

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**



**FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ**

**Katedra sociální a kulturní ekologie**

**Mgr. Nelli Anufrieva**

**Reprezentace životního prostředí v ruském  
a českém tisku**

*Obsahová analýza vybraného českého a ruského týdeníků mezi lety  
2007-2011*

*Diplomová práce*

Vedoucí práce: Mgr. et Mgr. Arnošt Novák

Praha 2012

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila pouze uvedené prameny a literaturu. Současně dávám svolení k tomu, aby tato práce byla zpřístupněna v příslušné knihovně UK a v elektronické databázi vysokoškolských kvalifikačních prací a v souladu s autorským právem používána ke studijním účelům. Zároveň prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 14. 9. 2012

Nelli Anufrieva

## **Poděkování**

Děkuji vedoucímu práce Mgr. et Mgr. Arnoštu Novákovi za cenné rady a návrhy při psaní diplomové práce. Děkuji také svým blízkým za podporu.

**Bibliografický záznam**

Anufrieva, N. (2012). *Reprezentace životního prostředí v ruském a českém tisku. Obsahová analýza vybraného českého a ruského týdeníků mezi lety 2007-2011*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta humanitních studií, Katedra sociální a kulturní ekologie. Vedoucí diplomové práce Mgr. et Mgr. Arnošt Novák

## ANOTACE

### **„Reprezentace životního prostředí v ruském a českém tisku“**

Magisterská diplomová práce se zabývá reprezentací životního prostředí v ruském a českém tisku. Pro výzkum jsem vybrala dva zpravodajské týdeníky: Respekt a Argumenty a fakta vydané mezi lety 2007-2011. Ke zpracování dat byla použita kvantitativní obsahová analýza a kvalitativní rámcová analýza. V teoretické části popisují vývoj médií, jejich vliv na společnost, mechanismy konstrukce zpráv (nastolování agendy, zpravodajské hodnoty, objektivita, předpojatost, přístup do zpráv, práce se zdroji), vývoj a stav českých a ruských médií, koncepty přírody a rozvoj environmentálního zpravodajství. V praktické části jsem zjistila, jaký mají tato tištěná média pohled na životní prostředí a přírodu a jak je interpretují v obsahu svých sdělení.

**Klíčová slova:** životní prostředí; příroda; média; nastolování agendy; obsahová analýza; analýza rámců; rámování; týdeník; Respekt; Argumenty a fakta

## ANNOTATION

### **„Representation of the environment in Russian and Czech press“**

This diploma thesis deals with the representation of the environment in the Russian and Czech press. For my research I chose two news weekly papers: Respekt and Argumenty a fakta issued between the years 2007-2011. Quantitative content analysis and qualitative frame analysis were used for data processing. The theoretical part describes the development of the media, their influence on society, mechanism of news construction (agenda setting, news values, objectivity, bias, access to news, work with sources), the development and state of the Czech and Russian media, concepts of nature and the development of environmental reporting. In the practical part I found out how the environment and nature are viewed and interpreted by these printed media in the content of their messages.

**Key words:** environment; nature; media; agenda-setting; content analysis; frame analysis; framing; weekly magazine; Respekt; Argumenty a fakta

## OBSAH

ÚVOD.....	8
TEORETICKÁ ČÁST .....	10
1. MÉDIA.....	10
1.1. Normativní teorie médií.....	10
1.2. Vliv medií na společnost.....	13
1.2.1. Teorie konstrukce reality .....	14
1.2.2. Model propagandy.....	15
1.2.3. Cenzura .....	16
1.2.4. Teorie nastolování agendy.....	18
1.3. Produkce zprav.....	25
1.3.1. Zpravodajské hodnoty .....	26
1.3.2. Objektivita.....	27
1.3.3. Problém předpojatosti .....	28
1.3.4. Přístup do zpráv.....	29
1.3.5. Práce se zdroji.....	31
2. ČESKÁ A RUSKÁ MÉDIA.....	32
2.1. Média a kultura.....	32
2.2. Média jako ideologický nástroj.....	33
2.3. Vývoj a stav.....	34
2.3.1. Česká média.....	34
2.3.2. Ruská média.....	37
3. KONCEPTY PŘÍRODY .....	40
3.1. Definice přírody a životního prostředí.....	40
3.2. Rámování přírody.....	41
3.3. Rozvoj environmentálních témat ve zpravodajství.....	42
EMPIRICKÁ ČÁST .....	46
4. METODOLOGIE.....	46
4.1. Cíl výzkumu.....	46
4.2. Metoda.....	46
4.3. Teorie kvantitativní obsahové analýzy a její kritika.....	46
4.4. Teorie kvalitativní obsahové analýzy .....	48
4.5. Výzkumné otázky a hypotézy.....	49
4.6. Výzkumný vzorek.....	50

4.7. Výběr a popis proměnných.....	52
5. ANALÝZA.....	56
5.1. Charakteristika zkoumaného vzorku.....	56
5.2. Výsledky analýzy a jejich interpretace.....	57
5.2.1. Výběr a nastolování témat.....	57
5.2.2. Produkce zpráv s environmentální problematikou.....	63
ZAVĚR .....	70
LITERATURA A ZDROJE .....	73
Seznam tabulek a grafů v empirické části.....	78

## **Seznam příloh**

Příloha 1 – Kódovací kniha

## ÚVOD

Každý den plyne přes masová média obrovské množství různých informací. Ve světě se neustále dějí všemožné události, ale jejich důležitost nám do značné míry mohou určovat média. Ta rozhodují, jak nám bude daná událost předkládána a jak jí bude přidělena priorita. Takto prezentované informace si poté společnost může vzít za své. V mé práci se pokouším tuto vlastnost, týkající se médií a jejich vlivu na naše vnímání, ukázat na dvou týdenících. Jeden je z České republiky a vychází pod názvem Respekt, a ten druhý je z Ruska a nazývá se Argumenty a fakta. Oba dva týdeníky podrobím kvantitativní a kvalitativní obsahové analýze, přičemž budu zkoumat různé aspekty mediální konstrukce zpráv a nastolování agendy. Nastolování agendy je teoretickým východiskem mé práce.

Předmětem zkoumání této práce je mediální pokrytí životního prostředí a přírody v ruském časopisu Argumenty a fakta a českém časopisu Respekt za období let 2007-2011. Cílem dané práce je analýza proměn mediální reprezentace životního prostředí a přírody v ruském a českém tisku za stanovené období. Pro dosažení cíle práce se pokusím zodpovědět několik výzkumných otázek. Jednou z nich je otázka: jaké rámce se používají při zobrazení přírody ve vybraných publikacích Respekt a Argumenty a fakta. Další otázka zní: jaká environmentální témata se objevují v časopisech Respekt a Argumenty a fakta v zkoumaném období.

Před samotnou analýzou je umístěna teoretická část, věnující se obecně médiím, českým a ruským médiím a konceptům přírody. V první kapitole je přiblížen stručný vývoj médií, vliv médií na společnost, ve kterém jsou popsány teorie konstrukce reality a nastolování agendy, model propagandy a cenzuru. První kapitola se také věnuje hlavním aspektům produkce mediálního sdělení, kterými jsou zpravodajské hodnoty, objektivita, problém předpojatosti, přístup do zpráv a práce se zdroji. Druhá kapitola se zabývá vývojem a stavem českých a ruských médií, popisuje média jako součást kultury a jako ideologický nástroj. Ve třetí kapitole jsou vymezeny koncepty přírody podle Anderse Hansena. Dále jsou zde rozebírané definice přírody a životního prostředí. Součástí této kapitoly je také rámování přírody a rozvoj environmentálních témat ve zpravodajství.

Po teoretické části následuje empirická část, obsahující čtvrtou kapitolou, nazvanou metodologie. Tato kapitola obsahuje cíl výzkumu, použitou metodu, výzkumné otázky a hypotézy, popis výzkumného vzorku, výběr proměnných a jejich popis. V poslední kapitole je popsána samotná analýza, určena charakteristika zkoumaného vzorku. Poté jsou uvedeny



výsledky analýzy a jejich interpretace, do kterých spadá výběr a nastolování témat a produkce zpráv s environmentální problematikou.

V konečném závěru diplomové práce jsou probrány veškeré údaje a data získaná ze samotné analýzy. Dále zde diskutují o zodpovězených výzkumných otázkách a hypotézách s přihlédnutím na konečná data. Také je zde popsán i celkový přínos provedené práce.

## TEORETICKÁ ČÁST

### 1. MÉDIA

Dnes lidstvo žije v době informačních technologií, které umožňují každodenní informační osvětu, vzdělávání a zábavní vyžití veřejnosti. Lidé každý den získávají spoustu nových informací o různých tématech z různých zdrojů. Častěji si člověk utváří realitu ne za pomoci svého osobního vnímání, ale díky její interpretaci v médiích, přes obraz, který je médií vytvářen. Takto si média upevňují nejednoznačné postavení v moderní společnosti. Na jedné straně, se od médií očekává, že budou poskytovat objektivní informace a vzdělávat. Na straně druhé mohou však informace, které jsou předkládány jako objektivní, být ovlivněny subjektivním názorem a to pokud je na ně nahlíženo jen ze strany média.

Důvodem, proč je v dnešní informační společnosti role médií poměrně vysoká a má tak podstatný význam, je spojen s tím jak velký a různorodý dopad mají na každodenní život. Od masových médií se očekává, že budou vytvářet a distribuovat znalosti o společnosti, o principech její organizace a fungování, média vyvíjejí normativní obrazy a modely chování, a tak se aktivně podílejí na tvorbě sociální reality.

V dnešní době je environmentální problematika jedno z mediálních témat a proto se média nemalou mírou podílejí na tom, jak lidé tyto informace chápou a jaký k nim zaujmají postoj.

#### 1.1. Normativní teorie médií

Definice médií není tak jednoznačná vzhledem k širokému využití tohoto pojmu, ale je možné říci, že se jedná o zprostředkování sdělení pomocí prostředníka v podobě vybraného komunikačního kódu (Jiráček, Köpplová, 2007). Jedním z prvních pokusů o komparativní deskripci teorie masových médií byla práce „Čtyři teorie tisku“, publikovaná v roce 1956, jejímiž autory jsou F. Siebert, Th. Peterson a W. Schramm. F. Siebert definoval svůj přístup jako normativní. Jeho zadáním bylo ukázat ne to, jak média reálně fungují ve společnosti, ale to jak by měla média fungovat dle kritérií, vhodných pro danou společnost a její normy a hodnoty. Obsahem práce bylo rozdělení teorie masových médií do čtyř typů, jsou to teorie: autoritářská, liberální, sovětská a společné odpovědnosti tisku. Později se teorie rozvinuly dál, byly doplněny a upraveny dalšími vědci, ale základní myšlenka a struktura zůstala

nezměněna. Každá z klíčových teorií byla spojena a politickým systémem a s vládou státu. Mnozí výzkumníci, zabývající se masovými médii, si myslí, že čtyři teorie masových médií nejsou dostatečně flexibilní, aby se daly použít na strukturu masových médií po celém světě (Bakulev, 2005). K těm, kdo zpochybňuje tyto čtyři teorie a vidí je jako jednoduché a neohebné, patří také vědci Ralph L. Lowenstein and John C. Merrill. Ve své práci „Macromedia: Mission, Message and Morality“ zmiňují, že koncepce čtyř teorií je zbavena ohebnosti, potřebné pro žádoucí deskripci a analýzy všech moderních systémů tisku, a proto by měla být změněna (Lowenstein, Merrill, 1990). Avšak jak zdůrazňuje Denis McQuail, tak žádná teorie masových médií není a nikdy nemůže být naprosto přesně formulovaná. Za jedinou výjimku pokládá sovětská média, která přesně definují, jaký přínos by měla média mít pro společnost (McQuail, 1999). Nyní je jasné, že mediální systém se v praxi přesně neřídí žádným modelem teorie tisku a to ani v případě, že se jeví jako nejvhodnější. Ve většině v praxi použitelných systémů spolupracují prvky z různých teorií a to i v případech, ve kterých nejsou úplně kompatibilní. To jaká normativní teorie je klíčová, dá se posuzovat podle smluv, dokumentů, předpokladů, zákonů a vyhlášek, které jsou součástí vládnoucí ideologie. Kvůli zastaralosti čtyř teorií masových médií McQuail teorie modifikoval a vytvořil své následující varianty, těmi jsou autoritářská teorie svobodného tisku, libertariánská teorie, teorie společenské odpovědnosti, sovětskou mediální teorie, teorie vývoje a demokratické účasti (McQuail, 153-158). Toto jsou čtyři hlavní teorie tak, jak je pozměnil McQuail.

Autoritářská teorie představuje hlavně soubor sociálně-politických podmínek, pro činnost tisku v době založení (McQuail, 1987). Uplatňuje se převážně ve státech, kde vládne monarchie na základě diktátorských a represivních podmínek a tisk se zde nachází pod vlivem vládnoucí třídy. Společnou vlastností pro předpoklady této teorie je nepřítomnost jakékoliv opravdové nezávislosti novinářů a také jejich kompletní podřízenost vládě daného státu. Tento stav je většinou udržován za pomoci síly vlády. Teorie ospravedlňuje cenzuru a tresty za nedodržení stanovených pravidel, která určuje vládnoucí elita. Pravidla se převážně týkají politických otázek nebo jakýchkoli jiných otázek s politickým podtextem (McQuail, 1999). Vlastnosti teorie jsou patrné hlavně v dobách minulých před založením demokratických společností. Autoritářská tendence mohou být ale i součástí demokratických soužití a neměly by být přehlíženy. V některých případech však nemusí být autoritářská teorie v rozporu s vůlí lidu, a to třeba ve válečných stavech nebo při teroristických hrozbách (McQuail, 1999).

Liberální teorie je charakteristická hlavně pro anglo-americkou profesionální tradice jako protiklad autoritářské teorie. Tato teorie je nyní považována za klíčový uzákoněný

princip a je základním kamenem pro činnost médií v zemích s liberální demokracií (McQuail, 1987). Na první pohled, je tato teorie jednoduchá, ale zároveň obsahuje velké rozpory nebo vede k rozdílným v myšlení. Z toho vyplývá, že jednotlivec musí mít svobodu publikovat to, co se mu líbí a musí to vycházet z jeho dalších práv, jimiž jsou právo na svobodné vyjadřování, sdružování se s jinými lidmi a možnost vstupovat do organizací (McQuail, 1987). Klíčové principy a hodnoty jsou totožné s principy a hodnotami liberálně-demokratického státu, těmi jsou priorita práv člověka a také suverenita vůle národa. Hlavní myšlenkou v těchto společnostech je nejlepší způsob dosažení pravdy a odhalení chyb. Podle D. McQuaila jsou svobodná média nutnou součástí svobodného racionálního organizovaného řízení společnosti. Jako příklad liberálnosti ve společnosti uvedl McQuail v „Úvodu do teorie masové komunikace“ třeba první dodatek v Ústavě spojených států amerických: „*Kongres nepřijme žádný zákon ... jenž by omezil svobodu projevu nebo tisku*“ (McQuail, 1999:155). Uplatnění tohoto práva na svobodu však nebylo v praxi tak jednoznačné. Tak nezadatelné právo často ustupovalo právu na ochranu jednotlivců, skupin či menšin (jejich pověsti, vlastnictví, soukromí a morálnímu rozvoji) a ochraně bezpečnosti nebo důstojnosti státu (McQuail, 1999).

Teorie společenské odpovědnosti médií se vytvořila na jedné straně mezi zastánci libertarianismu v jeho různých formách a na straně druhé regulací médií. Jedná se o kompromis mezi myšlenkou o nutnosti vládní kontroly a podpory úplné svobody tisku (McQuail, 1987). Tato teorie zdůrazňuje nutnost nezávislého tisku, který by kontroloval činnost dalších veřejných institucí a zveřejňoval by události přesně a objektivně. Její hlavní ustanovení jsou následující: média hrají významnou roli ve společnosti, zejména co se týče demokratické politiky; média by měla přijmout závazek vykonávat tyto funkce, a to především v oblasti informací a v zajištění platformy k vyjádření různých úhlů pohledu, stejně jako v oblasti kultury; maximální nezávislost médií je slučitelná se závazky před společností; ve svém fungování se masová média opírají o určité standardy, které je možné zformulovat a které je nutné sledovat (McQuail, 1999). Teorie společenské odpovědnosti se ukázala jako velmi živoucí. Nicméně, většina praktikujících novinářů uznávala pouze její základní hodnoty, jako je například pluralita a kulturní rozmanitost, přitom málo co potvrzuje stálé dodržování těchto zásad v jejich práci. Třeba etnické a rasové minority v podstatě zůstávají nepochopené, a členové menšinových skupin jsou diskriminováni a pronásledováni.

V teorii sovětských médií McQuail vyčleňuje tyto hlavní body. Za prvé, jelikož moc v socialistické společnosti patří dělnické třídě, pro udržení by měla masová média zůstat pod její kontrolou. Proto by všechny prostředky masové komunikace měly být pod vedením organizace dělnické třídy - především komunistické strany. Za druhé, v podmínce

nepřítomnosti třídních rozporů uvnitř socialistické společnosti v centru pozornosti tisku nemůžou být politická témata. Rozpory a debata by neměly být zastaralé, regresivní nebo nebezpečné pro základy socialistického vládního režimu. Za třetí, tisku patří pozitivní role při formování společnosti a směřování ke komunismu, tak média splňují řadu důležitých funkcí v procesu socializace, neformální sociální kontroly a mobilizace směrem k plánování sociálních, ekonomických a politických cílů. Tyto funkce jsou spojené zejména s podporou sociálních a ekonomických reforem. To vše omezuje rozsah osobních interpretací a navozuje dojem stabilních zpráv, odlišných od těch, kterých se drží liberální tisk. Mezi autoritářskou a sovětskou teorií je určitá podoba, a to zejména pokud jde o důraz na podporu současného společenského řádu. Ale jsou tu i rozdíly. Podle sovětské teorie média nejsou objektem svévolného nebo nepředvídatelného zásahu, ale fungují v rámci dobře známého, dobrovolně vytvořeného rámce, a měla by sloužit svému publiku a reagovat na jeho požadavky (McQuail, 1987).

Všechny výše uvedené teorie jsou pokládány za normativní, a proto zůstanou takovými bez ohledu na to, že některé s nimi spojené společnosti, přestaly existovat (Bakulev, 2005). Čtyři teorie tisku popisují soupravu ideálních (ale ne reálných) druhů, které tvoří ideologické mediální systémy (MacLeod, Blunter, 1989 in Bakulev, 2005). Tak J. Vivian ve své práci „The media of mass communication“ píše, že autoritářský model se ještě dá použít k popisu některých států, přestože nyní neexistuje žádný totalitní stát v jeho čisté podobě (Vivian, 1995). „Proces tvoření souboru normativní teorie pokračuje“ (Bakulev, 2005:113).

## **1.2. Vliv médií na společnost**

Dnes jsou informace považované za rozhodující strategický faktor ve všech oblastech života. Lidské vnímání je stále ovlivněno působením médií. Člověk musí stále zpracovávat přichodící informace, jestliže dostane velký objem informace, kolikrát není schopen definovat jejich smysl. V tu chvíli mohou pomoci média, a to tak že upřesní společenskou důležitost těchto informací.

Masová média jsou pro většinu lidí hlavním pramenem informací a jsou klíčovým nástrojem působícím na veřejné mínění. Graeme Burton a Jan Jiráček se ve své knize „Úvod do studia médií“ zaměřují na důvody vedoucí k snaze o studium médií - předpokladem je, že média, ať už přímo nebo nepřímo, ovlivňují přesvědčení, představy, postoje, hodnoty a chování příjemců. Toto je hlavním ukazatelem viry v moc médií (Burton, Jiráček, 2001). Stejně jsou nám předkládané i informace o environmentálních problémech, dozvíme se tedy většinou

jen to, co nám zprostředkují média. A podle toho se nám utváří pohled na danou problematiku. Média jsou dnes silným faktorem ovlivňujícím psychologický a sociální status člověka. Podstatná část jejich moci spočívá v socializaci jednotlivce, v jeho včlenění do společnosti a také na utváření podoby vztahu, které ve společnosti panují (Burton, Jirák, 2001).

Na obou stranách může být vliv médií buď pozitivní, nebo negativní. S jistotou můžeme vyčlenit bezprostřední funkce, které jsou spojené s hlavní vlastností médií - šíření informací, těmito funkcemi jsou: zábavní, informační, kulturní, vzdělávací, sociální a politická funkce. V moderní společnosti se masová media stala podstatným nástrojem šíření a upevňování sociálních norem a hodnot (Burton, Jirák, 2001). Ale jsou zde i skryté vlivy masových médií na veřejnost, ty však nemusí být zcela patrné na první pohled. V následující části se soustředím jen na pro nás relevantní teorie a hypotézy.

### **1.2.1. Teorie konstrukce reality**

Jde o přijatou tezi, vysvětlující, že média nabízí sdělení, která nějakým způsobem vypovídají o společnosti, jejich normách, hodnotách a to pomocí významů, jež jsou v těchto sděleních využity (Jirák, Köpplová, 2007).

S myšlenkami sociální konstrukce reality přišli Peter L. Berger a Thomas Luckmann v práci „Sociální konstrukce reality“ (1999). Avšak systematickou diskuse začal Alfred Schütz, který se opíral o teorii fenomenologie. Ten tvrdil, že lidé žijí bez zvláštního úsilí nebo přemýšlení, protože se u nich vytvořila zásoba sociálních znalostí, díky které lepe, chápou to, co se děje kolem nich a v interakci s tím upravují své chování. Fenomenologická sociologie Schütz tvoří základ teorie sociální konstrukce reality (Bakulev, 2005).

Tato teorie je spojena s analýzou „sociální konstrukce reality“, jejím předmětem jsou procesy a mechanismy, pomocí kterých vznikají, fungují a distribuují se znalosti ve společnosti. Na základě této teorie se vysvětluje, jakým způsobem člověk formuje své poznatky o světě. V tomto ohledu jsou lidé mnohem více flexibilní a otevření světu, než v behavioristických koncepcích. Svět kolem nás, definující naše chování a názory je našim produktem. To je takzvaná zvláštní forma zpětné vazby. V hypotéze sociální konstrukce reality se předpokládá aktivní publikum, jehož členové nejen pasivně přijímají a ukládají elementy informace, ale tyto informace umí aktivně zpracovat, předělat a zapamatovat si to, co vyhovuje jejich potřebám, definovaným jejich kulturou (Bakulev, 2005). Publikum předpokládá, že to, co vidí, čte a slyší, má souvislost se světem, v němž žije - tato souvislost

odpovídá tomu, jak vnímá svět a tím akceptují sociální konstrukce reality (Jirák, Köpplová, 2007).

Média se významně podílejí na sociální konstrukci reality a definují společenský platné významy, ovlivňující publikum, a to buď nastolováním témat, anebo “kultivováním” postojů ke skutečnosti (Jirák, Köpplová, 2007).

Environmentální problémy nám média dokážou podat jak v pozitivní tak i v negativní podobě, vždy záleží jen na tom, jaký směr média upřednostňují. Je tedy možné, že v jednu dobu budeme přírodu chápat jako něco, co musíme ochraňovat a čemu musíme pomáhat, a později, jelikož nám média začnou předkládat informace z jiného úhlu pohledu, začneme přírodu brát jako protivníka, tedy jako něco negativního, co musíme ovládnout (Hansen, 2010:6).

### 1.2.2. Model propagandy

Propagandou je myšleno soustředěný a promyšlený pokus získat si náklonnost veřejnosti pro vybraný cíl, jímž může být nějaké téma nebo činnost či osvojení si určitého souboru představ a názorů (Burton, Jirák, 2001).

Slovo „propaganda“ (z latinského *propagare* neboli rozhlášovat) bylo poprvé použito v 17. století, pojmenovala se tím činnost katolické církve, která se snažila zmírnit vliv reformace. Byla založena instituce *Congregatio de propaganda fide* (1622), její účel byl prostý, šířila katolickou víru mezi pohany a bojovala proti kacířství. Jelikož však bylo použito kromě pozitivních sil i sil negativních a cílů církve bylo dosahováno za každou cenu. Označení propaganda bylo vnímáno spíše negativně a často bylo synonymem pro manipulaci s lidmi a jejich myšlenkami.

Propaganda byla a je přijímána negativně i dnes. Ve slovníku Irene Reifové „Mediální komunikace“ je propaganda definována jako „*víra, která má být rozšiřována*“ potažmo „*jako forma persvazivní komunikace, kdy jde o záměrnou a systematickou snahu o formování představ, ovlivňování citů, vůle, postojů, názorů, mínění a chování lidí za účelem dosažení takové reakce, která je v souladu s úmyslem a potřebami propagandisty*“ (Reifová, 2004:192).

Studie propagandy je základní složkou komunikace teorie jako vědy. Mnozí vědci si vytvořili svou definici propagandy a uplatňovali své teorie a modely. V práci „Masová média“ od Jana Jiráka a Barbary Köpplové je v běžném životě propaganda popsána jako „*manipulace medií s cílem dosažení společenské kontroly*“ (Jirák, Köpplová, 2009:370).

Takto byla propaganda chápána i Haroldem D.Lasswellem, který o ní hovořil jako o „*manipulaci veřejným míněním prostřednictvím politických symbolů*“ nebo také „*řízení kolektivních postojů pomocí manipulace důležitými symboly*“ (Jirák, Köpplová, 2009:370). Technologie informační manipulace masovým a individuálním vědomím byly zkoumány známými zahraničními vědci masmédií, jako jsou H. Lasswell, M. Castells, M. McLuhan, J. Habermas, N. Luhmann, A. Toffler, R. Harris. McQuail ve své práci „*Media performance*“ píše o propagandě: „*Může se často objevit ve formě zdánlivě objektivního zpravodajství. Například jako informace doručena zpravodajskému médiu tiskovým mluvčím, zdrojem z public relations agentury, zájmovou nebo nátlakovou skupinou nebo formou pseudoudálosti vytvořenou pro získání mediálního pokrytí či pro přilákání diváků*“ (McQuail, 1999:194).

Mezi vědci byl velký zájem o zkoumání propagandy jako technologie informačně psychologického působení v rámci moderní politické komunikace. Edward S.Herman a Noam Chomsky přijali výzkum jiných vědců, kteří se zabývali teorií propagandy a rozšířili ho o vlastní model propagandy. „*Herman a Chomsky převzali titul své knihy – Manufacturing of Consent – od Waltera Lippmana (1922), který (na s. 158) napsal, že „umělé vytváření shody (manufacturing of consent) může nabývat značné vytríbenosti ...a příležitosti k manipulování, otevřené komukoli, kdo porozumí tomuto procesu, jsou dostatečně zřejmé*““ (Lippman, 1922 citováno in McQuail, 1999:400). Herman a Chomsky se hlavně soustředí na role masových médií v demokratické společnosti, vycházeli ze systému používaného ve Spojených Státech Amerických, ale ve svých závěrech jsou dostatečně kreativní a univerzální.

Podle výzkumu Hermana a Chomskeho se v každé společnosti vytvářejí podmínky, dle kterých se rozděluje nerovnoměrně bohatství a moc, což se promítá i do vlastnické struktury médií a do toho, jak média fungují, jde o model propagandy. Tento model je mechanismem, ve kterém peníze a moc vytvářejí filtry propouštějící jen určitá mediální sdělení, marginalizují nesouhlas, a umožňují vládě i vládnoucím komerčním zájmům aby předávali své zprávy veřejnosti (Herman, Chomsky, 2002).

Součástí modelu propagandy, jsou jakési „*filtry*“ obsahu, které obsahují pět základních parametrů, těmi jsou vlastnictví média a orientace na zisk, vliv reklamy a inzerce, vliv informačních zdrojů, kritika a nátlak na médium, ideologie (Trampota, 2006).

### **1.2.3. Cenzura**

Podle Jiráka a Köpplové cenzura stejně jako propaganda „*vychází z předpokladu, že média jsou silný společenský faktor, který může významným způsobem ovlivnit postoje a chování cele společnosti, v níž média působí*“ (Jirák, Köpplová, 2007:156).



*„Cenzura (a svoboda projevu jako její protiklad) je jedno z velkých témat při studiu médií a vztahuje se k němu bohatá literatura, jež mapuje vývoj cenzury a svobody projevu v minulosti, popřípadě si všímá cenzurních zásahů v současnosti“* (Burton, Jirák, 2001:132). Cenzor: jedna se vždy o osobu nebo organ, který v souladu s instrukcemi svého majitele užívá své moci k vykonání změn nebo úplnému odstranění některých informací. Cenzura je v širším pojetí jakákoliv snaha kontrolovat informace určené ke zveřejnění. Převážně se jedná o dohled nad šířením mediálního obsahu, jímž jsou tradičně (tištěna media, filmy, divadlo, rozhlas, televize a internet).

Podmínkou pro užití pojmu cenzura je násilný (nekonsenzuální) zásah do práv autorů či vydavatele. V základu můžeme cenzuru dělit podle procesu tisku na předběžnou (preskriptivní) a následnou (represivní). U předběžné se cenzura uplatní na informaci před jejím vydáním, naopak u následné jde o cenzurování již vydané informace. Dále je možné rozdělení na přímou a nepřímou cenzuru, kdy u přímé se cenzorem zaměřuje na individuální informaci, kterou cenzuruje a u nepřímé je zaměřen na všechny informace, které mají podlehnout cenzuře (Reifová, 2004).

Cenzura jako pojem je známá už velice dlouho, ale jako první a hodně významný krok cenzury je považováno rozhodnutí papeže Sixta IV. z roku 1479, ten použil cenzuru proti heretickým spisům. Cenzura velice zesílila v době vynalezu knihtisku (1447-48). Z tohoto období je jedním z neznámějších činů cenzury, cenzurní edikt mohučského arcibiskupa Bertholda von Hennerberga (1486) a to také proto, že byl vydán přímo v místě vynalezu knihtisku. Knihotisk také cenzuru přinesl do nové sféry a to do sféry politické, jelikož s knihtiskem přišla i nova éra rozšiřování informace. Nejvíce však v té době cenzury využívala právě církev a její představitelé (Jirák, Köpplová, 2007).

Dle Jiráka a Köpplové je cenzura v různých podobách obsažena v každém typu společnosti. Nejvíce je cenzura známá z období totalitních režimů, kde se stala součástí výkonu a udržení moci, zde dostává podobu striktních prvoplánových opatření, často dlouhodobé a systematické povahy. J.Wilke bez ohledu na politické uspořádání vytvořil rozdělení cenzury podle motivů, které vedou k jejímu uplatnění. Jedná se o cenzuru morální, vojenskou, politickou a náboženskou. Víra ve velkou moc mediálních obsahů vede často ty, kteří jsou u moci, ke snaze kontrolovat a korigovat nejrůznějšími zásahy zvnějšku obsahy médií, které se k příjemcům dostanou – jinými slovy vede k ustavení cenzury (Jirák, Köpplová, 2007).

Dobrou ukázkou cenzury environmentálního obsahu je třeba přístup Sovětského svazu k ekologii. Docházelo tam k regulaci informací týkajících se životního prostředí a

naznačujících environmentální problémy. Někteří novináři však občas napsali o zatajovaných událostech třeba Vasilij Peskov a Jaroslav Golovanov. Tyto zprávy však byly považovány za protivládní akt. Jedním z mnoha příkladů jsou třeba atomové zkoušky, které byly uskutečněny od roku 1955 na Nove Zemlje v oblasti Belušja Guba a data z testů byla utajována. Při tom bylo zjištěno, že tyto testy mají na životní prostředí zničující vliv (Kočineva, Berlova, Kolesnikova, 1999).

#### 1.2.4. Teorie nastolování agendy

Tato teorie ukazuje velmi silný nepřímý kumulativní vliv médií. Média si určují, o čem a jak budou informovat. Tuto mediální činnost zpravidla nazýváme „nastolování agendy“ nebo také „uvádění témat“ (Burton, Jirák, 2001). Média mohou vsugerovat publiku, co si má myslet o té či jiné informaci a tím nastavují své priority. Přitom se publikum skládá z množství různých individuálních osob (McQuail, 1987). Média (editoři, vedoucí vydání, redaktori, sami novináři) zprávy rozdělují a na základě svého výběru vlastně vytváří agendu témat, jež se dostanou do zorného pole příjemců, a vzbuzují tak dojem, že jsou – v daném časovém rozmezí – nejdůležitější (Burton, Jirák, 2001). Tato teorie se šíří od 70. let dvacátého století.

Často v sociálních, společenských, politických a jiných sférách života reálně existuje opravdu jen to, co předkládají masová média, to znamená, že společnost střežavá jen informace, existující v informačním prostoru masových médií. Jestliže se masová média rozhodnou událost nepublikovat, společnosti se jeví jako by neexistovaly. Potvrzuje to i výrok amerického humoristy Willa Rogerse „*Všechno, co vím, jsem se dočetl v novinách*“, který byl uveden Maxwellem McCombsem a Donaldem Shawem v jejich práci z roku 2003 „*Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*“. W. Rogers „*ve stručnosti hovoří o většině znalostí a informací o veřejných věcech, kterými disponuje každý z nás, protože většina témat a problému přitahujících naši pozornost není přístupna skrze přímou osobní zkušenost*“ (McCombs, 2003:25).

Teoretickým východiskem této práce je teorie nastolování agendy, která byla popsána McCombsem a Shawem v článku „*The agenda-setting function of mass media*“ („*Nastolování agendy jako funkce masových médií*“) (1972), a také později již v jejich zmíněné knize „*Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*“ („*Nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*“) (2003). Tento výzkum byl prováděn ve městě Chapel Hill v Severní

Karolině, kde mezi sebou soupeřili o post prezidenta Humbert Humphrey a Richard Nixon. Výzkumu bylo podrobena sto nerozhodných respondentů.

Cílem jejich výzkumu bylo zjistit, jak moc je informovanost veřejnosti ovlivněna tématy, která se objevila v rámci předvolební prezidentské kampaně. Pro potvrzení této teorie bylo použito obsahové analýzy různých projevů masových médií, a z druhé strany údajů ze sociologických dotazníků voličů. Podle interpretace získaných údajů tyto vědci uvedli termín „agenda“ jako soubor témat a otázek, považovaných za nejdůležitější pro společnost v danou chvíli, a v souladu s tím, nastavování agendy (agenda-setting) jako proces zavedení daného souboru témat a otázek do povědomí publika. Závěrem výzkumu McCombse a Shawa bylo prokázání vlivu masových médií na ustavování agendy a důležitosti témat pro veřejnost, a tedy celkový vliv masmédií na jejich rozhodování při volbách. Výzkumem se také prokázala, dokonala korelace mezi pěti nejsledovanějšími tématy masových médií a pěti nejdůrazňovanějšími tématy, připomínanými nerozhodnými voliči (Jirák, Köpplová, 2007).

Teorie nastolování agendy popisuje interakce mezi masovými médii a společností, která spočívá ve „*schopnosti masových média strukturovat kognitivní možnosti publika a přinášet změny v stávající kognitivní možnosti*“ (McCombs, Gilbert, 1986:4). Avšak úvaha o podílení se médií na ustavování agendy, kterou veřejnost bere za svou, byla objevena ještě dřívě (Reifová, 2004). Podle McCombse a Shawa je duchovním otcem této teorie Walter Lippman (McCombs, Shaw, 2003). W. Lippman v úvodní kapitole své knihy „Public Opinion“ představuje podstatu teorie, která se později stala známá jako teorie nastolování agendy. Ve své knize k teorii agendy napsal: „*Svět, s nímž se musíme politicky potýkat, leží mimo náš dosah, je vzdálen smyslům i myšlenkám*“ (Lippman, 1922 citováno in McCombs, Shaw, 2003:25). D. McQuail ve své práci „Úvod od teorie masové komunikace“ zmínil práci P.F.Lazarsfelda a jeho kolegů z roku 1944, ve které byl popsán tento jev jako schopnost „*vytvářet témata*“ (Lazarsfeld a kol., 1944 citováno in McQuail, 1999:388). O zřízení agendy jako způsob, jak ovlivnit společnost, Bernard Cohen napsal ve svém díle „The Press and Foreign Policy“, že „*média nemusejí být schopna určovat, co si lidé mají myslet, ale jsou úspěšná v určování, o čem mají přemýšlet*“ (Cohen, 1963 citováno in Trampota, 2006:113).

Podle McCombse a Shawa hlavní vliv médií na publikum nespočívá v sugesci názorů, postojů nebo nálad, ale ve vytváření agendy, tzn., že z všech probíhajících událostí a problémů vyberou jen takové, které budou považovány za nejdůležitější. Pokud se masová média soustředí na nějaké události a problémy, pak je společnost vnímá, jako důležité a většinou si jich začne všimnout (McCombs, Shaw, 2009). Daný účinek je založen na mechanickém zapamatování témat, která se nejčastěji vyskytují ve vzkazech masových médií.

Na druhé straně, si veřejnost samostatně formuje svůj postoj a názory k faktům a událostem, které byly zahrnuty v agendě. Lidé si mechanickým zapamatováním vkládají do povědomí různé informace a problémy, tím se učí. Později mohou být tímto problémem nebo informací konfrontováni a chovají se, jako by šlo o pro ně známou věc. To však neznamená, že mají dostatek znalostí. Takovým způsobem má účinek nastavení agendy jen povrchní charakter, a proto se nepředpokládá, že v důsledku působení masových médií se v mysli jednotlivce zformuje detailní představa o nejdůležitějších společenských problémech. Účinek je omezen tím, že jsou média schopna přesvědčit své publikum o existenci těchto nejdůležitějších problémů, ale dále jejich vliv nesáhá (Djakova, 2004).

Postupem času se vytvořily tři hlavní agendy, které jsou při výzkumu konceptu nastolování agendy nejdůležitější a navzájem se ovlivňují (Dearing a Rogers, 1996 in Trampota, 2006). „*Vrcholy pomyslného trojúhelníku, v němž se témata pohybují či naopak absentují, tvoří media, veřejnost a politika*“ (Škodova, 2008:12). První důležitou součástí konceptu nastolování témat tvoří mediální agenda, za jejíž hlavní proměnnou je považována důležitost tématu v agendě masových médií. Druhá v pořadí je označována jako veřejnostní nastolování témat, její hlavní proměnnou je důležitost soustavy témat v rámci veřejné agendy. Poslední je politická agenda, jelikož hlavní vlastností této vložky je zájem o politické jednání z hlediska témat, částečně jako reakce na dvě předchozí agendy. Avšak někteří současní badatelé, třeba B.K.Berger (2001), přidávají k veřejné, mediální a politické agendě ještě agendu korporátní (Škodova, 2008).

Teorie nastolování agendy, jinými slovy, nastolení témat a problémů, počítá s vlivem médiovaných obsahů na jednotlivce a podle Reifové „*hledá odpověď na otázku, proč se určité informace o některých tématech stanou součástí veřejné debaty, zatímco jiné zůstanou stranou pozornosti, a proč jsou některá témata vnímána veřejností jako závažnější než ostatní*“ (Reifová, 2004:16).

Podle McCombse noviny nepřeborným způsobem dokážou napovědět, jaký může mít význam určité téma v denní agendě. Náповědy jsou různé, třeba zprava na titulní straně, rozdíl mezi titulní stranou a ostatními stranami, velikost nadpisu anebo také délka zprávy. To jsou způsoby, kterými je vyjádřena důležitost témat ve zpravodajské agendě. Televizní agenda je v tom omezenější, ale třeba zmínka o nějaké informaci ve večerních zprávách může být velice podstatná. Velkou role zde také hraje pozice zprávy ve vysílacím čase nebo její délka. Avšak vždy platí, že pokud se dané téma opakuje den co den, jde o významné téma a jeho důležitost je nesporná. Veřejnost této náповědy využívá k nastavení své agendy a vytyčení priorit k dané informaci nebo tématu. Takovým způsobem agenda zpravodajských médií se do

značné míry přeměňuje ve veřejnou agendu. Jinak řečeno, média nastolují také veřejnou agendu (McCombs, Shaw, 2009).

Jak píše McCombs „*lidé mají své názory na mnoho věcí, ale jen málo témat je skutečně zajímavá*“ (McCombs, Shaw, 2009:27). Každodenně získávají velký objem různorodé informace, ze které jen něco začlení do vlastních představ a postojů. Role zpravodajských médií v procesu nastolování agendy spočívá v nastolování významnosti témat, to znamená v ovlivňování to, co bude podstatnému množství lidí skutečně stát za vytvoření vlastního názoru. Existuje i velké množství dalších vlivů, který utvářejí názory a ovlivňují tak veřejné mínění. Tak podle Williama Gamsona pocity jednotlivce ohledně konkrétního tématu můžou vyplývat z osobní zkušenosti, z kultury nebo z vystavování se vlivu masových médií (Gamson, 1992 in McCombs, Shaw, 2009). McCombs i Shaw zmiňují práce W.G.Mayera z roku 1992 o změně amerického myšlení, ve které on zdůrazňuje, že veřejné mínění o konkrétních tématech se s časem mění, tohle je spojené s tím, jak přicházejí nové generace, vnější události i masová média. Také se McCombs a Shaw ve svém popisu vývoje tematických agend odkazují na knihu Samuela L.Popkina „*The Reasoning voter*“, ve které diskutuje o tom, jakým způsobem nárůst úrovně vzdělanosti ovlivňuje rozmanitost témat ve veřejné agendě. Popkin tvrdí, že „*většina lidí, dokonce i velmi vzdělaných, má jen zřídka k dispozici detailní, hluboké znalosti o veřejných tématech*“ (Popkin, 1991 citováno in McCombs, Shaw, 2009:73). Pokud se tedy bude vzdělaný člověk informovat o tématech nebo zapojovat do diskuzí docílí převážně jen toho, že bude omezené informován o širším spektru témat, jako jsou domácí a zahraniční události, které jsou však vzdálenější od každodenní skutečnosti. V dnešním světě se nachází mnoho agend a také mnoho různých nastolitelů agendy – mimo jiné rodina a přátelé, školy a média (McCombs, Shaw, 2009:202).

Podobně i u environmentálního zpravodajství hraje nastolování témat důležitou roli, protože řada environmentálních problémů a rizik je právě médií zprostředkována a vlastně zviditelňována. „*Svět viditelného musí být vystavován tázání, relativizován a hodnocen se zřetelem k oné druhé, myšlené a přece v něm skryté skutečnosti. Měřítka hodnocení leží v tomto druhém světě, nikoli ve světě viditelném*“ (Beck, 2004:96-97). Převážně se jedná o skryté skutečnosti, které nás neovlivňují jako jednotlivce, ale mají globální význam. Jejich následky se často projevují až časem a tyto problémy jsou pro veřejnost hůře prokazatelné (Hansen, 2010:96). Ne všechny informace o environmentálních problémech se dostanou do mediální agendy. Ty zprávy, o kterých média rozhodnou jako o nevhodných, zůstanou nepovšimnuté na okraji mediální agendy. Environmentální problém, který v důsledku procesu

nastolování agendy bude medializován, se může stát sociálním problémem, který bude řešen (Hansen, 2010:28).

Ve většině diskuze o roli masových médií při nastolování agendy je veřejné téma jako analyzována jednotka agendy „objektem“. Ať už je agenda tvořena veřejnými tématy nebo politickými kandidáty, je pro ně používán termín „objekt“ ve stejném smyslu, jaký má v psychologii termín „objekt zajmu“. Objektem si myslí to, k čemu se upíná pozornost člověka, nebo o čem si člověk buduje svůj názor. Typů objektů, které vytvářejí agendy, je prakticky hojně množství. Každý objekt umístěný v agendě má množství různých atributů, takzvaných charakteristik a vlastností, které formují celkový obraz objektu. Podle toho jak se liší významnost objektu, liší se i jejich atributy. *„V teorii nastolování agendy atribut slouží jako obecně použitelný termín, který zahrnuje širokou škálu vlastností charakterizujících objekt“* (McCombs, Shaw, 2009:111). Volba objektů i jejich atributů představují vlivnou součást role nastolování agendy.

Během vývoje výzkumu nastolování agendy, začali si vědci všimnout nejen toho, že si média vybírají a zveřejňují informace, ale také že je různě zpracovávají. Původní zkoumání, zaměřené na agendu si této skutečnosti nevěnovalo a vnímalo zprávy k jednomu tématu jako prioritně stejné. Přitom média při práci s určitým tématem mohou některé jeho součásti zviditelnit a jiné odsunout nebo je úplně odstranit. Každé téma se dá ještě zpracovat s různými rámci. Některé novější výzkumy si těchto skutečností povšimly, a proto vznikla druhá úroveň nastolování agendy, později pojmenovaná jako nastolování agendy atributů (McCombs, Shaw, 2004 in Trampota, 2006).

Nastolování agendy atributů je podle McCombsa a dalších výzkumníků určena k objasnění, jak jsou témata charakterizována a jak média určují jejich důležitost. První stupeň nastolování agendy tedy pojednává o významu tématu anebo daného objektu. Naproti tomu u druhého stupně jde o atributy či vlastnosti, a který z nich dostane přednost (McCombs, Shaw, 2004 in Tabery, 2008). K odlišení prvního a druhého stupně teorii nastolování agendy může posloužit upravená metafora Cohena, již zmíněna na začátku této kapitoly, znějící *„médiá veřejnosti nejen předkládají o čem přemyslet, ale i jak o tom přemyslet“* (McCombs, Ghanem, 2003 in Tabery, 2008:29).

Při studování konceptu nastolování agendy atributů se vyvinuly dva základní pojmy framing a priming. Framing (v českém překladu „zarámování“ či „rámcování“) je výraz, používaný pro metodu popsání události nebo osoby prezentované v médiích. Při procesu zarámování dochází k výběru určitých atributů, událostí, a ty jsou, poté médií zdůrazněny, to se projevuje na obsahu informace (mediální rámce). Avšak v tomto procesu může docházet i

k zarámování ze strany příjemců informace (individuální rámce) (Trampota, 2006; Tabery, 2008). Definicí pojmu framing je mnoho, mezi dalšími můžeme zmínit třeba, za zarámování se považuje „*schopnost zpravodajství ovlivnit kriteria, podle nichž jedinci posuzují své politické vůdce*“ (Iyengar, 1991 citováno in Jiráček, Köpplová, 2009), a způsob zpracování tématu, nabídnutá interpretace a dobový společenský, politický a kulturní kontext (Jiráček, Köpplová, 2009:354) nebo provést framing znamená „*vybrat některé aspekty vnímané reality a zdůraznit je v komunikovaném textu, čímž se prosazuje určitá definice problému, kauzální interpretace, morální hodnocení anebo doporučení řešení*“ (Entman, 1993 in Kalvas, 2009:8). Jak zdůrazňuje T. Trampota: „*Moc rámovat závisí na přístupu ke zdrojům, sumě znalosti a strategických spojenečtvích*“ (Reese, 2001 citováno in Trampota, 2006:123). Nastolování agendy a rámcování za účelem analýzy mediálních účinků si během let získalo mnoho uznání ze strany vědců na poli komunikačních studií.

Priming (anglicky vyraz pro zalití pumpy, aby začala pumpovat; u nás známý jako vypíchnutí či usměrňování) patří do druhého stupně nastolování agendy. Jde o funkci, která se zabývá vlivem masových médií na to, jak jsou témata hodnocena veřejností, a hlavním předpokladem je, že zdůrazněním určitých atributů témat v médiích bude důležitou součástí hodnocení témat mezi publikem (Trampota, Vojtěchovská, 2010). W. Wanta popisuje priming ve své práci jako součást procesu, navazujícího na nastolování agendy. „*Zatímco nastolování agendy vede k příjemcovu vnímání důležitosti tématu, priming v návaznosti vede ke změně postoje příjemce k zobrazovanému tématu*“ (Wanta, 1997 citováno in Trampota, 2006:124). Podle většiny definic je priming přímým důsledkem nastolování agendy (Sheufole, 2000 in Tabery, 2008). Vypíchnutí zpracovává psychologické pojmy, těmi jsou dostupnost názorů nebo informací. Největším stimulem pro práce s postojem lidí jsou média, která stále přinášejí nové informace. Pokud média stále zdůrazňují nějaké téma, může to u publika dočasně zvýšit dostupnost postojů (Tabery, 2008). „*Efekt vypíchnutí je „procesem, kterým aktivované mentální konstrukty mohou ovlivnit, jak jedinci hodnotí jiné koncepty a ideje*““ (Domke, Shah, Wackman, 1998 citováno in Tabery, 2008:38). Při tomto efektu dochází k tzv. „*potvrzujícímu*“ účinku, to znamená, že pokud média potvrdí něco, o čem se člověk domníval, že je pravdivé, pak tím je pravdu potvrdí (Jiráček, Köpplová, 2009:354). Jednu z nejpropracovanějších definic nabízí Shanto Iyengar a Donald Kinder: „*Zdůrazňováním určitých záležitostí a ignorováním jiných ovlivňuje televizní zpravodajství standardy, kterými jsou posuzovány vlády, prezidenti, politici a kandidáti na veřejné funkce. Priming odkazuje ke změnám standardů, které lidé používají při politických rozhodnutích*“ (Iyengar, Kinder, 1987 citováno in Trampota, Křeček, Nečas, 2006:25).

Priming a framing jsou dva hlavní pojmy, formující kvalitativní výzkum procesu nastolování agendy. Slouží jako velmi obecný klíč pro rozdělení studie procesu nastolování agendy (Trampota, Křeček, Nečas, 2006).

Jako případ, který ukazuje možnosti rámování, nám může posloužit konflikt z roku 1995 mezi Greenpeace a společností Shell. Ta se rozhodla potopit jednu ze svých starých ropných plošin Brent Spar na dno moře, přičemž Greenpeace se proti tomuto plánu postavili. Nakonec byla plošina dopravena do doků, kde byla recyklována. Avšak při konfliktu média podávala tuto situaci z několika rozdílných uhlů pohledu. Některá („Mirror“, „Mail“) stála spíše na straně Greenpeace a popisovala je jako bojovníky, idealisty, a hrdiny, kteří se postavili nadnárodnímu gigantu jménem Shell. Druhá („Telegraph“) je veřejně pomlouvala a psala o nich spíše jako o vousatých eko-válečnících, rebelech, propagandistech a arogantních nezodpovědných občanech, kteří brání svobodě rozhodování. Posměšně se také vyjádřily o mluvčím Greenpeace, který se dle nich drmolil (Hansen, 2010:41-42).

O vlivu médií na názory veřejnosti vypovídá také nedávný incident, při kterém se v šumavských lesích v lokalitě Na ztraceném u Modravy snažila početná skupina eko-aktivistů zabránit těžbě dřeva údajně napadeného kůrovcem. Česká média nejdříve zprostředkovala obraz ve stylu skupiny šilenců, kteří brání zprávě šumavských lesů v boji proti nebezpečnému parazitovi. A dokonce byli obviňováni z toho, že za jejich aktivity je kdosi platí, protože chránit přírodu přece nemohou nezištně a jen proto, že ji mají rádi (Web1). Později po tvrdém útoku policie a následném odhalení dalších informací, které poukazovaly na nezákonnou těžbu, začali v „Parlamentních listech“ o aktivistech psát jako o hrdinech chráničích Šumavu. Vliv médií na názory a rozhodování lidí potvrzují i (Web2, Web3), ti popisují třeba blokádu místních obyvatelů, kteří se rozhodli zabránit aktivistům v dalších protestech proti kácení. Jak bylo však již řečeno, nakonec se dalšími expertizami zjistilo, že kácení lesů bylo nezákonné a nenávratně poškodilo životní prostředí v této lokalitě.

Další ale výrazně horším případem byla situace v Rusku, kde se mělo vykácet více jak 145 hektarů lesnatého porostu v lokalitě Himkinskeho lesa kvůli několika kilometrové dálnici pro bohaté mezi Moskvou a Sankt-Peterburgem. Dálnici schválil ruský prezident V. Putin. Ruská média veřejnost informovala převážně o nutnosti postavení této dálnice a o výhodách stavby (Web4). Při tom bylo jasné, že dojde k zničení opravdu velké přírodní plochy. Mezi lety 2007-2011 bylo uspořádáno kolem 50 demonstrací, při kterých policie zranila a zavřela hodně lidí. Újmu utrpěl také známý místní žurnalista M. Beketov, který je od té doby invalidní, jelikož přišel kvůli demonstracím a hlavně kvůli informování o demonstracích o nohu a o schopnost komunikace. Ruská média kontrolovaná V. Putinem dokonce zašla až tak



daleko, že v polovině stavby prohlásili výstavbu za ukončenou, aby se lidé dále o stavbu nezajímali (Web5). Výsledkem bylo zdevastování krajiny a to i přes veliký odpor veřejnosti.

### 1.3. Produkce zprav

Otázka „co je zpravodajství“ zní sice jednoduše, ale odpověď na ní je velice komplexní a složitá. Zakladateli oboru sociologie zpravodajství jsou Walter Lippman a Robert Park. Lippman vnímal zpravodajství jako „objektivní jasný signál, který označuje událost“ a zprava pro něho tedy není obrazem společenských podmínek, ale jde o „věc, která se něčím vnucuje“ (Lippman, 1922 citováno in McQuail, 1999:29). Park pohlížel na zpravodajství z komplexnějšího a detailnějšího měřítka. On rozdělil zpravodajství do několika bodů, které v základu definují, čím zpravodajství je. Nejhůře definovatelným pojmem byl poslední bod, kterým je předvídatelnost zpravodajství. Park ho vysvětluje takto: „...je-li neočekávané to, co se stane, není úplně nečekané to, co se dostane do zpráv. Události, které nyní stejně jako drive dávají původ zprávám, jsou vlastně očekávané věci. (...) Všeobecně jde o náhody a nehody, na které je veřejnost připravena, ...věci, jichž se někdo bojí nebo v něž doufá“ (Park, 1940 citováno in McQuail, 1999:300).

„Výroba zprav je obrovská mašinerie a většina příjemců této mašinerii a tomu, co jim dodává, věří. Často jsou produkty této mašinerie dodávány v obalu neutrality a autority, kterou ve skutečnosti nemají a ani nemohou mít“ (Burton, Jiráček, 2001:237). Média se často zaštiťují nestranností a objektivitou, jsou to významné požadavky na kvalitu zpravodajství, které však v praxi není možné dodržovat. Nestrannost a objektivita jsou konvence běžného života (sociální normy) a jsou platné hlavně při zpracování zpráv. V konečném důsledku jsou však zprávy předpojaté, stranicí a snaží se ovlivnit spotřebitelský úsudek (Burton, Jiráček, 2001).

Při tvorbě zprav s environmentální tematikou je pro média zajímavější soustředit se na témata tykající se oblasti s určitým geografickým umístěním. Tyto zprávy jsou však krátkodobého charakteru, jelikož se k nim média nemohou dlouhodobě vázat. Není to způsobeno vyřešením problémů, ale převážně tím, že se objeví nějak zajímavější a pro média důležitější téma (Hansen, 2010, Novák, 2009).

Každá společnost sestavuje zpravodajství z různých představ, které se týkají toho, jakým způsobem by mělo zpravodajství pracovat a jak by měly být informace předkládané veřejnosti. Tyto takzvané normativní požadavky vycházejí převážně ze skutečnosti, ze zprávy jsou často pro spotřebitelé jediným zdrojem o aktuálních událostech, které mají zásadní vliv

na chod společnosti. Normativní požadavky se vážou k vlastnostem sociálního prostředí, ve kterém média působí, k jejich jednání a mají vliv na celkovou podobu zpravodajského obsahu (Trampota, 2006). V kontextu s normativními postupy zpravodajství zmínil J. Watson následující přísloví: „*Moucha ve vlastním oku je horší, než zemětřesení v Číně*“ (Burton, Jiráček, 2001:238). Tím, chce říci, že čím bližší je příjemci popisována událost, tím více důležitosti jí dává. Podstatný vliv na informace má i etnocentrická povaha zprávy, což je zaměření na zprávu z hlediska kultury daného příjemce (Burton, Jiráček, 2001).

Nyní si v následujících kapitolách rozdělíme strukturu zpravodajství do několika základních pojmů, těmi jsou zpravodajské hodnoty, objektivita, problém předpojatosti, přístup k zprávám, práce se zdroji.

### 1.3.1. Zpravodajské hodnoty

Zpravodajské hodnoty nám definuje zažita a opakující se kriteria, podle kterých se ve zpravodajství zařazují a zpracovávají zprávy. Tyto hodnoty jsou dané sociálním a kulturním prostředím. Média mají tendenci zdůrazňovat význam zpráv, které vyhodnotí jako důležité. Jako první se o pojmu zpravodajská hodnota (angl. news value) ve své knize „Veřejné mínění“ zmiňuje Lippman, který se za zpravodajské hodnoty považuje jednoznačnost události, překvapení, prostorovou blízkost, osobní zaujetí a konflikt (Reifová, 2004:76). Avšak diskuze o žádoucím výběru zpráv, dnes známém jako zpravodajské hodnoty, se postupně rozvíjela od druhé pol. 17 století. J. Watson uvádí, že již v roce 1695 se o tomto výrazu zmínil K. Stieler ve své knize „*Zeitung Lust und Nutz*“, přičemž za důležité faktory pokládá blízkost, důležitost, dramatickosti a negativitu (Watson, 1998 in Burton, Jiráček, 2001). To znamená, že i zpravodajské hodnoty se mění a vyvíjejí v čase. Nástupci Lippmana je později modernizovali, ale základní struktura zůstala v zásadě stejná.

Z mnoha studií vyplývá, že zpravodajství má jasně dány stabilní charakter, což je měřeno podle konvenčních kategorií témat. Odlišnosti se projevují v různých zemích a v různých typech médií a celkový charakter zpravodajství se přizpůsobuje hlavním událostem, kterými jsou třeba války nebo krize. Podle McQuaila jedno z nejrozsáhlejších vystihnutí pojmu zpravodajských hodnot poskytl zřejmě Johan Galtung a Marie Holmboe Ruge v práci „*The structure of foreign news*“, ve které vyčlenili a propojili hlavní faktory, ovlivňující výběr zahraničních zpráv (v jejich případě šlo o norské zpravodajství). Takto vznikly tři základní typy faktorů, těmi jsou organizační, žánrový a socio-kulturní, přičemž organizační je nejuniverzálnější a prokázaly se u něho jisté „ideologické“ důsledky (McQuail, 1999:302).

Zpravodajské hodnoty mají však i podstatný vliv na společnost. Některé události totiž předpokládají přítomnost médií. Dále se třeba stává, že média nadhodnotí aspekty nějaké informace a tím je zkreslen význam těchto situací. Znalost zpravodajských hodnot je prostředkem pro cílevědomé ovlivňování obsahu médií, inscenováním události ze strany subjektů, které na přítomnost informace v médiích mají zájem (Jirák, Köpplová, 2007).

### 1.3.2. Objektivita

Mezi hlavní normativní požadavky na zpravodajství v liberálně demokratických společnostech patří právě objektivita. Na objektivitu můžeme nahlížet z různých uhlů. Z hlediska žurnalistiky je možné objektivitu dodržet na základě určitých novinářských postupů. V mediálních studiích však převládá názor, že objektivita je jen nedosažitelný ideál (např. J.Fiske, G.Tuchmanová) a jako pojem jen překáží subjektivní povaze zpravodajství, protože realita je vždy poznávána prostřednictvím nějakého subjektu (Trampota, 2006). Podle McQuaila se objektivitou rozumí „*zvláštní forma mediální činnosti a zvláštního postoje k úloze shromažďovat, zpracovávat a rozšiřovat informace*“ (McQuail, 1999 citováno in Jirák, Köpplová, 2009:311). Jde tedy o kroky podniknuté k potlačení zákonité subjektivity vyplývající ze zpravodajství. Brian McNair zase zastával názor, že objektivita novinářům dovoluje nárokovat si v liberálně demokratických společnostech privilegované místo „*autorizovaného pravdomluvce*“ (McNair, 1998 citováno in Jirák, Köpplová, 2009:311).

Odlisný názor na objektivitu přednesla Guy Tuchmanová v roce 1978 svou práci „*Study in the construction of reality*“. Vnímá objektivitu jako alibistické odstoupení od popisovaného děje a nestrannost podle ní vede k distancování se od zveřejňovaných argumentů a informaci poukazováním na jejich zdroje a o snahu vyhnout se potenciálním konfliktům s dotčenými stranami, které v daném tématu figurovali. To na druhou stranu umožňuje oslovit i širší veřejnost bez nutnosti některou ze stran konfrontovat (Tuchmanová, 1978 in Trampota, Vojtěchovská, 2010).

K objektivitě se vyjádřil i W.Breed, dle kterého jde o „*nastroj mediální organizace sloužící ke kontrole novinářů*“, jelikož prvky objektivního zpravodajství je možné ze strany editorů lehce sledovat, ovlivňovat či měnit (Breed, 1997 citováno in Trampota, Vojtěchovská, 2010:129). J.Westerstahl a jeho kolegové vnímají objektivitu jako koncept, skládající se z faktičnosti a nestrannosti. Přičemž faktičnost zahrnuje pravdivost výpovědí a relevanci uvedených informací. Nestrannost se soustředí na vyváženost a neutrální prezentaci. Jinak

řečeno, faktičnost je zaměřena na kvalitu informací daného sdělení, zatímco nestrannost utváří formu jejich prezentace (Westerstahl, 1983 in Reifová, 2004; Trampota, Vojtěchovská, 2010).

Základními prvky objektivního zpravodajství jsou vlastně soubory pravidel, které příjemcům popisují realitu. Jde o soubor pravidel: ověřování informací a to alespoň ze dvou nezávislých zdrojů, potřebné oddělování faktů od názorů, opatřování zazněných názorů odkazem na zdroj informací a jednou z podstatných podmínek je zveřejňování názorů protistran, aby zpravodajství působilo neutrálně a nestranně (Trampota, Vojtěchovská, 2010).

Objektivita je jednou ze základních žurnalistických hodnot pro psaní o environmentální problematice. Žurnalista může objektivitu docílit dodržováním několika zásadních kritérií, patří mezi ně například: čestnost, průhlednost, pečlivost, nestrannost, absence předpojatosti, prověřování zdrojů, zkušenosti a příslušnost k institucím nebo také zjišťování kvalifikace (Hansen, 2010:90-91). Dnes novináři často objektivitu dosahují zakomponováním nějaké vědecky podložené informace, kterou získají od kvalifikovaných expertů.

### 1.3.3. Problém předpojatosti

Významným problémem analýzy mediálních sdělení je předpojatost (angl. bias), resp. ideologická inklinace média. Předpojatosti se rozumí například „*opakující se pravidelnost ve zkreslování reality (jdoucí za rámeček zkreslení, které vyplývá ze samé podstaty příslušného mediálního produktu, např. zpravodajství)*“ (Jirák, Köpplová, 2007:131). Pro představu jde tedy o negativní zobrazení menšin, zakomponování žen do nesprávné společenské role nebo upřednostňování nějaké politické strany či směru. Nejvíce se zpravodajským médiím vyčítá jejich inklinování k politickým špičkám, celebritám nebo příslušníkům elity. „*Média tíhnou k etnocentrickému obrazu světa a odrážejí maskulinní vidění světa*“ (Jirák, Köpplová, 2007:131). Otázka předpojatosti byla a je předmětem mnoha zkoumání. Zkoumají se vztahy mezi politickými postoji novinářů a výběrem zpráv, přičemž výběr témat není při těchto výzkumech rozhodující. K.Schönbach nazývá předpojatost, která se ve zpravodajství shoduje se záměry příslušného média, synchronizací. Poukazuje také na častou záměnu zpráv a názorů, na interpretaci komentářů a faktů. Fakta bývají vybírána tak, aby podporovala komentáře. Dá se říci, že takovým způsobem komentáře posilují zpravodajské zaměření (Jirák, Köpplová, 2007).

Předpojatost je velice problematický pojem, jelikož komunikace vždy vychází z dané kultury a z daných hodnot komunikátorů, tím si myslí i podavatel. „*Média fungují v kontextu*

*řady parciálních zájmů a platných ideologií a nemohou se z tohoto kontextu vymanit*“ (Burton, Jiráček, 2001:299). Určitou mírou předpojatosti se vyznačují všechna média. Barrie Gunter zmiňuje předpojatost jako „*selektivní kódování a dekódování*“, čímž specifikuje, že předpojatost jako důsledek selektivity mediálních obsahů je součástí procesu mediální komunikace a připomíná, že „*předpojatost vždy závisí na tom, kdo a z jakých pozic poukazuje na to, že je něco předpojaté*“ (Gunter, 1997 citováno in Burton, Jiráček, 2001:300). Podle Burtona a Jiráčka „*předpojatost se může projevit otevřeným lhaním či deformováním obrazu zdůrazňováním jedné věci a pomíjením jiných*“ (Burton, Jiráček, 2001:300). Zpravodajská média se často snaží zmírnit dopad předpojatosti a to různými „objektivizujícími“ prostředky, např. projevením názorů všech zúčastněných stran, čímž se snaží, aby konzument nabyl dojmu neutrality daného média. Avšak příjemce vždy bude považovat za neutrální a vyvážené to, co vyhovuje jeho hodnotám a postojům (Burton, Jiráček, 2001).

McQuail rozděluje zpravodajskou předpojatost do čtyř základních forem, kterými jsou angažovaná podpora (angl. partisanship), propaganda, nezáměrná předpojatost (angl. unwitting bias) a ideologie. Angažovaná podpora je záměrným a otevřeným straněním určitému tématu či subjektu. Propagandou se rozumí skrytá forma. Podle McQuaila „*přítomnost propagandy může být někdy signalizována určitým způsobem prezentace a užitím jazyka...*“ (McQuail, 1999 citováno in Trampota, 2006:150). Nezáměrná předpojatost představuje otevřenou, ale neúmyslnou předpojatost při editaci témat, událostí a zpravodajských úhlu pohledů. „*Jednou z možností projevu této formy předpojatosti je často kritizované spoléhání na stejné informační zdroje*“ (Sigal, 1973 citováno in Trampota, 2006:150). Ideologie je skrytá forma, která se nedá odhalit běžnou obsahovou analýzou. „*Esence „skryté ideologie“ není jen v konzistentních odklonech od striktní neutrality a přesnosti ve vyprávění příběhů, ale také v prezentaci více či méně koherentního pohledu na svět podkreslujícího nabízené výpovědi*“ (McQuail, 1999 citováno in Trampota, 2006:150-151).

#### **1.3.4. Přístup do zpráv**

Přístup do médií je téma, které v sobě zahrnuje otázky typu: kdo má přístup k médiím, kdy a proč. Mezi lidmi panuje představa o rovnosti, a že by měl mít každý možnost vystupovat v médiích (Burton, Jiráček, 2001). Lutz Hagen tuto myšlenku o rovnoprávnosti v médiích odmítá a bere ji jako mylnou. „*Je těžké souhlasit s modelem, který podporuje proporci zdrojů s různým stupněm vlivu*“ (Hagen, 1993 citováno in Trampota, Křeček, Nečas,

2006:14). Tím se Hagen přiklání k myšlence, že vliv na chod společnosti je rozdělen podle socioprofesionálních skupin a právě to je faktor, kterým by se měl řídit přístup do zpravodajských obsahů (Hagen, 1993 in Trampota, Křeček, Nečas, 2006). Když mají některé sociální skupiny snadnější přístup do médií, znamená to pro ně větší možnosti v uplatňování a nazírání na určité konkrétní události a nové možnosti jak změnit vidění světa s pohledu uznávaných hodnot obecně. To znamená i opatřovat informace svým vlastním interpretačním rámcem podle vlastních hodnot. Skupina s takovým privilegovaným přístupem má tedy možnost určovat, co je prezentováno jako dobré a co jako špatné v rámci obecného chápání (Trampota, Křeček, Nečas, 2006).

*„Většina studií přístupu zdrojů do zpráv poukazuje na předpojatost zvýhodňující vyšší vrstvy než neoficiální zdroje, může před ženami a vedení společnosti před dělníky“* (Tumber, 1999 citováno in Trampota, Křeček, Nečas, 2006). Zpravodajství je prostorem, ve kterém mohou především promlouvat mocní a bohatí, kdežto ti, co mají nižší sociální status, mají jen omezené možnosti přístupu a často se mohou vyjadřovat jen k určitým tématům. Podobně se na to dívá i Herbert Gans, který říká, že *„zdroje, které disponují menší moci, mohou normálně získat přístup do zpravodajství jen s neobyčejně dramatickou zprávou...“* (Gans, 1980 citováno in Trampota, 2006:84). John Hartley nazývá lidi s možností promlouvat ve zpravodajství terminem (accessed voices), volně přeloženo jako hlasy s přístupem. *„V rámci každé společnosti existují lidé, kteří mají snadný a privilegovaný přístup ke kanálům masové komunikace: politici, úředníci, průmyslníci, odborníci různého druhu, vědci a celebrity. A právě jejich hlas a styl dostávají prostor“* (Hartley, 1986 citováno in Trampota, 2006:80). Výběr zdrojů ovlivňuje konečnou podobu zpravodajství, protože zpravodajský diskurs vychází právě od zdrojů (Hagen, 1993 in Trampota, 2006). O odhalení toho, co stojí za přístupovou moci informačních zdrojů, se pokusil Gans. Ten vyjmul čtyři základní vlastnosti potřebné pro úspěch informačního zdroje v médiích. Je to podnětnost zdroje, moc zdroje, schopnost dodat vhodné informace a geografická a sociální blízkost k novinářům (Gans, 1980 in Trampota, Křeček, Nečas, 2006). Důležité pro výběr zdroje však může být i jeho souznění s názory zpravodajských médií, a zda je zdroj vnímán médií jako pozitivní či negativní. To může ovlivnit nejen výběr zdroje, ale i zpracování informací a jejich prezentaci (Hagen, 1993 in Trampota, 2006).

Jsou různá kritéria, která určují, jaký environmentální problém bude v médiích zviditelněn, avšak výběr témat je vysoce selektivní, hierarchický a nerovný. To jsou základy dominantní hegemonie, kterou se snaží média udržet. Díky tomuto postupu je umožněn přístup do zpráv převážně jedincům na vysokých institucionálních pozicích a elitním skupinám

korporativního typů. Proti těm jsou v opozici méně majetní, kteří mají však menší možnosti prosadit svá témata do médií a tím se zviditelnit (Hansen, 2010, Hansen, 2011). Environmentální tematika se tak mění na arénu, ve kterém se střetávají různé zájmy několika rozdílných skupin a bojují o to, kdo informuje a vytváří rámce problémů a poškozování životního prostředí (Novák, 2009).

### 1.3.5. Práce se zdroji

Všechna média jsou závislá na informacích, které získávají z různých zdrojů. Vztahy médií k jejich zdrojům jsou základní nutností, to je často důvodem vzniku čílého dvousměrného procesu. Stejně jako se média snaží najít nejvhodnější informace do svého zpravodajství, tak se i zdroje snaží své informace do médií dostat a uplatňovat je. Je běžnou praxí, že si média vytvářejí vlastní kontakty a zdroje informací, převážně mezi lidmi z různých informačních institucí nebo přímo od expertů v oboru, a to hlavně z důvodu, aby se co nejdříve dostaly k nejlepšímu a nejaktuálnějšímu tématu. Podobně se chovají i zdroje, které si utvrzují vztahy s médií, aby mohly dobře prodat nebo využít své informace (McQuail, 1999).

Leon Sigal jmenoval tři základní komunikační kanály, kterými se do médií dostávají potřebné informace. Prvním typem komunikačního kanálu je rutinní kanál, do kterého zahrnuje zdroje typu soudy, soudní stání, volební výsledky, tiskové zprávy, tiskové konference, projevy a ceremoniály. Do druhého kanálu, tzv. neformálního, zahrnuje zákulisní jednání, uniky informací, nevládní prohlášení, zprávy od jiných zpravodajských organizací, rozhovory s reportéry. K poslednímu druhu informačních kanálů patří iniciované zdroje, ty jsou převážně výsledkem práce reportéra. Jde o rozhovory, zprostředkované reportérem, analýzy, statistické údaje a spontánní události (Sigal, 1973 in Trampota, 2006).

Zdroje mají jen omezené možnosti prosadit se do zpravodajství. *„Ať jde o jakoukoliv událost, zdroje se mohou jen nabízet k dispozici. Jsou to vždy novináři, kteří rozhodují o jejich vhodnosti a zařazení do obsahu zprávy“* (Gans, 1980 citováno in Trampota, Křeček, Nečas 2006:16). Novináři však nemají absolutní moc a předpokládá se, že výběr je ovlivněn také moci zdrojů. Kupříkladu u politických a vládních činitelů je možnost opomenout tento zdroj pro zpravodajce velice malá (Trampota, Křeček, Nečas, 2006).

Práce se zdroji je tedy důležitou součástí environmentálního zpravodajství. Na zdrojích závisí kvalita a obsah sdělení. Média se však velice často orientují hlavně u environmentálních témat na malý počet zdrojů a vybírají převážně ty, které jsou oficiální a

pocházejí z elitních či expertních skupin. Ostatní skupiny zejména ty nezávislé jsou často opomíjeny, tím se však novináři zbavují významného aspektu své práce, kterým je vyhledávání zdrojů pomoci rozhovorů a kontaktů (Novák, 2009).

## **2. ČESKÁ A RUSKÁ MÉDIA**

### **2.1. Média a kultura**

Při studiu médií je téměř jistě nevyhnutelné studovat i kulturu a společnost národa, ve kterém média působí. Mediální informace vycházejí z konkrétní společnosti a její kultury, tudíž obsahují odkazy a významy, které jsou dané kultuře vlastní a odpovídají dobovým zvyklostem (Burton, Jirák, 2001).

Velice dobře popsal kulturu Robert Williams. Podle něj je kultura prostředím, ve kterém jedinci utvářejí své představy o tom, jak velký význam mají přisuzovat vlastní zkušenosti. Jde tedy o návod k interpretaci prožívaných podnětů. Ty jsou jedincům nabízeny prostřednictvím kódů (verbálních i neverbálních), které se v jeho kultuře užívají (Williams, 1958 in Jirák, Köpplová, 2007). Kultura musí splňovat určité charakteristické rysy: musí být kolektivní a sdílená, musí obsahovat nějakou symbolickou formu vyjadřování, která může být záměrná či nezáměrná, udržuje si také určitý styl uspořádání nebo pravidelnosti a proto má hodnotící rozměr. Další vlastnosti je také její dynamická kontinuita v čase (kultura se mění, má svou minulost i potenciální budoucnost). Zásadní vlastností kultury je však komunikace, bez ní se kultura nemůže rozvíjet, přežívat, rozšiřovat a všeobecně uspět (McQuail, 1999).

Kulturní prostředí je prvek, se kterým se musí počítat při každé studii médií, vstupuje do hry pokaždé, když jde o význam jakéhokoliv mediálního produktu. Například při zkoumání regionálních médií musí být na paměti kulturní atributy jednotlivých zkoumaných oblastí. Povědomí o rozdílech ve smýšlení skupin se stává kulturní hodnotou společnosti a vstupuje tím i do mediálních materiálů. Tím, jak se některé skupiny lidí odlišují od jiných a jak jsou vnímány okolní společností, si vytvářejí vlastní atributy chování a dá se říci, že takto vznikají kulturní hodnoty (Burton, Jirák, 2001).

Média splňují řadu kulturních funkcí, mezi ně patří třeba shromažďování, udržování a předávání materiálů, které obsahují naši kulturu, zajišťují tak kultuře časovou kontinuitu. Některé mediální materiály vytvářejí masovou kulturu na úkor rozmanitosti subkultur. Shromažďované materiály udržují v oblasti kultury společnosti určitý daný stav a také podporují vůli po změně a růstu (Burton, Jirák, 2001).



Jestli má nějaké téma dostat v médiích punc důležitosti musí být podané tak, aby bylo v souladu s existujícími a všeobecnými kulturními koncepty. Tyto koncepty, které usnadňují a vymezují rozvinutí pokrytí tématu, jsou nazývané „kulturními danostmi“ (Hansen, 2010). Podobu zpráv ovlivňují různé vlastnosti environmentálních témat. Mají zde však velkou roli i socio-ekonomické faktory. Jejich vliv se pokusil prozkoumat například Anders Hansen. Ten provedl komparativní obsahovou analýzu u zpravodajství o životním prostředí a to na základě dat ze dvou zpravodajských stanic: britské „9 O’Clock News“ a dánské „TV Avisen“. Výsledkem bylo, že se stanice soustředily převážně na témata vyplývající z průmyslových a ekonomických faktorů konkrétní země. Dánská stanice se věnovala hlavně znečištění moře, jelikož v Dánsku je rybolov velice rozšířenou profesí, kdežto britská se tématem o problémech se znečištěním moře zabývala jen velice okrajově. Pro britskou stanici byly podstatné zprávy o jaderném průmyslu, ten je však v Dánsku jen málo zmiňován. Z toho vyplývá, že se konkrétní témata ve společnosti objevují či neobjevují podle toho, jak korespondují s hodnotami a sociálními či ekonomickými aspekty dané země (Novák, 2009).

## **2.2. Média jako ideologický nástroj**

Ideologie je ve zpravodajství lépe rozeznatelná u událostí, které zpochybňují dominantní a sociální řád společnosti, to znamená, že ohrožují převládající hodnoty společnosti. V takových případech je osoba, která řád svým jednáním narušuje prezentovaná v negativním světle (zarámování) (Hall, 1978 in Trampota, 2006). Ideje vyjadřované ve zpravodajství mohou a většinou vycházejí z hodnot a norem daného společenství a z představ o tom, co je a není správné pro danou sociální skupinu (Trampota, 2006). Ideologie je ve zpravodajství často zobrazovaná pomocí nevyřčeného ve formě toho, co je samozřejmé a nezpochybnitelné (van Dijk, 1998 in Trampota, 2006).

Předpokladem pro fungující společnost je fakt, že dodržuje hromadně uznávaný soubor názorů, postojů a představ, což znamená - podporuje dominantní ideologii, tou je myšlen převládající a sdílený určitý pohled na svět. Právě takový pohled zprostředkovávají a pěstují média, ve směru udržet si většinové publikum píše konformně a neodvažují se zpochybnit zažitý standardy, i když nemusí být správné. Z toho se dá usuzovat, že pokud konzument dokáže zpochybnit podobu nabízených sdělení a informací, může být lepším komunikátorem. I média však mohou v určitých případech poskytovat alternativní pohled na určitá témata, což jim napomáhá vybočovat ze zažitých stereotypů (Burton, Jiráček, 2001).

Při studiích médií je ideologie důležitá hlavně proto, že poskytuje informace o využití mediálního sdělení jako zdroje poznání vztahu ve společnosti (o vztazích nerovnosti nadvlády a podřízenosti). Z pohledu marxizmu je ideologie projevem materiální existence, a tím „ztrácí morálka, náboženství, metafyzika a všechny ostatní ideologie i formy vědomí, které jim odpovídají, zdání samostatnosti“ (Marx, Engels, 1952 citováno in Jirák, Köpplová, 2009:35). Důležité je hlavně vědět, že média jsou výrazem či jinak řečeno nositelem nějakého souboru idejí, představ, hodnot a pocitů, které jsou chápány jako skutečné. Některý z těchto souborů může být vyzdvihnut jako dominantní, tento soubor neboli ideologii poté média nabízí jako platnou. Na základě splnění těchto podmínek je koncept ideologie považován za významný nástroj, potřebný k pochopení konstitutivní role médií v sociální komunikaci (Jirák, Köpplová, 2009).

Žurnalistika je stejně jako jakýkoliv jiný zdroj informací a názorů ve své podstatě ideologickou záležitostí. Jde o jistý komunikační nástroj, pomocí něhož se k publiku úmyslně či neúmyslně přenášejí nejenom fakta, ale i předpoklady, postoje a hodnoty, jež jsou odvozeny ze světového názoru a současně jej i vyjadřují (McNair, 2004).

Do zpravodajského pokrytí environmentálních témat je také zapojen ideologický aspekt, který se mění podle úrovně demokracie ve státu. Vliv ideologie v médiích je stále vidět v Rusku. Environmentální problémy se zde moc neřeší, a to hlavně proto, že se jimi z důvodů politického vlivu média nezabývají. Jedná se hlavně o informace zaměřené proti vládě, které se týkají choulostivých témat, třeba chemických zbraní, těžkých průmyslových odpadů, vojensko-průmyslových komplexů nebo jaderné energetiky a s ní souvisejících nehod (Djemina, 1998).

## **2.3. Vývoj a stav**

### **2.3.1. Česká média**

V 19. století se česká média ubírala trochu jiným směrem, nežli média zahraniční. Na mysl máme třeba média anglická nebo americká a to převážně díky jiným podmínkám, které souvisely s ustavením národní identity. Média v té době sloužila především jako prostředník pro národní a politické sebeuvědomování a pro povznesení národního ducha (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011). Mediální systém se držel jiných zásad, než jsou ekonomické principy, soukromé vlastnictví je prakticky nemožné (Jirák, Köpplová, 2009). Při pohledu na druhou polovinu 19. století je jasné, že média slouží hlavně, jako mocenský nástroj, a různé politické

strany média používají k upevňování svých pozic v českých politických kruzích, stejně tak se však rozvíjejí i kulturní deníky či lidově zaměřené časopisy (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011).

Ve 20. století je rozvoj médií utlumen, Československo se zařazuje mezi státy východního bloku a veškerá masová média jsou státem chápána jako nástroj propagandy a ideologického boje. Média tak zůstávají striktně pod taktovkou vlády a ve státním sektoru. Jakákoli komercializace či vstup soukromého vlastníka je stále velice omezen. Vzniká jen pár bulvárních deníků a společenských časopisů, jejich rozvoj je však ovlivňován vládou. Teprve po revoluci v roce 1989 se v České republice situace mění a dochází k rozvoji českých médií, začaly vznikat nové zábavně orientované rozhlasové stanice, komerční televize, bulvární časopisy a noviny a celkově se začínají masová média přizpůsobovat trhu a tím i evropskému modelu (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011).

V nadcházejících letech se také otevírají nové vzdělávací instituce, do kterých se hlásí mladí lidé a chtějí studovat žurnalistiku, hlavně z důvodu atraktivnosti tohoto oboru. Vracejí se i žurnalisté, kteří nuceně opustili svou profesi při nástupu komunizmu (Hallin, Mancini, 2008).

Současná situace na poli českých masových médií je zatím Evropě poněkud vzdálená. Novináři se soustředí převážně na sebe sama a svou kariéru, občas překračují daná pravidla určující etické postupy nebo vyžadující novinářskou čest a tím porušují i schválený novinářský kodex. Bohužel společnost jako taková utváří pravidla, podle kterých se řídí média, a jelikož je zde zákon překračován a není chápán jako neporušitelné tabu, těžko může být po médiích vyžadováno dodržování etiky. Na novináře je často vyvíjen tlak ze strany médií, která zase podléhají tlaku politiky a ekonomiky. Tento druh nátlaku je velice používaný právě v postkomunistických zemích, kde je běžné, že jsou média nástrojem k prosazování cílů ekonomicky silných skupin. (Mezuláník, 2006).

Bohužel česká masmediální scéna trpí několika závažnými nedostatky, jedním z hlavních nedostatků je to, že po roce 1989 se stal měřítkem žurnalistiky, osobní postoj a názor všech těch, kteří začali hledat v žurnalistice svůj existenční zdroj a jde jim jen o popularitu a slávu. Velký a podstatný vliv na českou žurnalistiku mělo i sjednocení studií žurnalistiky se studiem politologie a sociálních věd na univerzitě Karlově, tím dochází k přílivu neprofesionálně připravených pracovníků masových médií. Česká žurnalistika převzala některé záporné vlastnosti západní žurnalistiky (Mezuláník, 2006). Bohužel zde dnes neexistují žádné výraznější osobnosti, které by šli příkladem. Novináři nemají zájem o vzdělávání se v dalších příbuzných oborech, jako je třeba právo nebo ekonomika. Žurnalisté si

občas mylně vykládají i tak podstatný pojem, jakým je svoboda slova, a často překračují povolené meze a svobodu vyjadřování zaměňují za anarchii při publikování zjištěných informací (Mezuláník, 2006). Žurnalisté v České republice bojují i s ekonomickými problémy a díky tomu je ovlivněna i jejich práce. Často jsou náklady spojené s psaním seriózní žurnalistiky pro některá média moc vysoké, a proto se raději uchylují k psaní jednoduchých bulvárních článků a zaměřují se třeba na články pojednávající o známých osobnostech českého šoubyznysu. Stejný propad ve kvalitě mají u nás i média jako celek a přestávají lidi spojovat pomocí silných myšlenek, naproti tomu se zaměřují na kýč a spojují je pomocí emocionálních zážitků. Tímto média ztrácí hodnoty (Hvížd'ala, 2011).

Média v České republice mají také oproti zahraničním kolegům ekonomicky horší podmínky. Je zde dost málo a omezený trh jak mediální tak i reklamní. Obyvatele České republiky nejsou pro média dostatečnou kupní silou. Převážná část českých médií je vlastněná zahraničními investory, bohužel ti využívají nízkých platebních podmínek a profesních standardů, které v Cechách panují (Mezuláník, 2006). Česká média jsou svým způsobem svobodná, ale i tak se dá často polemizovat o skutečné svobodě vyjadřování hlavně proto, že jsou v českém státě stále síly, které bojují za to, aby se některé informace nezveřejňovali. Jde především o politiky, tuneláře a různé na první pohled nehned rozeznatelné kriminální živly. V takovou chvíli dostávají slovo české soudy, ty však také nedávají jednoznačnou odpověď, zda byl či nebyl vydavatel v právu. Bohužel tento neustálý nátlak justice vůči žurnalistice je nejsilnější zbrani proti svobodě slova (tamtéž).

Pro rámcovou analýzu se v této práci zaměříme na 2 týdeníky českých a ruských médií. Za česká média byl zvolen týdeník Respekt a za ruská média týdeník Argumenty i Fakta. Oba byly vybrány s ohledem na jejich periodicitu, a v obou případech se jedná o celospolečenské zpravodajsko-publicistické časopisy.

### **Respekt**

Respekt je český nezávislý politicky založený týdeník prosazující liberální názory. List byl založen 20 listopadu 1989, založili její převážně disidentští novináři a první název byl Informační servis. Od roku 1989 prošlo Respektem 9 šéfredaktorů, působilo v něm i několik známých osobností, za zmínku stojí třeba spisovatel Jáchym Topol anebo filmová kritička Tereza Brdáčková. Respekt se také jako jeden z mála časopisů může pochlubit oceněními, které během své existence získal, je mezi nimi cena časopisu „World Press Review“ „Editor roku 1991“. Co se týká nákladů, jde stále o jeden z nejčtenějších publicistických časopisů a dnes ho čte téměř 30 tis. čtenářů. Časopis se hodně zaměřuje na politiku, ekonomiku a historii, často popisuje a komentuje informace ze světa. Zakladen Respektu je i podpora

investigativní názorové žurnalistiky. Jelikož Respekt často kritizuje politickou sféru a představitelé různých soukromých institucí, stává se terčem soudních žalob a je mu vyčítána nedostatečná objektivita a výrazný sklon k liberálnosti. Dnes jde stále o jeden z nejuznávanějších týdeníků (Web6, Web11).

### **2.3.2. Ruská média**

Od počátku vzniku ruských médií jsou tato média pod stálým politickým tlakem, je jim vnucovaná pravda, která je však přizpůsobena potřebám a požadavkům vládnoucího režimu. Nebylo přípustné jakkoliv očerňovat nebo zpochybňovat vládu a její představitelé. Ruská cenzura přetrvávala celá staletí (Kozlova, 2000, Ognyanova, 2009). Greg Simons a Dmitry Strovsky poukazují na hluboce zakořeněnou autoritářskou tradici, která je zažita do všech sfér ruské společnosti. Tyto tradice jsou výsledkem obtížného života a velikosti země, která potřebuje při obraně své suverenity vůdci osobnost, schopnou vest jednotný ruský národ (Simons, Strovsky, 2006 in Ognyanova, 2009).

První noviny v Sovětském svazu byly listy pod názvem „Vjedomosti“ vydávané carem Petrem I Velikým, který prostřednictvím těchto jednoduchých novin informoval národ o svých záměrech a nařízeních. Rozdílem mezi touto ruskou publikací a jinými evropskými publikacemi z té doby je hlavně to, že jde o noviny kompletně řízené a vydávané samotným monarchou Petrem I Velikým (Kozlova, 2000).

Na počátku 19 století s nastolením vlády Alexandra I přišly změny v mnoha sférách života. V médiích se začal projevovat náznak liberalizace. Bohužel v roce 1804 se tyto náznaky ukončují a je přijat Cenzurní zákon, na základě kterého je zavedena předběžná cenzura médií. Tento Cenzurní zákon hlavně omezuje publikování a diskutování o společensko-politických tématech. Hlavním atributem žurnalistiky 19 století je, že se stále jedna o koníček, kterému se věnují hlavně představitelé šlechty. V roce 1826 až 1828 se rozšiřuje Cenzurní zákon a tím se zvětšuje i rozsah cenzury. V roce 1865 byl sepsán ruský zákon o tisku, který upřesňoval, co bude a nebude podléhat cenzuře, a zavedl odpovědnost médií za své publikace s tím, že prohřešky byly podstoupeny soudnímu řízení. Jedna z hlavních změn v ruských médiích se odehrála v druhé polovině 19 století, kdy začaly vznikat nízkonákladové publikace určené k všeobecné informovanosti národa a samozřejmě i pobavení (Jesin, 2000, Kozlova, 2000).

Na počátku 20 století se změnila také vnitřní struktura samotných médií a žurnalisté dostávají v médiích určité funkce a tím i různá hierarchická postavení. Po Velké říjnové

revoluce roku 1917 nastupuje vláda komunistů a média se musí zaměřovat na zavedení nových symbolů, rituálů a tradic pro zajištění ovládnutí společenské diskuze (Kozlova, 2000, Bonnell, 1997 in Ognyanova, 2009). Tisk a rádio se staly nejužitečnějšími nástroji pro dosažení těchto cílů. Během prvního roku komunistické vlády byly v Rusku uzavřeny skoro všechny nakladatelství. Ale bez ohledu na tuto krize se v té době utvořila silná žurnalistická struktura, která přetrvává do dnešní doby (Kuznecov, 2002).

S příchodem druhé světové války se změnil kompletně vzhled sovětského tisku. Zmenšil se náklad centrálních novin i místních publikací a to dokonce dvojnásobně. Převážně se psalo o vítězství Rudé Armády a o boji za komunismus na dobytých teritoriích. V poválečné době masová média každodenně zveřejňovala informace o pracovních úspěších sovětského lidu, zajištění sociálních podmínek pro národ, stavbě plynovodu, poslání družice do vesmíru, let prvního člověka do vesmíru a otevření výstaviště národního hospodářství. Byly také zveřejňované zprávy ze stranických sjezdů (Kozlova, 2000, Kuznecov, 2002).

Začátkem 70 a 80 let se začal rozvíjet samizdat. Šlo o domácí ilegální publikace, které byly nástrojem disidentů pro vyjadřování se proti režimu. Roku 1985 se v sovětské společnosti vyskytly určité do dnes nevyřešené problémy, které byly součástí liberalizačních změn (Kozlova, 2000, Kuznecov, 2002). V dobách sovětského svazu bylo právo na informace privilegiem jen pro několik málo vyvolených jedinců. Jen vybraná elita měla přístup k zakázaným informacím, knihám a filmům. Cenzura byla dokonce tak rozsáhlá, že se v médiích nesmělo informovat ani o negativně působících informacích typu pouliční krádeže nebo katastrofě státního rozsahu (Gorny, 2006 in Ognyanova, 2009). O zahraničních událostech se média raději ani nezmiňovala. Tento centralizovaný uzavřený model byl jedním z mnoha důvodů rozpadu sovětského svazu, jelikož nebyl připraven na adaptaci do nové informační ekonomiky (Castells, Kiselyova, 1995 in Ognyanova, 2009). To se vymykalo základním principům teorie sovětských médií.

Těsně před rozpadem Sovětského svazu dostala sovětská média relativní svobodu. V 90 letech byly přijaté zákony rušící cenzuru. B. Jelcin se stal prvním demokraticky zvoleným prezidentem Ruska a s jeho nástupem do funkce se opět pohled na svobodu trochu změnil (Ognyanova, 2009). Ivan Zassoursky tuto dobu pojmenoval jako „*formování nového médiapolitického systému*“ (Zassoursky, 2004 citováno in Ognyanova, 2009). Masová média se zbavila závislosti na komunistické straně a začala být závislá na různých korporacích, které je financovaly. Opět vzniká cenzura, ale tentokrát se zaměřuje na cíle různých korporací a jednotlivců. Televize je hlavním médiem, používaným na ovládnutí publika (Zassoursky, 2004 in Ognyanova, 2009). V té době se objevuje první bulvární tisk a informace se tím

stávají více dostupné, nevždy jsou však důvěryhodné (Mahonina, 2004). Jednou z nejdůležitějších událostí v tomto období je rychle se rozšiřující internetová síť v Rusku. Tím se k lidem dostává velké množství dříve nedostupných informací. Za posledních 25 let se ukazují změny v myšlení ruských novinářů a to hlavně v příklonu k západnímu stylu, přestali být propagandisticky založeni a začali se více zaměřovat na vlastní žurnalistickou tvorbu, bez nutnosti řídit se nějakým omezením či nařízením. Častým jevem v ruských masových médiích je však všude přítomné kopírování cizích článků a informací.

Jakmile nastoupil do funkce V. Putin, situace se v ruských médiích zase zdánlivě změnila. Jsou slibované různé změny ve vedení médií, ale dochází jen k jejich spojení pod vládou Ruska a tím i pod jednotnou kontrolu Kremlu (Web7). Nezávislími zůstávají jen některé menší rozhlasové stanice, časopisy a samozřejmě internet. Televize se stává opět hlavním prostředkem propagandy politického režimu, jelikož přibližně 85% Rusů má jako zdroj informací právě jen jednotné televizní vysílání (Ognyanova, 2009). Za vlády V. Putina se stala žurnalistika také velice nebezpečnou profesí a hodně novinářů již doplatilo na pokus o zveřejnění informací či vyšetřování události spojených se státní bezpečností (Web8).

### **Argumenty a fakta**

Argumenty a fakta je ruský novinový společensko-politický týdeník. Byl založen v roce 1978 sovětskou státní vzdělávací organizací „Znanije“ jako pomoc pro lektory-propagandisty. Šlo o metodickou pomůcku, která obsahovala různé informace, statistické a další údaje, které bylo těžko najít v oficiálním tisku. V roce 1980 nebyl časopis ještě v prodeji a bylo možné jej sehnat jen v rámci předplatného. Předplacení bylo velice omezené a týdeník byl využíván převážně politickými informátory. Všechny materiály byly přísně vybírané a podrobené cenzuře. Roku 1985 při započetí perestrojky vzrostla v sovětských médiích naděje na změny a tak šéfredaktor AiF Vladislav Starkov začal pracovat na zásadách transparentnosti. Tím se však dostal do konfliktu s vládnoucí komunistickou stranou a s jejím hlavním představitelem M. Gorbačovem. Bylo navrženo propuštění šéfredaktora, čímž se však zvedla veliká nevole mezi zaměstnanci a ti se za svého nadřízeného postavili. To bylo jedním z prvních ukazatelů a předzvěstí pádu totalitního režimu v Sovětském svazu. Týdeník AiF byl také zapsán roku 1990 do Guinnessovy knihy rekordů a to díky svému ročnímu nakladu, který činil 33,5 mln výtisků. Dostal také různá ocenění třeba roku 1995 na festivalu Hong-95 za „Nejlepší noviny roku“ nebo také v roce 1996, kdy mu Svaz novinářů Ruské Federace udělil cenu za „Nejlepšího editora roku a nejlepší noviny roku“. Byl však oceněn i mimo Ruskou Federaci a to v Londýně za „Nejlepší neanglicky psány týdeník roku 1996“. V dnešní době se časopis zaměřuje převážně na sociální sféru, přičemž informuje mimo jiné i

o dění ve světě, v politice, kultuře a ekologii, snaží se však co nejméně působit politicky a vyhýbá se přílišné konfrontaci s vládní stranou (Web9, Web12).

### **3. KONCEPTY PŘÍRODY**

#### **3.1. Definice přírody a životního prostředí**

Vysvětlit pojem příroda není nijak jednoduché, dle sociologa Roberta Williamse jde o „*nejšložitější slovo v jazyce*“ (Williams, 1983 citováno in Hansen, 2006:812). Williams se snažil přírodu pojmout pomocí tři definic tohoto slova. První definuje přírodu jako esenciální kvalitu a charakter něčeho, druhá ji pojímá jako základní sílu řídící svět nebo lidské bytosti, popřípadě oboji. A třetí popisuje přírodu jako samotný materiální svět, který zahrnuje anebo nezahrnuje lidské bytosti (Hansen, 2006:812).

Musíme si však vysvětlit rozdíl mezi přírodou a životním prostředím, i když si většina lidí myslí, že jde o stejnou věc, jedná se o odlišné koncepty. Hlavním rozdílem je, že „příroda“ je vyjádření abstraktního, téměř „neutrálního“ významu mimolidského světa. Kdežto „životní prostředí“ je více spojeno s determinovanějším lidským, ale i mimolidským prostředím nebo okolím se vztahem k určitému organismu nebo entitě. Příroda se tedy na rozdíl od životního prostředí neodkazuje na nic konkrétního či organického (Barry, 1999 in Novák, 2009:204-205).

Člověk na přírodu nahlíží pomocí vlastních životních zkušeností, ty se samozřejmě postupem času mění a tak se koncept přírody mění s ním. Koncept přírody se tedy může považovat za určitý koncept člověka, jelikož odráží naše zkušenosti. Konceptce je tedy závislá na sociální selekci a sociální reflexi. Lidským rysem je zaměřit se jen na určité vlastnosti přírody a ty, co se nám nelíbí, tak ignorujeme (Novák, 2009). Williams také udělal historický popis pojmu příroda. K první a velice podstatné transformaci pojmu příroda došlo ve 13. století, kdy hlavně vlivem monoteistického křesťanství začala příroda být spojována s určitým společenským řádem. Později došlo k dalším dvěma významným transformacím. Bylo to v 16 a 17 století a obě zahrnovaly separaci přírody od Boha a lidstva. První transformace vytvořila z přírody oběť vědy, kdy se pomocí fyziky a matematiky z přírody stala materiální věc. Základ druhé transformace byl v konstruování přírodního stavu, který předcházela civilizovaným společnostem. Někteří vědci v tuto dobu vnímají jako zlatý věk, jiní jako třeba Th. Hobbes jako osamělou a brutální dobu (Williams, 2005 in Novák, 2009).



V posledních letech je na přírodu nahlíženo ze dvou stran: prvně jako na něco krásného a křehkého, morálně čistého, o co musí lidé starat a musí chránit; druhý pohled se zaměřuje na přírodu jako na zdroj ohrožení a nebezpečí pro lidi (Novák, 2009).

### 3.2. Rámování přírody

Člověk přírodu vnímá podle různých vlastností a představ, to jsou takzvané rámce nebo koncepty, ve kterých se projevuje ambivalentní pohled na přírodu. Příroda je proto zobrazovaná jako bezpečná (slouží jako ukryt jak fyzický, tak i duševní), nebezpečná (hodně dravé zvěře), plodná (poskytuje živiny), neplodná (neúrodná, pustá), čistá (bez zásahů lidí), zkažená (neovladatelná), původní (léčiva), ničivá (záplavy). Každý kladný pohled má svůj záporný ekvivalent (polysémika), jde tedy o schopnost pojmut řadu rozporných významů (Novák, 2009). Tento rozporuplný pohled na koncept přírody popisuje Kate Soper následujícími slovy: *„Příroda je jak stroj, tak i organismus, je pasivní látkou i činitelem vitality. Je reprezentovaná jak divochem, tak aristokratem, je znečištěna, je i zdrojem zdraví, je neslušná i nevinná, smyslná i čistá, chaotická, je i zdrojem řádu. Ve feministickém pojetí je příroda stejně milenkou, matkou a xantypou: zdrojem smyslového potěšení, pečujícího lůna, místem proradných a mstivých sil zkrocených za trest pro její lidské porušení. Vznešená a pastorální, indiferentní k lidským cílům a ochotě sloužit jim, příroda vzbuzuje hlubokou úctu, když utěšuje, šíří děs, když pacifikuje, představuje se zároveň jako nejlepší z přátel a nejhorší z nepřátel“* (Soper, 1995 citováno in Novák, 2009:208).

Anders Hansen s odkazem na studia provedená v různých segmentech mediálního průmyslu, jako jsou filmy, reklama, dokumenty, rozdělil vnímání přírody do pěti základních rámců (tamtéž).

1. Příroda jako dobrá a čistá. Na přírodu je pohlíženo jako na matku živitelku. Jde o něco čistého, neposkvrněného zkaženým člověkem. Je ceněná a sama o sobě velice dobrá, není nutné do ní zasahovat, jelikož je samostatná.
2. Příroda zranitelná a ohrožená. Příroda je ohrožená binární opozici ve formě vědy a technologie. Člověk ji musí chránit a pečovat o ni.
3. Příroda jako nedokonalá. Jde o kladný přístup k binární opozici. Věda je zde, aby opravila nedokonalost a napomohla kontrole nad přírodou. Návrat k přírodě je krokem zpět.
4. Příroda jako hrozba. Příroda je mocna a pomstychtivá. Jde o nepředvídatelného protivníka, který je hrozbou pro člověka. Jedná se o zakořeněnou lidskou vlastnost, jelikož

člověk a vždy strach z neznámého a neprozkoumaného. Musíme dodržovat přírodní zákony a neměli bychom si s přírodou zahrávat.

5. Příroda jako výzva. Tento rámec zahrnuje testování kvality vědy, lidských schopností a důvtipů při překonávání přírody a jejich nástrah (Hansen, 2006:813-814).

Tyto základní rámce však s přírodou korespondují jen nepřímo. Mnohem více vystihuje rámce přírody přístup v různých zemích a kulturách. V každém časovém období lidstva se na přírodu pohlíželo jinak. Dnes je podle Alexandra Wilsona ekologická krize spíše odrazem naší „*krize kulturní*“, jenž „*zaplavuje naše domácnosti, naše rozhovory, naši ekonomiku*“ (Wilson, 1992 citováno in Novák, 2009:209). V empirické části práce představím své rámce přírody, jenž budou popsány a podrobeny analýze.

### **3.3. Rozvoj environmentálních témat ve zpravodajství**

Za symbolický počátek rozvoje environmentálních témat v globálním měřítku ve zpravodajství je možné považovat obrázek planety Země, viděny z vesmíru a vydány roku 1969 při letu kosmické lodi Apollo 11 na Měsíc. Do té doby existovala pro většinu environmentálních hnutí jen takzvaná respektovaná ochrana přírody (conservation), pod kterou bylo zahrnuto především ochraňování vzácných druhů zvířat nebo ochrana určitých částí Země (parky, řeky a podobně). Tato respektovaná ochrana přírody však neměla nic společného se znečišťováním průmyslovými odpady nebo se znečišťováním ovzduší, to byly environmentální problémy, o kterých začala média psát aktivněji až v 60 letech 20. století (Novák, 2009). Do té doby v médiích rubriky o environmentálních problémech nebyly vydávány. Dokonce ani nebyl nikdo, kdo by se specializoval na tuto problematiku (Hansen, 2010).

V roce 1970 se také poprvé 22. dubna oslavil Den Země. Tehdy začala média termín „životní prostředí“ vnímat jako sociální problém a nahradila jim neutrální problém „ochrana přírody“ (Novák, 2009:214). Média se tak stala hlavní veřejnou arénou pro publikování environmentálních otázek a střetávaly se zde argumenty, požadavky, názory o ochraně životního prostředí a jeho užívání (Hansen, 2010). Jelikož jak již bylo řečeno, neexistovali žádní odborníci zabývající se těmito problémy, nebylo často ani jasno do jaké mediální rubriky daný environmentální problém zapadá. Témata se soustředila do více odvětví takových jako medicína, zdraví, politika, ekonomie, veda a proto se objevuje nové souhrnné téma - ekologie, které v sobě tato odvětví spojuje (Hansen, 2010).

V 70 letech byla environmentální témata hlavní novinkou v mediální sféře a samostatná média začala najímat novináře soustředící se na tuto problematiku. V druhé polovině 70 let se snížil zájem publika o environmentální problematiku. Příčinou byla jak samotná média a jejich nezájem, tak i nová a pro lidi podstatnější témata tykající se energetické krize, inflace a nezaměstnanosti. Jak prokázal J. W. Parlour a S. Schatzow pro média je prioritou ekonomický růst a výkon a nemají příliš tendence tento stav zpochybňovat. Později byla tato tvrzení prokázána i A. Hansenem (1993) a A. Andersonem (1997). Počátkem 80 let opět zájem o environmentální témata vzrostl. Média nyní kladla důraz hlavně na lidský prvek. Tím se do popředí dostaly takové informace, jako jsou zemětřesení, záplavy, hurikány a byly potlačeny zprávy zaměřující se na znečišťující látky či pesticidy v zemědělství. Díky tomu se začala podceňovat tato dlouhodobá environmentální rizika (Novák, 2009).

V 90 letech se pohled médií zaměřil na jedno významné environmentální téma této doby a tím byla jaderná energie. K debatám o její využitelnosti a bezpečnosti přispěla také havárie jaderné elektrárny Černobyl, která se stala v tehdejší Sovětském Svazu v roce 1986. Média zprávu prezentovala jako „náhodný incident“ a chybu, která se mohla udát jen v komunistickém Sovětském Svazu. Média také vytvářela dojem, „že jaderná energie je čistá, efektivní a bezpečná“ (Allan, Adam, Karter, 2000 citováno in Novák, 2009:215). Měla tendenci ukazovat environmentální krize spíše jako skupinu na sebe navazujících katastrofických událostí než jako výsledek byrokratické vypočítavosti a rozhodnutí. V této době začíná zájem o životní prostředí procházet určitými cykly. Důvodem jsou různé změny politického, ekonomického a sociálního kontextu, a to jak v jednotlivých zemích, tak i na mezinárodní scéně. Do popředí environmentální problematiky se také dostávají témata jako globální oteplování a změny klimatu. I přes to ale jako nejdůležitější zůstávají zprávy o katastrofách a krátkodobé události, které potlačují dlouhodobé a méně viditelné problémy (Novák, 2009).

Téma životního prostředí nikdy nebylo oblíbeným tématem pro mediální pokrytí a to hlavně z důvodu, že toto téma zahrnuje všechny zpravodajské oblasti a také proto, že lidem připadá jako nudné, nesrozumitelné a složité. I environmentální témata jsou z určité části utvářena výrobními tlaky. D. Clarkeová je rozdělila do dvou skupin. Jde o tlaky krátkodobé (logistické či technologické povahy) a dlouhodobé (ekonomické a profesní povahy). Na environmentální témata však působí také určité vnitřní faktory (Novák, 2009). Prvním faktorem, jak jej popsala A. Andersonová, je orientace na události. Aby se z informace stál dobrý zpravodajský příběh, musí být orientovaná na nějakou událost. Podle ní takovou událostí, která dokáže zaujmout, je třeba ropná skvrna, hořící les nebo probuzená sopka. Jde

tedy spíše o traumatické události nebo pseudoudálosti jakými může být třeba tisková konference či nějaká podobná akce tykající se nevládních organizací. Důvodem takové selekce je časový tlak v rámci fungování zpravodajských organizací a tento postup umožňuje jednotlivým zdrojům kontrolu zarámování zpráv. Novinářům tak odpadá nutnost zasazení zprávy do širého kontextu. Druhým faktorem je silná vizuální složka. Ta je však u každého média jiná. Nejvíce se tohoto faktoru využívá v televizních médiích. Nejlépe to vystihuje následující tvrzení „[...]jsme o obrázcích [...] jsme také o slovech, ale ta jsou jen popisem k obrázkům [...]“ (Anderson, 1997 citováno in Novák, 2009:222). To jsou slova jednoho bývalého korespondenta televize BBC pro životní prostředí. Pro média je mnohem snazší zobrazit situaci, kdy se skupina demonstrantů snaží zabránit ničení přírody, než popisovat a snažit se poukazovat třeba na globální oteplování. Třetím faktorem, který se týká vnitřní struktury zpravodajství, je uzavřenost v denním 24hodinovém cyklu. Tím je většina environmentálních problémů řazena mezi nežádoucí, jelikož se ve většině případů jedná o dlouhodobé problémy, které do procesu médií nezapadají. TV i radia se řídí dle časových schémat a tisk má na každé vydání uzávěrku, kterou musí dodržet (Novák, 2009).

Když se podíváme na ruská média, je jejich postup a vývoj podobný jako u těch západních. Environmentální témata se v ruských médiích vyvíjejí od 60 -70 let dvacátého století, kde na ně začala média kladt větší důraz. V 80 letech dvacátého století vznikla perestrojka a vláda oslabuje v úsilí kontroly tisku a tím i kontroly environmentálních témat. Toho se chytlo velké množství médií a z environmentálních témat se staly vyhledávané zprávy. Většina médií v tuto dobu vyhledávala skandály a odhalovala informace protivládního charakteru a s co nejvíce šokujícím tématem. Takovým tématem byla třeba Černobylská katastrofa nebo odhalení údajů tykajících se kvality vody, ovzduší, jídla a podobné sociálně zaměřených informací (Orječova, 2009). Na vlně těchto změn se začali rozvíjet různé organizace na ochranu životního prostředí a vznikají také média, která zvyšují množství publikací zabývajících se environmentálními problematikou, a to jak oficiálního tak i neoficiálního původu. Dochází zde i k žánrové transformaci, a z literárního příběhu nebo vědeckého článku se tak stávají masové zprávy. Později v roce 1991 se situace mění. Zájem o environmentální témata odpadá a lidé se zaměřují na sociální, ekonomické a politické problémy vzniklé rozpadem Sovětského svazu. Média obrací svou pozornost směrem ke zprávám, které lidi zaujmou. To jsou zprávy tykající se převážně různých dramatických témat, loupeží, vražd. Environmentální témata jsou přesunuta do pozadí. Vláda opět zavádí skryté embargo na veškeré informace a média jsou tím od nich odříznuta. Tím končí velké množství nezávislých deníků a zpravodajců (Web10). Dnes většina médií převážně pod tlakem vlády a

různých ekonomicky silných skupin informují jen o událostech, které je podporují. I tak se ale stále najde dost zpravodajců a vydavatelů, kteří informují o skandálech a problémech spojených s životním prostředím. Mají však velice stížené podmínky (Orjehova, 2009).

## EMPIRICKÁ ČÁST

### 4. METODOLOGIE

#### 4.1. Cíl výzkumu

Předmětem zkoumání této práce je mediální pokrytí životního prostředí a přírody v ruském časopisu Argumenty a fakta a českém časopisu Respekt za období let 2007-2011. Cílem dané práce je analýza proměn mediální reprezentace životního prostředí a přírody v ruském a českém tisku za stanovené období.

#### 4.2. Metoda

Pro dosažení cíle své práce jsem si vybrala obsahovou analýzu. Jde o standardní metodu zkoumání, která se používá za účelem prozkoumání určitého mediálního obsahu nebo pro srovnání a odhalení odlišnosti nějakého tématu. Výzkum tematické agendy je v kvantitativní podobě také vhodný pro porovnání obsahu médií v různých zemích. Dále umožňuje časové porovnání a zmapování proměn médií v přístupu k jednotlivým tématům. Můžeme také rozlišovat několik typů tematické agendy. Zprvém výzkum sledující postavení jednoho tématu a zadruhé výzkum zkoumající celou agendu. Pro náš výzkum je tedy nejvhodnější použít první variantu, jelikož budeme zkoumat určité téma a jeho výskyt a proměnu v čase ve dvou vybraných týdenících. Kvantitativní metoda má tu výhodu, že ji lze přenášet, poskytuje objektivní výsledky, které lze předložit ve formě tabulek a grafu. Je také využívána pro svou strukturovanost a vysoký stupeň ověřitelnosti. Dalším kladem dané metody pro tuto práci je schopnost zpracovat velké množství textů.

#### 4.3. Teorie kvantitativní obsahové analýzy a její kritika

Obsahová analýza je známa velice dlouho. Jedna z neznámějších definic byla publikována již v roce 1952 a pochází z publikace Bernarda Berelsona. „*Obsahová analýza je výzkumná metoda pro objektivní, systematický a kvantitativní popis manifestovaného obsahu komunikace*“ (Berelson, 1952 citováno in Jiráček, Köpplová, 2009:282). „*Manifestovaným obsahem*“ Berelson myslel „*zjevné smyslové vnímatelné charakteristiky sdělení, tedy to, co je na sdělení objektivizovatelné*“ (Jiráček, Köpplová, 2009:282). Avšak Berelsonův přístup byl

často kritizován a to převážně kvůli izolování obsahu od textu. Tento přístup byl popsán kritikem Klausem Krippendorffem a pojmenován jako „metafora bedny“. Krippendorff také nesouhlasil s kvantitativním charakterem obsahové analýzy a čtení textu by zahrnul spíše do kvalitativní části. Krippendorff vytvořil vlastní definice obsahové analýzy: „Obsahová analýza je výzkumná metoda umožňující opakovaně vyvozovat validní závěry z textů (nebo jiného významového materiálu) o kontextu jejich užití“ (Krippendorff, 2004:18).

Krippendorff také podotýká, že text nemá jen jediný význam, a proto by se při analýze textu neměl výzkumník soustředit na určitý obsah, ale na smysl a význam textu, který se může skrývat mezi řádky a nemusí být od začátku zcela zřejmý (Krippendorff, 2004:21-24). Při použití Berelsonovy definice by výsledky některých analýz byly zcela mylné. Jediné vymezení, které Krippendorff povoluje je vymezení kontextu, v němž je text zkoumán. Pro začátek je tedy u obsahové analýzy nutné zdůraznit, jaký kontext bude v případě vybraného textu vymezen (Krippendorff, 2004:21-24).

Obsahová analýza by měla tedy v praxi obsahovat několik vymezených bodů, které se však mohou částečně prolínat (Trampota, Vojtěchovská, 2010)

1. formulace výzkumné otázky nebo hypotézy,
2. definice výběrového vzorku populace,
3. vyber náležitého vzorku populace,
4. vyber a definice jednotky měření,
5. konstrukce kategorií, které budou analyzované,
6. vystavení systému kvantifikace,
7. trénink kódovačů a provedení pilotního výzkumu,
8. kódování obsahů,
9. analýza získaných dat,
10. definice závěrů (Trampota, Vojtěchovská, 2010:103-104).

Tradiční obsahová analýza má mnoho omezení a neduhů, je značně reduktivní, a to jelikož je předmět zkoumání zúžen na počitatelné jevy (Trampota, Vojtěchovská, 2010). Neumožňuje komplexnější náhled do mediálního obsahu. Je v ní také zapomínáno na unikátní vlastnosti zařazených prvků, které zbavuje historického a sociálního kontextu (Jirák, Köpplová, 2009). Jelikož je významový systém často vytvořen výzkumníkem, a není odvozen z obsahu, může být systém kategorií selektivní a deformovaný, výsledek tedy nebude objektivní (McQuail, 1999; Reifová, 2004). Vzhledem ke své nízké komplexnosti se dá použít jako základní typ zkoumání obsahu a její výsledky neposkytují mnoho detailů (Jirák, Köpplová, 2009).

Ve své práci kvůli nedostatkům, které zahrnuje kvantitativní metoda, použiji také metodu kvalitativní v podobě kvalitativního přístupu, jenž pomůže analyzovat texty více do hloubky. Kvalitativní metoda bude v mé práci prezentována rámcovou analýzou, která se mi zdá jako nejvhodnější pro lepší interpretaci významů zkoumaného materiálu.

#### 4.4. Teorie kvalitativní obsahové analýzy

Podle McQuaila tato metoda zahrnuje dva hlavní body, jsou jimi strukturalismus a sémiologie. Texty jsou analyzovány za pomoci určitého významů a ten je odvozován z textových vztahů opozic a kontextu. Nepoužívá se zde žádných počtů, ani se nezjišťuje vyváženost referenci. Dále se při této metodě pracuje spíše s latentním (hlubším) obsahem nežli se zjevným. Veliký důraz je kladen také na strukturalismus, který je založen na úplně jiných základech než kvantitativní obsahová analýza, hlavní rozdíl je, že nepřikládá váhu postupům při výběru vzorku a odmítá představu, že jsou všechny jednotky obsahu rovnocenné (McQuail, 1999).

Kvalitativní analýza také odděluje svět sociální a kulturní „reality“, jelikož sdělení a příjemce mají každý oddělený svět významů a každý musí být sám popsán a osvětlen. „*Publikum*“ je také rozdělované na „*interpretativní komunity*“ a každá z těchto komunit má vlastní jedinečné možnosti (McQuail, 1999:310). Mediální obsah také zahrnuje více než jeden kód jazyka či znakového systému. Není tedy možné, aby nějaký systém kategorií obsahoval prvek, znamenající přesně totéž pro člena publika a pro mediálního výzkumníka. Teorie strukturalistiky tuto možnost vylučuje (McQuail, 1999).

Součástí kvalitativní obsahové analýzy je analýza rámců. Pomoci rámců je možné zkoumat nejen zjevný obsah, ale i vnitřní strukturu textů, jde tedy o komplexní analýzu. Tato analýza zahrnuje i výrazy či myšlenky, které nejsou v textu přímo zahrnuté, ale pro samotnou analýzu mohou být důležité.

Analýza rámců obsahuje různé postupy, ty vycházejí ze základu, které vytvořil Erving Goffman roku 1974 ve své knize „*Frame analysis*“. Goffman rámce popisuje jako organizované body složené z nevyslovených teorií, určujících co se děje a na čem záleží. „*Rámování je také denně se opakujícím procesem*“, ve kterém jedinci vytvářejí rámce a „*spoléhají se na ně, aby porozuměli každodenním interakcím, konvenčním rituálům, diskursu, reklamám a dalším elementům sociální praxe*“ (Goffman, 1986 citováno in Hausenblasová, 2008: 33-34). Jelikož se při každé studii vytváří nové a nové rámce, je poté nutné selektovat ty, které jsou nedostatečně popsány nebo se vyskytují jen zřídka. Analýza rámců nezkoumá



jednotlivé jevy, ale zkoumá celkový kontext a zjišťuje jeho důležitost. Zasazení do kontextu vychází nejen s dat, ale také z obecné analýzy sociálních a kulturních procesů (Ezzy, 2002 in Hausenblasová, 2008). Vyhledávané jsou především rámce, které se v obsahu vyskytují nejčastěji a právě tyto rámce utvářejí celkovou podobu zkoumaných částí obsahu. Analýza rámců se také rozděluje podle přístupu a to na dvě části – induktivní a deduktivní. Induktivní přístup znamená rozdělení rámců před výzkumem a poté se v obsahu vyhledávají rámce předem určené. Deduktivní postup se odlišuje od induktivního tím, že se rámce určují až v průběhu analýzy textu (Hausenblasová, 2008).

Dnes je často využívaným postupem – Gamsonův a Modiglianův systém v matici. Díky svému systému rozdělili určité často se vyskytující prvky do základních kategorií: na rámovací prostředky a prostředky argumentační. Do první kategorie jsou často zahrnované metafory, příklady, fráze, popisy a vizuální obrazy. Do druhé kategorie zahrnujeme zdroje, důsledky a odkazy na principy, morální a etické. Každý takto selektovaný prvek může danou informaci učinit rychle interpretovatelnou. Kořeny a důsledky mohou působit jako argumenty k podpoře autorem preferované perspektivy. Hlavní výhodou tohoto druhu rámcové analýzy je jeho obecný přístup a může být aplikován na mnoho druhů témat. Nicméně u této metody nelze nalézt všechny rámce a vyhledat všechny argumentační linie (Hausenblasová, 2008).

#### **4.5. Výzkumné otázky a hypotézy.**

S ohledem na své osobní zájmy a pomoci odborné literatury jsem sestavila řadu výzkumných otázek, na kterou se použitím kvalitativní analýzy rámců a kvantitativní obsahové analýzy, pokusím najít odpovědi.

1. Jak se měnil rozsah a počet článků pojednávajících o environmentálních tématech během zkoumaného období ve vybraných publikacích?
2. Jaká environmentální témata se objevují v časopisech Respekt a Argumenty a fakta v zkoumaném období?
3. Jaký je relativní počet článků s environmentální problematikou na jednotlivé rubriky obsažené v obou týdenících?
4. Jaké jsou nejvíce používané zdroje pro environmentální obsah prezentovány ve vybraných časopisech?
5. Jaké je procentuální zastoupení zdrojů citovaných přímo ve zkoumaných publikacích za celkové období?

6. Jaké rámce se používají při zobrazení přírody ve vybraných publikacích Respekt a Argumenty a fakta?

Na základě těchto výzkumných otázek byla vytvořena hlavní pracovní hypotéza: „Ruský časopis *Argumenty a fakta* věnuje menší prostor environmentální problematice a má menší spektrum environmentálních témat než český časopis *Respekt*“.

Vedlejší hypotézou je předpoklad, že „*Environmentální témata v zkoumaném časopisu Argumenty a fakta jsou převážně propojené s ekonomickými a sociálními tématy*“.

#### 4.6. Výzkumný vzorek

Za kódovací jednotku jsem si pro svou práci zvolila novinový článek. Po určení kódovací jednotky jsem stanovila základní soubor výzkumu, jde o soubor, který byl utvořen ze všech možných výběrových jednotek, složených z vybraného množství novinových článků. Předvýzkumem jsem nejdříve zvolila, jak dlouhé bude zkoumané období, to znamená, kolik roků budu analyzovat. Tím jsem určila množství zkoumaného materiálu. Vzhledem k množství materiálu jsem musela zmenšit objem novinových článků a k tomu jsem vybrala určitý postup, jenž je popsán níže. Předvýzkum tedy nebyl přínosem jen pro určení období, které chci zkoumat, ale pomohl mi také určit konkrétní klíčová slova, která definovala, jaké články jsou pro finální výzkum důležité, jaké jsou jen okrajové a nakonec, které do výzkumu nepatří. Vybranými klíčovými slovy tedy jsou celá slova: příroda, přírodní, ekologie, ekologický, životní prostředí, recyklace, znečištění, environmentální, globální oteplování, zvířata, biologický. Tato slova jsem pro lepší orientaci a vyhledávání v textu zkrátila na: *přírod-, ekolog-, životní, recykl-, znečišť-, environ-, globální, zvíř-, bio-*.

Obsahovou analýzu budu aplikovat na dva obsahem podobné týdeníky: český Respekt a ruský Argumenty a fakta. Zkoumat budu období mezi lety 2007 až 2011. Toto období jsem vybrala, aby byly údaje co nejaktuálnější. Systematicky jsem si selektovala časopisy podle vybraného postupu, který byl následující: první měsíc v každém vybraném roce jsem použila k analýze první číslo, druhý měsíc - druhé číslo, atd. Následně jelikož vycházejí 4 čísla do měsíce, tak se v pátém měsíci vracím zpět k prvnímu číslu tohoto měsíce a tento postup opakují třikrát v každém vybraném roce. Postup jsem aplikovala na oba zkoumané týdeníky. Za rok jsem tedy od každého časopisu získala 12 čísel a za zkoumané období jich bylo celkem 48 a to jak z Respektu, tak z Argumenty a fakta. Takový postup jsem si vybrala z praktického důvodu a to proto, abych nemusela analyzovat všechna čísla v každém roce a přesto měla dostatek materiálu k prokazatelnému výzkumu.

Respekt a Argumenty a fakta jsem si vybrala z důvodu podobnosti a to nejen v jejich periodicitě, ale také v popularitě mezi čtenáři. Dále bylo jedním z kritérií i to, že oba píšou profesionálním způsobem. Nejde tedy o běžné bulvární plátky. Samozřejmě dalším velice podstatným kritériem bylo, aby jeden časopis byl z České republiky a druhý od vydavatele z Ruska. Tím jsem zaručila podstatnou rozdílnost, která je důležitá pro celkový výzkum. Oba časopisy vycházejí jak v tištěné, tak i v elektronické podobě a právě elektronická podoba byla pro mě vhodná, a to hlavně proto, že jsem mohla jednoduše selektovat klíčová slova, mohla jsem zjistit, které články jsou sekundárního, a které – primárního charakteru. Navíc jsem mohla zjistit počet znaků jednotlivých odstavců či vět, ve kterých se vyskytovala mnou vybraná klíčová slova.

Problematika životního prostředí je často využívané téma a setkáváme se s ní jak v domácím, tak i v zahraničním zpravodajství. Toto téma je součástí různých zájmových oblastí, jako je ekonomika, politika, kultura a technologie. V dané práci jsem se zaměřila na různorodé články, týkající se životního prostředí a to proto, abych zachytila celou šíři zpravodajského pokrytí ve zkoumaných časopisech. Z tohoto důvodu byla mnou zavedena proměnná (viz dále), která napomáhá rozdělit články podle různých rubrik.

Časopis Respekt je týdeník, který se zaměřuje převážně na ekonomiku a názorovou investigativní žurnalistiku. Jeho čtenářská komunita čítá cca 115 tis čtenářů a jeho náklady na tisk jsou dle údajů z roku 2007 – 104 tis výtisků měsíčně. Jeho čtenáři patří s 38 % mezi nejvyšší sociální třídu a to převážně s ekonomickým zaměřením. Nynějším šéfredaktorem je E. Tabery. Jeho zástupci jsou M. Švehla a P. Třešňák a má celkem 5 stálých editorů. Vydavatelem časopisu je Ekonomika a. s. a vlastníkem je Respekt publishing a. s.

Časopis Argumenty a fakty píše o ekonomických problémech, má velké sociální citění a preferuje názorovou žurnalistiku. Má přibližně 7,5 mil ruských čtenářů a náklady na tisk za jeden měsíc u něj činí zhruba 2,5 mil výtisků. Převážná část jeho čtenářů cca 80% patří do vyšší sociální úrovně. Šéfredaktorem časopisu je N. Zjat'kov, jeho zástupcem je E. Faktorovič. Celý časopis je vlastněn společností Argumenty a fakty a. s. Tato společnost se stará i o vydávání časopisu.

Pro zpracování dat, vytvoření potřebných tabulek a grafů jsem použila program Microsoft Excel.

#### 4.7. Výběr a popis proměnných

Výběr a popis proměnných je jednou z důležitých součástí obsahové analýzy. Ve chvíli kdy určím vybrané jednotky, musím identifikovat znaky, které zahrnu do obsahové analýzy. V odborné terminologii jsou tyto znaky pojmenované jako proměnné, jelikož se proměňují, což v praxi znamená, že mohou získat různé hodnoty. Tyto znaky utvořené z jednotlivých elementů výzkumu „*musí umožňovat zpětnou vazbu na výzkumné téma*“ (Rejfová, 2004:41). Znaky tedy musí být přiměřené a také snadno použitelné. Každá kódovací jednotka, v mém případě – novinový článek, se páruje se všemi relevantními proměnnými (Rejfová, 2004).

Při analýze budu tyto proměnné zanášet do kódovací knihy ve formě číselných kódů.

Určujeme dva typy proměnných. Jde o identifikační a analytickou proměnnou. Identifikační proměnná slouží jen k identifikování novinového článku. To mi umožní nalézt v médiích již analyzované novinové články, což je důležité hlavně při zpětné kontrole a zjištění případných chyb v kódování. Druhý typ proměnných slouží k zodpovězení zadaného tématu a jsou zčásti formulované jen abstraktně. Musím jim tedy určit viditelné znaky, což nazýváme operacionalizace nebo také tvorbou indikátorů. Při tomto postupu je nutné docílit potřebné validity. Jde o to, aby znak byl skutečnou konkretizací abstraktního znaku v tématu (Rejfová, 2004).

V kódovací knize jsou všechny proměnné logicky uspořádané tak, že jdou identifikační a analytické za sebou.

Pro svou práci jsem si zvolila následující **identifikační proměnné** (podrobný seznam je uvedený v kódovací knize):

Proměnná *Pořadové číslo kódování jednotky (1)*: V mém výzkumu je zakódovanou jednotkou určen novinový článek. Tento článek je vybrán ze zkoumaných časopisů.

Proměnná *Týdeník (2)*: *Argumenty a fakty (kód 1), Respekt (kód 2)*.

Proměnná *Číslo časopisu (3)* : Určuje měsíc a rok vybraného časopisu.

Proměnná *Název článku (4)*: Odpovídá skutečnému názvu vybraných relevantních článků.

**Analytické proměnné** jsou následující:

Proměnná *Rubrika (5)*: Určuje, v jaké rubrice se kódovací jednotka objevila. Některé z rubrik mají názvy totožné s názvy z časopisů. Některé z rubrik jsem však zařadila pod jednotný název, který vyjadřuje směr, v jakém jsou rubriky psány. Pro jedinečné případy u dané proměnné jsem zavedla *kód (24) Nelze určit*.

Společná rubrika *Celosvětová problematika* obsahuje rubriky *K věci, Eseje, Diskuze, Katastrofa*.

Společná rubrika *Civilizace* obsahuje rubriky *Civilizace, Záhady starých civilizací*.

Společná rubrika *Domov* obsahuje rubriky *Česko, Domov, Česká inteligence, Deset českých zpráv, Z kraje*.

Společná rubrika *Komentáře* obsahuje rubriky *Komentáře, Glosa*.

Společná rubrika *Krátce* obsahuje rubriky *Krátce i Minulý týden*.

Společná rubrika *Lifestyle* obsahuje rubriky *Kuchyně, Po nákupech, Vánoční příloha, Trendy*.

Společná rubrika *Osobní názory* obsahuje rubriky *Výběr z webu, Dopisy, Na pozvání, Blogy*.

Společná rubrika *Osobní příběhy* obsahuje rubriky *Ve hvězdách, Jednatřicítka, Jeden den v životě, Od věci*.

Společná rubrika *Technologie* obsahuje rubriky *Technika, Auta*.

Společná rubrika *Zahraničí* obsahuje rubriky *Zahraničí, Deset světových zpráv, Svět*.

Společná rubrika *Zdraví* obsahuje rubriky *Zdraví, Národní doktor*.

Proměnná *Počet znaků v článku (6)*: Umožňuje určit, z kolika znaků včetně mezer je složen text vybrané kódovací jednotky.

Proměnná *Environmentální téma (7)*: Určuje klíčové téma vybrané kódovací jednotky. Při výběru environmentálních témat pro kódovací knihu jsem se snažila najít témata často používaná v environmentální problematice. Mezi ně patří následující témata, jejichž číslování odpovídá kódům v kódovací knize:

1. *Znečištění moře a oceánů*: stav moře a oceánů; havárie, zasahující moře a oceány; úmyslné poškozování moře a oceánů.
2. *Znečištění řek*: stav řek; havárie, zasahující řeky; úmyslné znečišťování řek.
3. *Znečištěné ovzduší*: stav ovzduší, znečišťování výfukovými plyny a jinými zplodinami.
4. *Znečištění pudy*: průmyslové a jiné havárie, úmyslné znečišťování pudy, stav pudy.
5. *Znečištění měst*: úmyslné a neúmyslné znečištění měst, světelné a hlukové znečištění měst.
6. *Skleníkový efekt*: zvyšování množství skleníkových plynů v atmosféře.
7. *Biodiverzita*: stav biologické rozmanitosti života a jeho ohrožení.
8. *Stavby v přírodě*: vliv stavební činnosti na přírodu.
9. *Obnovitelné a neobnovitelné zdroje*: stav, nalézání, využití obnovitelných zdrojů; stav, ohrožení a využití neobnovitelných zdrojů.
10. *Příroda jako součást kultury*: hudba, literatura, grafika, architektura, divadlo inspirované přírodou.

11. *Zelení v politice*: jde o politickou ideologii, která má za cíl vytvořit trvale udržitelnou společnost.
12. *Právo životního prostředí*: jde o právní úpravu, jež upravuje chování člověka ve vztahu k životnímu prostředí za účelem zlepšení existenčních možností a rozvoj současných i dalších generací.
13. *Ekologické chování*: jde o ekologicky šetrné chování jednotlivce či skupiny, například ekologická domácnost, ekologické chování firem a podniků, šetrná turistika atd.
14. *Ubývání ozonu*: jedná se o dlouhodobý problém, při němž dochází ke snižování množství ozonu v atmosféře.
15. *Kacení lesů*: nezákonné či nepovolené ničení lesních porostů.
16. *Přírodní katastrofy, ohrožení*: hurikány, záplavy, sopečná činnost, zemětřesení, tsunami, výkyvy teplot.
17. *Odpady*: jde o různé druhy odpadů, zatěžující životní prostředí.
18. *Recyklace*: je způsob nakládání s odpady a jejich opětovné využití.
19. *Ekologické projekty*: projekty, zabývající se ochranou přírody a životního prostředí.
20. *Zemědělství a jeho ekologický odpad*: vliv pěstování plodin a chování domácích zvířat na životní prostředí.
21. *Průmysl a životní prostředí*: vliv průmyslové výroby na životní prostředí.
22. *Soužití lidí a zvířat*: zvířata jako součást lidského života a kladný či negativní vztah k nim.
23. *Trvale udržitelný rozvoj*: nejlépe vysvětluje následující definice: „*Trvale udržitelný rozvoj je komplexní soubor strategií, které umožňují pomocí ekonomických nástrojů a technologií uspokojovat sociální potřeby lidí, materiální i duchovní, při plném respektování environmentálních limitů. Aby to bylo v globálním měřítku současného světa možné, je nutné nově redefinovat na lokální, regionální i globální úrovni jejich instituce a procesy*“ (Rynda, 2000:15).
24. *Klimatické změny*: jedná se o dlouhodobě probíhající změny teplot zemského klimatu.
25. *Globální oteplování*: označuje globální klimatické změny zemské atmosféry a oceánů.
26. *Cestování a odpočinek*: s přírodou spjatá činnost provozovaná ve volném čase.
27. *Monitoring a stav životního prostředí*: jde o zjišťování celkového stavu životního prostředí (monitorování a shromažďování dat).
28. *Zajímavosti v přírodě*: jedná se o přírodní jevy a zvláštní úkazy, popřípadě jedinečné přírodní vlastnosti (fungování mravenčí kolonie).

Proměnná *Relevance* (8): jde o stanovení důležitosti určených klíčových slov, kdy *kód* (1) *Primární* stanovuje, že klíčové slovo obsažené v článku je primárního charakteru, pokud splňuje následující kritéria, je v titulku, perexu, popřípadě v prvním odstavci, je v článku vícekrát nebo je na něho článek přímo zaměřen. Pokud je však v článku klíčové slovo jen jednou nebo je tematikou článek zaměřen úplně na něco jiného pak jej označím *kódem* (2) *Sekundární*, což znamená, že má jen sekundární význam.

Proměnná *Pokud sekundární* (9): jestliže je článek sekundárního charakteru, vymezím text, ve kterém se vyskytlo klíčové slovo, a zjistím počet všech znaků včetně mezer.

Proměnná *Zdroj* (10): Zdrojem v mé práci označuji osobu, instituci nebo organizaci, která se v článku vyjadřuje k vybraným tématům nebo článek použila. Veškeré určené zdroje jsou obsažené v kódovací knize, kde je také uveden *kód* (99), značící zdroj bez určení.

Proměnná *Citování* (11): Určuje jakým způsobem, byly v článku použité citace, rozděluje citace na přímé, nepřímé a jejich absence. *Přímá citace kód* (1) znamená, že zdroj byl prvotní a zpráva je tedy z hlavního zdroje a je nezměněna. *Nepřímá citace kód* (2) je citace, převzatá od zdroje, který informace získal z hlavního či jiného zdroje a mohl ji upravit podle svého uvážení. Posledním kódem je *absence citace kód* (3) (není).

Proměnná *Pokud citování přímo* (12): Pokud najdu přímou citaci, zjistím její počet znaků včetně mezer.

Za poslední proměnnou jsem si vybrala *Rámce přírody* (13). Rozhodla jsem se je nerozdělovat ale nechat jednotnou proměnnou pro všechny, jelikož společným jmenovatelem je právě příroda. Rámce jsem vybrala za pomoci teorie, kterou vypracoval A. Hansen, o které jsem již zmínila v kapitole 3.2 Rámování přírody.

*Kód* (1) *Dobrá a čistá*. První rámec představuje přírodu jako blahodárnou, přívětivou, čistou a nezkaženou. Lidé si přírody cení a uctívají ji. Tato představa přírody zahrnuje témata, ve kterých lidé přírodu využívají k odpočinku, relaxaci nebo jako zdroj jídla či oblečení. Tento pohled ukazuje přírodu také jako samostatný, soběstačný organismus, do kterého nemusí nijak zasahovat.

*Kód* (2) *Zranitelná a ohrožená*. Jde o vnímání problematiky přírody, vlivu člověka a jeho přístup, ve kterém preferuje své libido na úkor přírody a všeho živého v ní. Půjde tedy o analýzu článků opírajících se o téma, ve kterém člověk nebo jeho činnost nepříznivě ovlivňuje přírodu. Součástí tématu jsou také návrhy jak přírodu ochraňovat, bránit ji a pomáhat ji.

*Kód* (3) *Nedokonalá*. Příroda je zobrazována jako nedokonalý systém, který lidem poskytuje jak své výhody a kladné stránky, tak i své nevýhody a zápornosti. Ty se poté člověk snaží napravit pomocí technologie a vědy.

*Kód (4) Hrozba.* Hlavním tématem v člancích, které zobrazují přírodu jako hrozbu, je popis situací, ve kterých byl život člověka nebo skupiny lidí zásadně ovlivněn nebo ohrožen nějakou přírodní silou. Jde převážně o přírodní katastrofy, lidi uvězněné mimo dosah potřebné pomoci nebo třeba situací, která nás dlouhodobě negativně ovlivňuje.

*Kód (5) Výzva.* Pod články s tímto tématem patří hlavně popis sportovních nebo adrenalinových aktivit spojených s přírodou a snaha člověka o fyzické i psychické překonání svých limitů a také pokoření přírody jako nezdolného monumentu.

Pokud nezapadá pohled na přírodu do žádného z výše zmíněných rámců, pak je pro mě takový článek nezařaditelný v rámcové analýze a v takovém případě článek přesunu pod poslední *kód (6)* s názvem *Nelze určit*.

## 5. ANALÝZA

### 5.1. Charakteristika zkoumaného vzorku

Před samotnou analýzou jsem udělala souhrn několika údajů získaných při sběru potřebných informací z výzkumného vzorku. Na začátku bylo získáno z obou zkoumaných časopisů 501 kódovacích jednotek, během třídění jsem ale zjistila, že některé kódovací jednotky neodpovídají zadaným specifikacím. Po selekci těchto nežádoucích článků zůstalo celkem 372 vzorku, vhodných ke konečné analýze. Každý rok ze zkoumaného období byl zastoupen různým počtem článků. V roce 2007 byl počet článků 77 (20,2%), v roce 2008 byl počet článků 101 (26,4%), v roce 2009 byl počet článků 69 (18,1%), v roce 2010 byl počet článků 77 (20,2%), v roce 2011 byl počet článků 58 (15,2%). Tyto počty samozřejmě zahrnují oba zkoumané časopisy jak český Respekt, tak ruský Argumenty a fakta. Přičemž již na začátku výzkumu bylo patrné, že počet článků zaměřených na mnou vyhledávaná klíčová slova je v českém týdeníku vyšší, nežli v jeho ruském protějšku. Od toho se dal později odvozovat další vývoj analýzy. Nyní tedy přistoupím k samotné analýze, ve které jsem pro snadnější orientaci označila časopisy RP=Respekt a AF=Argumenty a fakta.



## 5.2. Výsledky analýzy a jejich interpretace

### 5.2.1. Výběr a nastolování témat

**Hlavní hypotéza: *Ruský časopis Argumenty a fakta věnuje menší prostor environmentální problematice a má menší spektrum environmentálních témat než český časopis Respekt.***

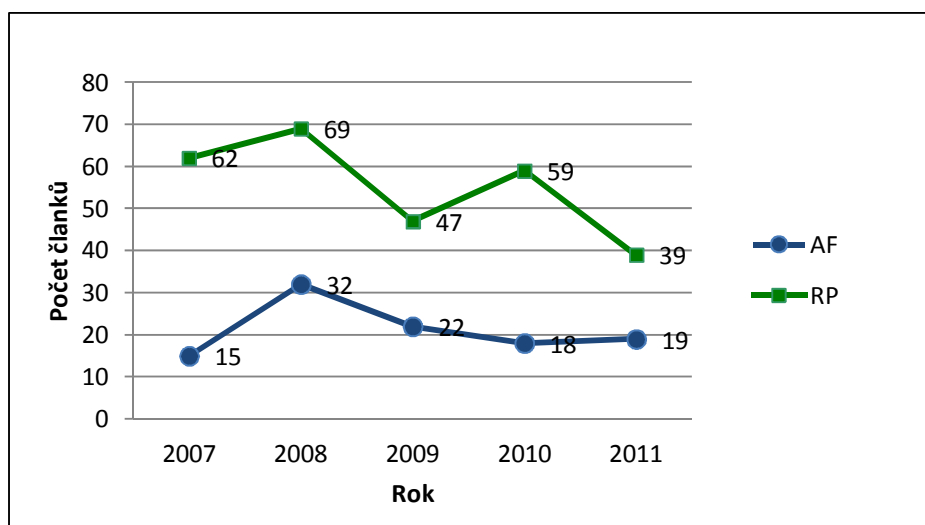
Obě části této hypotézy se výzkumem potvrdily. Mezi lety 2007-2008 byla u obou zkoumaných časopisů mírně stoupající tendence množství článků tematicky zaměřených na environmentální problematiku. V dalších letech se však počet článků střídavě snižoval a zvyšoval, ale celkový postup byl spíše klesající, což je nejvíce patrné v posledním zkoumaném roce 2011. Z grafu č. 1 můžeme vyvozovat, že se zájem těchto dvou týdeníků o environmentální problematiku během let spíše snižuje. Bohužel na nějaké přesnější závěry jsem neměla dostatek dat, jelikož zkoumané období nemůže vzhledem ke své časové ose reflektovat dlouhodobější vývoj.

Z grafu č. 1 je také možné vyčíst skutečnost, že u ruského časopisu je sice počet článků zaměřených na environmentální témata nižší než u českého časopisu, ale stabilita množství článků je spíše během celého období na stejné nebo mírně klesající úrovni. Kdežto u českého časopisu je počet článků v každém roce znatelně odlišný a celkově jsou jeho výkyvy velice nestabilní. Navíc odchylky v různých letech mohou být způsobené i událostmi, které se v těch letech vyskytly.

Příčina stability ročního počtu článků v AF však může být také politického rázu. Jak již bylo zmíněno v teoretické části, ruská média jsou z většiny ovlivňována vládou. A jelikož nedochází k žádným změnám ve vedení vlády, tak samozřejmě nedochází ani ke změnám v médiích. Součástí tohoto vlivu může samozřejmě být i určování, jaké množství článků zaměřených na přírodu a životní prostředí bude měsíčně vydáno.

Z porovnání počtu článků zaměřených na environmentální problematiku znázorněných v grafu č. 1 je také zřejmé, že AF se environmentální tematikou zabývá zřídka a o tuto problematiku pokrývá jen okrajově. Týdeník RP se naopak této problematice věnuje více, a dle množství článků je vidět, že se u něj jedná o velice využívanou tematiku.

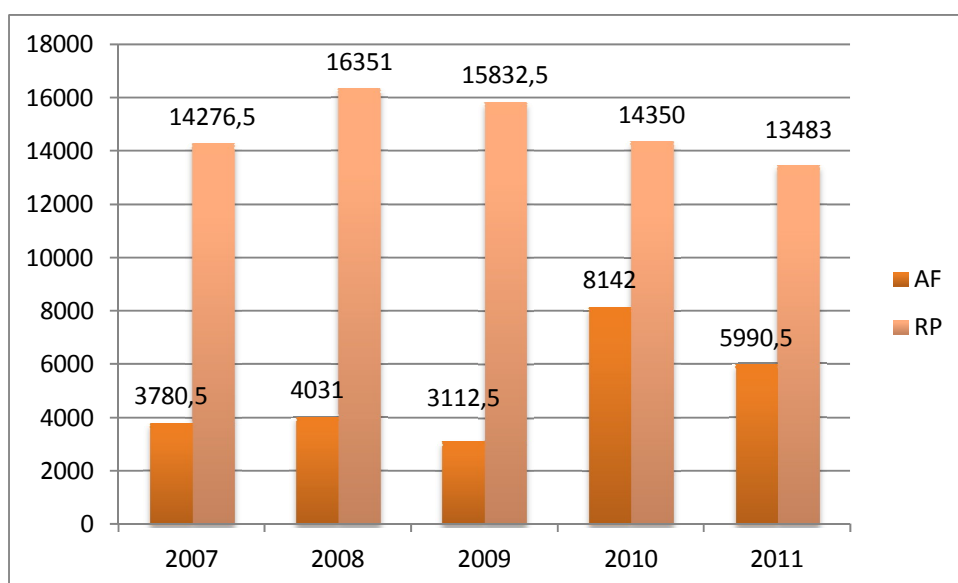
**Graf 1 Počet článků ve vybraných časopisech za celkové zkoumané období**



$N_{\text{Celkový soubor}} = 382$

Následující graf č. 2 zobrazuje objem článků vydaných ve vybraných týdenících za jednotlivé roky. Hodnota znamená průměrný počet znaků včetně mezer na jeden článek. Pokud jsem článek zařadila jako sekundární, ohraničila jsem jeho rozlohu podle umístění klíčových slov dle pravidel výběru a popisu proměnných popsanych v kapitole 4.7. S uvedených dat se dá vyzorovat, že RP má mírně klesající počet znaků v posledním roce. V ostatních letech se objem článků výrazně neměnil. U AF je v celku výjimečným rokem rok 2010, kdy došlo k viditelnému zvetšení objemu článků. V roce 2011 je sice vidět opět pokles v objemu, ale i tak je počet stále vyšší než v předchozích letech. Podle grafu č. 2 je také zřejmé, jak velké jsou rozdíly v objemu článků mezi zkoumanými časopisy.

**Graf 2 Objem článků v jednotlivých letech podle týdeníků**



$N_{\text{Celkový soubor}} = 382$

Během výzkumu jsem přiřadila různé názvy témat jednotlivým článkům, pojednávajícím o environmentální problematice. Při samotné analýze jsem však zjišťovala, že ne všechna témata nalezena v publikacích, mám obsažena ve své kódovací knize a tak jsem je doplňovala v průběhu výzkumu. Celkem se u mě tedy počet témat vyšplhal na číslo 28. Zařazení článku podle environmentálního tématu odpovídá jeho obsahu. Kódy témat jsou obsaženy v kódovací knize (viz příloha č. 1).

V RP se nejvíce psalo o tématech spojených s *Ekologickým chováním*, jedná se o ekologicky šetrné chování jednotlivce či skupiny, například ekologická domácnost, ekologické chování firem a podniků, šetrná turistika atd. Další velice využívané téma bylo *Příroda jako součást kultury*, do které patří hudba, literatura, grafika, architektura, divadlo inspirované přírodou.

Toto jsou tedy dvě hlavní témata, na která se RP často zaměřuje ve zkoumaném období. Tato témata převážně korespondují s pohledem na přírodu jako na něco krásného, inspirujícího nebo ohroženého a křehkého, což je pohled, jenž se dnes prezentuje ve většině vyspělých zemí. Ostatní témata měla pořadí od často používaného k méně často používanému dle tabulky č. 1. Z mnou určených environmentálních témat jsem v českém týdeníku nepoužila jen tři témata, která jsem do tabulky č. 1 nezahrnula. Jejich čísla jsou 14, 23, 6 (viz příloha č. 1). Tato témata nebyla zastoupena v žádném z vybraných článků časopisů RP. Rozložení environmentálních témat je také znázorněno v doplňkovém grafu č. 3.

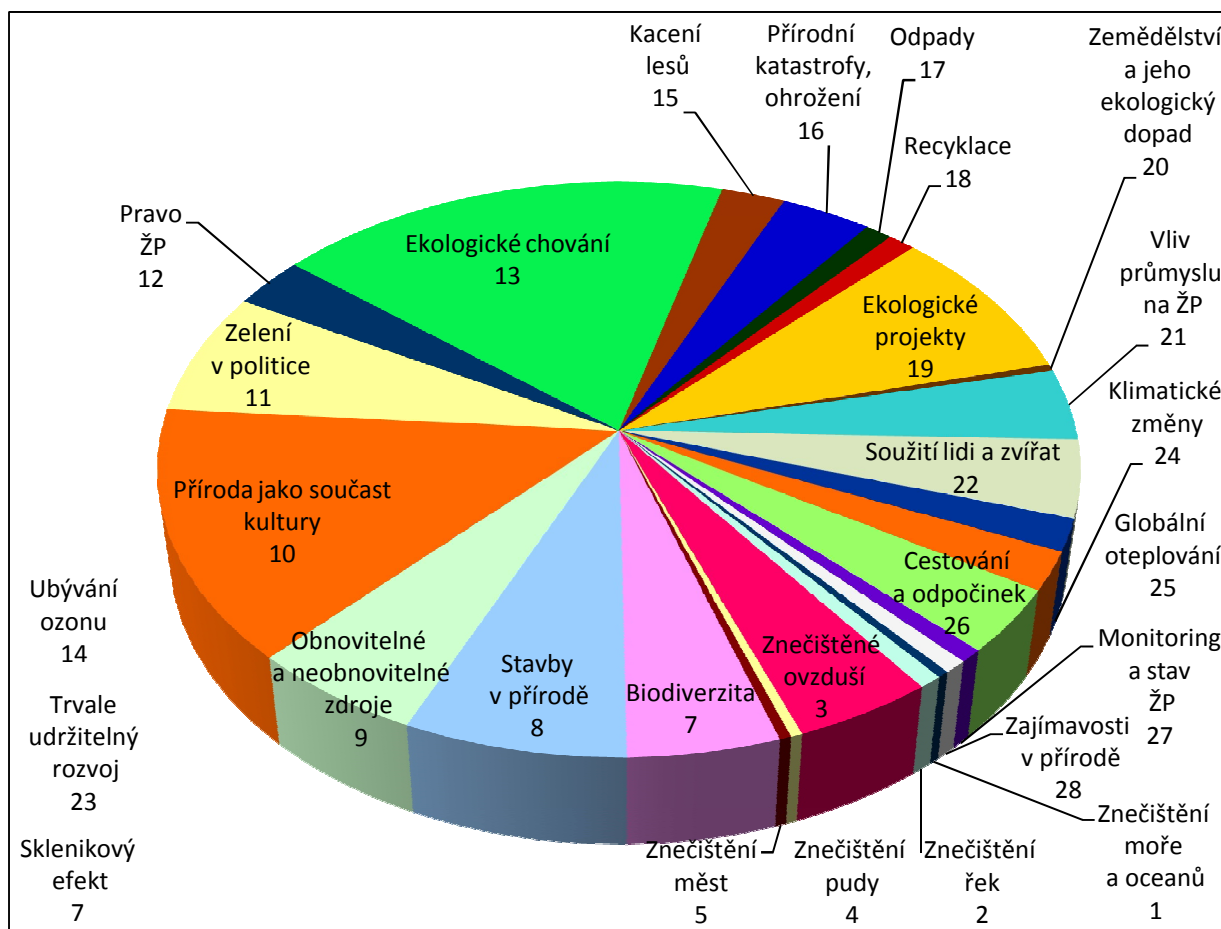
**Tabulka 1 Sestupné procentuální zastoupení článků dle environmentálního tématu v týdenících RP za zkoumané období**

Environmentální téma	Procentuální zastoupení článků v týdeníku RP
Ekologické chování	18,1%
Příroda jako součást kultury	14,1%
Ekologické projekty	8,7%
Stavby v přírodě, Zelení v politice	6,9%
Obnovitelné a neobnovitelné zdroje	5,4%
Biodiverzita	4,7%
Soužití lidí a zvířat	4,4%
Znečištěné ovzduší	4,3%
Vliv průmyslu na ŽP	4%
Přírodní katastrofy, ohrožení;	3,6%

Cestování, odpočinek	
Právo ŽP	2,9%
Kacení lesů	2,5%
Globální oteplování	2,2%
Klimatické změny	1,8%
Odpady, Recyklace	1,1%
Znečištění řek, Monitoring a stav ŽP, Zajímavosti v přírodě	0,7%
Znečištění pudy, Znečištění měst, Zemědělství a jeho ekologický dopad, Znečištění moře a oceánů	0,4%

N Celkový soubor= 276

Graf 3 Doplnkový graf k tabulce 1



N Celkový soubor= 276

Při analýze časopisu AF jsem zjistila, že má v pokrytí environmentální problematiky jiné zaměření, než RP. Veškerá témata, která se v analýze objevila, jsem zařadila sestupným způsobem do tabulky č. 1 a také znázornila v doplňkovém grafu č. 4. Témata, která se v analýze neuplatnila, jelikož nebyla v článcích časopisu AF obsažena, mají následující kódy: 6, 11, 14, 23, 25. Počet témat, která jsem musela vynechat, bylo celkem pět, to znamená, že jich bylo o dvě více, než u týdeníku RP. Tato skutečnost nám potvrzuje i druhou část hypotézy, že AF nemá tak široké spektrum témat.

**Tabulka 2 Sestupné procentuální zastoupení článků dle environmentálního tématu v týdeníku AF za zkoumané období**

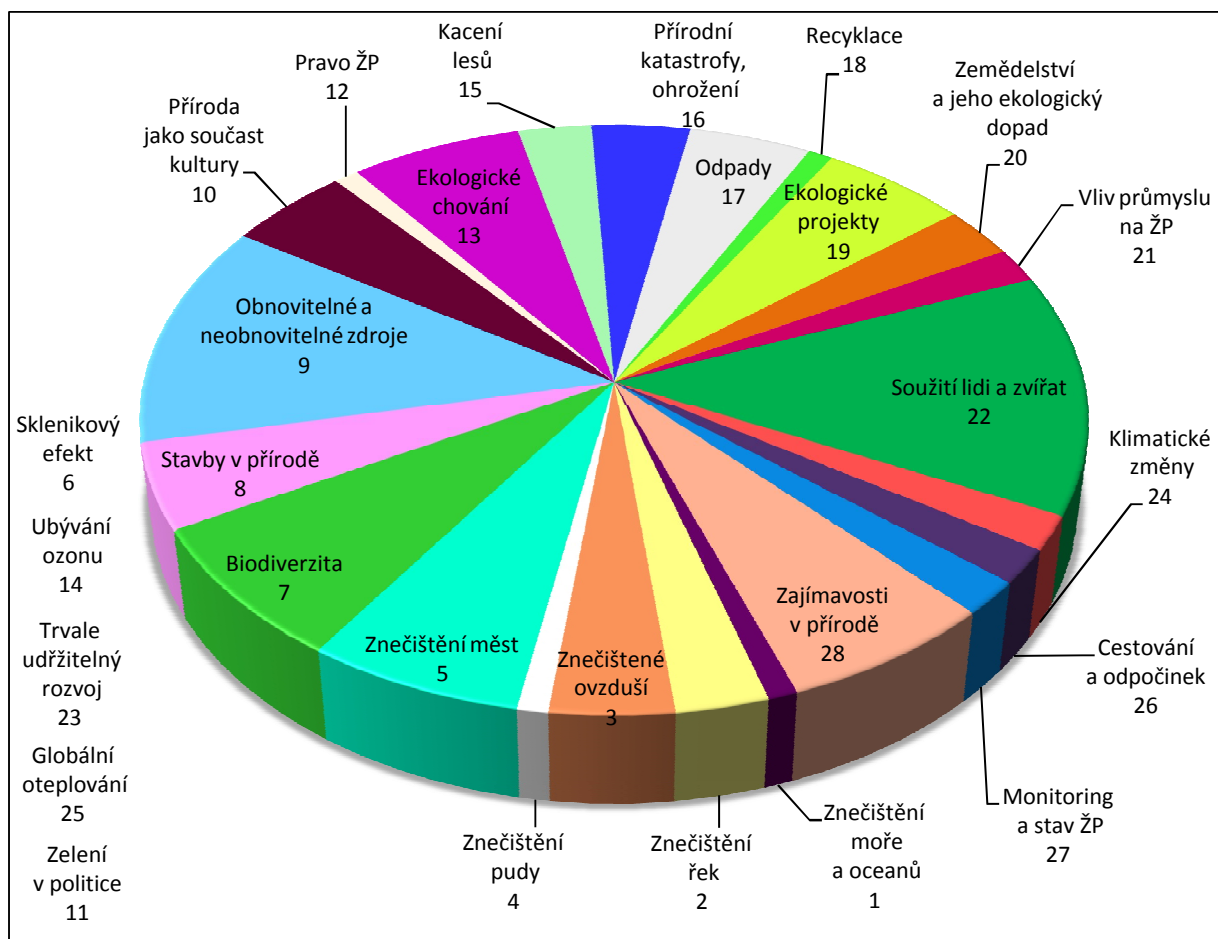
Kód environmentálního tématu	Procentuální zastoupení článků v týdeníku AF
Soužití lidí a zvířat	13,2%
Obnovitelné a neobnovitelné zdroje	12,3%
Biodiverzita	7,5%
Znečištění měst, Ekologické chování, Zajímavosti v přírodě	6,6%
Ekologické projekty	5,7%
Stavby v přírodě, Příroda jako součást kultury, Odpady	4,7%
Znečištěné ovzduší, Přírodní katastrofy, ohrožení	3,8%
Znečištění řek, Kácení lesů, Zemědělství a jeho ekologický dopad	2,8%
Vliv průmyslu na ŽP, Klimatické změny, Cestování, odpočinek, Monitoring a stav ŽP	1,9%
Znečištění moře a oceánů, Znečištění pudy, Právo ŽP, Recyklace	0,9%

N Celkový soubor= 106

Při pohledu na ruský týdeník je vidět, že témata jsou nastolována převážně se zaměřením na vlastní ohrožení člověka. Příroda jako taková je zastrčena spíše do pozadí cele environmentální problematiky. Nejvíce jsou ruská média zaměřená na témata *Obnovitelných a neobnovitelných zdrojů* a *Soužití lidí a zvířat*. Témata tykající se lidí a zvířat obsahují spíše

informace z domácího prostředí. Jedná se zde o různé příběhy, popisující rady a triky třeba jak se chránit před nebezpečným hmyzem nebo která zvířata a jak mohou být prospěšná k životu. I v Rusku se ale začíná projevovat soucítění s přírodou, lidé si uvědomují důležitost ochrany přírody, což je viditelné dle tabulky č. 2, kde jsou témata *Ekologické chování* a *Ekologické projekty* umístěná na 4 a 5 místě. Tento nový druh myšlení se však objevuje spíše v menších městech a vesnicích, přičemž ve velkoměstech lidí environmentální problematika a stav přírody příliš nezajímá. Jestliže je tedy vidět propojení mezi lidmi, jejich chováním k přírodě a médií, pak by to podporovalo teorii, že média upravují nebo ovlivňují myšlení člověka, tak jak bylo popsáno v teoretické části.

**Graf 4** Doplnkový graf k tabulce 2



N Celkový soubor = 106

Z grafů č. 3 a č. 4 je tedy možné zjistit, jak moc se oba časopisy soustředí na jednotlivá témata. Zatímco AF spíše nastoluje až na výjimky všechna témata v podobném množství, tak u RP je patrné nastolování témat se zaměřením na několik oblíbených témat, kdežto ostatní

témata jsou spíše v pozadí mediální pozornosti. Podle analýzy tedy mohu stanovit, jakým směrem je tvořeno nastolování agendy u RP a AF. Avšak nelze zatím jednoznačně říci, jestli vybírání témat souvisí s vlivem kultury, sociální problematikou anebo zda je agenda ovlivněná cenzurou, která má za cíl měnit u lidí vnímání environmentálních problémů.

### 5.2.2. Produkce zpráv s environmentální problematikou

**Vedlejší hypotéza: Environmentální témata v zkoumaném časopisu *Argumenty a fakta* jsou převážně propojené s ekonomickými a sociálními tématy.**

Tato hypotéza se výzkumem potvrdila. Při provádění analýzy zjišťující absolutní a relativní počet článků s environmentální problematikou na jednotlivé rubriky jsem do tabulky č. 3 zahrнула veškeré rubriky, které jsem si předem určila v kódovací knize (viz příloha č. 1). Konečná analýza se však týkala jen rubrik obsažených v obou týdenících (v tabulce č. 3 označeno šedou barvou), jelikož jen tak bylo možné data porovnat. Výsledná data mi odhalila, že RP pro rozmístění článků zaměřených na environmentální problematiku více preferuje rubriky pojmenované *Civilizace* (15,2%), *Politika* (9,8%), *Společnost* (10,1%), *Kultura* (8,3%), *Lifestyle* (6,5%) a *Celosvětová problematika* (4%). U časopisu AF se články spojené s životním prostředím a přírodou objevují převážně v rubrikách *Společnost* (45,3%), *Ekonomika* (17,9%), *Zdraví* (13,2%), *Zahraničí* (7,5%), *Lifestyle* (4,7%). Další rubriky jako *Celosvětová problematika*, *Civilizace*, *Kultura* a *Politika* jsou u AF zastoupené jen minimálně ve srovnání s RP.

**Tabulka 3 Absolutní a relativní počet článků na jednotlivé rubriky obsažené v časopisech AF a RP za zkoumané období**

Rubrika	AF (absolutní počet článků)	RP (absolutní počet článků)	AF (relativní počet článků, %)	RP (relativní počet článků, %)
Akademie	0	0	0,0	0,0
Ankety	0	2	0,0	0,7
Celosvětová problematika	1	11	0,9	4,0
Civilizace	1	42	0,9	15,2
Domov	0	31	0,0	11,2
Editorial	0	2	0,0	0,7

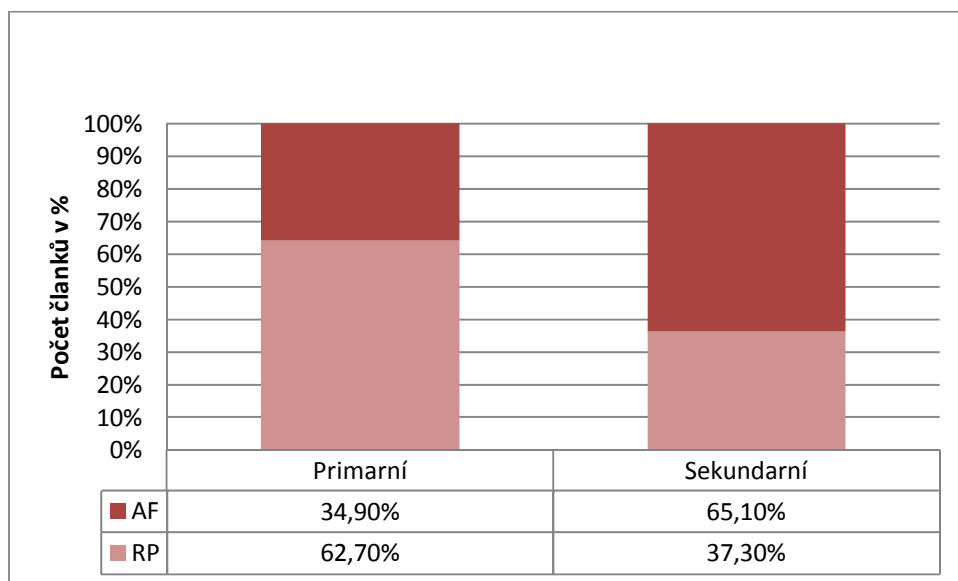
<b>Ekonomika</b>	<b>19</b>	<b>0</b>	<b>17,9</b>	<b>0,0</b>
Komentáře	0	21	0,0	7,6
Krátce	0	10	0,0	3,6
Kultura	1	23	0,9	8,3
Lifestyle	5	18	4,7	6,5
Osobní názory	0	13	0,0	4,7
Osobní příběhy	0	7	0,0	2,5
Politika	1	27	0,9	9,8
Přílohy	0	4	0,0	1,4
Rozhovor	0	9	0,0	3,3
<b>Společnost</b>	<b>48</b>	<b>28</b>	<b>45,3</b>	<b>10,1</b>
Technologie	5	0	4,7	0,0
Téma	0	20	0,0	7,2
Vaše otázky	0	1	0,0	0,4
Zahraničí	8	6	7,5	2,2
Zahrada	3	0	2,8	0,0
<b>Zdraví</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>13,2</b>	<b>0,0</b>
Bez rubriky	0	1	0,0	0,4

N<sub>Celkový soubor</sub> = 382

Na tabulce č. 3 je také viditelný předpoklad, který jsem měla, a to, že většina článků zaměřených na environmentální problematiku v časopise AF je součástí rubrik *Ekonomika*, *Společnost*, *Zdraví* (v tabulce č. 3 zvýrazněno červeným písmem). To nasvědčuje tomu, že problematika přírody je v časopise AF spíše spojována se sociálními a ekonomickými problémy, navíc je většina článků v tomto týdeníku za zkoumané období sekundárního charakteru (viz graf č. 5), tudíž se o environmentální problematiku zajímají jen částečně a převážně je jejich hlavním tématem něco jiného. Pokud porovnáme množství rubrik zastoupených články s environmentální tematikou v AF a RP, pak se dá z výsledků vyvozovat, že články v RP jsou obsahem zaměřené na více odvětví a proto jsou rozdělované do více rubrik.



**Graf 5 Procentuální rozložení celkového počtu primárních a sekundárních článků v časopisech AF a RP za zkoumané období**



N Celkový soubor= 382

Další etapou analýzy bylo určování seznamu nejvíce používaných zdrojů v obou publikacích za zkoumané období. Při analýze článků jsem si nejdříve vytvořila seznam těch zdrojů, u kterých jsem předpokládala, že mohou souviset s environmentálními problémy. V průběhu analýzy jsem však narážela na nové zdroje, a tak se seznam zdrojů časem rozšířil. Na konci analýzy zůstali některé zdroje v RP či AF zcela nevyužité. Výsledky analýzy jsou viditelné v tabulce č. 4.

Z hlediska výskytu zdrojů je mezi oběma týdeníky hodně rozdílů. Zatím co v RP je častým zdrojem veřejnost, u AF jde o zdroj s nižším využitím. Může se samozřejmě jednat jen o místní přístup, ale také to může být projev cenzury. V týdeníku AF se také vůbec neobjevují zdroje jako čtenář, politické strany či student VŠ. V týdeníku RP tyto zdroje také nemají významné využití, ale občas se jako zdroje objevují. Jak jsem již výše naznačila, v týdeníku AF by se mohlo u přístupu ke zdrojům jednat o určitý druh cenzury, jelikož jsou zde preferované převážně zdroje, které nevyjadřují osobní názor, ale převážně zastupují nějakou instituci. Hlavními zdroji pro AF jsou tedy státní úředníci, na stejné přičce je odborná instituce, dále tabulka č. 4 pokračuje zdroji lékař, biolog či přírodovědec a veřejnost. To také koresponduje s výběrem témat, kde byly, jak jsem již uváděla výše, nejčastěji zmiňované obnovitelné a neobnovitelné zdroje a soužití lidí a zvířat.

**Tabulka 4 Absolutní i relativní počet zdrojů, zastoupených v zkoumaných týdenících za určené období**

Zdroje v AF	Absolutní počet	Relativní počet	Zdroje v RP	Absolutní počet	Relativní počet
Státní úředník	14	11,9%	Veřejnost	48	14,9%
Odborná instituce	14	11,9%	Zahraniční zpravodajství	35	10,8%
Lékař	13	11,0%	Jiný odborník	27	8,4%
Biolog, přírodovědec	10	8,5%	Státní úředník	25	7,7%
Veřejnost	10	8,5%	Politické strany	23	7,1%
Nelze určit	10	8,5%	Spisovatel	23	7,1%
Ekologičtí aktivisté	8	6,8%	Ministerstvo ŽP	21	6,5%
Podnikatel, manažer	7	5,9%	Ekologičtí aktivisté	20	6,2%
Fyzik	4	3,4%	Podnikatel, manažer	15	4,6%
Zahraniční zpravodajství	3	2,5%	Nelze určit	14	4,3%
Filozof	3	2,5%	Starosta	10	3,1%
Spisovatel	3	2,5%	Student VŠ	8	2,5%
Chemik	3	2,5%	Biolog, přírodovědec	8	2,5%
Greenpeace	3	2,5%	Ekonom	8	2,5%
Technik	3	2,5%	Umělec	8	2,5%
Ministerstvo ŽP	2	1,7%	Čtenář	7	2,2%
Ekonom	2	1,7%	Odborná instituce	6	1,9%
Ministerstvo zemědělství	1	0,8%	Ministerstvo zemědělství	3	0,9%
Ministerstvo vnitra	1	0,8%	Ministerstvo dopravy	3	0,9%
Starosta	1	0,8%	Filozof	2	0,6%
Umělec	1	0,8%	Lékař	2	0,6%
Jiný odborník	1	0,8%	Prezident	2	0,6%
Prezident	1	0,8%	Ministerstvo vnitra	1	0,3%
Politické strany	0	0,0%	Chemik	1	0,3%
Student VŠ	0	0,0%	Fyzik	1	0,3%
Čtenář	0	0,0%	Greenpeace	1	0,3%
Ministerstvo dopravy	0	0,0%	Technik	1	0,3%

Dle získaných dat je patrné, že AF využívá spíše rutinních zdrojů, ve kterých jsou zahrnuti právě státní úředníci a odborné instituce (viz kapitola 1.3.5. Práce se zdroji). Trochu

nižší využití mají zdroje jako biolog či přírodovědec a veřejnost, které spadají do iniciovaných zdrojů. Je zde tedy vidět zaměření na přesné a oficiální informační kanály a nízká individualita při vyhledávání jiných zdrojů. Naopak u RP je větší preferovanou iniciovaný zdrojů, tabulka č. 4 nám ukazuje, že hlavním zdrojem RP je beze sporu veřejnost, dále týdeník využívá zahraničního zpravodajství a jiného odborníka, což je pojem, pod který jsem zařadila odborníky, využívané jen zřídka. Vzhledem k rozsáhlosti celkového seznamu zdrojů je nebylo možné popisovat jednotlivě. Data nakonec ukazují, že RP se nebojí využívat informace mimo oficiální sektor a dokáže použít i méně známé zdroje.

Ve výzkumných otázkách jsem se také zaměřovala na počet přímých citací a množství jejich znaků (včetně mezer) na jednotlivý zdroj. Při jejich zpracování jsem se zamyslela nad důležitostí citací v článku. Pokud článek obsahuje nějakou citaci, může to poukazovat na důvěryhodnost psaného materiálu, jelikož text pochází od nějaké konkrétní osoby, již stojí za svým názorem či vyjádřením. Při přímé citaci je tedy počítáno s tím, že se jedná o přesné vyjádření citované osoby.

Výsledek analýzy popsány v tabulce č. 5 ukazuje, že týdeník AF nejvíce cituje státní úředníky, ekologické aktivisty a odborné instituce. Jedná se o klasický „accessed voices“, který byl popsán Johnem Hartleym. U RP je pořadí jiné, ale zdroje jsou přibližně stejné. V tabulce č. 5 mezi zdroji v RP dominuje veřejnost, poté následuje ministerstvo ŽP, státní úředník a ekologičtí aktivisté. U AF je zarážející, že v článcích věnujících se životnímu prostředí nejsou skoro vůbec uváděné citace od ministerstva životního prostředí. Procentuální zastoupení přímých citací ministerstva životního prostředí v RP a AF je označeno v tabulce č. 5 zeleně.

**Tabulka 5 Procentuální zastoupení přímých citací na jednotlivý zdroj v zkoumaných týdenících za celkové období**

Zdroj v AF	Procentuální zastoupení přímých citací v AF	Zdroj v RP	Procentuální zastoupení přímých citací v RP
Státní úředník	18,2%	Veřejnost	28,4%
Ekologičtí aktivisté	14,6%	<b>Ministerstvo ŽP</b>	<b>17,3%</b>
Odborná instituce	11,7%	Státní úředník	13,1%
Veřejnost	9,7%	Ekologičtí aktivisté	7,5%
Biolog, přírodovědec	9,2%	Podnikatel, manažer	6,1%
Lékař	7,1%	Spisovatel	3,8%

Chemik	6,8%	Starosta	3,4%
Ekonom	5,6%	Jiný odborník	3,0%
Fyzik	2,7%	Biolog, přírodovědec	2,8%
Podnikatel, manažer	2,6%	Odborná instituce	2,5%
Greenpeace	2,3%	Student VŠ	2,4%
Spisovatel	1,7%	Politické strany	2,2%
Technik	1,4%	Umělec	2,0%
Ministerstvo ŽP	1,4%	Ekonom	1,5%
Jiný odborník	1,2%	Ministerstvo dopravy	1,0%
Starosta	1,0%	Filozof	0,8%
Filozof	0,8%	Ministerstvo zemědělství	0,6%
Umělec	0,7%	Chemik	0,4%
Ministerstvo zemědělství	0,6%	Lékař	0,4%
Nelze určit	0,5%	Nelze určit	0,2%
Prezident	0,3%	Technik	0,1%
Ministerstvo vnitra	0,0%	Greenpeace	0,1%
Politické strany	0,0%	Ministerstvo vnitra	0,1%
Student VŠ	0,0%	Prezident	0,1%
Čtenář	0,0%	Čtenář	0,0%
Zahraniční zpravodajství	0,0%	Zahraniční zpravodajství	0,0%
Ministerstvo dopravy	0,0%	Fyzik	0,0%

V celkovém pohledu na tyto údaje a na údaje s předešlé části analýzy se dá soudit, že ruská státní média jsou stále řízena podle teorie sovětských médií, kterou popsal Denis McQuail. Nasvědčují tomu různá zjištění, mezi která patří absence citací politických stran, uvádění environmentálních témat v převážně sociálně ekonomickém kontextu. Dále je zde viditelná celková stabilita zpráv a omezení rozsahu osobní interpretace.

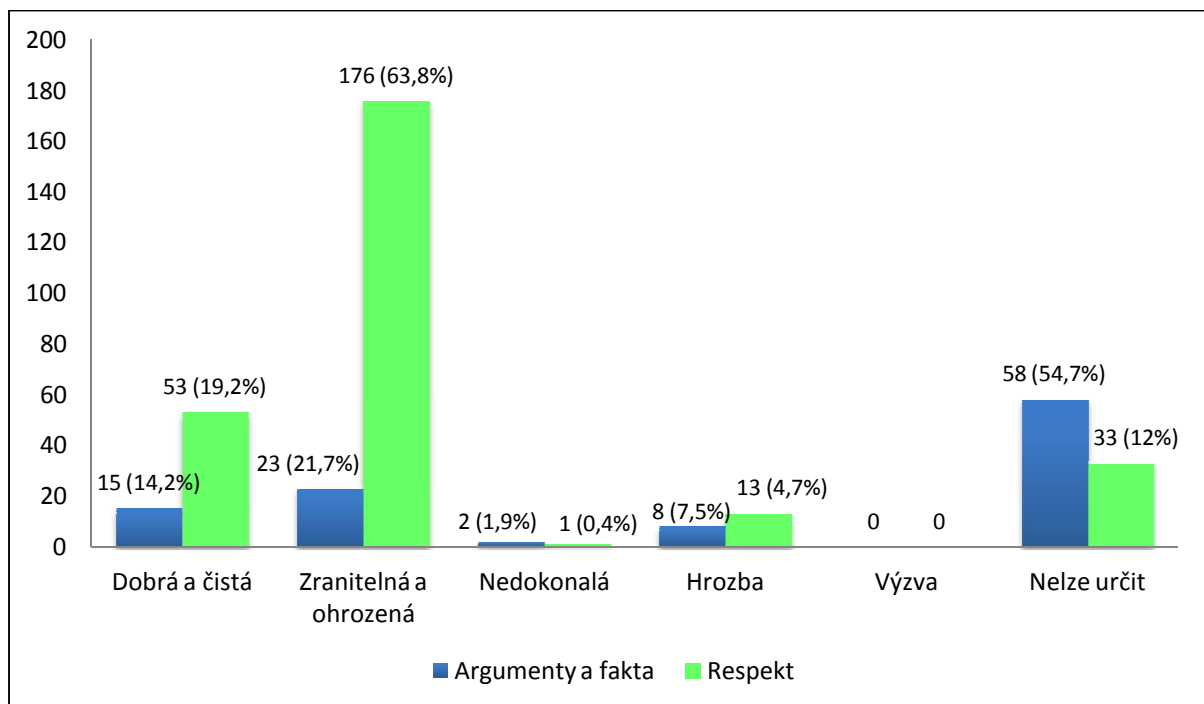
Poslední otázkou mého výzkumu bylo, jak zobrazují jednotlivé mnou zkoumané týdeníky přírodu a zda je pohled na přírodu spíše pozitivní či negativní. Graf č. 6 zobrazuje množství výskytu jednotlivých rámců přírody, jak v absolutní tak i relativní hodnotě za celkové zkoumané období.

Prvně si tedy shrneme data. V týdeníku RP nám články přírodu ukazují jako ohroženou a zranitelnou, což se dá brát velice pozitivně, jelikož je vidět zájem ukázat přírodu jako něco, co je potřeba chránit. Časopis se méně soustředí na přírodu jako dobrou a čistou a nejmenší

množství zastupují články, kde je příroda popsána jako hrozba nebo nedokonalá. To se nakonec dá brát také jako pozitivum. Některé články s environmentální problematikou se přímo nevyjadřovaly k přírodě jako takové a nebylo možné je nikam zařadit, proto jsem je umístila pod (kód 6) *Nelze určit* (viz příloha č. 1).

Situace u týdeníku AF je odlišná. Sice je pořadí rámců prakticky totožné s tím, které bylo u RP, ale rozdíly v počtech článků na jednotlivé rámce nejsou tak znatelné. Bohužel nepřirazených článků, ve kterých jsem nemohla přesně definovat rámeček přírody, bylo o hodně více, proto také (kód 6) *Nelze určit* u AF v grafu 6 tak vyčnívá.

**Graf 6 Absolutní a relativní četnost rámců přírody ve vybraných týdenících během určeného období**



$N_{\text{Celkový soubor}} = 382$

Celkově si myslím, že oba týdeníky zobrazují přírodu ve velice pozitivním světle. To také poukazuje na to, že příroda lidem není lhostejná a vesměs si uvědomujeme její význam v našem životě. Do jaké míry se jedná o naše vlastní představy o přírodě nebo představy médií (viz kapitola 1.2.4. Teorie nastolování agendy) se však jednoznačně zjistit nedá.

## ZÁVĚR

Za cíl této diplomové práce jsem si stanovila analýzu reprezentace životního prostředí v ruském a českém tisku. K dosažení vytyčeného cíle jsem použila kvantitativní a kvalitativní obsahové analýzy, již jsem aplikovala na dva týdeníky: český Respekt a ruský Argumenty a fakta. Získaná data jsem použila pro zodpovězení stanovených výzkumných otázek a potvrzení či vyvrácení mnou určených hypotéz. Avšak limity, které jsou dané použitou metodou analýzy, mi neumožňují prozkoumat obsah vybraných týdeníků úplně do hloubky.

Hlavní stanovená hypotéza zněla: „*Ruský časopis Argumenty a fakta věnuje menší prostor environmentální problematice a má menší spektrum environmentálních témat než český časopis Respekt*“. Celá tato hypotéza se výzkumem potvrdila. K jejímu potvrzení bylo potřeba zodpovědět níže uvedené výzkumné otázky.

První výzkumnou otázkou, na kterou jsem našla odpověď, bylo: „*Jak se měnil rozsah a počet článků pojednávajících o environmentálních tématech během zkoumaného období ve vybraných publikacích?*“ Odpověď na tuto otázku je jednoznačná: oba zkoumané týdeníky mají klesající množství článků, ale pokud se podíváme podrobněji na jednotlivé údaje, zjistíme, že časopis Argumenty a fakta sice počet článků ke konci zkoumaného období snižoval, ale dá se říct, že si od roku 2009 do roku 2011 drží určitý standart. Velké odchylky jsou zaznamenány jen v letech 2007 a 2008, kdy je znázorněna stoupající křivka počtu článků a z původních 15 článků stoupl počet v roce 2008 na 32 článků. Později se ustálil na počtu 18 až 19. Však i zde bylo patrné, že tento týdeník není na environmentální problematiku nijak zvlášť zaměřen. U časopisu Respekt je naopak objem článků s environmentální problematikou v celku vysoký, ale dle dat je vidět jistá nestabilita. V roce 2007 počet článků dosahuje 62 kusů, v roce 2008 je to 69 kusů a v roce 2009 klesne počet na 47 článků. Poté v roce 2010 vzroste počet na 59 článků, aby v roce 2011 opět klesl až na pouhých 39 článků. I přes tuto nestabilní tendenci je počet článků při porovnání s Argumenty a fakty skoro dvojnásobně vyšší, což jasně ukazuje na velký zájem tohoto týdeníku o environmentální témata. Ze získaných počtů a údajů jsem byla schopna zodpovědět první část hlavní hypotézy, která zněla: „*Ruský časopis Argumenty a fakta věnuje menší prostor environmentální problematice než český časopis Respekt*“. Tato část první hypotézy se výzkumem potvrdila, jelikož má časopis Argumenty a fakta oproti Respektu mnohem menší množství vydaných článků za zkoumané období. K potvrzení této hypotézy také přispívá průměrná velikost článků v časopisech Argumenty a fakta a Respekt, podle které je patrné, že velikost článků v Argumenty a fakta je o poznání menší než u Respektu. Veškeré tyto údaje však musí být

brány s určitou rezervou, jelikož zkoumané období nebylo dostatečně dlouhé, aby z něho bylo možné vyvozovat nějaké konkrétnější závěry.

Druhá výzkumná otázka zněla: „*Jaká environmentální témata se objevují v časopisech Respekt a Argumenty a fakta ve zkoumaném období?*“. Při analýze jsem zjistila, že největší rozdíly mezi oběma týdeníky byly v procentuálním rozložení daných environmentálních témat. Hodí se zde zmínit Alexandra Wilsona, který tvrdí, že ekologická krize je jen odrazem naší krize kulturní. Dá se tedy předpokládat, že kulturní stav v Rusku a Česku se promítá do environmentální problematiky, kterou nám předkládají média. Respektu vévodí témata ekologické chování a příroda jako součást kultury. Ostatní témata jsou v časopisu zahrnuta v mnohem menším množství, ale přesto jich časopis obsahuje 25 z určených 28. U časopisu Argumenty a fakta byla environmentální témata rozložena v mnohem menších procentuálních podílech, přesto bylo zřejmé, že nejvíce je využíváno téma soužití lidí a zvířat a také obnovitelné a neobnovitelné zdroje. Dalším nálezem bylo to, že ruský časopis obsahuje o 2 témata méně, než týdeník Respekt, což je 23 z celkového počtu 28, a tím se mi potvrdila i druhá část hlavní hypotézy, která zněla: „*Ruský časopis Argumenty a fakta má menší spektrum environmentálních témat než český časopis Respekt*“.

Kvalitativní a kvantitativní obsahová analýza nám poskytla potřebné údaje k odpovědi na následující výzkumnou otázku: „*Jaké rámce se používají při zobrazení přírody ve vybraných publikacích Respekt a Argumenty a fakta?*“. Výsledek tedy poukazuje na to, že v obou zkoumaných vzorcích, v časopisu Respekt i v časopisu Argumenty a fakta, je příroda prezentovaná nejčastěji jako zranitelná a ohrožená. Konkrétně šlo u časopisu Respekt o 63,8% článků a u časopisu Argumenty a fakta o 21, 7% z celkového množství. I přes mnohem nižší procentuální zastoupení tohoto rámce u ruského Argumenty a fakta jde o nejvyšší procentuální hodnotu, pokud nezahrnují kód 6 (Nelze určit), pod který bohužel spadala většina článků. Zásadní je tedy fakt, že bylo možné stanovit, jaký pohled mají dnešní média zastoupená těmito dvěma týdeníky na přírodu. Dále jsou samozřejmě využité i jiné rámce přírody, než jen zranitelná a ohrožená. Druhým nejčastěji vyskytovaným rámcem je příroda jako dobrá a čistá. Tento rámec má u obou týdeníků také velké využití. Co samozřejmě nelze popřít je pozitivní nahlížení na přírodu a kladný přístup, který zkoumané týdeníky směrem k přírodě prezentují.

Ohledně práce se zdroji jsem měla uvedenou otázku: „*Jaké jsou nejvíce používané zdroje pro environmentální obsah prezentovány ve vybraných časopisech?*“ Analýzou výzkumných dat jsem odhalila, že jako hlavní zdroj pro časopis Respekt je veřejnost, zastoupena nejvyšší procentuální hodnotou 14,9%. Dále jsou zde zdroje zahraniční

zpravodajství, jiný odborník, státní úředník. To samozřejmě poukazuje na časté využívání zdrojů, které nemusí být vždy důvěryhodné. Časopis Argumenty a fakta však převážně striktně dodržuje užívání oficiálních zdrojů, mezi které nejčastěji patří zdroje jako státní úředník, který se umístil mezi dominantní zdroje s hodnotou 11,9%, dále jsou zde odborná instituce, lékař a biolog či přírodovědec.

Další otázkou pro zodpovězení bylo: „*Jaké je procentuální zastoupení zdrojů citovaných přímo ve zkoumaných publikacích za celkové období?*“ U citací je vidět podobný přístup jako u zdrojů. U týdeníku Respekt je jako klíčový zdroj citací veřejnost s 28,4 %, dále je zde ministerstvo životního prostředí, státní úředník a ekologičtí aktivisté. Tím se potvrzuje určitá propojenost mezi zdroji a citacemi. Stejně je na tom i týdeník Argumenty a fakta, kde zůstává nejvíce citován státní úředník s 18,2%, následovaný ekologickými aktivisty, odbornou institucí a veřejností.

Vedlejší hypotéza „*Environmentální témata v zkoumaném časopisu Argumenty a fakta jsou převážně propojené s ekonomickými a sociálními tématy*“ se mi potvrdila. Pro její potvrzení jsem musela najít odpověď na tuto výzkumnou otázku: „*Jaký je relativní počet článků s environmentální problematikou na jednotlivé rubriky obsažené v obou týdenících?*“ K celkovému srovnání obou týdeníků jsem použila jen ty rubriky, které byly zastoupené jak v týdeníku Respekt tak v týdeníku Argumenty a fakta. V Respektu byly články nejčastěji zahrnované do rubrik Civilizace s 15,2%, Domov s 11,2% a Společnost s 10,1%. Většina článků zaměřených na environmentální problematiku se v ruském časopisu Argumenty a fakta soustředila v rubrikách Společnost s 45,3%, Ekonomika s 17,9% a Zdraví s 13,2%. A to potvrzuje vedlejší hypotézu, že převážná část zkoumaných článků v časopisu Argumenty a fakta měla sociální nebo ekonomický podtext a byla sekundárního charakteru.

Myslím si, že tato práce mi pomohla lépe pochopit činnost médií, jejich vnímání životního prostředí a přírody a také postup při zpracování a nastolování těchto témat. Záměrem této práce není předat komplexní výsledky nebo detailně analyzovat média. Jde spíše o možnost přiblížit rozdíly dvou týdeníků vycházejících z různých kultur a společností a poukázat na jejich možné kvality nebo nedostatky při prezentaci přírody a životního prostředí.



## LITERATURA A ZDROJE

Bakulev, Gennadij (2005). *Massovaja komunikacija: zapadadnyje teorii i koncepcii*. Moskva: Aspekt-Press.

Beck, Ulrich (2004). *Riziková společnost. Na cestě k jiné moderně*. Praha: Sociologické nakladatelství.

Bednařík, Petr; Jiráček, Jan; Köpplová, Barbara (2011). *Dějiny českých médií od počátku do současnosti*. Praha: Grada.

Berger, Peter L., Luckmann, Thomas (1999). *Sociální konstrukce reality*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.

Burton, Graeme; Jiráček, Jan (2001). *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal.

Djakova, Jelena (2004). *Vzajimodejstvije massovoj komunikacii vlasti v teorii „ustanovlenija povestki dnja“*. Jekaterinburg: Izvestija UrGU.

Djemina, Irina (1998). *Teorija pečati i ekonomičeskaja massovaja komunikacija*. Irkutsk: Izvestija Irkutskoj Gosudarstvennoj Ekonomičeskoj Akademii.

Hallin, Daniel C., Mancini, Paolo (2008). *Systémy médií v postmoderním světě: tři modely médií a politiky*. Praha: Portal.

Hansen, Anders (2010). *Environment, media and communication*. Oxon: Routledge.

Hansen, Anders (2006). *Tampering with nature: „nature“ and the „natural“ in media coverage of genetics and biotechnology*. In: *Media, culture and society*. Vol. 28(6): 811-834., London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage.

Hansen, Anders (1991). *The media and social construction of the environment*. In: *Media, culture and society*. Vol. 13: 443-458. London, Newbury Park and New Dehli, Sage.

Hausenblasová, Jitka (2008). *Rámování přírody v lifestylových časopisech*. Diplomová práce. Praha: FHS UK.

Herman, Edward S., Chomsky Noam (2002). *Manufacturing consent : the political economy of the mass media*, New York: Pantheon Books.

Hvížd'ala, Karel (2011). *Mardata: vzpoury v žurnalistice: dějiny rozhovoru a další texty o médiích 2006-2011*. Praha: Portál, 2011.

Jesin, Boris (2000). *Istorija otechestvennoj žurnalistiky (1703-1917)*. Moskva: Nauka.

Jiráček, Jan; Köpplová, Barbara (2007). *Média a společnost*. Praha: Portál.

Jiráček, Jan; Köpplová, Barbara (2009). *Masová média*. Praha: Portál.

Kalvas, František (2009). *Nastolování agendy: Role masové a interpersonální komunikace, osobní zkušenosti a genderu*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni.

Kočineva, Anna; Berlova, Olga; Kolesnikova, Viktorija (1999). *Ekologičeskaja žurnalistika*. Moskva: Centr koordinacii i informacii sociálno-ekologičeskogo sojuza.

Kozlova, Marija (2000). *Istorija otechestvennyh sredstv massovoj informacii*. Učebnoje posobije. Ul'janovsk.

Krippendorff, Klaus (2004). *Content Analysis – an Introduction to its Methodology*. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage.

Kuznetcov, Ivan (2002). *Istorija otechestvennoj žurnalistiky (1917-2000)*. Moskva: Flinta.

Lowenstein, Ralph L., Merrill, John C. (1990). *Macromedia: Mission, Message and Morality*. New York: London.

Mahonina, Svetlana (2004). *Istorija ruskaj žurnalistiky nachala 20 vjeka*. Moskva: Flinta.

McCombs, Maxwell E., Shaw Donald L. (1972). *Nastolování agendy jako funkce masových médií*. Public Opinion Quarterly.

McCombs, Maxwell E., Gilbert, Sheldon (1986). „News influences on our Picture of the Word“. In J.Bryant and D.Zillman (Eds.). *Perpectives on media effects*.11-15, NJ: Lawrence Erlbaum.

- McCombs, Maxwell E., (2009). *Nastolování agendy: masová media a veřejné mínění*. Praha: Portal.
- McNair, Brian (2004). *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portal.
- McQuail, Denis (1987): *Mass Communication Theory: An Introduction* (2nd edn.). London: Sage.
- McQuail, Dennis (1999). *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.
- Mezulánik, Radek (2006). „Média jako projekce chování společnosti a zájmových skupin“. *Z vůle médií: stati k novinářské teorii a praxi*. 153-162, Praha: Hermés.
- Novák, Arnošt (2009). *Kultura, média, komunikace. Zpravodajské pokrytí environmentální tematiky*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Ognyanova, Katherine (2009). *Careful What You Say: Media Control In Putin's Russia – Implications for Online Content*. Los Angeles: University of Southern California.
- Orjehova, Irina (2009). *Ekologičeskije problemy v informacionnom pole*. Moskva: Index.
- Reifová, Irena (2004). *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál.
- Rynda, Ivan (2000). „Trvale udržitelný rozvoj a vzdělávání“. In Jana Dlouhá (ed.). *Hledání odpovědí na výzvy současného světa*. 10-16, Praha: Centrum pro otázky životního prostředí Univerzity Karlovy.
- Schulz, W. A kol. (2004). *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum.
- Tabery, Paulína (2008). „První a druhy stupeň nastolování agendy (agenda-setting), rámcování (framing) a vypíchnutí (priming)“. In Markéta Škodová (ed.) *Agenda-setting: teoretické přístupy*. 28-39, Praha: Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.
- Trampota, Tomáš (2006). *Zpravodajství*. Praha: Portál.
- Trampota, Tomáš; Vojtěchovská, Martina (2010). *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál.
- Trampota, Tomáš; Křeček, Jan; Nečas, Vlastimil (2006). *Média a moc*. Praha: FSV UK.

Vivian, John (1995). *The media of mass communication*. Boston: Allyn and Bacon.

## Články

WEB 1: Vlašin, Mojmir (2012). Článek ze dne 27. 07. 2012. Citováno dne 30. 07. 2012 z <http://vlasin.blog.idnes.cz/c/281159/Vyhravame-jeden-soud-za-druhym-ale-kaci-se-dal.html>

WEB 2: Mediafax.cz / tn.cz. „Protesty proti aktivistům na Šumavě SÍLÍ. ZUBAŘKA ZAHÁJILA HLADOVKU“. Článek ze dne 04. 08. 2011. Citováno dne 25.03 2012 z <http://www.udalosti112.cz/aktualne/protesty-proti-aktivistum-na-sumave-sili-zubarka-zahajila-hladovku.html>

WEB 3: Štembera, Hans. „Nelegální kácení na Šumavě: Tvrdá lekce pro vedení parku, raduje se aktivista“. Článek ze dne 05. 03. 2012. Citováno dne 26. 03. 2012 z <http://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/Nelegalni-kaceni-na-Sumave-Tvrda-lekce-pro-vedeni-parku-raduje-se-aktivista-224975>

WEB 4: Starikov, Nikolaj (2011). „Himkinskij les“ - kak konvejer liberalizma“. Článek ze dne 14. 09. 2011. Citováno dne 30. 03. 2012 z <http://nstarikov.ru/blog/11373>

WEB 5: „Medvedev poruchil Putinu ostanovit' stroitel'stvo avtrotrassy cherez Himkinskij les“. Článek ze dne 26. 08. 2010. Citováno dne 30. 03. 2012 z <http://www.newsru.com/russia/26aug2010/stop.html>

WEB 6: [http://cs.wikipedia.org/wiki/Respekt\\_\(týdeník\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Respekt_(týdeník)). 10. 04. 2012

WEB 7: Dvořák, Libor (2010). „Ruská média od Lenina k Putinovi“. Citováno dne 14. 04. 2012 z [http://www.radioservis-as.cz/archiv10/15\\_10/15\\_tema.htm](http://www.radioservis-as.cz/archiv10/15_10/15_tema.htm)

WEB 8: Dorfman, Mihael. „Za chto ubivajut zhurnalistov v raznyh stranah“. Článek ze dne 21. 06. 2011. Citováno dne 16. 04. 2012 z <http://www.russian.kiev.ua/material.php?id=11605965>

WEB 9: <http://gazeta.aif.ru/adv/history>. 11.4.2012

WEB 10: Razvitije i transformacija ekološkeskoj temy v rossijskoj zhurnalistike. Článek ze dne 07. 02. 2009. Citováno dne 20. 04. 2012 z <http://www.seu.ru/ci/lib/books/ecojour/07.htm>

### **Internetové zdroje**

WEB11: <http://respekt.ihned.cz/>

WEB12: <http://www.aif.ru/>

## Seznam tabulek a grafů v empirické části

Graf 1 Počet článků ve vybraných časopisech za celkové zkoumané období	58
Graf 2 Objem článků v jednotlivých letech podle týdeníků	58
Graf 3 Doplnkový graf k tabulce 1	60
Graf 4 Doplnkový graf k tabulce 2	62
Graf 5 Procentuální rozložení celkového počtu primárních a sekundárních článků v časopisech AF a RP za zkoumané období	65
Graf 6 Absolutní a relativní četnost rámců přírody ve vybraných týdenících během určeného období	69
Tabulka 1 Sestupné procentuální zastoupení článků dle environmentálního tématu v týdenících RP za zkoumané období	59
Tabulka 2 Sestupné procentuální zastoupení článků dle environmentálního tématu v týdenících AF za zkoumané období	61
Tabulka 3 Absolutní a relativní počet článků na jednotlivé rubriky obsažené v časopisech AF a RP za zkoumané období	63
Tabulka 4 Absolutní i relativní počet zdrojů, zastoupených v zkoumaných týdenících za určené období	66
Tabulka 5 Procentuální zastoupení přímých citací na jednotlivý zdroj v zkoumaných týdenících za celkové období	67