prvotní fázi byl kódován titulke článku, datum uveřejnění, médium uveřejnění, délka článku (počet znaků) a právě zařazení do základní typologie.



Graf 8. Zastoupení je dnotlivých typů článků v lokálních a celostátních médiích.



Graf 9. Mediánová hodnota počtu znaků článku podle typu článku a média, v němž byl článek publikován³³

Graf 7 ukazuje zastoupení jednotlivých typů článků. Tyto typy představují ruskou komunitu v rozdílných rolích a rozdílně k ní přistupují. Výsledky zastoupení jednotlivých typů článků v lokálních a celostátních médiích (graf 2) a jejich délku (graf 3) budeme komentovat u každého typu zvlášť.

³³ Medián zde byl zvolen z toho důvodu, že se v souboru vyskytují některé významně delší články, které by průměry mohly zkreslit. Do počtu znaků článku, z nichž je počítán medián, se započítává text článku bez titulku a bez jména autora. Zahmuty do tohoto počtu znaků jsou i popisky pod fotografiemi jako relevantní součást textu článku. Získáno bylo z textových výstupů z databáze Newton Media. Tato hodnota si neklade za cíl přesně popsat prostor, který článek v médiu zaujímá, číslo je třeba brát spíše orientačně. Odkazuje spíše k tomu, nakolik detailně a podrobně je dané téma rozebíráno a poskytuje hlavně srovnání mezi jednotlivými typy článků a lokálními a celostátními médii, jak je prezentováno v tomto grafu. Je třeba si dále uvědomit, že lokální média jsou výhradně deníky, kde jsou publikovány novinové články běžné délky, zatímco v celostátních médiích jsou zastoupeny i články časopisecké, které bývají výrazně delší. Tato disproporce se projevuje zejména u příběhů Rusů (více viz níže).

Výstavba, vlastnictví nemovitostí

V tomto typu jsou Rusové zobrazováni v souvislosti s nejviditelnějšími projevy jejich přítomnosti ve městě. Jak již jsem ukázal ve své předchozí práci na toto téma (Čepelák, 2009), je právě výstavba a vlastnictví nemovitostí základním kontextem vnímání Rusů, což potvrzuje i tato obsahová analýza.

Důvody, proč tomu tak je, můžeme hledat v tzv. urbánní sémiotice, tedy v jednom z odvětví sémiotiky. V tomto pojetí je městský prostor chápán jako znakový systém, v jehož rámci dochází ke komunikaci mezi uživateli tohoto prostoru a skrze něž jsou například definovány vztahy mezi sociálními skupinami či dokonce vztahy mocenské.³⁴ Stručně řečeno, místní obyvatelé vnímají ruskou dominanci právě skrze výstavbu a vlastnictví nemovitostí jako její srozumitelný znak.

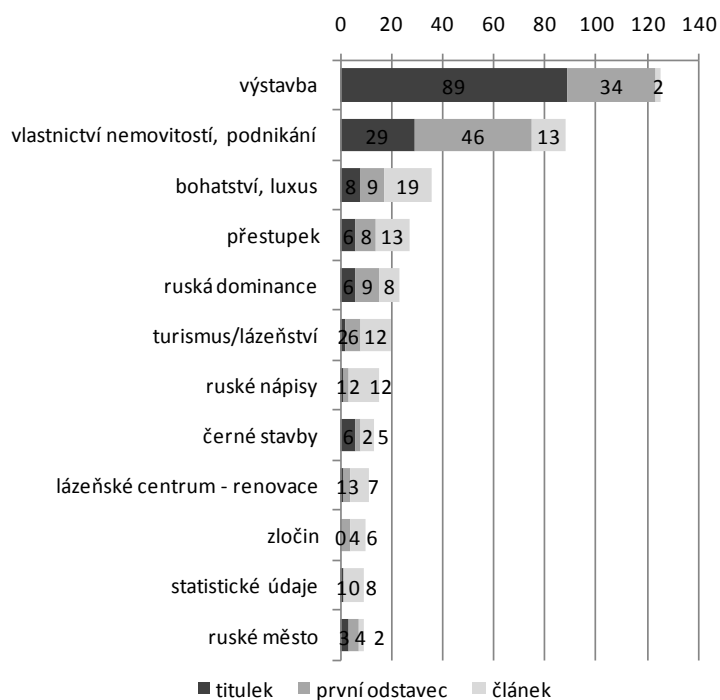
Analýza ukazuje, že i pro média tento způsob vnímání Rusů dominuje a z velké části tak utváří obraz ruské komunity v médiích. Zastoupení v lokálních a celostátních médiích je v podstatě stejné, což ukazuje, že toto téma je dostatečně razantní na to, aby překročilo regionální kontext. V obou případech je tématem nejrozšířenějším, a formuje tak obraz karlovarských Rusů dovnitř (tj. pro místní obyvatele), tak navenek (tj. v celorepublikovém kontextu). Články v lokálních médiích jsou celkově o něco delší než články v médiích celostátních. Plyne z toho, že téma výstavby je typicky zpracováváno jako středně dlouhý článek, kde je třeba čtenáři vysvětlit kontext a dát prostor k vyjádření relevantních aktérů, přičemž lokální média těmto tématům věnují o něco více prostoru, neboť pro ně mají větší relevanci.

V médiích je tak prezentován zejména způsob vnímání ruské komunity skrze vlastnictví nemovitostí ve městě výstavbu nových nemovitostí. Tomuto modu vnímání Rusů dodávají média na plasticitě tím, že informují o konkrétních kauzách spojených s výstavbou či o celkovém dopadu ruské poptávky po bytech na život místních obyvatel. Dochází zde k tomu, že vlastní osobní zkušenost³⁵ je podpořena mediální realitou. Důležitým kontextem článků bývá bohatství a luxus – a tedy fakt, že byty stavěné pro Rusy jsou nedostupné

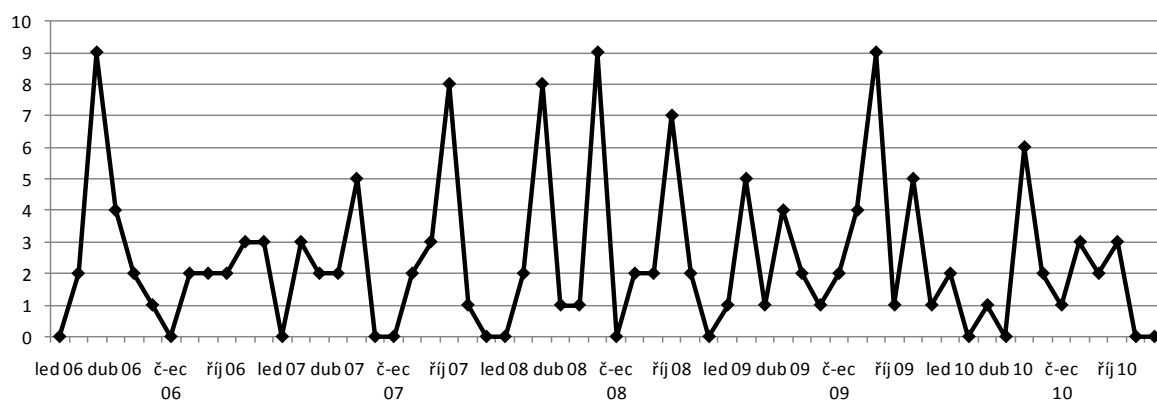
³⁴ Příkladem užití tohoto přístupu pro analýzu postsocialistických měst je práce Tadeusze Czapczyńského (2008).

³⁵ Jak ukázalo předchozí studium problému (Čepelák, 2009), ruské nápisy hrají důležitou roli v konstrukci této zkušenosti. Ruské nápisy jsou sice typické pro skupinu článků týkající se soužití s Rusy, ovšem i s tímto tématem úzce souvisí, neboť právě nabídky na prodej bytů v centru psané v azbuce jsou takovým výrazným znakem ruské přítomnosti pro místní obyvatele.

místním obyvatelům. Je také zajímavé, že ačkoliv v 80% článků jsou ruské vlastnictví nemovitostí či výstavba prezentovány jako problém, jen v 27 případech (19%) je explicitně uvedeno, že Rusové spáchali nějaký přestupek. Hovoří se zde jednak o vstřícném postupu města vůči Rusům, ale Rusové zde nejsou popisováni jako ti, kdo by významně často porušovali pravidla. Problém je tak viděn na straně zástupců místní samosprávy, která Rusům umožňuje jejich dominanci než u samotných Rusů.



Graf 10. Témata obsažená v článcích o výstavbě v titulku, v prvním odstavci článku a ve zbylém obsahu článku.



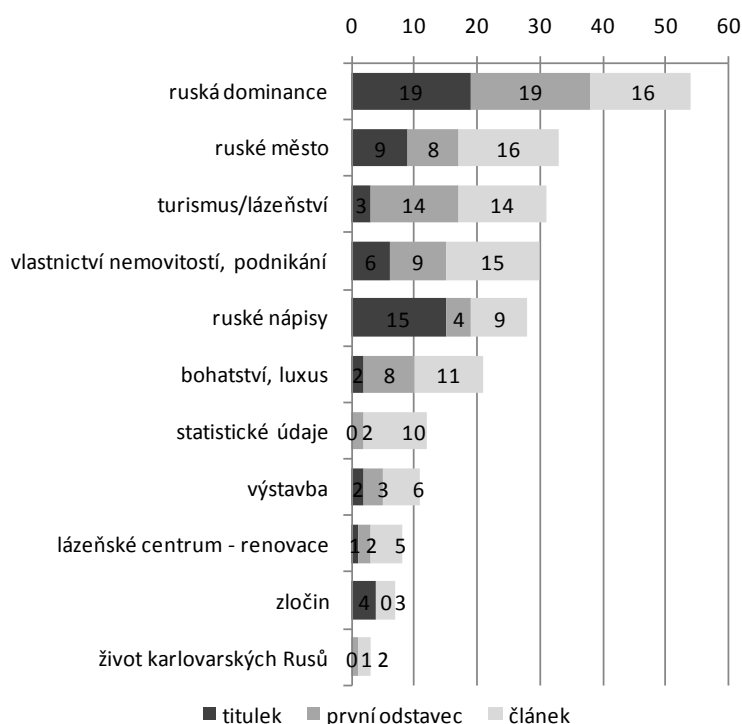
Graf 11. Zastoupení článků o výstavbě v jednotlivých měsících sledovaného období.

Z grafu 11 je rovněž vidět, že téma výstavby se do médií dostává ve vlnách, které se velmi často opakují. Je vidět, že vlny zájmu o toto téma se objeví obvykle několikrát za rok v souvislosti s konkrétními událostmi spojenými se zájmem investorů. Výrazný nárůst na začátku roku 2006 byl na příklad spojen se zájmem ruských investorů o pronájem historické

budovy Lázní I. Je vidět, že senzitivita k tomuto tématu zároveň poněkud poklesla v roce 2010. To může indikovat, že novost situace, kdy Rusové „přepisují“ krajinu města již není taková, že by jí média chtěla věnovat tolik pozornosti. Zdá se tedy, že s postupující stabilizací situace ve městě by se měla začít měnit i mediální agenda. Média by si mohla začít všimnout jiných témat, spíše však bude i nadále klesat celkové zastoupení ruské komunity v médiích.

Soužití s Rusy

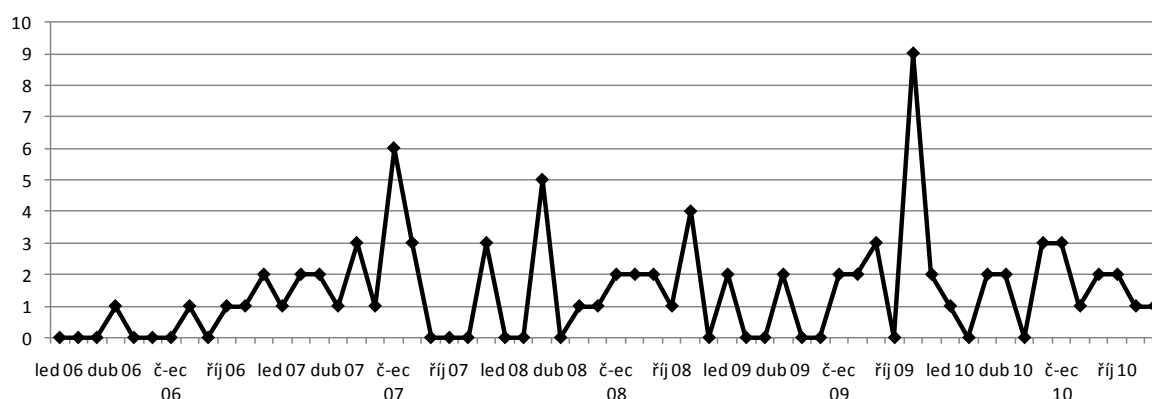
Další kategorie článků se svým pojetím blíží prvnímu typu, ale nesnaží se problém ruské přítomnosti demonstrovat na tématice vlastnictví nemovitostí jako základním symptomu ruské dominance. Autoři těchto článků nacházejí jiné symptomy ruské přítomnosti. Celkové úvahy o ruské dominanci ve městě bývají dokládány zejména skrze ruské nápisy v centru města. Dalšími symptomy jsou celková ekonomická situace ve městě. Velmi časté bývá označení „ruské Karlovy Vary“ či „ruské město“. Články obvykle nerozebírají příčiny a projevy této ruské dominance a pouze konstatují tento fakt skrze toto označení.



Graf 12. Témata obsažená v článcích o soužití s Rusy.

Z grafu zastoupení jednotlivých témat je vidět, že hlavním tématem je ruská dominance ve městě. Ta je obvykle dokumentována právě označením „ruské město“ či existencí ruských nápisů. Zajímavé je, že téma ruských nápisů je velmi silné, a je-li v článku obsaženo, stává se zde důležitým tématem. Nefunguje tak jako ilustrativní či kontextové téma,

ale je samo hlavním tématem článku. Potvrzuje to fakt, že v souvislosti s Rusy média pracují spíše se symbolickými dopady ruské přítomnosti, které navíc kopírují zkušenost místních obyvatel s ruskou dominancí. Roli kontextového tématu zde hraje spíše lázeňství a turismus. Toto téma je v rámci rozboru soužití s Rusy a ruské dominance upořádováno, postrádá razanci. Stejně tak je překvapivé, že podnikání Rusů nemá takovou razanci a dostává se do pozdějších pasáží článků.



Graf 13. Zastoupení článků o soužití s Rusy v jednotlivých měsících sledovaného období.

Zastoupení tématu v lokálních a celostátních médiích je v podstatě stejné. Pro celostátní média jsou ruské nápisy a soužití s Rusy tedy v podobné míře přitažlivé jako pro média lokální. Avšak jak vyplývá z výše uvedeného grafu 9, na rozdíl od tématu výstavby jsou články o soužití s Rusy delší v celostátních médiích (mediánová hodnota 2526 znaků) než v médiích lokálních (1572 znaků). Ukazuje se, že téma je zajímavěji zpracovatelné pro celostátní deníky, což zvyšuje jeho důležitost pro obraz ruské komunity navenek. Naopak v lokálních médiích zdá se fungují některé zamlčené předpoklady, o nichž není třeba se rozepisovat.³⁶

Jedná se tedy opět o sdílené téma, podobně jako téma výstavby. Z grafu 13 je vidět, že se téma soužití koncentruje kolem určitých témat (do určitých měsíců), i když ne tak silně jako u tématu výstavby. Nejvyšší měsíční zastoupení tématu v listopadu 2009 bylo spojeno se snahou radnice regulovat zastoupení ruských nápíší v centru města. Můžeme předpokládat, že soužití s Rusy se stane novým dominantním tématem mezi informováním médií o karlovarských Rusech. Bude to záležet na tom, zda se Rusové budou postupně etablovat v Karlových Varech. Vidíme, že senzitivita médií k tomuto tématu rostla po roce 2006.

³⁶ Články v celostátních médiích obvykle věnují popisu projevů ruské dominance, které jsou pro lokální čtenáře, kteří ve městě žijí, dobře známé a fungují jako zamlčené předpoklady. V příloze je uvedena ukázka článku tohoto typu z celostátních médií.

Jednou z příčin je rozšiřování nabídky lokálních médií,³⁷ ale z grafu 8 vidíme, že zastoupení tohoto tématu v celostátních médiích je velmi podobné. Zájem celostátních médií o toto téma postupně roste. Ukazuje se tedy, že zastoupení tohoto tématu má rostoucí trend a přebírá dominantní roli v rámci psaní o karlovarských Rusech.

Zločiny a přestupky

V této kategorii vystupují Rusové jako pachatelé, či případně i oběti zločinů či přestupků. Toto téma je s cizineckými komunitami spojováno velmi často, což je logickým důsledkem fungování médií. Pro cizí skupiny je mnohem těžší se do médií dostat a obvykle tak činí skrze výrazně negativní události. Proto bývá časté, že toto téma mediálními obrazy cizineckých komunit dominují a tento obraz formují. Pro mediální obraz karlovarských Rusů toto téma zdaleka dominantní není (tvoří 15% článků). Články o zločinech a přestupcích však tvoří významnější část agendy celostátních médií. Ukazuje to na fakt, že tyto články mají velkou razanci. Články o zločinech a přestupcích jsou rovněž velmi krátké - typicky okolo tisíce znaků (viz graf 9), v případě lokálních médií nejkratší ze všech typů. Potvrzuje to, že tyto články nejsou důležitou součástí mediální agendy týkající se Rusů.

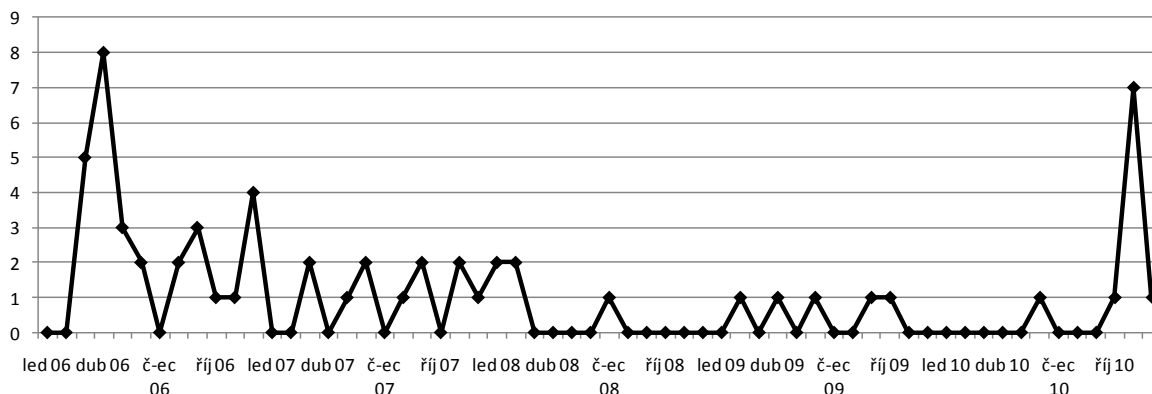
Při detailnějším rozboru tohoto typu článků zjišťujeme, že tento stav byl do velké míry způsoben zájmem o aféru spojenou s karlovarskými Rusy, jejíž vyústění se datuje do začátku roku 2006.

Jedná se o soud s dvěma ruskými mafiány, kteří v Karlových Varech zavraždili dva ruské podnikatele. Zpráva pronikla i do celostátních médií, neboť se zde hovořilo i o angažmá odsouzených v tzv. aféře „biolih“. Z grafu 14 je pak vidět, že další významný moment spojený se zločinem karlovarských Rusů se datuje do listopadu 2010. Zde se jednalo o korupci a vydírání karlovarského stavebníka ruskými zprostředkovateli pracovní nabídky od jiného ruského podnikatele.³⁸ Je tedy vidět, že tento typ článků není příliš častý, ale v případě výskytu má velkou razanci. Od začátku roku 2008 se ovšem žádná taková aféra, která by média ve větší míře zaujala, nevyskytla. Články tohoto typu jsou tak výjimečné. Tyto výsledky jsou v podstatě v souladu i s mou předchozí analýzou vnímání ruské komunity místními obyvateli (Čepelák, 2009). Někteří místní obyvatelé se zmiňují o tom, že ve městě

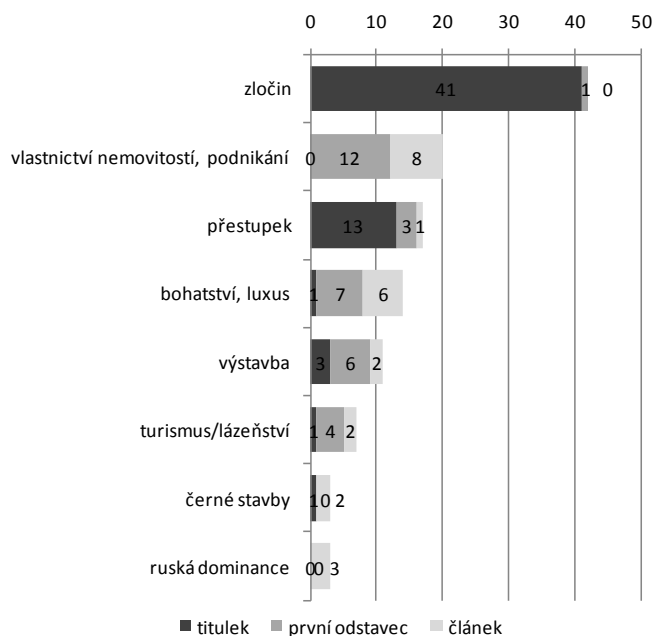
³⁷ Po roce 2006 vzniká několik lokálních médií. Mladá fronta Dnes rozšiřuje své lokální redakce, vzniká týdeník Sedmička a Karlovarský deník. Lokální témata celkově média více zajímají, což souvisí s moderními trendy vývoje médií.

³⁸ Celý tento článek je zařazen do přílohy.

operuje ruskojazyčná mafie či o praní špinavých peněz. Tyto představy jsou však velmi mlhavé a lidé nemají žádné konkrétní znalosti, natož zkušenosti s takovými zločinci. Ukazuje se tedy, že pokud Rusové v Karlových Varech skutečně zločin páchají, činí tak velmi skrytě a bez zájmu místních či celostátních médií.



Graf 14. Zastoupení článků o zločinu a přestupcích v jednotlivých měsících sledovaného období.



Graf 15. Témata obsažená v článcích týkajících se zločinu a přestupků.

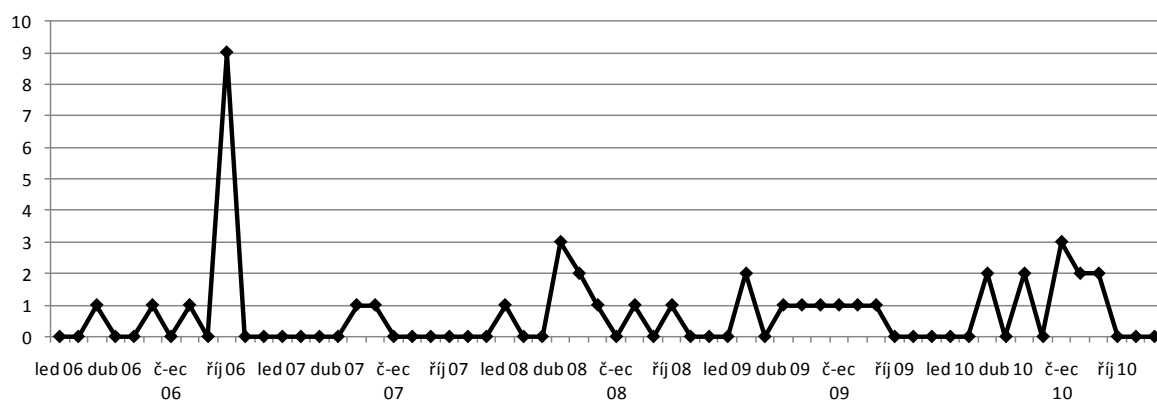
Tematická skladba článků o zločinu a přestupcích ukazuje, že jen menší část z nich ve větší míře obsahuje i téma podnikání. Nacházíme zde v zásadě několik skupin zločinů: mafiánské praktiky, vydírání, korupci či přestupky týkající se nedodání stavebních dokumentů. Specifickou skupinou jsou pak okradení ruští turisté, kde Rusové jsou naopak obětí. Takové články mají však silně lokální charakter.

Lázeňství, statistické údaje

Tento typ článků referuje o Rusech jako o turistech či lázeňských hostech. Obvykle mají tyto články čistě informativní charakter a ruská komunita zde není prezentována v negativním světle, ale neutrálně, či spíše pozitivně jako přínos pro město. Jen výjimečně se tyto články vztahují k nějakým dalším tématům. Vystupuje zde jen málo konkrétních aktérů, většinou se jedná o politiky či místní podnikatele.

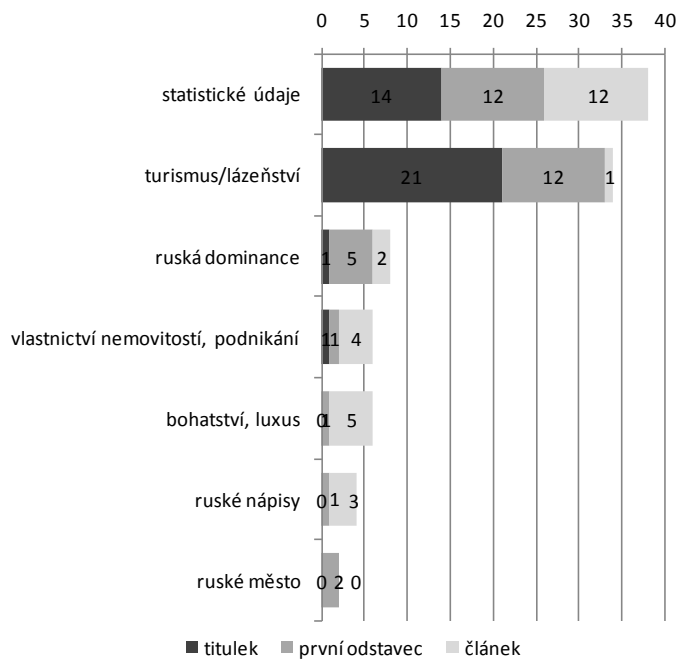
Ze zastoupení článků v jednotlivých měsících je vidět, že články mají poměrně malou razanci. Pouze jeden měsíc obsahuje více článků zařazených do této skupiny. V tomto případě jde o spojení několika událostí: smlouva Karlovarského kraje s Moskvou, která má přitáhnout do kraje turisty; otevření pobočky Aeroflotu v Karlových Varech; bilancování po skončené lázeňské sezoně.

Články v lokálních i celostátních médiích mají podobné zastoupení, ale částečně se liší svou povahou. V celostátních médiích se vyskytují články ve společenských časopisech zaměřené na lázeňství, v nichž se hovoří o Karlových Varech. Tyto články zároveň bývají delší.



Graf 16. Zastoupení článků o zločinu a přestupcích v jednotlivých měsících sledovaného období.

Z tematické skladby článků (viz graf 17) je rovněž vidět, že statistika a lázeňství jsou dominantní témata. Jiná témata se v těchto člancích objevují jen občas a okrajově.



Graf 17. Témata obsažená v článcích týkajících se turismu, lázeňství a statistických údajů.

Aktuality

Jedná se o aktuální zprávy, jejichž aktéry jsou často ruští turisté či místní ruští obyvatelé. Rusky hovořící obyvatelé města či turisté zde vystupují jako aktéři událostí, kde fakt, že se jedná o rusky hovořící jedince, nehraje významně důležitou roli či nepůsobí problémově. Jedná se nejen o události, jako jsou např. pravoslavné Vánoce a Velikonoce či Rusové volící prezidenta. Patří sem i články, kdy Rusové jsou účastníky událostí společně s místními obyvateli. Tím jsou implicitně zobrazováni jako přirozená součást městského prostředí.

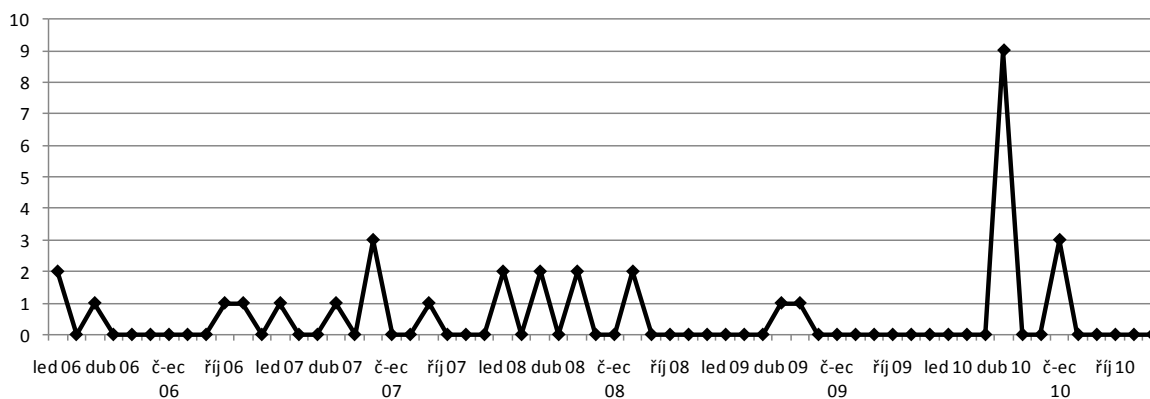
To, že ruská komunita není tématem článků sama o sobě, ale stává se aktérem jiných zpráv, je pro vytvoření obrazu cizinců jako přirozené součásti místní komunity klíčové. Upozorňují na to i Klvačová a Bittrich (2003) ve výše citované analýze. Typ článků, který autoři nazývají „příběhy cizinců“,³⁹ ne vždy nabourává stereotypy spojené s cizinci už proto, že s těmito stereotypními kategoriemi implicitně pracuje. Aktuální události naopak staví cizince do role, kdy jsou součástí běžných společenských či komunitních vztahů a kdy nejsou nějakou specifickou a vnější skupinou a jejich cizost není v médiích soustavně problematizována.

³⁹ V této analýze používáme tutéž terminologie a hovoříme o „příbězích Rusů“ jako o šestém typu článků.

To kontrastuje s ostatními typy článků, kde Rusové sami a jejich přítomnost ve městě je v člancích obvykle spíše problematizována, případně se stává tématem článku jiným způsobem (statistické údaje o ruské přítomnosti či turismu apod.). Tím je posilován a upevňován obraz komunity jako cizího či vnějšího elementu vůči komunitě místní. Nutno dodat, že skrze témata zločinu a výstavby je tento obraz zároveň značně kritický.

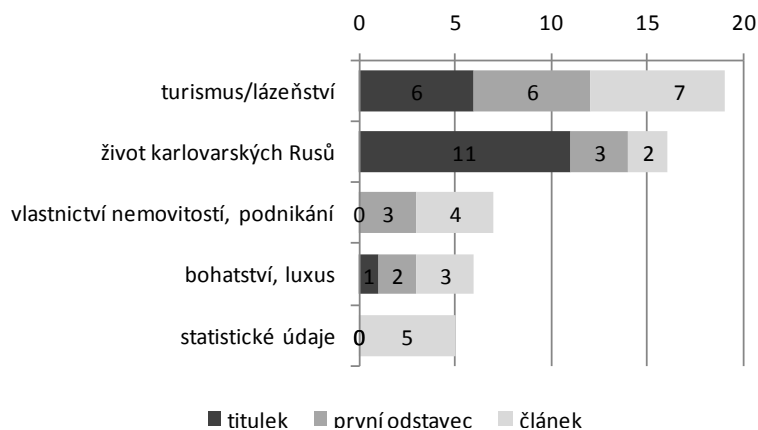
Je vidět, že aktuality jsou v mediálním obrazu karlovarských Rusů velmi okrajovým typem článků. Zároveň tyto články bývají velmi krátké, zejm. v celostátních médiích. Ukazuje to k nízké relevanci tohoto typu pro média.

Podle grafu zastoupení těchto článků v jednotlivých měsících je vidět, že jejich výskyt je velmi nárazový a nejedná se ani o články razantní. Jedinou událostí, která měla dostatečnou razanci, aby se dostala do více médií, byl výbuch islandské sopky v dubnu 2010, který uvěznil ve městě ruské turisty.



Graf 18. Zastoupení článků-aktualit v jednotlivých měsících sledovaného období.

Graf zastoupení určitých témat v tomto typu článků nám ukazuje, že častým a výrazným tématem je život karlovarských Rusů ve městě, což podporuje interpretaci o pozitivním přínosu tohoto typu článků k mediálnímu obrazu cizinců. Rusové zde nefigurují jako pasivní skupina, ale dozvídáme se o tom, jak ve městě žijí. Nejčastěji však do těchto zpráv vstupují jako turisté.



Graf 19. Témata obsažená v článcích-aktualitách.

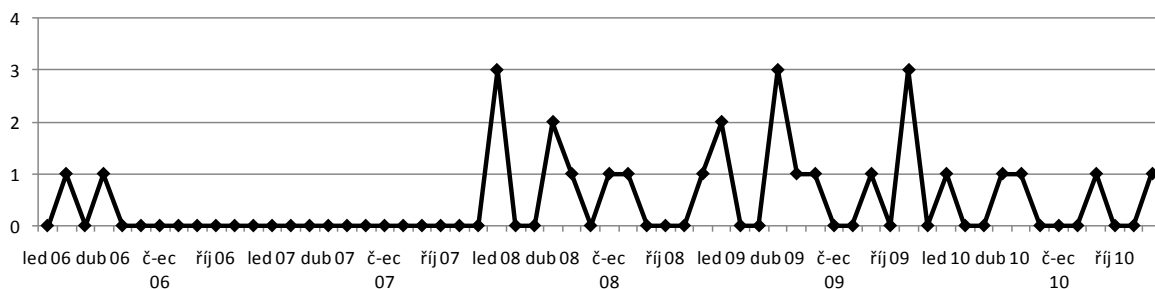
Příběhy Rusů

Poslední a nejméně zastoupený typ článků se snaží dát čtenáři více informací o tom, jak Rusové ve městě žijí a podat jejich příběh. Jak uvádějí Klvačová a Bittrich (2003), tyto články mají pozitivně působit na obraz cizinců v médiích, ale není tomu tak vždycky. Tyto články obvykle implicitně pracují se stereotypními kategoriemi spojovanými s cizineckými komunitami. Je tomu tak i v případě karlovarských Rusů, kdy jako reprezentanti ruské komunity jsou většinou vybíráni ruští podnikatelé. Tématem článku rovněž velmi často bývá vztah Čechů a Rusů, čímž je dále posilována cizost ruské komunity vůči české většině.

Z grafu 9 vyplývá, že tyto články bývají velmi dlouhé zejména v celostátních médiích. Jedná se často o rozhovory či o články zabývající se obecně ruskou komunitou v České republice s příkladem Rusů žijících v Karlových Varech. Články v lokálních médiích rovněž bývají delší, i když celkově jsou téměř stejně dlouhé jako články o výstavbě a vlastnictví nemovitostí.

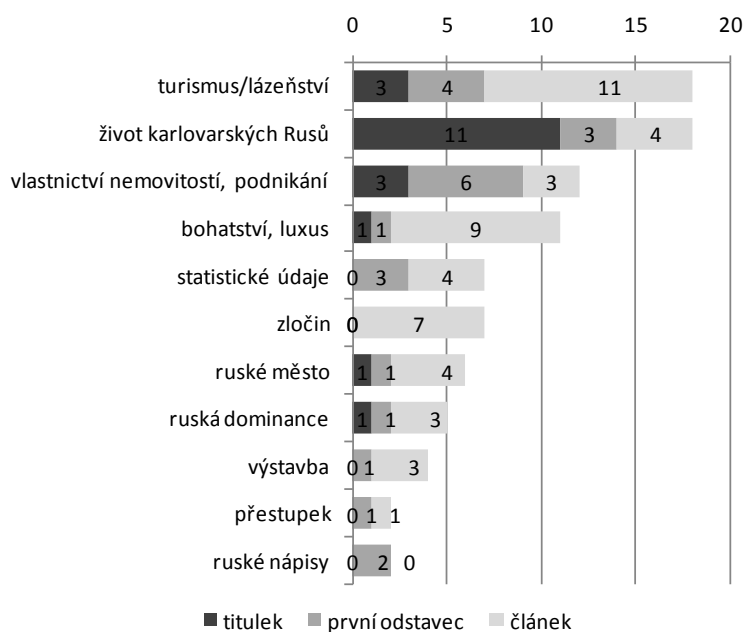
Z grafu 20 dále plyne, že výskyt těchto článků je nárazový a články nemají razanci, aby byly v médiích více rozebírány. V tomto případě je to logické vzhledem k jejich povaze. Příběhy Rusů nebývají událostí, ale jedná se o jednotlivé rozhovory či články. Někdy bývají spojeny s určitou událostí, jako v tomto případě bylo např. jmenování Alexandra Rebjonka ředitelem hotelu Imperial. Taková osoba se pak stává objektem zájmu novinářů a její příběh se tak dostává do médií. V tomto případě se příběhy Rusů do médií dostávají po roce 2008, předtím se v médiích vyskytují skutečně výjimečně. Ač se několik článků dostává i do celostátních médií – a jedná se zejména o ekonomické magazíny, které se zajímají o úspěšné ruské podnikatele v Karlových Varech (zejm. Jakova Frenkela) – většina těchto článků se dostává do médií lokálních. Vzhledem k tomu, že tyto články bývají delší, vyžadují i více

prostoru. Proto můžeme zvyšování počtu těchto článků přisoudit rozšiřování nabídky lokálních médií a zvyšování prostoru věnovanému lokálním tématům.



Graf 20. Zastoupení příběhů Rusů v jednotlivých měsících sledovaného období.

Z grafu zastoupení jednotlivých témat je vidět zejm. polytematičnost tohoto typu článků. Vstupuje sem celá řada spíše okrajových témat. Jedná se právě o témata spojená se stereotypy. I v článcích, které mají poskytnout jiný pohled na ruskou komunitu, jsou tedy otevírána tato stereotypní témata. To je v souladu s tezí Klvačové a Bittricha.



Graf 21. Témata obsažená v příbězích Rusů.

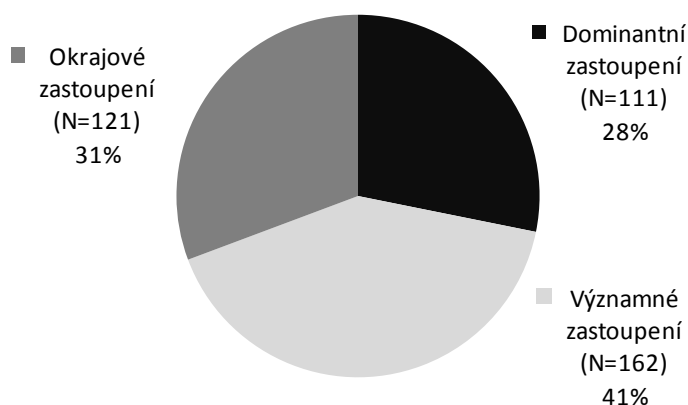
3.2 Aktéři článků

V analyzovaných článcích vystupují v zásadě tři skupiny aktérů. Jedná se o aktéry *rusky hovořící, místní obyvatele a oficiální zástupce místních institucí*. Zastoupení těchto aktérů v článcích a také možnost těchto aktérů v článcích promlouvat (být citován) jsou pro nás velmi zajímavé informace a rozhodně stojí za pozornost. Ovlivňují totiž celkové sdělení článku, a to v několika rovinách.

Zmíněné tři skupiny aktérů jsou klíčové i pro utváření obrazu vztahů mezi těmito skupinami. Můžeme si představit typický stereotypní negativní vztah mezi Rusy a místními obyvateli, kde zástupci místních institucí, tj. zejména politici, nastavují pravidla a působí ve prospěch jedné ze stran konfliktu či problematické situace, která mezi těmito skupinami vzniká a je popisována. Zkoumání těchto vztahů je spíše otázkou pro kvalitativní analýzu, která by v tomto ohledu mohla odhalit nějaké typické konstelace těchto vztahů a hlouběji prozkoumat mechanismy utváření těchto stereotypů.

V rámci kvantitativní analýzy aktérů zpráv jsem se zaměřil na dvě základní otázky. Nejprve mě zajímalo, zda jsou Rusové dominujícími aktéry článků nebo spíše aktéry okrajovými. Při kódování byla zjišťována frekvence výskytů označení jednotlivých aktérů podle tří skupin. Jsou-li Rusové dominujícím aktérem článku, pak se o nich v textu často hovoří a frekvence jejich výskytu je tak vyšší než u ostatních aktérů. Naopak jsou-li Rusové aktérem okrajovým, vyskytují se v článku častěji jiní aktéři, tedy *místní obyvatelé* či *oficiální zástupci místních institucí*.

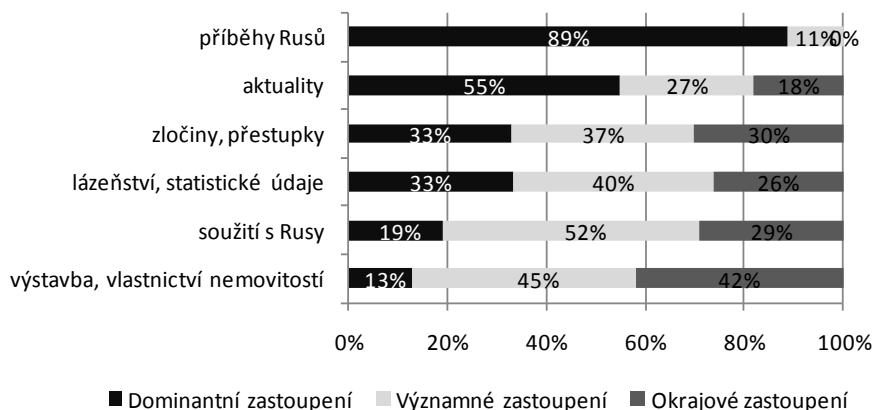
Výsledkem této analýzy byl index, který vyjadřoval podíl ruských aktérů ze všech aktérů článku. Pro přehlednost byl index dále rekódován do tří kategorií. Pokud Rusové tvoří méně než třetinu aktérů, jedná se o *okrajové zastoupení*. Je-li podíl ruských aktérů mezi jednou a dvěma třetinami, jedná se o *významné zastoupení*. U podílu většního než dvě třetiny jde o *dominantní zastoupení*.



Graf 22. Články s různým zastoupením Rusů jako aktérů

Z grafu celkového zastoupení je vidět, že všechny tři typy článků jsou ve zkoumaném souboru významně zastoupeny. Zajímavější je však sledovat, jaký je jejich podíl podle jednotlivých typů. Zde se ukazuje, že zejména u článků o výstavbě a vlastnictví nemovitostí je větší podíl článků s menším zastoupením ruských aktérů. Ukazuje se, že je zde více článků, kde jsou Rusové sice jako aktéři zmíněni, ale událost dále tvoří jiní aktéři – zejména oficiální

zástupci místních institucí. To podporuje obraz Rusů jako pasivní a neznámé skupiny. Podobně se totéž týká i článků o soužití s Rusy. Naopak v aktualitách a příbězích Rusů ruský hovořící aktéři dominují.



Graf 23. Zastoupení Rusů jako aktérů v jednotlivých typech článků

Dále jsem se v analýze Rusů jako aktérů článků zaměřil na to, zda jsou aktéři zobrazováni spíše jako individua či je s nimi spíše pracováno jako s obecnou kategorií. To jsem dále porovnával s obrazem místních obyvatel.

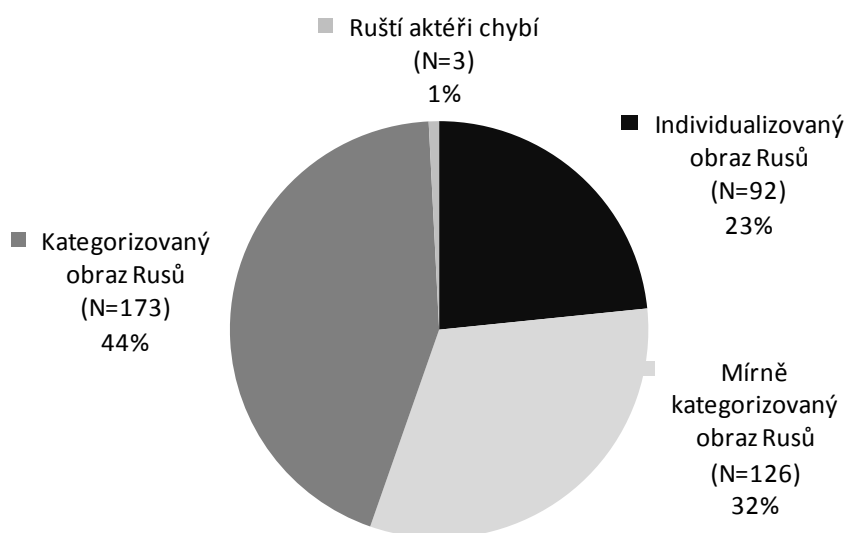
Míra individualizace je odstupňována tak, že na jedné straně zde stojí Rus či místní obyvatel⁴⁰ jako konkrétní jedinec s konkrétním jménem. Dalším stupněm je bezjmenný jedinec. Třetím stupněm je ruská organizace (firma), instituce (jako např. ruský konzulát) či jasně vymezená skupina Rusů (ruská mafie). Posledním stupněm je pak zobecnění na ruskou komunitu jako celek či její podstatnou část (Rusové, ruští podnikatelé obecně, ruští turisté obecně).

V rámci kódovacího procesu byla zjišťována frekvence zastoupení místních obyvatel a Rusů (resp. jejich označení) v každé ze čtyř zmíněných úrovní. Zakódována tedy byla čtveřice čísel, která určovala počet označení aktérů v dané úrovni individualizace či zobecnění. To bylo učiněno pro Rusy i pro místní obyvatele. Výsledkem analýzy pak je index individualizace pro obě skupiny. Index byl vypočten jako vážený průměr výskytů jednotlivých úrovní označení aktérů v článku. Jednotlivým úrovním byly přiděleny váhy od 1 (individua) po 4 (kategorie). Výsledkem pak je číslo v uzavřeném intervalu od 1 do 4, kdy 1 tvoří zcela individualizovaný obraz a 4 naopak zcela obecný obraz dané skupiny.

⁴⁰ Cílem této analýzy bylo zjistit vztah mezi místními a Rusy. U třetí skupiny aktérů, zástupců institucí, tato analýza provedena nebyla.

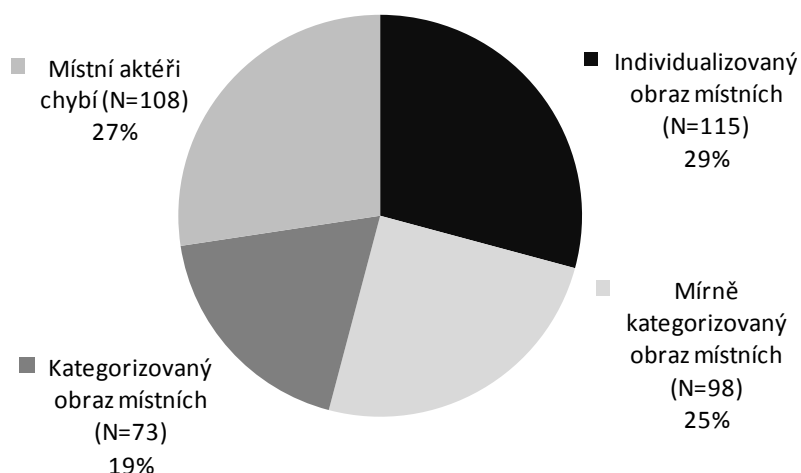
Pro přehlednost zobrazení byly výsledky indexu překlopeny do tří kategorií podle převažujícího zobrazení. Vznikly kategorie „individualizovaný obraz“ (pro index v intervalu 1-2, tj. převažující Rusové jako individuální aktéři), „vyvážený obraz“ (pro index v intervalu 2-3, tj. vyvážené zastoupení individuálních aktérů a zobrazení Rusů či místních jako skupiny či kategorie) a „kategorizovaný obraz“ (pro index v intervalu 3-4, tj. převažující zastoupení Rusů či místních jako kategorie).

Zastoupení jednotlivých úrovní zobrazení v článcích o Rusech nám prezentují následující grafy. Porovnávají obraz Rusů a místních obyvatel s výjimkou oficiálních zástupců (zejm. politiků). Z grafů je vidět, že ve čtvrtině článků místní obyvatelé jako aktéři vůbec nevystupují, což rovněž podporuje tezi o medializované izolaci obou skupin.⁴¹ Dále z grafů vyplývá, že obraz Rusů je ve větší míře kategorizovaný než obraz místních obyvatel.



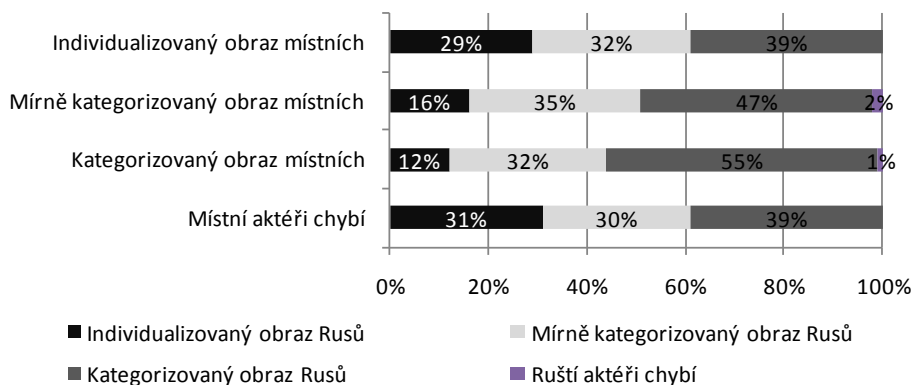
Graf 24. Zastoupení článků s danou úrovní zobrazení Rusů.

⁴¹ Z definice by měli být ruští aktéři zastoupeni ve všech článcích. Ve třech článcích tomu tak není z toho důvodu, že zde byli zastoupeni pouze „symbolicky“, např. skrze převládající ruštinu ve městě. Jak již bylo uvedeno výše, toto symbolické (metonymické) zastoupení Rusů skrze vnější projevy jejich přítomnosti, jako je ruština v centru města, ruské nápisy, ruské vesničky atp., je po měrně častým jevem zobrazování Rusů. Ve třech článcích však nebylo doprovázeno žádným ruským aktérem, ať už obecným, či konkrétním.



Graf 25. Zastoupení článků s danou úrovní zobrazení místních obyvatel.

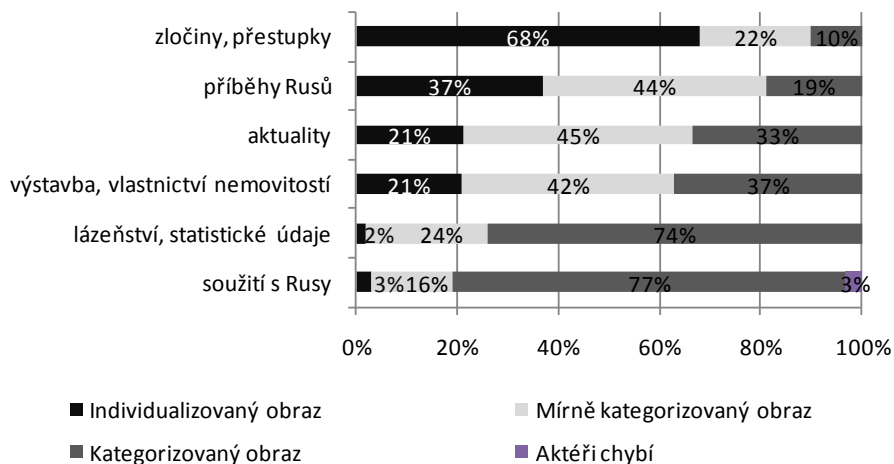
Zajímavé rovněž je tyto dvě proměnné prokřížit a získat představu o tom, jakým mediálním obrazem Rusů jsou doprovázeny jednotlivé úrovně mediálního obrazu Čechů. Ukazuje se, že kategorizovaný obraz místních obyvatel je častěji doprovázen i kategorizovaným obrazem Rusů. To znamená, že je zde obvykle vytvářena opozice „místní – Rusové“ než opozice „místní obyvatel XY – Rusové“. Ovšem i články s obrazem individualizovaným, či články s chybějícími místními aktéry jsou poměrně často (v 39%) doprovázeny kategorizovaným obrazem Rusů.



Graf 26. Zastoupení článků s danou úrovní zobrazení místních obyvatel.

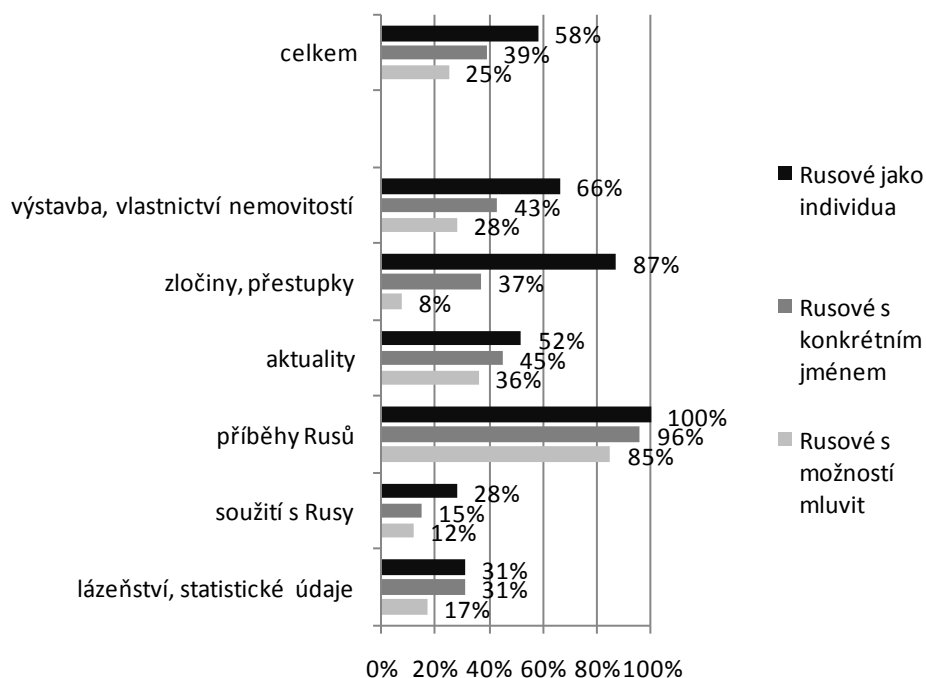
Další graf potom ukazuje, nakolik individualizované či kategorizované jsou jednotlivé typy článků. Ukazuje se, že v člancích zabývajících se zločiny a přestupky jsou Rusové nejsilněji individualizováni. Znamená to, že média nemají tendenci zločinnost ve skupině Rusů nějakým způsobem generalizovat a prezentovat ji jako atribut této skupiny. Zločin a mafie tedy nejsou příliš typickým znakem skupiny prezentovaným v médiích. Naopak

k největší generalizaci dochází v tématu soužití s Rusy, dokonce ještě silnější než v případě statistických údajů.



Graf 27. Míra individualizace Rusů v jednotlivých typech článků.

Pro lepší ilustraci uvedu ještě jinou a přehlednější míru individualizace Rusů, a sice podíl článků, kde se Rusové vyskytují jako individua a kde jsou pojmenováni. Zároveň se zde zaměřím na to, zda Rusové mají možnost v článcích promlouvat.



Graf 28. Výskyt Rusů jako individuí, Rusů s konkrétním jménem a s možností promlouvat v jednotlivých typech článků

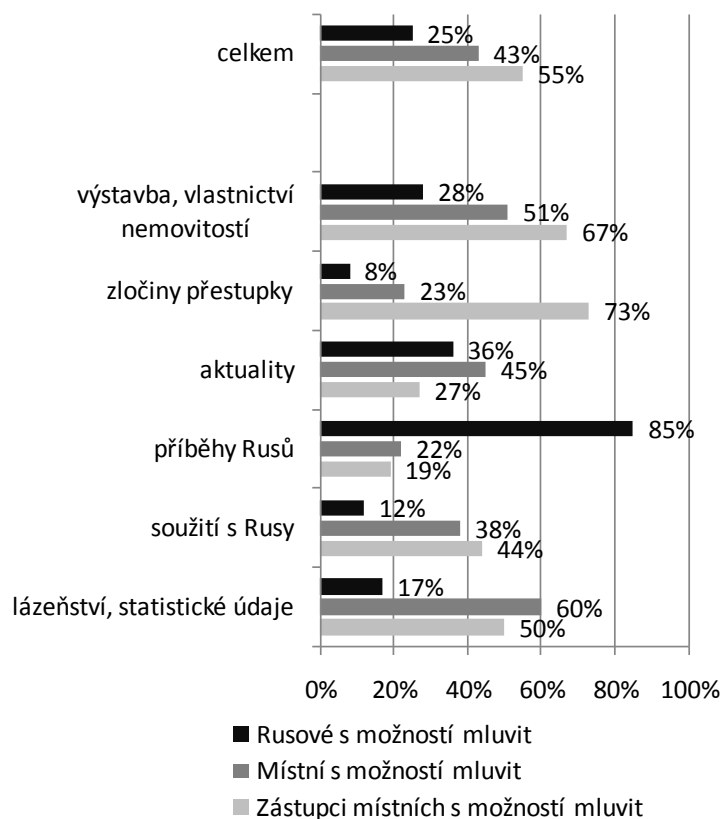
Graf 28 poskytuje několik velmi zajímavých výsledků. Podíváme-li se na rozdíl mezi prvním sloupcem (Rusové jako individua) a druhým sloupcem (Rusové s konkrétním jménem), dostaneme podíl článků, kde jsou sice Rusové individualizováni, ale neznáme jejich jméno. Tento rozdíl je výrazně patrný zejména u kategorie zločinů a přestupků, ale také

v kategorii výstavby. Poměrně často se tak setkáváme s anonymními zločinci, ale také s anonymními ruskými investory. Týká se to například kratších zpráv, kde se hovoří například o okradené ruské turistce či o dvou ruských vyděračích. To je doprovázeno velmi nízkou možností v článcích promlouvat.

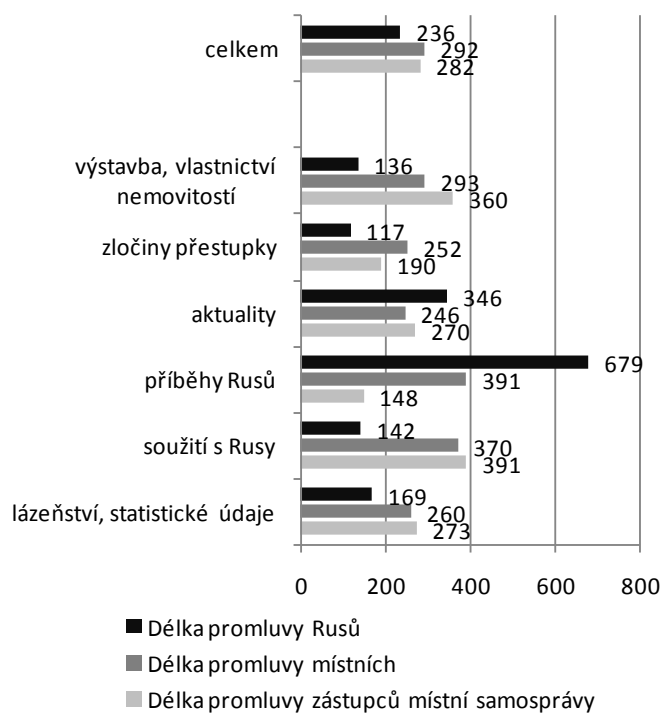
Relativně nízká čísla vzhledem k obsahu článků nacházíme i u článků-aktualit, kde v méně než polovině případů známe Rusy jménem. I zde se často hovoří o ruských turistech uvízlých ve městě po výbuchu islandské sopky. Navíc zde dochází k častějším generalizacím, než je tomu u článků o zločinech a přestupcích.

Velmi nízká čísla v kategorii „soužití s Rusy“ nám indikují to, o čem jsme již hovořili výše. V tomto typu se pracuje s generalizacemi a spíše s dopady soužití s ruskou komunitou a ruskou dominancí než s konkrétními případy a fakty. Rusové jsou zde pojmenováni v 15% případů a jen ve 12% mají možnost mluvit. Naopak příběhy Rusů jsou logicky článkem, kde Rusy jménem známe a zároveň zde mají výrazný prostor promlouvat.

Podíváme-li se na zastoupení promluv Rusů ve srovnání s ostatními aktéry, nacházíme další zajímavé souvislosti. Ukazuje se, že k tématu Rusů se nejčastěji vyjadřují zástupci oficiálních míst, tj. politici, zástupci policie a soudů či jiných správních institucí (např. CHKO Slavkovský Les). Jedině v „příbězích Rusů“ promluvy rusky hovořící komunity dominují, v ostatních případech jsou upozaděny. Zejména v článcích o zločinech a přestupcích a v článcích o výstavbě a vlastnictví nemovitostí se k tomuto tématu vyjadřují zástupci oficiálních míst. U zločinu je to logickým důsledkem povahy těchto článků, kdy k zatčení pachatele či jeho odsouzení komentují policisté či státní zástupci a samotný pachatel nedostává prostor k vyjádření či spíše o něj nemá zájem. U článků o výstavbě však vysoký podíl promluv oficiálních zástupců indikuje silnou politizaci tohoto tématu, kdy se k tématu častěji vyjadřují politici než místní občané a mnohem častěji než Rusové.



Graf 29. Porovnání výskytu promluv skupin aktérů



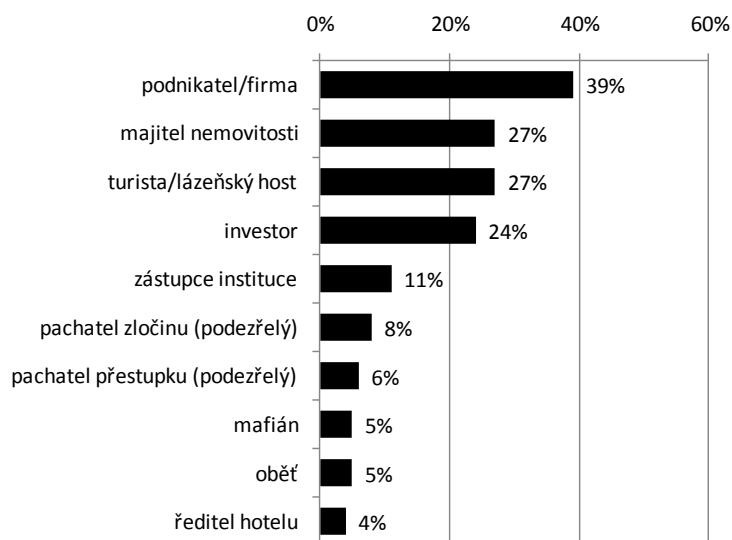
Graf 30. Porovnání délky promluv skupin aktérů⁴²

⁴² Délka promluvy je celkový počet znaků promluv osob příslušející k dané skupině aktérů, které se v článku vyskytují. Jedná se o mediány. Ty byly zvoleny z toho důvodu, že se v člancích vyskytovaly i výjimečně dlouhé

I porovnání typických délek těchto promluv u článků o výstavbě a vlastnictví nemovitostí ukazuje, že oficiální zástupci dostávají v médiích nejen častěji možnost promlouvat, ale zároveň i více prostoru. Celkově s výjimkou aktualit a příběhů Rusů dostávají Rusové méně prostoru k promluvě než ostatní aktéři.

Zásadní otázkou pro mediální obraz ruské komunity je, v jakých rolích Rusové vystupují. Tyto role totiž nejsilněji formují jejich obraz navenek. Takový mediální obraz by měl vypovídat o reálné struktuře ruské komunity. Pro nás je v současnosti reálný obraz ruské komunity v podstatě neznámý. Neexistují aktuální studie o karlovarských Rusech, které by nás informovaly o složení podle příjmů, ekonomické aktivity.⁴³ Média jsou tak v podstatě jediným zdrojem informací o povaze ruské komunity.

Následující graf ukazuje, v jaké části článků se Rusové vyskytují v určitých vybraných rolích. Tyto role byly vybrány na základě kvalitativního předvýzkumu.⁴⁴ Některé kategorie jsou synonymní, přesto v článcích je s nimi takto pracováno, byly proto uvedeny následujícím způsobem.



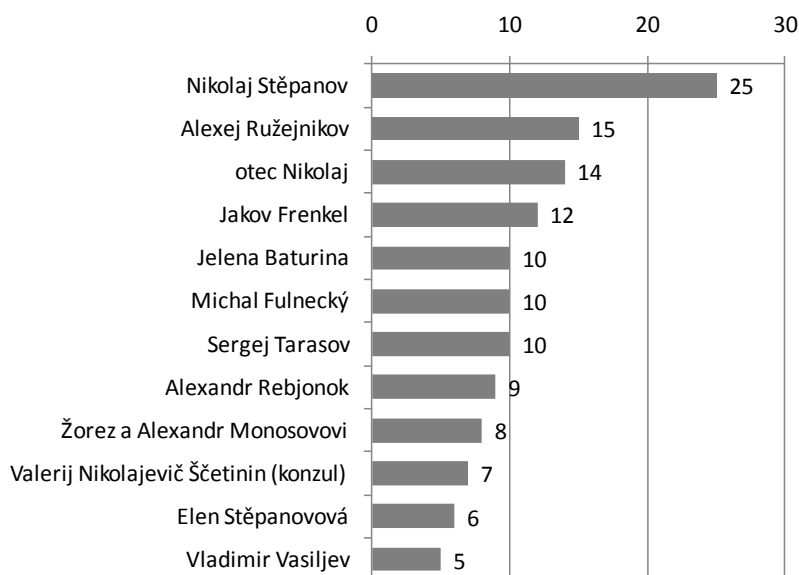
Graf 31. Podíl článků, v nichž Rusové vystupují ve vybraných rolích

promluvy, které by zkreslily hodnoty aritmetických průměrů, pokud by byly použity. Mediány byly vypočteny pouze z článků, kde se alespoň nějaká promluva daného aktéra vyskytla.

⁴³ Podle informací magistrátu města v Karlových Varech k 1. dubnu 2010 žilo 53 907 obyvatel, z čehož bylo 5701 cizinců (10,6%). Počet obyvatel jednotlivých národností byl následující: 2194 (4,1%) bylo Rusů, 999 (1,9%) Ukrajinců a 400 (0,7%) občanů zemí bývalého Sovětského svazu. Ruský hovořící občané tak tvořili 63% všech cizinců žijících v Karlových Varech (fik, 2010). V tomto ohledu by zdrojem informací mohlo být právě proběhnuté sčítání lidí, do mŕ a bytŕ. Je však otázkou, nakolik vysoká bude response u ruských obyvatel mŕsta. Je třeba zároveň zdŕraznit, že část ruský hovořících obyvatel nemá ve mŕstŕ trvalý pobyt.

⁴⁴ Nebyla zde zavádŕna kategorie „jinŕ“, a to z toho dŕvodu, že Rusové mohou vystupovat v rŕznŕ rŕmovaných rolích a navíc to mŕže být tŕžkŕ odliŕit. Bylo proto třeba se zamŕřit na urŕitŕ specifickŕ role a ty dŕle sledovat.

Z grafu 31 vidíme, že nejčastěji Rusové vystupují v rolích podnikatelů či zástupců ruských firem. Velmi často také vystupují jako majitelé nemovitostí či investoři nových staveb. Role turisty je v článcích rovněž velmi častá. Nepříliš často Rusové vystupují v rolích oficiálních zástupců, tedy např. v roli úředníka, konzula či pravoslavného kněze. To má významný vliv na obraz komunity, protože z toho pro čtenáře plyne, že tato komunita není ve městě etablována a není ani nijak organizována, nelze ji ani nijak oficiálně kontaktovat. Oficiální zástupci v médiích příliš nevystupují, ale to se mění zejména od roku 2010, kdy se v médiích stále častěji objevuje Alexej Ružejnikov jako oficiální zástupce ruské komunity při Krajském úřadu Karlovarského kraje (celkem 14% článků v roce 2010 oproti 7% v roce 2009).⁴⁵



Graf 32. Rusové, kteří jsou nejčastěji aktéry článků⁴⁶

Graf zastoupení jednotlivých osobností z ruské komunity nám dává přehled o tom, komu se média věnují. Nejčastěji zmiňovaným Rusem jen Nikolaj Stěpanov, investor nejznámější černé stavby v blízkosti Karlových Varů. S jeho jménem je silně spojeno téma výstavby.⁴⁷ Spolu s ním se v několika případech vyskytuje i jeho manželka Elen. Podobně jako Stěpanov je s tématem výstavby spojena i Jelena Baturinová, ruská podnikatelka,

⁴⁵ Pro úplnost dodejme, že v roce 2008 vystupovali zástupci Rusů v 19% článků. To ovšem bylo způsobeno několika událostmi, které v tom roce proběhly: ruské prezidentské volby na ruském konzulátu, cena primátorky města pro ruského konzula.

⁴⁶ Do grafu jsou zahrnuti ti jednotlivci, kteří se vyskytli pět- a vícekrát. V článcích se dále objevilo dalších 72 jmen v celkem 103 výskytech. Z toho je vidět, že média se nevěnují žádnému jednotlivci soustavně, ale poskytují velkou šíři různých jmen.

⁴⁷ Jeho jméno se vyskytuje celkem v 17 článcích (12%) z kategorie výstavby a vlastnictví nemovitostí.

majitelka domu Quisissana a manželka (dnes již bývalého) moskevského starosty Jurije Lužkova.

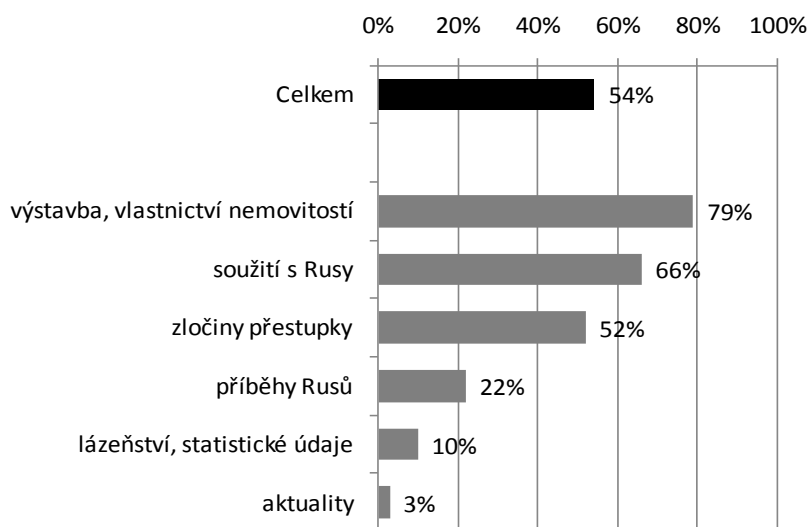
Z grafu dále vidíme, že Alexej Ružejnikov v médiích vystupuje jako druhá nejčastější postava. V tomto ohledu nahrazuje ruského konzula Valerije Nikolajeviče Ščetinina, který v médiích vystupoval velmi málo a navíc část článků, v nichž byl aktérem, se týkala ceny primátorky města, kterou obdržel při oslavách 650. výročí založení Karlových Varů. V Ružejnikovovi získala ruská komunita nejen oficiální zastoupení v rámci místní samosprávy, ale zároveň i hlas, který za ni v médiích hovoří.

Podobně významnou postavou je otec Nikolaj, kněz pravoslavného chrámu sv. Petra a Pavla. Ten vystupuje v článcích týkajících se aktuálních událostí spojovaných s ruskou komunitou, které se často točí právě kolem pravoslavného chrámu. Otec Nikolaj také slouží jako protipól stereotypu bezohledného ruského investora, tj. jako případ pozitivně vnímaného zástupce ruské komunity.

S médii rovněž často komunikuje ruský podnikatel Jakov Frenkel, který je úspěšným ředitelem hotelu a navíc v Karlových Varech žije dlouhodobě a perfektně ovládá češtinu.

3.3 Rusové jako problém

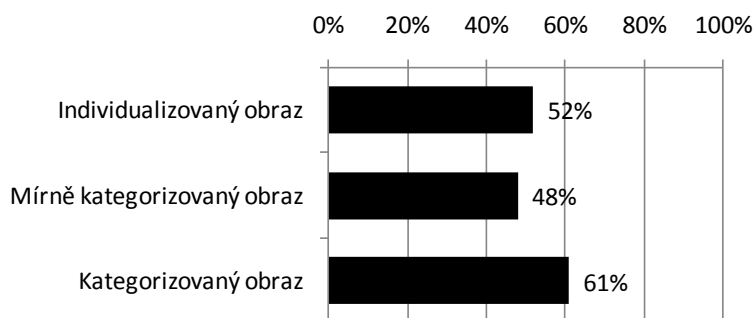
Vedle toho, nakolik se Rusové v článcích prosazují jako aktivní jedinci, což bylo ukázáno na míře individualizace Rusů a jejich možnosti v článcích promlouvat, nás dále zajímá, zda jsou Rusové v článcích prezentováni jako skupina problémová či se zde objevuje konflikt mezi Rusy a místními.



Graf 33. Podíl článků s problémovým zobrazením Rusů

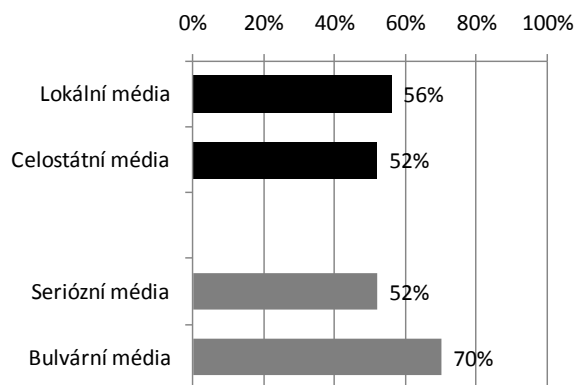
Z grafu 33 je vidět, že více než polovina článků zobrazuje Rusy problémově. Je těžké toto číslo nějak hodnotit, ovšem je zřetelné, že obraz Rusů je vychýlen směrem k problémovému popisu. Z třídění podle typů článků je však vidět, že toto problémové zobrazení je akcentováno nejvýrazněji u článků o výstavbě, a to dokonce silněji než u článků týkajících se zločinu.⁴⁸

Tento graf rovněž podporuje tezi, že příběhy Rusů nepůsobí vždy zcela pozitivně na mediální obraz cizinecké komunity, ale naopak aktuality jsou pro tento pozitivní obraz důležité. Ukazuje se, že celkem 22% článků z kategorie se dotýká tématu problémů s ruskou komunitou, zatímco u aktualit jsou to pouhá 3%.



Graf 34. Podíl článků s problémovým zobrazením Rusů tříděný podle míry individualizace Rusů

Graf 34 má odpovědět na otázku, zda v médiích existuje větší tendence hovořit o cizincích jako o kategorii, když jsou zpracováváni problémově. Ukazuje se, že kategorizovaný obraz Rusů je o něco více spojován s problémy. Je zde větší tendence problémové zobrazení Rusů generalizovat než individualizovat. Ten rozdíl však není příliš výrazný.



Graf 35. Podíl článků s problémovým zobrazením Rusů podle typu média

⁴⁸ Zde Rusové nevystupují pouze jako pachatelé, ale také jako oběti zločinů či přestupků. Navíc se zde vyskytují články (celkem 20%), které zločiny či přestupky rámuji jako primárně vnitřní záležitost ruské komunity.

Třídění podle typu média nám dále ukazuje, že bulvární média mají silnější tendenci zobrazovat Rusy problémově. Tento fakt ukazuje, že téma Rusů je dobře zpracovatelné pro bulvární média. Ukazuje se také, že lokální média mají mírně větší tendenci zobrazovat Rusy jako problémovou skupinu. A to i přesto, že bychom spíše očekávali opak vzhledem k tomu, že by měla prezentovat různé pohledy na téma. To je zajímavé zejména ve spojení s tématem vnímání Rusů místními, pojednávaným v mé předchozí práci (Čepelák, 2009). Místní obyvatelé se často setkávají s vnímáním Karlových Varů jako ruského města, „kde už se nehovoří česky“. Tento výsledek nám ukazuje, že lokální média se nesnaží s tímto vnímáním Karlových Varů bojovat, ale naopak v něm místní obyvatelé utvrzují.

4 Diskuze výsledků

Na prezentované výsledky lze pohlížet a interpretovat je v několika rovinách. Můžeme sledovat, jakým způsobem je utvářen mediální obraz cizinecké komunity, která se v mnohých ohledech liší od běžných cizineckých komunit, a to zejména svým ekonomickým postavením a konsekventně i svým vztahem k majoritě. Můžeme se na tyto výsledky tedy dívat i v jiné rovině, a sice jako na analýzu přístupu médií k tématům, která jsou pro média obtížně zpracovatelná z důvodu uzavřenosti aktérů takto tematizovaných událostí.

Média se v případě referování o Karlových Varech musí vyrovnávat se situací, kdy 10% obyvatel města tvoří cizinci a tento počet stále vzrůstá. Navíc je město na cizincích ekonomicky závislé, neboť zvláště ruští turisté tvoří stěžejní část lázeňské klientely. V takových situacích je třeba se s přítomností výrazné cizinecké komunity vyrovnat a média tvoří významnou platformu, která tyto jevy a procesy odráží, či dokonce zprostředkovává.

Těžko u nás či v zahraničí nacházíme příklad podobné cizinecké komunity, která má tak velký vliv na prostředí, v němž žije. Příklady čtvrtí v amerických městech, kde vznikaly izolované komunity cizinců, v tomto ohledu neovlivňovaly život a identitu majoritní populace v takové míře jako dominantní ruská komunita v Karlových Varech.

Jak ukazuje Isajiw (1998), významnou roli zde hraje identita majority, kterou média rovněž implicitně reflektují a částečně i konstruují. Jak ukázala obsahová analýza, v médiích se objevují dvě tendence. Jednak média mají tendenci Rusy oddělovat od komunity místních a upozadňovat je. Rusové jsou zobrazováni jako něco vnějšího, pasivního a neznámého. Ve čtyřech ze šesti uvedených typů článků nacházíme velmi silnou tendenci představovat je buď jako anonymní individua, nebo jako obecnou kategorii. Dalším specifickým způsobem zobrazování cizinecké komunity je popis vnějších – zejména symbolických projevů dominance. S tím souvisí i fakt, že zde Rusové mají velmi malou možnost promlouvat a zároveň i na menším prostoru. To přispívá ke konstrukci obrazu vnější, anonymní a nedostupné skupiny.

Právě nedostupnost ruské komunity vede k tomu, že její obraz není příliš často individualizován. To je zčásti v rozporu se zpravodajskou hodnotou personalizace, jak ji uvádějí Galtung a Rugeová (1965). Autoři hovoří o tom, že média mají tendenci vybírat do zpravodajství takové události, které umožňují svou povahou zajímavé a snadné zpracování a zároveň jsou považovány za zajímavé a relevantní pro publikum. Na základě toho uvádějí výčet osmi tzv. zpravodajských hodnot a dále přidávají čtyři hodnoty kulturně vázané, tedy

typické pro západní média. A právě personalizace, tedy tendence vybírat a zpracovávat události tak, aby se staly příběhem konkrétních jednotlivců, je pro Galtunga a Rugeovou jednou z kulturně vázaných zpravodajských hodnot.

V našem případě je obraz ruské komunity celkově spíše kategorizován. Jen v necelé čtvrtině článků převažují Rusové jako individuální aktéři, naopak ve 44% případů převažuje zobrazení Rusů jako kategorie. U místních obyvatel je obraz o něco více individualizován. Je ale vidět, že se zde hodnota personalizace neuplatňuje bezvýhradně s ohledem na místní obyvatele a ještě méně s ohledem na Rusy.

Je otázka, čím je to způsobeno. Nelze samozřejmě tvrdit, že zpravodajské hodnoty se uplatňují ve všech případech. Dále sem vstupuje špatná dostupnost zástupců ruské komunity, která ztěžuje možnosti personalizace zpráv s ruskými aktéry. Tím pak tyto události mohou vstupovat do médií s většími problémy, protože jsou špatně zpracovatelné do podoby zajímavé zprávy.

Zaměříme-li se na špatnou dostupnost ruské komunity spojenou se špatnou zpracovatelností zpráv, můžeme zde najít určitou paralelu se světem zákulisí vysoké politiky. Do této sféry mají rovněž média jen omezený přístup, ale na rozdíl od událostí týkajících se karlovarských Rusů mají informace ze zákulisí vysoké politiky pro mediální zpravodajství vysokou relevanci. Média a novináři tak mohou investovat velké úsilí, aby do tohoto světa pronikli. Je ovšem otázkou, nakolik relevantní je pro média zákulisí života Rusů v Karlových Varech.

O relevanci tohoto tématu hovoří fakt, že za 5 let se ve zkoumaných médiích objevilo 394 článků na téma Rusů, což není vysoké číslo. Analýza dále ukázala, že články často pracují s událostmi, které místní obyvatelé sami vnímají ve svém každodenním životě ve městě. Pro média je tak velmi těžké přinést k tomuto tématu nové a zároveň relevantní informace. V člancích – zejména v člancích o výstavbě jako dominantním tématu spojeném s Rusy - média velmi často kladou důraz na místní aktéry a rusky hovořící aktéři spíše utvářejí kontext článků.

Přesto se v analýze podařilo najít náznaky trendu mírného nárůstu počtu článků zabývajících se samotnou ruskou komunitou a jejího soužití s majoritním obyvatelstvem města. Interpretovat to lze jednak zvyšující se etablovaností ruské komunity ve městě, což lze dokumentovat zejména skrze osobu Alexeje Ružejnikova jako oficiálního zástupce ruské komunity. Právě taková osoba usnadňuje práci novinářů při referování o těchto tématech, neboť představuje známý a jednoduše dostupný zdroj informací. Druhou možností je rozšiřující se nabídka lokálních médií, jak tištěných (týdeník Sedmička), tak internetových

(krajské zprávy na serveru idnes.cz). Je ovšem otázkou, zda obojí bude mít efekt ve větší informovanosti místních obyvatel o životě ruské komunity.⁴⁹

Analýza dále ukázala, že obraz Rusů v médiích se významně liší podle typu článků. Hlavní odlišnosti nacházíme v tom, nakolik tvoří články negativní (či problémový) obraz Rusů, nakolik jsou Rusové v člancích individualizováni či naopak kategorizováni, a v jakých rolích v člancích vystupují.

Více než polovina článků chápe zástupce rusky hovořící komunity jako strůjce problémových – či dokonce konfliktních situací. Tento problémový způsob informování je typický zejména pro články o výstavbě a vlastnictví nemovitostí a o soužití s Rusy. Tyto dva typy tvoří 59% z celého souboru (N=232).

Zejména články týkající se soužití s Rusy jsou ukázkou jevu, o němž hovoří Maass a kolektiv (1989). Je zde vysoká tendence zobrazovat rusky hovořící skupinu negativně a zároveň mají tendenci zobecňovat na celou skupinu Rusů. Tyto články však zároveň pracují se symbolickými projevy ruské dominance ve městě. Ruské nápisy jsou proto považovány za projevy ruské dominance mnohem silněji než statistické údaje o počtech Rusů ve městě, které jsou prezentovány obvykle způsobem neutrálním.

U článků o výstavbě toto zobecňování není tak silné jako u článků o soužití. Problémovost zobrazení je zde ovšem velmi vysoká. Dochází zde k jinému jevu, a sice ke spojení dvou typů konfliktů. Jednak je zde konflikt ekonomický, tedy konflikt mezi bohatými investory přetvářejícími výstavbou krajinu města. Na druhé straně je zde konflikt mezi Rusy a místními obyvateli – Čechy, tedy konflikt národnostní.

V člancích dochází k tomu, že konflikt primárně ekonomický je přenesen do roviny národnostní. Takto s tím pracují místní obyvatelé, jak jsem uvedl ve své předchozí práci (Čepelák, 2009). Média tomuto vnímání rovněž napomáhají. Zobrazují Rusy především v rolích investorů, podnikatelů či majitelů nemovitostí.

Posledním důležitým jevem je výrazná politizace článků o rusky hovořící komunitě, kdy aktéry zpráv s možností promlouvat jsou nejčastěji oficiální zástupci místních institucí, tedy zejména místní politici. Týká se to zejména dvou převažujících typů článků (výstavba a vlastnictví nemovitostí, soužití s Rusy), kde jsou Rusové nejčastěji zobrazováni problémově. Uplatňuje se zde model popsáný v kvalitativním předvýzkumu, kdy Rusové vadí místním – ať

⁴⁹ Samo zřejmě je také otázkou, nakolik právě nesnáze spojené se získáváním informací byly oním blokem, který bránil novinářům o tomto tématu informovat. Alexej Ružejnikov se jako zástupce krajského výboru pro národnostní menšiny vyjadřuje od roku 2009, přičemž v roce 2009 se v médiích vyjádřil celkem šestkrát a v roce 2010 celkem devětkrát. Vyjadřoval se ovšem k různým tématům.

už tím, že ve městě staví, či jiným způsobem dominance ve městě – a politici se k tomu staví, vyjadřují, řeší situaci nebo jsou viněni z toho, že ji způsobili.

4.1 Shrnutí

Celkově tedy analýza ukázala, že o karlovarských Rusech se příliš nepíše ani v místních ani v celostátních médiích. Podařilo se identifikovat i několik důvodů, proč tomu tak je. Tím hlavním důvodem je uzavřenost ruské komunity. Díky tomu jsou Rusové špatně dostupní jako zdroje informací. Informace z uzavřené komunity zároveň obvykle nejsou tolik relevantní pro čtenáře. Špatná dostupnost Rusů jako zdrojů informací zároveň vede k tomu, že informace o ruské komunitě jsou povrchní a čerpají z informací, které jsou místním obyvatelům známé. Tím se snižuje relevance článků o Rusech, protože obvykle přinášejí čtenářům jen málo nových a známých informací.

Špatná dostupnost Rusů vede také k tomu, že Rusové stále častěji přestávají být hlavními aktéry článků a stávají se spíše součástí jejich kontextu. Zejména u článků o výstavbě platí, že ve 42% článků jsou Rusové pouze okrajovým aktérem článků. Ve kvalitativním předvýzkumu bylo naznačeno fungování tohoto mechanismu. Článek o výstavbě nového domu získává zcela nový význam ve chvíli, kdy se zde vyskytne jedna zmínka o tom, že investory stavby je firma, jejímiž jednatelem jsou tři obyvatelé Moskvy. Právě tyto způsoby argumentace jsou velmi důležité pro konstrukci obrazu Rusů, protože podsouvají čtenářům určité zamlčené předpoklady, které se tak upevňují.

Závěr

Cílem této práce bylo analyzovat, jakými způsoby se o karlovarských Rusech v médiích píše. Je zde ovšem několik nezodpovězených otázek. Nevíme, jak tento způsob informování vnímají čtenáři a zda jej vůbec jsou schopni zachytit při poměrně nízkém počtu článků na toto téma. Dále by bylo třeba odpovědět na otázku, jakým způsobem přistupují k tomuto tématu novináři. Naznačené interpretace nízkého počtu článků jsou v tomto ohledu spíše hypotézami. Zároveň je otázkou, zda média způsob vnímání Rusů více reflektují či spíše konstruují. To rovněž nezjistíme, aniž bychom se dotázali novinářů a místních obyvatel.

Ale v tomto ohledu jsme uvedli jeden zajímavý fakt. Média pracují hlavně s objektivně viditelnými fakty (např. Rusové vlastní celé centrum města; centrum je plné ruských nápisů; investor nové stavby je Rus a je stavěna pro Rusy). Mají také možnost těmto faktům udělovat určitá hodnocení. Tím právě přispívají ke konstrukci mediálního obrazu Rusů nejvíce.

Určitými prostředky dokážou média tento obraz ovlivňovat určitým směrem. A tyto prostředky byly v práci identifikovány. Jedná se zejména o to, zda mají média tendenci zobecňovat či individualizovat obraz Rusů, zda jim dávají prostor se vyjadřovat, ale také vznášet vlastní rámce uvažování a argumenty. Skrze tyto prostředky vzniká obraz sice jednotné, ale pasivní, vnější a neznámé ruské komunity. Je otázkou, nakolik tento obraz vychází ze skutečného vnímání většiny místních obyvatel. Je jisté, že někteří místní se s Rusy stýkají, pracují pro ně a podobně.⁵⁰ Ale je jisté, že novináři by neměli rezignovat na snahu o sblížení obou skupin. Pokud k tomu budou svolní i ostatní aktéři, mohou média napomoci procesu sblížení obou těchto komunit.

Je samozřejmé, že druhou stránkou věci je ochota samotné ruské komunity ke kontaktu s majoritním obyvatelstvem Karlových Varů. Z analýzy vyplynulo, že média nejsou příliš ochotná informovat o Rusech hlouběji. Ale ani Rusové nejsou pravděpodobně ochotni v médiích vystupovat. Je tak otázkou, zda by média v tomto případě měla vystupovat jako aktivní hybatel událostí či jako nezúčastněný pozorovatel. To je otázka z oblasti novinářské etiky, na níž si již nekladu nárok odpovědět.

V těchto úvahách však nacházíme jednu nezodpovězenou otázku. Přistupují-li česká média k Rusům výše popsaným způsobem, přistupují tímto způsobem i ruská média k Čechům. Jaký je vlastně mediální obraz většinové populace v novinách a časopisech určených ruské

⁵⁰ V předchozí bakalářské práci (Čepelák, 2009) jsem dělal rozhovor s místní obyvatelkou, která se s Rusy stýkala a pracovala pro ně.

komunitě, které ve stále větší míře vycházejí?⁵¹ Analýza agendy těchto médií by mohla indikovat i míru etablovanosti ruské komunity v české prostředí.

⁵¹ Ruská komunita v České republice vydává čtrnáctideník Pražský telegraf. Uvažovalo se dokonce i o karlovarské mutaci tohoto titulu.

Summary

The purpose of the thesis is to demonstrate how the image of the Carlsbad Russians is constructed in printed media and in internet journals. The relationship between the Russian community and the Czech majority is quite an unusual case, where the national minority is reflected as a 'majority' because of its economic power. The media show this relationship by reflecting several tendencies in how the topic is treated by journalists.

Some of these tendencies are typical for general treating of foreign communities in the media. It is, for example, a human tendency (described by Maas et al., 1989) to speak about his or her own community in general when speaking positively and speak about individuals when speaking negatively. The opposite is true when people speak about any foreign community. This tendency was identified in this survey, too.

Another tendency was described by Klvačová and Bittrich (2003) who define a special type of articles dealing with the foreigners' topic, which they call 'stories of foreigners' and which I call 'stories of Russians'. The positive effect of this type of articles, the change of stereotypes connected with foreigners, is quite limited as Russians tend to play their stereotype roles, i.e. mostly businessmen. These articles also usually face the problematic topics connected with the Russian community.

What is unusual with this media image is the connection with one specific topic: building and property ownership. This special kind of stereotype is caused by the closeness of the Russian community. It is difficult for journalists to get access to the community and its image is therefore superficial. Media are not interested in the real life of the community but rather in the symbolic manifestation of its presence in the town, such as Russian shops in the town centre, many new buildings built for Russian owners etc. Due to this fact, the alienation between the Russian minority and the Czech majority is strongly reflected in the media image.

This also supports the image of Carlsbad as a 'Russian town' that affects the identity of locals. Typically, the Russian community is described as a problem of the town that should be solved. Nobody, except the Russians rarely quoted in the articles (and whose voices might not be taken seriously), does oppose this unsaid presumption.

This analysis shows that the image of a foreign community is affected by its willingness to interact with the majority. But it is also affected by media routines that partly influence the availability of the community as a source of information.

Použitá literatura

- BARTHES, Roland. *Mytologie*. Praha : Dokořán, 2004. 170 s. ISBN 978-80-7363-359-2.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *Sociální konstrukce reality*. Brno : Centrum pro studie demokracie a kultury, 1999. 214 s. ISBN 80-85959-46-1.
- CZEPICYŃSKI, Mariusz. *Cultural Landscapes of Post-Socialist Cities : representation of powers and needs*. Aldershot : Ashgate, 2008. 209 s. ISBN 978-0-7546-7022-3.
- ČEPELÁK, Václav. *Rusové v Karlových Varech očima místních obyvatel*. Praha, 2009. 73 s. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Katedra sociologie.
- ČEPELÁK, Václav. Rusové v Karlových Varech očima místních obyvatel. *Lidé města / Urban People*, 2010, roč. 12, č. 3, s. 589-608.
- fik. Počet obyvatel našeho města se zvýšil. *Karlovarské radniční listy*, 2010, roč. 15, č. 5, s. 6.
- FISKE, John. *Ethnic Minorities and The Media*. Buckingham : Open University Press, 2000. White Watch, s. 50-66. ISBN 0-335-20270-5.
- GALTUNG, J., RUGE M. H. *The Structure of Foreign News*. *Journal of International Peace Research*, 1965, vol. 2, No. 1, s. 64-91
- GAMSON, W.; CROTEAU, D.; HOYNES, W.; SASSON, T. *Media images and the social construction of reality*. *Annual Review of Sociology*, 1992, vol. 18. 373–393.
- GORHAM, B. W. *Stereotypes in the media: So what?* *The Howard Journal of Communication*, 1999, vol. 10, s. 229-247
- HENDL, Jan. *Přehled statistických metod : analýza a metaanalýza dat. 3., přeprac. vyd.* Praha : Portál, 2009. 695 s. ISBN 978-80-7367-482-3.
- ISAJIW, Wsevolod W. *Minority Challenge to Majority Identity : The Case of Multiculturalism in Canada*. Paper Presented at the XIVth World Congress of Sociology, "Social Knowledge: Heritage, Challenges, Perspectives," Montreal, Canada [online]. July 28, 1998, [cit. 2011-05-18]. Dostupný z WWW: <https://tspace.library.utoronto.ca/retrieve/130/Minority_Challenge.pdf>.
- JIRÁK, Jan; KÖPPOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha, Portál : 2009. 413 s. ISBN 978-80-7367-466-3.
- KADERKA, Petr. *Etnické kategorizování v médiích*. *Vesmír*. 2002, roč. 81, č. 5, s. 247.

KARHANOVÁ, Kamila; KADERKA, Petr. Nečitelní cizinci : Jak se (ne)píše o cizincích v českém tisku. Praha : Multikulturní centrum Praha, 2003. Jazyk, styl a etnicita v masových médiích, s. 11-13. ISBN 80-239-1137-6.

KLVAČOVÁ, Petra; BITTRICH, Tomáš. Jak se (ne)píše o cizincích [online]. Praha : Multikulturní centrum Praha, 2003 [cit. 2011-05-18]. 72 s. Dostupné z WWW: <http://www.unhcr.cz/dokumenty/Jak_se__ne_pise_o_cizincich.pdf>.

KRIPPENDORFF, Klaus. Content Analysis : An Introduction to its Methodology. 2nd ed. Thousand Oaks : Sage Publications, 2004. 412 s. ISBN 0-7619-1544-3.

MAASS, A.; SALVI, D.; ARCURI, L.; SEMIN, G. Language use in intergroup contexts : The linguistic intergroup bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1989, vol. 57, s. 981–993.

MAŘÍKOVÁ, Hana; PETRUSEK, Miloslav; VODÁKOVÁ, Alena (ed.). *Velký sociologický slovník I.,II.* Praha, Univerzita Karlova : Karolinum, 1996. 1627 s. ISBN 80-7184-311-3.

RADIMSKÁ, Radka. Sociologie cizince : prožitek jinakosti. In Aktér, instituce společnost : sborník k 65. narozeninám prof. PhDr. Miloslava Petruska, CSc.. 1. vyd. Praha : Univerzita Karlova v Praze, 2003. s. 59-72. ISBN 80-246-0653-4.

SACKS, Harvey. Studies in social interaction. New York : Free Press, 1974. An initial investigation of the usability of conversational data for doing sociology, s. 31-74.

SCHULZ, Winfried; REIFOVÁ, Irena a kol. Analýza obsahu mediálních sdělení. Praha : Karolinum, 2004. 149 s. ISBN 80-246-0827-8.

SCHÜTZ, Alfred. The Stranger : essay in social psychology. *American Journal of Sociology*, 1944, vol. 49, s. 499-507.

Prameny

Mediasearch [databáze online]. Praha : Newton Media a.s., 2011 [citováno 2011-05-18]. Dostupné z URL <<http://mediasearch.newtonmedia.cz.ezproxy.is.cuni.cz/index.php>>. Elektronická databáze mediálních zpráv českých médií.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Kódovací kniha

Příloha č. 2: Článek typu „soužití s Rusy“ s ukázkou kódování

Příloha č. 3: Článek typu „výstavba a vlastnictví nemovitostí“

Příloha č. 4: Článek typu „zločiny a přestupky“

Příloha č. 5: Článek typu „lázeňství a statistické údaje“

Příloha č. 6: Článek typu „příběhy Rusů“

Příloha č. 7: Článek typu „aktuality“

Přílohy

Příloha č. 1: Kódovací kniha

ID	
Titulek	
Médium	
Datum	
Strana	
Délka článku (počet znaků)	
Žánr	1. článek 2. komentář 3. interview 4. anketa 5. dopis čtenáře

1. kolikrát během článku se vyskytne následující zobrazení Rusů?

Rusové jako kategorie		krát
ruská instituce či organizace		krát
jednotlivec		krát
konkrétní jednotlivec		krát
Kteří konkrétní jednotlivci se v článku vyskytují? ⁵²		

2. Vyskytuje-li se v článku Rus (rusky hovořící) jako jednotlivec, v jaké roli vystupuje?

Uveďte 1, pokud se vyskytuje, a 0, pokud se nevyskytuje.

investor	
podnikatel	
majitel nemovitosti	
turista	
zástupce instituce (např. konzul, pravoslavný kněz)	
ředitel hotelu	
pachatel zločinu či podezřelý	
mafíán	
pachatel přestupku (či podezřelý)	
oběť zločinu či přestupku	

⁵² Byl sestaven vyčerpávající kódový klíč jmen Rusů. Zde je není pravděpodobně třeba uvádět. V analytické části lze najít nejčastější osoby, které se v článku vyskytují jako aktéři.

3. Kolikrát se v článku objeví místní obyvatelé zobrazení následujícím způsobem?

místní obyvatelé jako kategorie		krát
místní organizace (firmy, kluby, NIKOLI: magistrát, CHKO, policie, soudy)		krát
jednotlivci		krát
konkrétní jednotlivci		krát
zástupci institucí (magistrát, CHKO, policie, soudy)		krát

4. Jaká je délka promluvy následujících možných aktérů zprávy?

Počet znaků mezi uvozovkami. Jedná-li se o interview, pak se jedná o součet všech promluv dané kategorie osob v rozhovoru.

Rusové		znaků
místní obyvatelé		znaků
oficiální zástupci místních institucí		znaků

5. Je v článku přímo zobrazena nějaká problémová konfliktní situace, jejímž účastníkem je Rus (či jsou Rusové obecně)?

Např. Rusové v něčem vadí místním obyvatelům, Rusové berou Čechům pracovní místa či naopak Češi jsou nepřátelští vůči Rusům.

1: ano	
2: ne	

6. Jaká je povaha tohoto konfliktu?

1: Rusové něco provedli místním obyvatelům ⁵³	
2: Místní něco provedli Rusům	
3: Vzájemný konflikt	
4: čistě ruský konflikt	

⁵³ Tato kategorie v analýze jasně převládala, byla proto použita jako identifikace problémovosti ruské komunity. Ostatní kategorie měli nízké zastoupení, takže jsem s nimi do analýzy vůbec nevstupoval.

7. Která z těchto témat se v článku objevují?

1: v titulku, 2: v prvním odstavci, 3: ve zbytku článku, 0: neobjevují se

výstavba	
černé stavby	
vlastnictví nemovitostí	
turismus/lázeňství	
statistické údaje o obyvatelstvu	
život karlovarských Rusů	
zločin	
přestupek	
"ruské město"	
ruské nápisy	
lázeňské centrum - renovace	
ruská dominance	
bohatství, luxus	

8. Typ článku (nejdůležitější téma):

výstavba	
zločin	
aktuality	
život Rusů	
soužití	
statistiky	

Příloha č. 2: Článek typu „soužití s Rusy“ s ukázkou kódování

Karlovarským (++++) nejvíce vadí Rusové (****), politici (&) to ale neřeší

27.9.2010 parlamentnilisty.cz str. 00 Karlovarský kraj

Hana Čechová

Karlovarští politici (&) jsou před volbami pořádně zaskočeni. Zatímco se ve svých předvolebních materiálech předhánějí ve slibech, co vše vybudují a jak zatočí s hazardem a korupcí, na jedno téma úplně zapoměli. Na téma Rusové (****) na Karlovarsku.

Tady nejsme doma!

Jako lekce černého humoru vypadají billboardy, které zaplavily Karlovy Vary. Kandidáti za ODS a ČSSD (&) svorně tvrdí: „Tady jsme doma“, „Toto je naše město“, případně „Město pro naše děti“...

Kromě toho, že mnozí lžou, protože v Karlových Varech vůbec nebydlí, je to výsměch občanům (++++), které z centra města vytlačili zahraniční⁵⁴ podnikatelé a majitelé nemovitostí (°). Tady jsou doma totiž především rusky mluvící občané (****).

Narazit dnes v lázeňské části Karlových Varů na český obchod, je naprostá výjimka. A zahraničním majitelům patří prakticky všechny lázeňské hotely a sanatoria. Unikátní analýza časopisu Ekonom loni prokázala, že je vlastní především ruské, ukrajinské a kazašské subjekty (***), následují různé nečitelné švýcarské, rakouské, kyperské a podobné firmy.

Na hlavní Mlýnské kolonádě narazíte víc než na pacienty na naháněče a plakáty, propagující ruské zájezdy a ruské kulturní programy.

My za nic nemůžeme...

Ačkoliv se karlovarští radní (&) brání, že oni za nic nemůžou a že Rusům (****) neprodali žádné nemovitosti, pravda je jiná. K převodu nemovitostí, dříve patřících městu, totiž došlo promyšlenými pletichami. Vybraný objekt byl totiž skutečně prodán s „bohulibým“ úmyslem někomu z místních podnikatelů, často za hubičku a ten jej okamžitě prodal nebo pronajal cizojazyčnému vlastníkovvi.

Příkladem je bývalé ředitelství KSO, dům Amethyst, který byl prodán české kontroverzní společnosti Navatyp (+++) s tím, že zde vybuduje hotel. Po sedmi letech po hotelu ani památky, dům chátrá, avšak v jeho přízemí je nepřehlédnutelný ruský obchod (***) s ruskými nápisy a reklamami.

Podobně dopadlo i bývalé hlavní Infocentrum (na snímku dole), či lázeňská pošta. Namísto toho, aby sloužily lázeňství, prodává se v nich předražené zboží, většinou oděvy, sklo a porcelán.

Cítíme se jako v Rusku

To, jak je ruský problém u zdejších občanů (++++) palčivý, prozradila nedávná předvolební debata, kterou uspořádal místní týdeník. Kromě několika kandidátů do komunálních voleb (&) se jí zúčastnili také karlovarští občané (++++), kteří politikům (&) dali najevo, že se ve městě cítí jako v Rusku. Ti jim před časem slíbili, že budou hledat způsob, jak problém s ruskými nápisy a reklamami vyřeší, ale, jak je evidentní, nic se neděje. Naopak, stále jich přibývá.

Jak připouští vedení města (&), omezit cizojazyčné nápisy je složité, chybí totiž potřebný zákon. Jedním z řešení je nový lázeňský statut, ten je však, jak jsme již několikrát psali, zatím v nedohlednu.

Foto: Pavel Buchta

Na snímku: Většina domů a hotelů v Karlových Varech je v rukách cizinců. Bývalé Infocentrum se změnilo v prodejnu skla a porcelánu.

⁵⁴ Pokud nebylo explicitně uvedeno, že se jedná o Rusy či rusky hovořící jedince, ale hovořilo se obecně o cizincích, nebyli tito aktéři kódování jako Rusové.

Ukázka zakódování článku:

Počet znaků (bez titulku, média, data a autora): 2809

1. ruští aktéři
 - **** Rusové jako kategorie (4)
 - *** Ruské organizace (2)
 - ** Ruští jednotlivci beze jména (0)
 - * Ruští jednotlivci pojmenování (0)
2. role Rusů: ° podnikatel, majitel nemovitosti
3. místní aktéři
 - ++++ místní jako kategorie (4)
 - +++ místní organizace (1)
 - ++ místní jednotlivci beze jména (0)
 - + místní jednotlivci pojmenování (0)
 - & oficiální zástupci místních, politici (6)
4. délky promluv
 - Rusové (0 znaků)
 - místní obyvatelé (0 znaků)
 - oficiální zástupci místních institucí (0 znaků)
5. konflikt: ano
6. povaha konfliktu: Rusové něco provedli místním
7. témata (1: v titulku, 2: v prvním odstavci, 3: ve zbytku článku, ostatní témata se nevyskytla)
 - vlastnictví nemovitostí (3)
 - turismus/lázeňství (3)
 - ruské nápisy (3)
 - ruská dominance (3)
8. typ článku: soužití s Rusy

Příloha č. 3: Článek typu „výstavba a vlastnictví nemovitostí“

Lidé z Doubí zabrzdili plány ruských investorů

5.5.2010 Mladá fronta DNES str. 01 Kraj Karlovarský

Vladimír Zedník

Investoři z Moskvy plánovali v karlovarské čtvrti Doubí šestipodlažní dům. Stihli tu pokácet stromy, dál už nic. Lidé totiž začali proti stavbě protestovat a firma stáhla žádost o vydání územního rozhodnutí.

KARLOVY VARY Téměř sedmnáct metrů vysoký dům se dvěma patry podzemních garáží měl stát v těsné blízkosti rodinných domů v karlovarském Doubí. Místní se obávají, že by jim dům stínil, a tak se o pomoc obrátili na stavebního inženýra z občanského sdružení O co jim jde?!

„Zajímavé je, že investor už pokácel stromy a ještě nemá schválenou stavbu. Byly to jen břízy, ale je jich škoda,“ řekl člen občanského sdružení Milan Rusev. Při územním řízení zastupoval obyvatele Doubí, od kterých dostal plnou moc. Na straně místních byli i další odborníci. Na základě plné moci se veřejného ústního jednání zúčastnil rovněž karlovarský architekt Alexander Mikoláš a další.

Dům o půdorysu 55 x 17,9metru plánovala pražská firma s ručením omezeným Gaspar House. Jednateli jsou podle výpisu z obchodního rejstříku tři obyvatelé Moskvy.

Společnost Gaspar House zastupuje Václav Růžička z Nejdku. „Není to žádná honosná stavba. Spíše naopak, standard je nižší,“ prohlásil. Otázku, jestli jsou nyní již plány na stavbu pohřbeny, nechtěl blíže komentovat s tím, že je to věcí investora. Ten také zpochybňuje tvrzení, že by stavba ostatní domy zastínila. „Ať doloží oponentský posudek. Nic takového se neprokázalo,“ říká Růžička.

Některým lidem také nebylo po chuti, že by se v jejich okolí objevili Rusové, jichž je „město plné“. Předseda výboru pro národnostní menšiny při krajském zastupitelstvu Alexej Ružejnikov nad takovou argumentací kroutí hlavou. „Že to je v okolí samý Rus. To by mohli obyvatelé čtvrti Rybáře křičet, že chce Gruzínek vybudovat v místě opuštěného pivovaru bytový a obchodní komplex. Ať ho postaví. Proč by investor za své peníze nemohl něco vybudovat? Stejně tak by lidé nemuseli chtít za sousedy Němce či Holanďany,“ zdůrazňuje Ružejnikov. Podle lidí z občanského sdružení jsou na celé věci v Doubí zajímavé dvě věci. Vyhláška města číslo 1 z roku 2000 sice připouštěla v takzvaném novém Doubí obytnou výstavbu, ale s určitými podmínkami. „Byly zásadně porušeny dvě z nich. Když sečtete plochy podlaží a porovnáte je s celkovou plochou pozemku, tak index nesmí být větší než 1,8. Ale firma ho měla 2,6. Tím by na malém pozemku vyrostlo monstrum,“ vysvětluje Milan Rusev. To podle něj uniklo odboru rozvoje a urbanismu, úřadu územního plánování. Územní plán také říká, že pozemky musí být minimálně ze třiceti procent osázené zelení. Při zahájení územního řízení to bylo sotva deset procent. Navíc urbanistické studie z roku 1996 povoluje jen čtyřpatrové objekty.

Sdružení O co jim jde?! přišlo s vysvětlením, proč investor stáhl žádost o vydání územního rozhodnutí. „Když by totiž vše zastavil stavební úřad, tak by musel zveřejnit rozpory s územním plánem. A to se mu asi nechtělo. Takže se věc takto uklidila,“ domnívá se Rusev.

Ruský investor se chystá stavět rovněž v Jenišově, který slouží jako satelitní městečko pro Karlovy Vary. Obyvatelé Jenišova loni uspěli ve sporu s karlovarským stavebním úřadem. Ten při územním řízení povolil ruskému investorovi stavbu sedmi čtyřpodlažních činžáků s více než dvěma stovkami bytů. Kraj ale zrušil vydané rozhodnutí o umístění stavby za půl miliardy korun. „Investor změnil textovou část plánu. Místo 220 jich postaví 129. Kraj tak nyní stavbu pustil. Dáme proto žalobu ke správnímu soudu. Můžeme ho ale prohrát,“ připustil starosta Jenišova Ivan Truksa.

Foto popis| Firma stáhla žádost o územní řízení, ale už předtím nechala kácet břízy.

Příloha č. 4: Článek typu „zločiny a přestupky“**Čin: vydírání. Aktéři: „Sověti“ Dějiště: Vary**

30.11.2010 Mladá fronta DNES str. 01 Kraj Karlovarský

(iDNES.cz)

KARLOVY VARY Policisté stíhají kvůli korupci dva podnikatele pocházející ze zemí bývalého Sovětského svazu. Cizinci požadovali od majitele karlovarské stavební firmy miliony korun za to, že mu zprostředkují zakázku od velkého ruského investora.

„Krajští kriminální zadrželi dva velmi významné a pro Karlovy Vary známé podnikatele ve věku 52 a 56 let,“ uvedla policejní mluvčí Andrea Pomichalová. Dodala, že cizinci měli od roku 2008 vymáhat úplatky od jednoho z karlovarských podnikatelů za to, že mu seženou zakázku na výstavbu inženýrských sítí v lokalitě Radošov u Kyselky. Měli mu zároveň zajistit bezproblémové proplácení faktur za vykonané práce a takzvané vícepráce.

„Za tuto službu požadovali tři miliony korun. Ty jim devětapadesátiletý podnikatel vyplatil, ale nic se nedělo. Oba obvinění po něm posléze požadovali další milion za to, že odsouhlasí konečnou fázi nasmlouvaného díla,“ sdělila Pomichalová.

Kriminální na případu pracovali několik měsíců a nyní oba muže obvinili ze zločinu přijetí úplatku. Obviněným hrozí až osm let ve vězení. Návrh policistů vzít muže do vazby státní zástupce nepodpořil a rozhodl stíhat je na svobodě.

Regionální mutace | Mladá fronta DNES - karlovarský kraj

Příloha č. 5: Článek typu „lázeňství a statistické údaje“

Varský Imperial se vrací k zisku

17.9.2010 E15 str. 09 Byznys

jimi

KARLOVY VARY První pololetí bylo pro největší karlovarskou lázeňskou společnost Imperial Karlovy Vary úspěšné. Její dvě luxusní lázeňská zařízení – Hotel Imperial a Spa Resort Sanssouci – navštívilo 10 586 hostů, což je téměř o 17 procent více než ve stejném období loňského roku. Vrátila se tradiční klientela z Německa a Ruska a rostoucí zájem je i mezi Čechy, řekl generální ředitel společnosti Alexandr Rebjonok.

Nejčastějšími návštěvníky sítě hotelů i nadále zůstávají Rusové, Němci, Ukrajinci a Češi. „Rádi bychom samozřejmě získali i jinou klientelu, ale to by znamenalo silné marketingové působení na dalších trzích a na to my sami nestačíme,“ řekl Rebjonok. Musely by spojit síly všechny lázeňské společnosti v kraji a pomoci i krajší představitelé. Podle Rebjonoka by v takovém případě byl například perspektivní rakouský trh. „Rakušané zde kdysi představovali silnou klientelu, ale postupně odešli. Česko se pro ně stalo příliš drahé,“ uvedl Rebjonok.

Firma počítá, že po loňské ztrátě 13 milionů korun letošní hospodaření skončí v černých číslech. „Již po prvním pololetí jsme v zisku kolem 27 milionů korun,“ řekl Rebjonok. Podle jeho názoru se pomalu zvedá celý lázeňský trh v Česku.

I v loňské krizi vidí Rebjonok určité pozitivní prvky. „Padaly nám výsledky jako ostatním, ale co se týče podílu klientů na celém karlovarském trhu lázeňské péče, naše pozice posilovala. Podíl firmy Imperial narostl o 12 procent a pomalu ovládáme pětinu místního trhu,“ dodal.

Podle ředitele firmy Alexandra Rebjonoka se pomalu zvedá celý lázeňský trh v Česku.

Příloha č. 6: Článek typu „příběhy Rusů“

Pouliční umělci, stánkaři, ale také majitelé sanatorií

7.11.2009 Mladá fronta DNES str. 02 Kraj Karlovarský

(zed)

KARLOVY VARY Rusky hovořící podnikatelé si oblíbili Karlovy Vary. „Všichni jsou pro město potřební,“ říká běloruský podnikatel Alexej Ružejnikov, majitel několika apartmánů v Karlových Varech.

Připomíná, že není podnikatel jako podnikatel. Někdo ve Dvořákových sadech představuje živé sochy, jiný hraje na saxofony před lázeňským Hotelem Thermal. Další skupinou jsou majitelé obchodů. Na vrcholu pomyslného žebříčku stojí investoři, jejich finanční injekce do rekonstrukcí staveb hotelů proměňují Karlovy Vary v dobrém či špatném smyslu.

Nejméně investic vyžaduje vystřihování siluet z černého papíru, hudební produkce na harmoniku či živá socha. „Dá se spočítat, kolik tito lidé dokážou vydělat. Jsou totiž závislí na sezoně a na hostech. Může to být od dvaceti korun až po dvě stě eur denně. Jsou pro kolorit města potřební,“ míní Ružejnikov.

Podnikání v takovéto „nižší“ třídě má podle něj v současné době určité výhody, protože firmu tolik neohrožuje všudypřítomná ekonomická krize. Pouliční hudebníci a malíři portrétů například nemusejí živit své zaměstnance a nemají ani další závazky.

Další v podnikatelské hierarchii jsou majitelé a nájemci stánků a krámků. Stačí se jen projít Lázeňskou ulicí, kde je butik vedle butiku. Toto podnikání zaznamenává změny. Dříve byly na uvolněné podnájem fronty ruský hovořících zájemců. Nyní jsou některé obchodní prostory na hlavní obchodní třídě prázdné.

Na vrcholu pyramidy jsou majitelé luxusních sanatorií. V nynější krizi volí taktiku slev, které jsou lepší než prázdné pokoje.

Často se o Karlových Varech mluví v souvislosti s ruskou mafií.

„Můj názor je, že ve Varech mafie žádná není. I když existují určití lidé, kteří chtějí být považováni za mafiány, aby si získali úctu,“ vysvětlil Ružejnikov.

Regionální mutace | Mladá fronta DNES - karlovarský kraj

Příloha č. 7: Článek typu „aktuality“

Hosté v K. Varech nemohou z hotelů, z letišť se stále nelétá

19.4.2010 ceskenoviny.cz str.00 Z domova

ČTK

KARLOVY VARY/ÚSTÍ NAD LABEM V hotelích a sanatoriích v K.Varech zůstaly kvůli uzavření vzdušného prostoru stovky hostů převážně z Ruska. Jinou šanci, než cestovat domů letadlem, v podstatě nemají. O případnou náhradní dopravu vlakem prakticky není zájem. Linka do Moskvy je zrušena i dnes a nepoletí ani poté, co byl prostor dočasně otevřen. Další let jedné linky je naplánován na úterý a pokud se meteorologické podmínky nezhorší, letadlo by mohlo konečně odletět, zjistila ČTK.

Hotely se snaží hostům vyjít vstříc, s prodloužením pobytu větší problém není. "Hlavně proto, že kvůli přerušení leteckého provozu nepřilétají noví hosté. V našem případě se problém týká zhruba šesti desítek klientů. Hlavně z Ruska, ale také z arabských zemí. Ztráta na tržbách se pohybuje zatím kolem několika desítek tisíc korun a může ještě vzrůst," uvedl generální ředitel hotelu Thermal Josef Pavel.

Přestože hosté mohli na pokojích nadále zůstat, za pobyt si musí zaplatit. Thermal to ale s jednotlivými klienty neřeší, o všem jedná s pěti cestovními kancelářemi, které pobyt hostům v hotelu zařizují, poznamenal Pavel. "Právě cestovky mají s klienty a bude na nich, kolik jim nakonec naúčtují. My s kancelářemi zase budeme řešit případné storno poplatky za klienty, kteří k nám kvůli kolapsu letectví nedorazí," dodal Pavel.

Neplánované prodloužení pobytu postihlo i řadu klientů hotelů společnosti Imperial Karlovy Vary. Podle Petra Mílského z vedení Imperia lu je to dost mimořádná situace, s níž se prozatím v Karlových Varech nesetkali. Proto je mimořádný i přístup k hostům. Společnost vytvořila informační a koordinační centrum, kde se snaží řešit jednotlivé žádosti klientů.

Mezinárodní letiště v Karlových Varech od pátku, kdy byl uzavřen letecký prostor nad Českou republikou, přišlo už o odbavení pěti pravidelných linek provozovaných ČSA nebo Aeroflotem na ruská letiště v Moskvě a v Petrohradu. Zrušení letů se týkalo 1340 cestujících, oznámil ČTK ředitel letiště Václav Černý.

Ztrátu zatím vyčíslil na zhruba půl milionu korun. V prostorách terminálu ale nikdo nocovat nemusel. "Pouze jsme do haly dali více sedadel pro lidi čekající u přepážek leteckých společností na to, aby si vyřídili změnu termínu letu, a déle je otevřen bufet," poznamenal ředitel.

Malá vrtulová letadla sice mohou létat, ale pro cestující do Ruska by stejně problém nevyřešila. V Karlovarském kraji ani není žádný provozovatel aerotaxi. Společnost Fun Air, která měla tyto služby zajišťovat, přestala fungovat poté, co její majitel tragicky zahynul při leteckém neštěstí v roce 2007 u Kyjeva.

Kvůli přerušení leteckého provozu přijala mimořádná opatření i karlovarská cizinecká policie. Na její služebnu dnes zaměřilo už několik desítek cizinců s propadlou dobou platnosti krátkodobých schengenských víz, řekla ČTK mluvčí Cizinecké policie Plzeň Pavla Lohrová. "Cizincům s platnou letenkou budeme udělovat víza za takzvaným účelem strpění pobytu, a to na 20 až 30 dní. Podle aktuální situace budou ode dneška prodlouženy úřední hodiny minimálně do 18:00," uvedla mluvčí.

Kolaps letecké dopravy příliš nepostihl lázně v Teplicích v sousedním Ústeckém kraji. Zatím nezaznamenali případ, kdy by některý z jejich hostů musel kvůli přerušené letecké dopravě nad Evropou prodloužit svůj pobyt. Mluvčí lázní Dorothea Kresslová dnes ČTK řekla, že již ale několika klientům přeložili jejich pobyty na pozdější dobu, protože se nemají jak do Teplic dostat.

Několik klientů z Ruska již prý avizovalo, že pokud se nebe nad Evropou neotevře, přijedou do lázní vlakem. Kresslová dodala, že dopady uzavřené letecké dopravy se příliš neprojevují u arabské klientely, protože v současné době není sezona, kdy tam lidé z arabských zemí jezdí.