

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut sociologických studií

**Tereza Pešková**

**Stejná událost, různé reprezentace:  
Jak se liší zaujatost mediálních a  
účastnických popisů?**

*Bakalářská práce*

Praha 2015

Autor práce: **Tereza Pešková**

Vedoucí práce: **Mgr. Martin Hájek, Ph.D.**

Rok obhajoby: 2015

## **Bibliografický záznam**

PEŠKOVÁ, Tereza. *Stejná událost, různé reprezentace: Jak se liší zaujatost mediálních a účastnických popisů?* Praha, 2015. 37 stran. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií. Katedra sociologie. Vedoucí práce: Mgr. Martin Hájek, Ph.D.

## **Abstrakt**

Hlavním tématem této práce je způsob reprezentace události pomocí dvou různých pohledů – mediální reprezentací na jedné straně a vyprávěním účastníků na straně druhé. Oba tyto způsoby zachycení události představují snahu o interpretaci skutečnosti, díky níž je jí přisuzován význam. Zatímco v případě médií hrají roli především faktory jako normativní požadavky, zpravodajské hodnoty či představa o publiku, na úrovni jedinců se uplatňují především různé strategie sebe-representace. Jelikož každého při interpretaci skutečností ovlivňuje jeho vlastní osobnost či jednání, existuje mnoho různých obrazů, které zobrazují každodenní realitu, kterou přijímáme. Je proto důležité, abychom si uvědomovali, jak jsou tyto reprezentace vytvářeny. Cílem vlastního výzkumu bylo prozkoumat oba tyto zdroje a popsat, jak se od sebe odlišují v případě reprezentace stejné události (konkrétně průvodu Prague Pride 2014). Záměrem bylo také zjistit, jak jsou oba druhy popisů různorodé a čím jsou podoby reprezentací ovlivňovány. Zjištění prezentují, na co se oba typy popisů zaměřovaly, jaká byla hlavní prezentovaná témata a v jakém kontextu událost představovaly. Pomocí těchto kontextů bylo možné definovat, jakým způsobem jsou oba typy reprezentací zaujaté.

## **Abstract**

The main theme of this thesis is the representation of events by two different perspectives - the media's representation on the one hand and narration of participants on the other. Both of these methods of capturing events stands for an effort to interpret actuality, which attributes importance to it. While in the case of media the important

factors are especially those as regulatory requirements, news values or the image of the audience, at the individual level are mainly applied different strategies of self-presentation. Since everyone in the interpretation of reality is affected by their personality or behavior, there are many different images that depict everyday reality which we accept. It is therefore important to be aware of how these representations are created. The goal of the research itself was to explore both of these sources and describe how they differ from one another in case of a representation of the same event (namely Prague Pride Parade 2014). The intention was to find out how the two types of descriptions differ and how are affected. The findings presents on what both types of description have focused, what were the main topics presented and the context in which the event was represented. Thanks to these contexts it was possible to define how the two types of representations were biased.

## **Klíčová slova**

reprezentace reality, mediální reprezentace, sebe-prezentace, obsahová analýza, rozhovory s účastníky, Prague Pride

## **Keywords**

representation of reality, media representation, self-presentation, content analysis, interviews with participants, pride parading

**Rozsah práce:** 58 699 znaků

## **Prohlášení**

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

V Praze dne 14. 5. 2015

Tereza Pešková

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu své bakalářské práce Mgr. Martinu Hájkovi, Ph.D. za cenné připomínky a velkou snahu dát této práci správný směr. Dále děkuji Kryštofovi Šimkovi za pomoc při hledání vhodných respondentů a poskytnutí informací k problematice Prague Pride. Zároveň bych ráda vyjádřila díky své rodině, která mi byla během psaní této práce oporou.

## **Institut sociologických studií**

### **Projekt bakalářské práce**

Předpokládaný název práce:

Stejná událost, různá vyprávění: Jak se liší variabilita vyprávění účastníků akce a médií?

Téma a výzkumný problém

Jednou z hlavních disciplín sociologie je poznávání každodenního života lidí. Moderní společnost je charakteristická všudypřítomností médií, kterým se prakticky není možné vyhnout. Každý člověk je denně atakován obrovským množstvím informací, které mu poskytují různé druhy médií. A jsou to právě média, která formují naše názory, postoje a představy o dnešním světě. Většinu informací, kterými disponujeme, jsme totiž získali z novin, časopisů, televize či internetu. Díky hromadným sdělovacím prostředkům získáváme nové znalosti, které jsou pro náš život ve společnosti nezbytné a na nichž pak závisí i různé formy sociálních činností. [Giddens 1999: 350].

Když se blíže zamyslíme nad účelem médií, především pak nad oblastí zpráv a zpravodajství, kterou se budu dále zabývat, tak hlavní a nezpochybnitelnou funkcí je produkce a zpracování informací. Zprávy mají za úkol přinášet nám informace o událostech, které nemáme možnost poznávat bezprostředně my sami. Často tak nemáme možnost porovnání a musíme se spoléhat pouze na to, co se dočteme v médiích. Díky tomu se pro oblast médií vytvořily normativní požadavky, mezi něž patří především objektivita, nestrannost, vyváženost a informační přesnost. Právě objektivita je tím nejžádanějším a nejvíce diskutovaným požadavkem [Trampota 2010: 128]. K požadavku objektivity se ale mnoho odborníků vyjadřuje spíše skepticky, a proto bych se chtěla na tuto problematiku podívat z trochu jiného úhlu pohledu.

Podle Niklase Luhmanna totiž problematika médií nespočívá v pravdě, ale v selektivnosti, které se při přenosu informací samozřejmě nedá nijak vyhnout [Luhmann 2014: 39-41]. Aby mohly být informace dále předávány, je nutné, aby je tvůrci zpráv roztřídili a vybrali. Presentované informace jsou tedy vždy výsledkem subjektivního výběru člověka [Trampota 2010: 129]. Právě na tento proces bych se ve své bakalářské práci chtěla zaměřit. Ráda bych odhalila, jak média s informacemi pracují a jak je transformují, aby mohla veřejnosti podávat zprávy, které budou vypovídat o proběhlých událostech a zároveň budou dostatečně důvěryhodné. Očekávám, že různá média budou nabízet různé pohledy na stejnou událost, stejně tak jako se budou lišit vyprávění různých účastníků této události.

Pro zkoumání tohoto tématu jsem zvolila nadcházející ročník festivalu Prague Pride, který se bude konat v srpnu 2014 v Praze. Tuto událost jsem zvolila právě pro její

stále přetrvávající diskutabilitu, neboť se domnívám, že takový druh události pořádaný menšinou může vyvolat vysokou variabilitu názorů a postojů, a to jak v médiích, tak ve výpovědích dotazovaných účastníků.

### Výzkumné otázky:

Jak se liší variabilita vyprávění účastníků a variabilita obrazů podávaných médií v líčení stejné události? Jak vypadá proces transformace reality při vytváření zpráv médií? Jak média postupují, aby získala status přesvědčivosti, že mohou o události vypovídat?

Cílem mého výzkumu by mělo být zachycení různých vyprávění účastníků Prague Pride a jejich porovnání se zprávami, které o této události přinesla média. Očekávám, že líčení aktivních účastníků i pasivních pozorovatelů budou velmi rozdílná a ráda bych zjistila, zda podobnou variabilitu pohledů na stejnou událost přináší i zprávy v médiích.

### Metodologie:

Moje samostatné šetření bude kvalitativního rázu a bude obsahovat dvě části. Ta první bude založena na rozhovorech s účastníky festivalu Prague Pride. Dotazovat budu jak aktivní účastníky, kteří se například zúčastnili průvodu, tak pasivní pozorovatele, kteří akci nebo její část pouze zahlédli. Pokud to bude možné, ráda bych získala výpověď i od některého z organizátorů festivalu, aby byl získaný obraz o Prague Pride co nejpestřejší. Rozhovory budou polostrukturované, po respondentech budu především chtít, aby se pokusili co nejlépe popsat, jak festival či přímo průvod probíhal, jaké v nich vyvolával pocity či zda si všimli něčeho zvláštního, co by stálo za zmínění. Chtěla bych, aby respondenti svá vyprávění podávali tak, jako by událost vyprávěli někomu, kdo se Prague Pride neúčastnil, tedy stejně jako podávají zprávy média. Do vyprávění respondentů nebudu příliš zasahovat, avšak v případě potřeby budu klást další doplňující otázky.

Druhou částí bude analýza mediálních výstupů, které se v souvislosti s Prague Pride objeví. Chtěla bych se zaměřit především na články a zprávy v tištěných či elektronických médiích, které budou blíže popisovat průběh či atmosféru na Prague Pride. Ráda bych obsáhla co nejvíce různých zdrojů, abych mohla sledovat, zda média podávají jednotný pohled či se jejich vyprávění také liší jako u účastníků.

Rozhovory doslovně přepíši a tyto přepisy budu dále otevřeně kódovat podle kontextu jevů, které se v nich objeví. Tyto kódy pak budu nejspíše slučovat do obecnějších kategorií, abych je mohla dále analyzovat a hledat mezi nimi vztahy. Obdobně budu postupovat také u mediálních výstupů, kde potom bude mým úkolem nalézt, zda se některé kódy a kategorie podobají těm, které byly vytvořeny z přepisů rozhovorů.

## Očekávané výsledky výzkumu a jeho přínos

Výsledkem mého výzkumu by tedy mělo být zmapování a popsání dvou rozdílných typů vyprávění o jedné společné události. Očekávám, že u obou typů vyprávění se objeví i velmi odlišné názory a postoje. Pomocí srovnání výpovědí účastníků Prague Pride a mediálních textů, které se snaží o akci podat informaci těm, kteří se přímo neúčastnili, se pokusím odpovědět na hlavní výzkumnou otázku: objevuje se obdobná variabilita vyprávění v médiích jako od přímých účastníků?

Moje práce by mohla být obohacujícím příspěvkem do diskuze o objektivitě a pravdivosti médií. Měla by přinášet aktuálnější pohled na tuto problematiku, neboť mým zaměřením není zjistit, zda média lžou či ne, ale prozkoumat, jaké informace jsou do zpráv vybírány a jak jsou transformovány, aby mohla média vystupovat jako někdo, kdo událost zažil a může o ní vyprávět. Okrajovým přínosem pak může být také bližší seznámení s akcí Prague Pride, která je pořádána homosexuální menšinou. Představení této události pomocí vyprávění aktivních účastníků může pomoci veřejnost lépe seznámit s touto komunitou a předcházet tak netoleranci.

### Použitá literatura:

Giddens, Anthony. 1999. *Sociologie*. Praha: Argo.

Luhmann, Niklas. 2014. *Realita masmédií*. Praha: Academia.

Trampota, Tomáš, Martina Vojtěchovská. 2010. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál.

# Obsah

<b>OBSAH</b> .....	<b>1</b>
<b>ÚVOD</b> .....	<b>2</b>
<b>1. TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>4</b>
1.1. SPOLEČNOST A MÉDIA .....	4
1.2. VÝZKUMNÝ PROBLÉM: REPREZENTACE REALITY.....	6
1.2.1. Mediální reprezentace reality.....	7
1.2.2. Reprezentace reality jedinci.....	10
1.3. VÝZKUMNÉ OTÁZKY .....	12
<b>2. VÝZKUMNÁ ČÁST</b> .....	<b>13</b>
2.1. DATA A METODY ANALÝZY .....	13
2.1.1. Rozhovory.....	14
2.1.2. Mediální zprávy.....	17
2.1.3. Analýza .....	19
2.2. ZJIŠTĚNÍ .....	21
2.2.1. Relevance a různorodost .....	21
2.2.2. Charakteristika mediálních reprezentací .....	27
2.2.3. Charakteristika účastnických reprezentací.....	29
2.3. DISKUZE A INTERPRETACE VÝSLEDKŮ .....	31
2.3.1. Variabilita reprezentace události.....	31
2.3.2. Zaujatost – proč se od sebe popisy odlišují? .....	33
<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>35</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA</b> .....	<b>36</b>

## Úvod

Hlavní problematikou této práce jsou způsoby reprezentace reality, jejichž pomocí interpretujeme skutečnosti okolo nás. Jsou to právě různé reprezentativní popisy událostí, díky nimž je jim přisuzován význam, díky kterému se stávají skutečnými. Reprezentace však nejsou statické, nepředstavují odraz nějaké jediné skutečné reality. Podléhají vlastní interpretaci svého autora, jsou tedy sociálně podmíněné. Jelikož každého při interpretaci skutečností ovlivňuje jeho vlastní osobnost či jednání, existuje mnoho různých obrazů, které zobrazují každodenní realitu, kterou přijímáme. Je proto důležité, abychom si uvědomovali, jak jsou tyto reprezentace vytvářeny. Cílem této práce bude porovnání dvou typů těchto reprezentací o stejné události – mediální reprezentace a vyprávění účastníků – svědků – této události.

Struktura práce je rozdělena do dvou hlavních kapitol. Teoretická část se nejprve zabývá rolí médií v moderní společnosti. Masová média představují nositele informací, pomocí kterých se lidé rozhodují a určují své postoje k prezentovaným skutečnostem. Dále se teoretická část zaměřuje na obecné představení problematiky reprezentace reality, kde je popsána myšlenka sociálně konstruované reality. Na tu navazuje charakterizování mediální reprezentace reality, kde je kladen především důraz na různorodost jednotlivých popisů a jejich zaujetím na základě systému zpravodajských hodnot. Nakonec jsou uvedeny aspekty, které ovlivňují reprezentace jedinců, jsou popsány různé typy sebe-prezentace a způsoby ovlivnění jejich prezentace na základě příslušnosti k sociální skupině.

V analytické části nejprve seznamuji čtenáře s metodologií vlastního šetření, kterou představují dva typy dat. Prvním je obsahová analýza mediálních výstupů zachycujících průvod Prague Pride 2014. Druhým typem jsou polostrukturované rozhovory s účastníky této akce. Cílem výzkumu bylo prozkoumat oba popisy a zachytit, jak se od sebe odlišují v případě reprezentace stejné události. Záměrem bylo také zjistit, jak jsou oba druhy popisů různorodé a čím jsou podoby reprezentací ovlivňovány. Zjištění prezentují, na co se oba typy popisů zaměřovaly, jaká byla hlavní prezentovaná témata a v jakém kontextu událost představovaly. Pomocí těchto kontextů

bylo možné definovat, jakým způsobem jsou oba typy reprezentací zaujaté, což je dále interpretováno v kontextu zmíněné literatury.

Vzhledem k omezenému rozsahu této práce jsem částečně přehodnotila některé z původních cílů navrhovaných v projektu a rozhodla jsem se zmapovat pouze odlišnost obou typů reprezentace. Podrobně jsem tedy zaměřila na popsání různorodosti a typických aspektů obou způsobů prezentace události a dále pak na jejich kontext a zaujatost.

# 1. Teoretická část

## 1.1. Společnost a média

*„Média a specifický typ sociální komunikace, na jejíž realizaci se podílejí, představují stále významnější podobu společenského, politického i kulturního života současných společností a podmínku ekonomické úspěšnosti řady odvětví.“ [Jirák, Köpplová 2007: 15]*

Masová média jsou dnes součástí našich každodenních životů a je prakticky nemožné se informacím z médií vyhnout. Význam médií se v moderních západních společnostech stále zvyšuje a ovlivňuje každého jedince v jeho každodenním jednání. „Pro současnou (pozdně) moderní společnost je přitom typická exploze mediované skutečnosti spojená s každodenním kontaktem s nesčetnými výstupy mediální produkce, které usměrňují naše vnímání světa kolem nás, naše občanské postoje a volební jednání, stejně jako životní postoje a spotřební chování.“ [Trampota, Vojtěchovská 2010: 8]. Kombinací našich vlastních předchozích zkušeností a informací, které podávají média, definujeme náš obzor společenského života.

Také podle Mary Talbot diskurs, který média vytváří, hraje aktivní roli při utváření lidských realit a silně ovlivňuje společnost i lidské myšlení [Talbot 2007: 3]. Hartley navíc dodává, že svět okolo nás často spontánně interpretujeme právě pomocí pojmů, které se používají v médiích [Hartley 1982: 11]. Hromadné sdělovací prostředky tak budují veřejné mínění, formují a ovlivňují postoje lidí, kteří pomocí médií získávají potřebné informace, na nichž záleží mnoho sociálních činností. Média jsou nedílnou součástí naší kultury a sociálního života v moderní době.

Specifické postavení mezi různými druhy médií má zpravodajství. Oblast zpráv lze jasně definovat jako zpracování a produkci informací o světě, ve kterém žijeme [Luhmann 2014: 39]. Zpravodajství tak představuje jednu z nejdůležitějších oblastí masových médií. „Právě pro svou předpokládanou důležitost či užitečnost jsou zprávy považovány za významný atribut médií, dokonce někdy za jednu ze společenských „funkcí“ komunikace. Zprávy nám mají pomáhat orientovat se ve světě, zvažovat naše

možnosti v dalším životě, pomáhat nám se rozhodovat v roli voličů a podobně.“ [Trampota 2006: 23-24].

Zprávy zachycují informace o událostech, kterých čtenáři nemusí nebo nemohou být svědky. Média tak podávají svědectví, s nimiž jejich konzumenti nemají vlastní osobní zkušenost [Jirák, Köpplová 2007: 43]. Jelikož čtenáři nemají možnost vlastního porovnání, předpokládají a očekávají, že jsou zprávy zachyceny správně, pravdivě a přesně [Luhmann 2014: 41]. Trampota dodává, že „zprávy často považují za relativně věrohodnou informaci o světě, lidech, společnosti. Tato věrohodnost se opírá o představu, že média jsou skutečně schopna nabídnout to, co je důležité, významné, pro příjemce relevantní.“ [Trampota 2006: 24]

Jsou však média skutečně schopna nabízet takové obsahy? Podle Briana McNaira „tím, co nám sděluje, a tím, co vynechává, definuje žurnalistika náš obzor společensko-politického chápání“ [McNair 2004: 40]. Lze tedy považovat za klíčové, jaké informace se ve zprávách objevují. To, jak média vybírají a zpracovávají informace do svých publikovaných výstupů, je jedním z předmětů studia sociologie zpravodajství. Sociologie zpravodajství by dle Trampoty „měla přispívat ke zvyšování mediální vzdělanosti veřejnosti setrvalým zviditelňováním procesů, které se při jeho produkci odehrávají v zákulisí, analýzou motivů a způsobů sběru, třídění, selekce a prezentace zpravodajských příběhů, ale také rozbořem opakujících se vzorců těchto postupů a vlivů, které na podobu zpravodajství působí.“ [Trampota 2007: 63]

Předmětem této práce ale nejsou pouze mediální obsahy. Podobně, jako se sociologie zpravodajství ptá po principech výběru a interpretace informací o událostech ve zprávách, můžeme se tázat také na způsoby prezentace stejných událostí jejich svědků - jednotlivců. Budou obě tyto reprezentace odrážet stejnou „realitu“?

## **1.2. Výzkumný problém: reprezentace reality**

*„Událost se stává reálnou právě skrze reprezentaci.“ [Sedláková 2008: 146]*

Svět, ve kterém žijeme, interpretujeme pomocí různých popisů skutečnosti. Podle Halla jsou klíčovým prvkem, který má vliv na vytváření a reprodukování kultury, reprezentace. Reprezentaci však nelze je chápat jako pouhý obraz či zkrácení reálného, protože ze své podstaty nelze události zachycovat přesně. Realita je nejasná a nestálá a podléhá neustálé reinterpetaci [Hall in Sedláková 2008: 146]. Tyto reinterpetace se od sebe odlišují, neboť jsou jejich významy vytvářeny sociálně [Berger, Luckmann 1999: 9]. Realitu tak nelze chápat jako něco pevně daného či jediného skutečného.

Význam reprezentací se může měnit jak v časovém období, tak podle toho, kdo je vytváří [Sedláková 2008: 146]. To, jak vysvětlujeme skutečnosti okolo nás, záleží na našem subjektivním pohledu. Stejná informace bude jinak interpretována na základě sociálního postavení, věku, etnické či náboženské příslušnosti. Řečeno slovy Bergera a Luckmanna: „Co je „realitou“ pro tibetského mnicha, nemusí být „realitou“ pro amerického podnikatele. „Vědění“ kriminálního se liší od „vědění“ kriminalisty.“ [Berger, Luckmann 1999: 10].

Sociologové Berger a Luckmann představují myšlenku sociálně konstruované reality. Ta vyplývá z toho, že ačkoliv naši každodenní realitu pokládáme za samozřejmost, něco, co je zkrátka pevně dáno, vychází z našich myšlenek a je udržována naším jednáním a sociálními interakcemi tak, aby byla reálná. Při těchto procesech pak zvláštní roli zastávají právě sociální interakce jedinců mezi sebou a také jazykové prostředky, jejichž pomocí se tyto interakce odehrávají [Berger, Luckmann in Sedláková 2008: 147].

Interpretace skutečnosti jsou tedy předávány pomocí sociálních interakcí. Sociologie by se měla snažit pochopit, jak k tomuto konstruování dochází. Předmětem analýzy by tak měly být právě procesy sociálního vytváření reality [Berger, Luckmann 1999: 11]. Stejnou teorii zastává i Niklas Luhmann, který přirovnává pochopení reality k horizontu – považuje je za nedosažitelné a dodává, že „proto nezbyvá žádná jiná

možnost než: realitu konstruovat a eventuálně: pozorovat pozorovatele, jak konstruuji realitu.“ [Luhmann 2014: 16].

Jelikož bude cílem mojí práce porovnání způsobů konstruování reality dvěma odlišnými typy subjektů, pokusím se v následujících dvou kapitolách představit, jaké principy mohou při konstruování obrazů o událostech mít vliv na interpretaci informací v obou těchto případech.

### **1.2.1. Mediální reprezentace reality**

Na mediální reprezentaci lze pohlížet dvěma zcela odlišnými způsoby. Prvním z nich je představa reprezentace reality jako odrazu nějaké skutečné a jediné reality [Sedláková 2008: 148]. Výše bylo vysvětleno, že toto pojetí není možné ze sociologického pohledu uvažovat, neboť nelze zkoumat nějakou preexistující realitu. „Přezkoušení mediální reality subjektivně neovlivněným zpracováním informace – jejím výběrem a strukturováním do podoby vyvážené „ryzí“ reality – je nemožné.“ [Schulz 2000: 32]. A právě tato jediná reálná realita by musela být tou, kterou by média mohla zachycovat a přímo odrážet. Toto pojetí, které se snaží o zrcadlení reality a její co nejvěrnější zachycení, označuje Schulz jako „ptolemaiovské“ [Schulz 2000: 30].

Pro účely této práce je však klíčové druhé pojetí., které lépe odpovídá představě sociálně konstruované reality, jež byla představena výše. Podle Sedlákové lze mediální reprezentaci také definovat jako „re-prezentaci“, ve smyslu znovu prezentovaného a opakovaně zobrazovaného. Zde již jde o proces vytváření reality v rámci konkrétního mediálního sdělení, a to na základě rozhodnutí, co a jak bude zaznamenáno, z jakého úhlu pohledu [Sedláková 2008: 148]. Média jsou tak aktivním prvkem v sociálním procesu, který se podílí na vytváření představy skutečnosti. „Jejich úkol spočívá v selekci podnětů a událostí sociálního světa, zpracovávají je a interpretují. Tímto způsobem se média podílejí na kolektivním úsilí konstruovat realitu a tu – zveřejněním – všeobecně zpřístupnit tak, aby mohlo vzniknout společné východisko pro sociální jednání.“ [Schulz 2000: 31].

Jak vidíme výše, „koperníkovské“ pojetí upozorňuje na nutnost tolerovat různé pohledy na svět [Schulz 2000: 35]. To, jak nahlížíme na skutečnosti okolo nás, ovlivňuje naše vlastní role a postavení ve společnosti. Proto existuje široká škála nejrůznějších výpovědí, ze kterých musí žurnalisté vybírat a sestavovat obsah toho, co později nazýváme zprávou [McNair 2004: 75]. Jejich práce se ale řídí i dalšími pravidly.

Aby mohli lidé zpravodajství důvěřovat i přesto, že zachycuje skutečnosti, s nimiž nemají lidé vlastní zkušenost, byly vytvořeny různé normativní požadavky, které jsou na obsah zpráv kladeny. Patří mezi ně zejména objektivita, nestrannost, vyváženost a informační přesnost. Právě objektivita a s ní spojená pravdivost jsou těmi nejžádanějšími a nejvíce diskutovanými požadavky [Trampota 2010: 128]. Objektivita ale představuje komplikovaný koncept, který se spíše podobá nedosažitelnému ideálu, neboť jak již bylo řečeno, v praxi nelze mediální skutečnost porovnat s „realitou“.

Objektivitu ovlivňuje celá řada faktorů, již zmíněným a dle mého názoru nejdůležitějším, je způsob selekce informací, jež řídí výběr publikovaných informací ve zprávách. Je nutné si uvědomit, že výběr a konečná podoba zpráv je vždy důsledkem subjektivního výběru konkrétního média i autora. Podle Niklase Luhmanna tak problematika médií nespočívá v pravdě či objektivitě, ale v selektivnosti, které se při přenosu informací nedá nijak vyhnout [Luhmann 2014: 39-41].

Na subjektivnost výběru upozorňují i další autoři, například McNair. „Představa, že jsou uplatňována pravidla objektivity, stvrzuje daný výběr a dává mu přednost před ostatními, ale přesto se jedná o výběr, a přinejlepším je to spíše relativní než absolutní pravda.“ [McNair 2004: 75]. Pro výzkum médií to znamená především klást důraz na právě na různorodost než na přezkoumávání objektivity mediálních obsahů. Podle Schulze právě rozmanitost konkurence různých definic skutečnosti a kritické rozpory mezi nimi, představují nejlepší možné přiblížení objektivní realitě [Schulz 2000: 35].

Princip rozmanitosti médií je velmi důležitý a to nejenom díky tomu, že podporuje základní demokratické principy ve společnosti. Podle McQuaila lze princip

rozmanitosti definovat obecným předpokladem, že čím více existuje různých kanálů veřejné komunikace nesoucích maximální množství rozdílných obsahů k nejrozmanitějšímu publiku, tím lépe. Hodnota rozmanitosti obsahů spočívá v samotné pestrosti, variabilitě a výběru informací. Variabilita nabízeného obsahu v médiích je také přímým přínosem pro publikum a tvoří základ širokého přístupu ke komunikačním kanálům. [McQuail 2009: 207-208]

Jedním z faktorů, kterými se řídí výběr informací, je systém tzv. zpravodajských hodnot (news values), které vycházejí víceméně z intuitivních představ žurnalistů o tom, co jejich publikum bude zajímat. Nejznámější teorii zpravodajských hodnot představili Galtung a Rugeová. Podle tohoto konceptu se při výběru mediálních obsahů uplatňují tyto aspekty: významnost, včasnost, zjednodušení, předvídatelnost, neočekávanost, souvislost, kompozice, vztah k elitním osobám a národům a zápornost [Brighton, Foy 2007: 7].

Na tento koncept navázali také další autoři, například Denis MacShane. Ten za klíčové zpravodajské hodnoty označuje konflikt, strádání a nebezpečí pro společnost, neobvyklost či zvláštnost, skandálnost dané skutečnosti a individualismus [Brighton, Foy 2007: 8]. Také Luhmann tvrdí, že média přitahuje především to, co je nějakým způsobem problematické, a proto zajímavé [Luhmann 2014: 52].

Výzkum zpravodajských hodnot, které se uplatňují v britském tisku, provedli Harcup a O'Neill. Ti vycházeli z původního konceptu Galtunga a Rugeové a pokusili se otestovat, které z hodnot jsou nejčastěji součástí mediálních obsahů. Na prvních místech se umístily tyto aspekty: jednoznačnost, vztah k elitám, včasnost, odkaz k negativnímu. Autoři této studie přichází i s vlastními novými hodnotami, mezi něž patří například zábavnost, tedy snaha tvořit zprávy pro pobavení čtenářů [Harcup, O'Neill 2001: 269-274].

Pomocí rozhovorů se švédskými novináři zkoumali zpravodajské hodnoty autoři Strömbäck a Karlsson. Důležitost jednotlivých aspektů událostí definovali respondenti takto: událost je nečekaná (seznace), událost je dramatická, jejich mediální organizace

je první, která o dané události referuje, událost bude zajímat většinu, událost referuje o slavných osobách či organizacích, ale také zda se událost týká konfliktů [Strömbäck, Karlsson 2012: 723].

Důraz na překvapivost a konfliktnost událostí klade také Luhmann. Dále dodává, že pozornost je věnována také narušování společenských norem. Odchytku od normality či obecně přijímaných společenských norem zmiňuje také McNair a dodává, že atraktivitu události zvyšuje především, pokud se jedná o oblast sexuality [McNair 2004: 80]. Zvláštní postavení má navíc jednoduchost a srozumitelnost mediálního sdělení. Výběr informací je pak přizpůsoben právě tomu, aby byla zpráva jednoduše pochopitelná pro co možná největší okruh čtenářů [Luhmann 2014: 42-43]. Selektce informací se tak řídí také tím, jaké představy mají novináři o předpokládaném publiku – příjemcích zpráv [Trampota 2006: 25].

### **1.2.2. Reprezentace reality jedinci**

Podobně jako u selekce zpráv hraje důležitou roli subjektivní výběr autora, tak také vyprávění jedinců je ovlivněno jejich vlastním úsudkem, co by mělo být prezentováno. Během sociálních interakcí dochází ke komunikaci mezi různými subjekty a zvláště v případě, že se tyto subjekty navzájem neznají, je posílena snaha o zanechání vhodného dojmu. „Jedinec bude muset jednat tak, aby záměrně či bezděčně *působil*, čímž v ostatních naopak *vyvolá nějaký dojem*.“ [Ichheiser in Goffman 1999: 11]. Při rozhovorech je důležité mít tuto skutečnost stále na paměti, neboť nelze považovat, že to, co je nám představováno, je skutečné chování či postoje respondentů. Goffman toto prezentování vlastní identity připodobňuje k divadelní hře.

V první řadě je vhodné si uvědomit, že pravé či skutečné názory, emoce a další jednání jedinců je možné si ověřit pouze nepřímo – z toho, co nám jednotlivci sami otevřeně přiznávají, co přímo říkají nebo také o čem vypovídá jejich mimovolní expresivní chování [Goffman 1999: 10-11]. Nelze předpokládat, že to, co jedinec říká, musí být skutečně tím, co si doopravdy myslí. Znovu máme k prozkoumání pouze jeho

vlastní reprezentaci dané skutečnosti. Budu tedy dále vycházet z myšlenky, že „jednotlivec svým jednáním před ostatními ovlivňuje, jak danou situaci definují.“ [Goffman 1999: 14].

Podobu toho, co bude při vyprávění sděleno, ovlivňuje vlastní výběr respondenta. Je plně v jeho moci rozhodnout, co bude otevřeně prezentováno a například zdůrazňováním určitých skutečností a utajováním jiných může upravovat dojem, který zanechá. Pečlivým výběrem zveřejněných informací je po té ještě více posilován idealizovaný obraz o něm samém [Goffman 1999: 65]. Zároveň je důležitá i forma, jakou se dotyčný sebe-prezentuje. I když si to během interakce nemusíme uvědomovat, je kladen důraz na výrazové prostředky a jejich souhrn po celou dobu respondentova představení [tamtéž].

Kromě idealizovaného dojmu může být sebe-prezentace jedince ovlivněna také snahou reprezentovat společností oficiálně přijímané hodnoty [Goffman 1999: 40]. Jednotlivec se snaží působit tak, aby jeho prezentovaná identita byla v souladu s tím, co společnost pokládá za vhodné například vzhledem k postavení, které se snaží jedinec svým vystoupením demonstrovat.

Problematicke sebe-prezentace jedinců se podrobněji věnuje Astrid Schützová. Ta definovala 4 typy jednání, které se při prezentaci vlastní identity uplatňují: asertivní, ofenzivní, ochranné a obranné. Asertivní sebe-prezentace je snaha vypadat dobře prezentací příznivého obrazu. Jde o aktivní jednání, ale zároveň ne agresivní úsilí budovat pozitivní dojem. Děje se tak především tím, že jednotlivci prezentují to, co je v danou chvíli pro ně žádoucí [Schütz 1998: 614].

Oproti tomu ofenzivní typ sebe-prezentace je snaha agresivním způsobem demonstrovat svůj povýšený status. Ve snaze zapůsobit dobře a reprezentovat své vysoké postavení nad ostatními ofenzivní jedinci napadají druhé, o kterých se snaží vytvořit negativní dojem [Schütz 1998: 615]. Kontrastem k tomuto typu je obranné jednání, kdy jedinci, o kterých byl negativní obraz vytvořen, se snaží jej napravit. Jde o aktivní boj jedince proti jeho negativní typizaci [Schütz 1998: 618].

Posledním typem je ochranné jednání. Jedná se o pasivní snahu, kdy jedinec se nesnaží prezentovat své nejlepší já, ale motivuje ho především to, aby na ostatní nezapůsobil špatně. Své úsilí tak věnuje především tomu, aby nedošlo k poškození jeho přijímané sociální identity [Schütz 1998: 617].

Sociální identita je často posuzována také v rámci příslušnosti k dané sociální skupině. Z osobního úhlu pohledu považujeme obsah sebe-prezentace jedince jako demonstraci jeho vlastních vlastností. Často tomu ale tak nemusí být právě z toho důvodu, že jedinec jedná na základě přijímání skupinové identity [Goffman 1999: 81]. Tento typ interakce pak lze popsat jako komunikaci mezi dvěma týmy – jeden, který zastává stanovisko skupiny, se kterou se identifikuje, a druhý, který členem této skupiny není.

Jedinci se většinou snaží o zachování společného výkladu situace. Nemusí to znamenat skutečnou shodu v názorech uvnitř skupiny, pouze to dokazuje snahu dočasně respektovat stanovený obraz o dané situaci. Podle Goffmana je nanejvýš žádoucí, abychom se při sociálních interakcích vyhnuli otevřenému konfliktu danému možným různým výkladem situace [Goffman 1999: 17]. Velkou roli tedy hraje také faktor loajality, který mezi sebou členové skupiny sdílejí, a díky němuž dochází k posílení snahy reprezentovat obraz, jež je skupinou přijímán [Goffman 1999: 88].

### **1.3. Výzkumné otázky**

Hlavním předmětem mého výzkumu je porovnání obsahu zpráv o proběhlé události s vyprávěními účastníků této akce. Mým záměrem bude prozkoumat tuto problematiku na konkrétním případě události Prague Pride 2014<sup>1</sup>. Tuto událost jsem jako předmět výzkumu vybrala především proto, že dle různé literatury je často vztah

---

<sup>1</sup> Prague Pride je festival pořádaný LGBT (lesbian, gay, bisexual and transgender) komunitou, který se koná v srpnu v Praze. Jeho součástí je i sobotní průvod centrem Prahy, který má za cíl upozornit na rovnoprávnost bez ohledu na sexuální orientaci.

mezi reprezentací menšin a médií problematický, neboť zprávy často poskytují příliš zjednodušený, stereotypní pohled [Luhmann 2014; Trampota 2006; Sedláková 2008]. V případě potvrzení tohoto tvrzení, bude mým cílem prozkoumat, jakým způsobem jsou mediální reprezentace zaujaté. Zároveň se domnívám, že „pochod hrdosti“ Prague Pride stále, i po 4 letech svého konání v ČR, představuje poněkud kontroverzní událost, kterou lidé hodnotí z různých úhlů pohledu a informace o ní by mohly být dostatečně variabilní a tedy vhodné k prozkoumání.

Provedeným výzkumem se pokusím zjistit: liší se informace o stejné události, které poskytují zprávy v médiích a které se objevují ve vyprávění účastníků této akce? Budu se soustředit především na to, zda jsou informace ve zprávách v médiích něčím specifické a zda se nějak výrazně odlišují od neprofesionálního vyprávění účastníků akce Prague Pride. Zaměřím se jak na to, v čem se informace z obou zdrojů shodují, tak také na odlišnosti a ty informace, které u jednoho ze zdrojů chybějí. Výsledná zjištění se pokusím dále analyzovat tak, abych zjistila, zda jsou mezi různými typy informací, které se případně odlišují, nějaké pravidelnosti.

Klíčovou výzkumnou otázkou, kterou bych svým výzkumem chtěla zodpovědět, je: Jak se liší variabilita informací prezentovaných médií a variabilita informací z vyprávění účastníků akce Prague Pride? Mým cílem bude zjistit, zda jsou obrazy v médiích stejně rozmanité či naopak shodné jako vyprávění účastníků o téže události. Pomocí analýzy obou typů dat bych dále ráda určila, co danou rozmanitost nebo shodnost určuje, tedy v jakých kontextech je událost Prague Pride v obou typech reprezentací prezentována.

## **2. Výzkumná část**

### **2.1. *Data a metody analýzy***

Jak již bylo naznačeno v teoretické části, zkoumání obsahu médií představuje složitý problém. Podle Trampoty by nejlepším způsobem, jak zkoumat mediální

reprezentace bylo porovnání samotného průběhu události s jejím mediálním zpracováním. Dodává však, že v mnoha výzkumech se ale stále spoléhá pouze na komparativní zkoumání obsahu mediálních sdělení z různých zdrojů. [Trampota, Vojtěchovská 2010: 130]. Mým záměrem bylo přiblížit se ideálu porovnávání skutečnosti a mediálních zpráv, a to pomocí srovnání dvou typů reprezentativních popisů dané události.

Z výše uvedených důvodů a v návaznosti na zvolené výzkumné otázky jsem k analýze zvolila dva typy dat. Jako první vstupovaly do analýzy výstupy z rozhovorů s účastníky události Prague Pride 2014, druhým typem dat byly mediální zprávy, které byly v souvislosti s touto akcí zveřejněny. Předmětem analýzy pak bylo právě porovnání klíčových jevů z obou těchto zdrojů pomocí obsahové analýzy.

### **2.1.1. Rozhovory**

#### **Výběr respondentů**

V rámci této části dat jsem zvolila dva typy respondentů. Prvním z nich byli aktivní účastníci průvodu Prague Pride 2014, kteří jsou homosexuální orientace a kteří tedy mají k této akci zvláštní osobní vztah. Vzhledem k tomu, že sexuální orientace je citlivá osobní informace, nebylo možné provést výběr respondentů náhodně, a tak jsem respondenty získala prostřednictvím svého známého, který mi zajistil kontakty. Získala jsem tak pro mě osobně neznámé respondenty, kteří ale byli o mojí práci informováni a nebylo složité s nimi rozhovory provést. Díky osobnímu doporučení byli respondenti velmi komunikativní a otevření. Celkem jsem oslovila sedm těchto respondentů, kteří mi poskytli rozhovor (šest mužů a jedna žena). Protože jsem byla omezena výběrem na základě doporučení, nebylo možné zajistit zastoupení všech věkových kategorií. Získala jsem respondenty ve věku od 20 do 27 let.

Druhým typem respondentů byli lidé, kteří se přišli na Prague Pride 2014 podívat jako diváci. Tyto respondenty jsem získala oslovením svých známých, kteří se

na moji žádost cíleně šli na průvod podívat. Záměrně byli vybráni ti, kteří se akce Prague Pride v předchozích ročnících nezúčastnili a byla to tak pro ně nová zkušenost. Tyto respondenty jsem kvůli časovému omezení (konkrétní den konání akce) získala pouze tři (dva muže a jednu ženu) ve věku od 21 do 30 let. Stejně jako v předchozí skupině není ani zde věkové rozpětí ideální. Jelikož se ale nesnažím o reprezentativní šetření a navíc se jednalo především o informativní a popisné otázky, věřím, že na získaná data měl věk pouze minimální vliv. I přesto budu na tento fakt brát ohled v další analýze.

### **Sběr dat**

Sběr dat jsem začala pilotními rozhovory. První z nich probíhal ve skupině 3 respondentů a jeho cílem bylo ověřit, zda jsou otázky správně zformulovány a jsou pro respondenty srozumitelné. Druhý pilotní rozhovor jsem prováděla individuálně jen s jedním respondentem, abych porovнала oba tyto způsoby. Jelikož jsem nezjistila žádný velký rozdíl mezi těmito typy rozhovorů, prováděla jsem další rozhovory tak, jak to bylo vhodné vzhledem k časovým možnostem zvolených respondentů. Data z pilotních rozhovorů jsem pro analýzu použila pouze okrajově pro doplnění, neboť některé otázky jsem po jejich provedení upravovala.

Rozhovory s aktivními účastníky probíhaly v restauraci, kterou jako prostředí pro rozhovor zvolili sami respondenti. Jelikož se jednalo o restaurační zařízení, které je mezi LGBT komunitou známé a často navštěvované, nemuseli se zde respondenti cítit nepříjemně ani při rozhovoru o citlivém tématu spojeném s jejich sexuální orientací. Tyto rozhovory byly vedeny jako skupinové, účastnili se jich 3 respondenti najednou. To, že rozhovory probíhaly v tomto přirozeném prostředí a navíc ve skupince, napomohlo dle mého názoru větší otevřenosti dotazovaných. Rozhovory s ostatními respondenty proběhly v jedné z pražských kaváren a jednalo se již o individuální rozhovory vždy jen s jedním respondentem. Všechny rozhovory byly uskutečněny v listopadu a prosinci 2014.

Otázky, které jsem respondentům při všech rozhovorech pokládala lze rozdělit do třech tematických okruhů. První skupinou byly otázky popisné, které se ptaly na konkrétní aspekty a události, které se staly při průvodu Prague Pride 2014. Byly to především obecné otázky, které vybízely k informativním, popisným a nezaajatým odpovědím. Jednalo se o tyto otázky:

- Co to je Prague Pride?
- Kdy a kde se průvod Prague Pride konal?
- Jaké bylo počasí?
- Co se tam dělo? Jak to probíhalo?
- Jaká tam vládla atmosféra?
- Jaké byly reakce okolí, náhodných kolemjdoucích?

Druhým okruhem byly otázky týkající se vlastních zážitků respondentů. Dotazovaní měli popsat průvod ze své perspektivy, pomocí konkrétních událostí či zážitků. Jednalo se o subjektivní pohled, mnohé otázky podporovaly navíc respondenty ve sdělování vlastních názorů. V této skupině byly tyto otázky:

- Co jste dělali při průvodu? Jak jste ho strávili? Máte nějakou historku z průvodu?
- Co vás zaujalo? Upoutalo vás něco zvláštního?
- Stalo se něco zvláštního, nečekaného?

Poslední skupinou byly otázky zjišťující názory respondentů. Byly to otázky, které se přímo ptaly na osobní názor či zkušenosti respondenta s událostí Prague Pride. Tyto otázky byly zařazeny spíše pro doplnění než jako klíčové pro další analýzu. Odpovědi respondentů na tuto skupinu otázek mi umožnily lepší náhled do problematiky a vnímání události Prague Pride samotnými účastníky.

- Pro koho je podle vás akce určena (pro diváky, účastníky)?
- Jaký cíl tato akce sleduje? Co je posláním Prague Pride?
- Co si myslíte o kostýmech na Prague Pride?
- Vnímáte Prague Pride jako festival?
- Vyprávěli jste někomu o Prague Pride? Jak jste to popisovali?

Před každým rozhovorem byli respondenti obecně seznámeni s tématem mé práce a účelem, ke kterému budou rozhovory sloužit. Aby nedošlo ke zkreslení

odpovědí, nebyli respondenti obeznámeni s tím, že jejich výpovědi budou porovnávány s mediálními výstupy. Dále byli upozorněni na nahrávání rozhovoru, k čemuž mi všichni dotazovaní dali svolení při dodržení podmínky anonymizace rozhovorů při další analýze. Rozhovory poté pokračovaly podle sestaveného scénáře - okruhů otázek. Při skupinových rozhovorech byla každá otázka postupně položena všem respondentům, kteří na ni postupně odpověděli, potom následoval prostor pro diskuzi či reakce ostatních. Délka skupinových rozhovorů byla okolo 1 hodiny a 30 minut, individuální trvaly většinou 30 minut.

### **Příprava získaných dat**

Výstupem rozhovorů byly nahrané audio záznamy, které jsem přepsala do textové podoby. Rozhovory jsem přepisovala kompletně, neboť pro další analýzu bylo nutné mít v textové podobě celý rozhovor přesně zachycující použité formulace respondentů. Vynechány byly pouze části nesouvisející s výzkumem (např. úvodní seznámení, objednávky v restauraci apod.). Všechny přepisy jsem také anonymizovala pomocí pseudonymů, aby nedošlo k narušení soukromí zúčastněných osob. Celkem tak do analýzy vstoupilo 8 textových přepisů, včetně přepisu pilotních rozhovorů. Délka přepisů se pohybovala od 2 do 11 stran.

## **2.1.2. Mediální zprávy**

### **Výběr zdrojů**

Při výběru zdrojů mediálních výstupů jsem se zaměřila jak na tištěná média, tak i na internetové portály, které se zabývají zpravodajstvím. Tyto dva typy jsem zvolila z toho důvodu, že každá sociodemografická skupina upřednostňuje jiný zdroj zpráv a není možné přesně určit, zda jsou žádanější zprávy v novinách či na internetu. Oba typy tedy považuji za stejně relevantní pro výzkum tohoto typu.

Při výběru tištěných periodik jsem vybrala hlavní deníky, které v České republice vycházejí (MF DNES, Pražský deník, Právo, Lidové noviny, Metro). Většinou

se jednalo o verze periodika pro Prahu, neboť v ostatních regionálních verzích často nebyla o Prague Pride žádná zpráva. Z internetových portálů to byly hlavně webové stránky zmiňovaných deníků (lidovky.cz, idnes.cz, prazsky.denik.cz) a ostatní zpravodajské servery (novinky.cz, ceskatelevize.cz).

## Sběr dat

Sběr dat jsem zahájila vyhledáváním zpráv na internetu, jako první jsem zkoušela pomocí klíčových slov (Prague Pride 2014, průvod LGBT, pochod homosexuálů ad.) vyhledávat přímo na výše zmiňovaných internetových zpravodajských portálech a nalezené články jsem kopírovala a tiskla v textové podobě, většinou doplněné i fotografiemi. Jednalo se především o reportáže, které zachycovaly sobotní průvod Prague Pride 2014.

Pro tištěná média jsem zvolila vyhledávání pomocí mediálního archivu Mediasearch. I při tomto vyhledávání jsem se zaměřila pouze na články, které popisovaly události na průvodu Prague Pride, tedy ty, které o akci reflektovaly zpětně. Záměrně jsem vynechávala zprávy o konání festivalu Prague Pride, které informovaly o programu a sloužily spíše jako pozvánky na tuto akci. Celkem bylo analyzováno 12 zpráv a článků, jejichž přehled zobrazuje tabulka níže.

Název článku	Zdroj	Datum vydání	Délka	Poznámka
Pochod hrdosti: karnevalové veselí i výhružky peklem	MF DNES	18.8.2014	198	tisk Plzeň
Sedmnáct tisíc fanoušků duhy	MF DNES	18.8.2014	420	tisk Praha
Duhový průvod gayů zaplavil Prahu	Právo	18.8.2014	327	tisk Praha
Méně lidí a barev než loni. Průvod Prague Pride byl „normálnější“	Deník	18.8.2014	450	tisk Praha
Odpůrce homosexuálů mírnila policie. Jen mírně	Deník	18.8.2014	254	tisk Praha
Pražské ulice obarvil průvod duhy	Lidové noviny	18.8.2014	120	tisk Praha
Pestrobarevný průvod homosexuálů prošel Prahou	Metro	18.8.2014	65	tisk Praha
Tisíce lidí v duhových barvách prošly hrdě Prahou	ceskatelevize.cz	16.8.2014	616	internet
Účastníci Prague Pride pochodovali Prahou. Sešlo se na 17 tisíc lidí	lidovky.cz	16.8.2014	471	internet
Prahou pochodovali gayové a lesby, šéf lidovců demonstroval za rodinu	idnes.cz	16.8.2014	592	internet
Skupinka odpůrců gayů narušila jejich pochod. Policisté je odtáhli pryč	novinky.cz	16.8.2014	343	internet
Pochodu homosexuálů se zúčastnilo až 17 000 lidí, byl klidnější	prazsky.denik.cz	16.8.2014	379	internet

*Tabulka č. 1*

### 2.1.3. Analýza

Při analýze dat jsem vycházela ze dvou různých druhů zkoumání médií. Jedním z přístupů byla analýza objektivit médií tak, jak ji popisuje Trampota. Ten vymezuje dvě stránky objektivit – fakticitu a nestrannost. Fakticita je v tomto pojetí vnímána jako přesnost informací, kterou lze zkoumat pomocí metod obsahové analýzy. Jako nestrannost lze chápat vyváženost a neutrální prezentaci informací v mediálních zprávách. Zkoumá se tedy, zda je zpravodajství nezaujaté a odměřené, a dále pak kdo, co a jak se ve zprávách objevuje [Trampota, Vojtěchovská 2010: 131-134].

Druhým přístupem, kterým jsem se inspirovala, bylo zkoumání informační kvality a jejích jednotlivých aspektů. Podle Lutze Hageny lze v rámci analýzy obsahu mediálních sdělení zkoumat tato kritéria: relevanci, pravdivost a srozumitelnost, které dále obsahují jednotlivé aspekty jako přesnost, věcnost či různorodost. Také tento přístup vychází z výsledků obsahových analýz mediálních textů. [Hagen 2004: 52-53].

Na základě těchto přístupů jsem se rozhodla v analýze uvažovat tyto aspekty informační kvality médií: relevanci, přesnost (fakticitu) a různorodost (vyváženost). Před tím, než jsem se začala zabývat analýzou těchto jednotlivých kritérií, bylo nutné mediální zprávy nejprve pročíst a označit klíčové pasáže. V tomto kroku jsem tedy texty pročítala a vyznačovala jsem části, které mi na první pohled připadaly zajímavé a relevantní pro další interpretaci.

Druhým krokem pak bylo otevřené kódování všech skutečností, které se ve zkoumaných člancích objevily [Strauss, Corbinová 1999: 43]. Jednalo se o vytvoření pojmových označení pro každou situaci či jev, který mediální reprezentace události zachycovala. Podobně jsem postupovala i při čtení přepisů rozhovorů s účastníky akce, i zde jsem zvolila fázi čtení a otevřeného kódování textu dle již vytvořených kódů. V průběhu kódování rozhovorů bylo nutné soubor kódů doplnit o nové pojmy, které se v případě mediálních výstupů nevyskytovaly. Výsledkem těchto kroků analýzy byl soubor kódů, které zastupovaly nejčastěji komunikované jevy, situace či události v obou typech získaných dat.

Pro větší přehlednost jsem tyto kódy dále slučovala do kategorií na základě jejich podobnosti [Strauss, Corbinová 1999: 45]. Kategorie vytvořené na základě kódů z mediálních výstupů byly následující: informace o Prague Pride, témata Prague Pride, zábava, účastníci, zásahy policie, odpůrci a srovnávání s ostatními ročníky události. Tyto kódy a kategorie jsem dále využila při analýze jednotlivých zkoumaných kritérií, především pak pro určování zastoupení jednotlivých témat ve zprávách.

Prvním ze zkoumaných aspektů byla relevance. Pro upřesnění definujeme podle Hageny interní relevanci jako situaci, kdy jsou fakta součástí úplného a srozumitelného podání uskutečněné události. Zkoumaným předmětem tedy bylo zastoupení jednotlivých druhů informací ve zprávě (otevřených kódů), které bylo analyzováno pomocí znaků 1 (výskyt) a 0 (absence). [Hagen 2004: 54-56]. Výsledkem byla tabulka s procentuální úplností zprávy pro každý ze zkoumaných článků. Vzhledem k dobré porovnatelnosti tohoto typu dat jsem se rozhodla stejný způsob analýzy aplikovat i na výpovědi jednotlivých respondentů.

Dalším hodnoceným kritériem byla různorodost. Různorodost je důležitým aspektem zpráv, neboť zajišťuje možnost vytváření vlastního názoru čtenáře. Různorodost jsem postupně zkoumala v obou typech dat. Pomocí vytvořených tabulek zobrazujících výskyt jednotlivých kódů jsem mohla posoudit, zda každý účastník či autor zprávy popisuje událost originálně či naopak shodně s ostatními. To jsem posuzovala především na základě zastoupení jednotlivých kategorií (skupin kódů) ve výpovědích respondentů i článcích. U mediálních výstupů jsem zvláštní pozornost věnovala také analýze titulků zkoumaných článků, abych zjistila, zda od sebe výrazně odlišují a zachycují událost z různých úhlů pohledu.

Informační přesnost představuje to, zda mediální výpovědi lze považovat za adekvátní reprezentaci reality. Právě zde jsem využila možnost porovnání výpovědí svědků události s obsahem zpráv. V této části tedy byly srovnávány kódy z přepisů rozhovorů a mediálních výstupů. Sledovala jsem především pravidelnosti ve výskytu či absenci jednotlivých kódů v konkrétním typu dat, tedy zda jsou některé kódy typické jen pro rozhovory či naopak pro zprávy. Kromě kódů jsem v této části analýzy

sledovala i celé označené části z prvního čtení, kde jsem uvažovala doslovné formulace autorů i respondentů, neboť pro porovnání obou reprezentací považuji za vhodné zkoumat i to, jaká slovní spojení jsou užívána a v jakém kontextu se v textech objevují.

Pro porovnání kontextů, ve kterých je událost Prague Pride popisována, jsem dodatečně na základě výsledků z otevřeného kódování vytvořila novou skupinu kódů, které zachycovaly hlavní ukotvení jednotlivých popisů. Jednalo se například o kódy: konfliktnost, zábava, zjednodušování, význam akce. Sledovala jsem, zda je pro daný typ dat typický některý z těchto kontextů, tedy zda se objevují konkrétní typy zaujatosti popisů události v obou zdrojích.

## **2.2. Zjištění**

Výsledná zjištění provedeného výzkumu referují o značné variabilitě mediálních reprezentací události Prague Pride 2014. Zprávy obsahovaly mnoho odlišných informací v různém zastoupení, a i když se shodovaly v hlavních tématech, prezentovali událost různorodě a nezaújatě. Naopak popisy jednotlivých účastníků byly často velmi podobné a zaměřovaly se na stejná témata a kontexty události včetně osobního významu pro daného účastníka.

Druhá část výsledků výzkumu je věnována popisu rozdílů mezi jednotlivými reprezentacemi události Prague Pride. Zatímco v mediálních zprávách je patrný důraz na konfliktnost akce a její hrubý popis, účastníci se tuto událost snažili představovat jako zábavu a zároveň jako prezentaci minority veřejnosti. V obou typech dat je zřejmý jistý typ zaujatosti autorů, který je dále blíže přiblížen.

### **2.2.1. Relevance a různorodost**

Základním výstupem analýzy relevance mediálních výstupů byla procentuální úplnost článků podle kódů zastupujících skutečnosti prezentované ve zprávách. Úplnost

článků z tištěných novin se pohybovala v rozmezí od 37% do 51%. U online zdrojů byla zjištěna vyšší úplnost pohybující se v rozmezí 49 až 81%. Tato čísla referují pouze o zastoupení všech kódů, které se vyskytovaly napříč mediální reprezentací průvodu Prague Pride, nejsou zde uvažovány kódy z rozhovorů. Dle těchto hodnot lze uvažovat o velmi rozmanitém zastoupení dílčích informací v článcích – celkem bylo vytvořeno více než 40 kódů, jejichž podíl zastoupení se ale velmi lišil. Přehled výskytů kódů v médiích zobrazuje následující tabulka.

číslo článku:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>INFORMACE</b>	<b>10%</b>	<b>17%</b>	<b>18%</b>	<b>28%</b>	<b>24%</b>	<b>23%</b>	<b>13%</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>	<b>24%</b>	<b>19%</b>	<b>13%</b>
17 000 účastníků	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4. ročník	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1
program na Letné	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1
Prague Pride jako festival	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0
trasa průvodu	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
počasí	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0
symbol duhy	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0
<b>TÉMATATA PRAGUE PRIDE</b>	<b>19%</b>	<b>22%</b>	<b>14%</b>	<b>22%</b>	<b>18%</b>	<b>23%</b>	<b>31%</b>	<b>20%</b>	<b>10%</b>	<b>10%</b>	<b>7%</b>	<b>23%</b>
pochod homosexuálů	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1
pochod LGBT (sexuálních menšin)	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
pochod hrdosti	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1
boj proti homofobii, podpora LGBT komunity	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
téma nebezpečí HIV	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1
netolerance/diskriminace homosexuality ve světě	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1
problematika homosexuality v Rusku	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1
avataři (virtuální účast cizinců)	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
<b>ZÁBAVA</b>	<b>14%</b>	<b>22%</b>	<b>18%</b>	<b>11%</b>	<b>0</b>	<b>18%</b>	<b>6%</b>	<b>14%</b>	<b>21%</b>	<b>5%</b>	<b>19%</b>	<b>19%</b>
barvy	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1
hudba	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1
tanec	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1
kostýmy	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1
karneval	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1
alegorické vozy	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1
<b>ÚČASTNÍCI</b>	<b>10%</b>	<b>6%</b>	<b>9%</b>	<b>11%</b>	<b>12%</b>	<b>14%</b>	<b>13%</b>	<b>14%</b>	<b>10%</b>	<b>14%</b>	<b>11%</b>	<b>10%</b>
homosexuálové (gayové, lesby)	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
LGBT komunita (+ bisexuálové, transsexuálové)	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0
podpora heterosexuálů	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1
účastníci z různých regionů ČR	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0

účast zaměstnanců amerického velvyslanectví	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
aktivita politických stran	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
<b>ZÁS AHY POLICIE</b>	<b>19%</b>	<b>17%</b>	<b>23%</b>	<b>0</b>	<b>18%</b>	<b>9%</b>	<b>13%</b>	<b>11%</b>	<b>10%</b>	<b>14%</b>	<b>19%</b>	<b>13%</b>
zásahy policie	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
policie v pohotovosti	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0
řešení přestupků	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1
zadržení odpůrců	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1
pouze přestupky, pouze drobné incidenty	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1
<b>ODPŮRCI</b>	<b>19%</b>	<b>22%</b>	<b>18%</b>	<b>6%</b>	<b>18%</b>	<b>14%</b>	<b>13%</b>	<b>14%</b>	<b>21%</b>	<b>33%</b>	<b>22%</b>	<b>13%</b>
protesty	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
narušení průvodu (přerušeni průvodu)	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1
výhrůžky odpůrců	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1
pravicoví extrémisté	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0
náboženská hnutí	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0
vlastenecká hnutí	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0
Pochod pro rodinu	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1
<b>SROVNÁVÁNÍ S OSTATNÍMI ROČNÍKY</b>	<b>10%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>22%</b>	<b>6%</b>	<b>0</b>	<b>19%</b>	<b>9%</b>	<b>10%</b>	<b>0</b>	<b>4%</b>	<b>10%</b>
méně extravagantní	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1
klidnější	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1
"normálnější"	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
méně účastníků	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1

celkem: 43 kódů	21	18	22	18	17	22	16	35	29	21	27	31
procentuální úplnost:	<b>49%</b>	<b>42%</b>	<b>51%</b>	<b>42%</b>	<b>40%</b>	<b>51%</b>	<b>37%</b>	<b>81%</b>	<b>67%</b>	<b>49%</b>	<b>63%</b>	<b>72%</b>
	tisk							internet				

Tabulka č. 2<sup>2</sup>

Dalším zjištěním, ke kterému dopomohla analýza výskytu kódů, je přehled zastoupených témat ve zkoumaných článcích podle vytvořených kategorií. Nejvíce zastoupenou kategorií byly obecné informace, dále protesty odpůrců proti průvodu a témata, kterým se letošní ročník akce věnoval. Skoro stejným zastoupením byla zmíněna zábavnost akce a zároveň zásahy policie proti odpůrcům. Dle této analýzy lze

<sup>2</sup> sloupce představují jednotlivé články, řádky zastoupené informace; 1 = výskyt, 0 = absence  
procenta v každé kategorii představují zaokrouhlené zastoupení dané skupiny kódů pro každý článek

řící, že zprávy byly v jednotlivých tematických kategoriích vyvážené a obsahovaly ve většině případů alespoň nějakou informaci z každé kategorie.

Naopak popisy jednotlivých účastníků obsahovaly méně informací a zaměřovaly se často na stejná témata. Respondenti se v rozhovorech věnovali nejvíce tématům akce, byly popsány také obecné informace, dále kdo se průvodu účastní a byla zdůrazněna zábavnost této akce. Zastoupení jednotlivých kódů bylo u respondentů velmi podobné, pokud se nějaký kód v popisech vyskytoval, bylo tomu tak u většiny respondentů. Přehled zastoupených kódů včetně skutečností, které se vyskytovaly pouze v účastnických popisech, je shrnut v následující tabulce.

číslo respondenta:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>INFORMACE</b>	<b>28%</b>	<b>14%</b>	<b>20%</b>	<b>19%</b>	<b>30%</b>	<b>20%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>22%</b>	<b>18%</b>
17 000 účastníků	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. ročník	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
program na Letné	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Prague Pride jako festival	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0
trasa průvodu	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
počasí	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0
symbol duhy	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0
<b>TÉMATATA PRAGUE PRIDE</b>	<b>20%</b>	<b>32%</b>	<b>32%</b>	<b>29%</b>	<b>29%</b>	<b>25%</b>	<b>32%</b>	<b>27%</b>	<b>28%</b>	<b>36%</b>
pochod homosexuálů	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
pochod LGBT (sexuálních menšin)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
pochod hrdosti	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0
boj proti homofobii, podpora LGBT komunity	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
téma nebezpečí HIV	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0
netolerance/diskriminace homosexuality ve světě	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0
problematika homosexuality v Rusku	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0
avataři (virtuální účast cizinců)	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
zviditelnění, seznámení s LGBT	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
osobní význam	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
<b>ZÁBAVA</b>	<b>15%</b>	<b>14%</b>	<b>20%</b>	<b>14%</b>	<b>18%</b>	<b>15%</b>	<b>9%</b>	<b>23%</b>	<b>28%</b>	<b>18%</b>
barvy	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0
hudba	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0
tanec	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0
kostýmy	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

karneval	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0
alegorické vozy	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
<b>ÚČASTNÍCI</b>	<b>20%</b>	<b>23%</b>	<b>16%</b>	<b>19%</b>	<b>18%</b>	<b>20%</b>	<b>18%</b>	<b>23%</b>	<b>16%</b>	<b>27%</b>	
homosexuálové (gayové, lesby)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
LGBT komunita (+ bisexuálové, transsexuálové)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
podpora heterosexuálů	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
účastníci z různých regionů ČR	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
účast zaměstnanců amerického velvyslanectví	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
aktivita politických stran	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
aktivita firem	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0
pozitivní atmosféra	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ZÁSAHY POLICIE</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>0%</b>	<b>5%</b>	<b>6%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	
zásahy policie	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0
policie v pohotovosti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
řešení přestupků	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
zadržení odpůrců	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
pouze přestupky, pouze drobné incidenty	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>ODPŮRCI</b>	<b>25%</b>	<b>14%</b>	<b>16%</b>	<b>14%</b>	<b>12%</b>	<b>10%</b>	<b>14%</b>	<b>9%</b>	<b>6%</b>	<b>9%</b>	
protesty	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
narušení průvodu (přerušení průvodu)	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
výhrůžky odpůrců	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
pravicoví extrémisté	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
náboženská hnutí	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
vlastenecká hnutí	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pochod pro rodinu	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>SROVNÁVÁNÍ S OSTATNÍMI ROČNÍKY</b>	<b>25%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>25%</b>	<b>25%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	
méně extravagantní	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
klidnější	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
"normálnější"	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
méně účastníků	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

celkem:47 kódů	20	22	25	21	17	20	22	22	18	11
procentuelní úplnost:	<b>43%</b>	<b>47%</b>	<b>53%</b>	<b>45%</b>	<b>36%</b>	<b>43%</b>	<b>47%</b>	<b>47%</b>	<b>38%</b>	<b>23%</b>

Tabulka č. 3<sup>3</sup>

<sup>3</sup> sloupce představují respondenty (8-10 „diváky“), řádky zastoupené informace; 1 = výskyt, 0 = absence procenta v každé kategorii představují zaokrouhlené zastoupení dané skupiny kódů pro každou výpověď

Analýza dále neodhalila rozdíly v popisech přímých účastníků a diváků akce. Dle jednotlivých výpovědí lze říci, že se jednalo o diváky, kteří s akcí sympatizují a jejich pohled na událost Prague Pride je tak velmi podobný reprezentacím účastníků. Vzhledem k podobnosti výpovědí obou typů respondentů jsem v další analýze uvažovala všechny účastníky již jako jednu skupinu reprezentací. Výsledkem analýzy tedy bylo srovnání variabilních zpráv v médiích a značně shodných popisů zainteresovaných účastníků akce – celková variabilita reprezentací je shrnuta v tabulce níže. Vidíme, že mediální reprezentace dosahují vyšších hodnot odlišnosti, jejich popisy jsou tedy variabilnější oproti hodnotám z vyprávění účastníků.

	<b>MÉDIA</b>	<b>ROZHOVORY</b>
<b>informace</b>	0,29	0,16
<b>témata</b>	0,43	0,24
<b>zábava</b>	0,40	0,27
<b>účastníci</b>	0,24	0,07
<b>zásahy policie</b>	0,35	0,08
<b>odpůrci</b>	0,31	0,16
<b>srovnání</b>	0,38	0,08

Tabulka č. 4<sup>4</sup>

V následujících kapitolách se pokusím shrnout klíčové rozdíly mezi oběma typy reprezentací události Prague Pride 2014. Zajímaly mě především hlavní témata, kterým byla věnována pozornost a porovnání četnosti výskytu informací v jednotlivých reprezentacích. Zvláštní pozornost je dále věnována zaujatosti obou typů popisů, která je dána kontextualizací jednotlivých reprezentací.

---

<sup>4</sup> sloupec 1: mediální reprezentace, sloupec 2: účastnické popisy; řádky: kategorie kódů  
hodnoty: průměrný podíl informací, ve kterých se reprezentace liší vypočtený vzorcem  $O/PR/PK$ , kde  
O = počet odlišných buněk, PR = počet popisů, PK = počet kódů ve skupině

## 2.2.2. Charakteristika mediálních reprezentací

Prvním krokem analýzy médií bylo prozkoumání titulků a úvodních sdělení ve zprávách. Dle kódů, které bylo možné k titulkům přiřadit lze říci, že informovaly především o třech skupinách informací: 1) jednalo se o pochod (průvod) homosexuálů (gayů), 2) akce je popisována jako barevná, duhová či jako karneval, 3) proti akci protestovali odpůrci. Dle analýzy titulků by se dalo usuzovat, že mediální obraz o události Prague Pride 2014 byl naopak vcelku jednotvárný.

*Pochod hrdosti: karnevalové veselí i výhružky peklem (MF DNES, tisk)*

*Duhový průvod gayů zaplavil Prahu (Právo, tisk)*

*Pestrobarevný průvod homosexuálů prošel Prahou (Metro, tisk)*

*Skupinka odpůrců gayů narušila jejich pochod. Policisté je odtáhli pryč (novinky.cz)*

Úvodní odstavce několika zkoumaných zpráv tyto informace již více obohacují. Kromě již zmiňovaného se připojují ještě informace o „pochodu hrdosti“, sexuálních menšinách či srovnání s předchozími ročníky akce. To se však týká pouze 4 z 12 mediálních reprezentací.

*Hrdost na jinou sexuální orientaci a boj proti homofobii demonstroval průvod, který zakončil sedmidenní festival Prague Pride. (Právo, tisk)*

*Větší problémy v dopravě ani žádné vážnější střety odpůrců akce s jejími účastníky nemuseli v sobotu odpoledně řešit pražští policisté v souvislosti s „pochodem hrdosti“ na podporu sexuálních menšin, který je již tradičně nejviditelnějším vyvrcholením festivalu Prague Pride, zaměřeného především na prostředí gayů a leseb, ale třeba také transsexuálů. (Pražský deník, tisk)*

Tato zjištění byla potvrzena také analýzou hlavních témat, kterým byl ve zprávách věnován největší prostor. Mezi nejčastější skutečnosti, na které média upozorňovala, byly zásahy policie, přítomnost odpůrců a jejich protesty, přerušení průvodu, ale naopak i „karnevalová“ složka průvodu a odvážné kostýmy. Frekvence zastoupení těchto kódů dokazuje snahu médií zachycovat zprávy tak, aby čtenáře zaujaly na první pohled.

Specifické bylo i pojmenovávání samotné akce Prague Pride a jejích účastníků. V médiích byl sobotní průvod často popisován jako pochod, což může nést negativní význam odkazující k demonstrativnímu charakteru akce – tím více, pokud se většina článků zároveň věnovala i tématu protestů odpůrců průvodu. Na první pohled tak může Prague Pride díky mediální reprezentaci působit jako konfliktní akce, což je v rozporu s tím, jak ji popisovali účastníci.

Z analýzy titulků lze uvést ještě další zjištění, které se týká přímo označování účastníků. I když se pojmenování LGBT či sexuální menšiny v souvislosti s průvodem ve zprávách objevovalo, ve většině případů převládalo zúžení tohoto širokého pojmu na homosexuály či gaye. Vzhledem k tomu, že se jedná o akci podporující všechny sexuální menšiny, například tedy i transsexuály, kteří byli v průvodu přítomni, považují zjednodušování a nepřesnost v těchto pojmech za důležité. Pro méně informované čtenáře může být matoucí, pokud si pod nadpisem *Duhový průvod gayů zaplavil Prahu* (Právo, tisk) prohlédnou fotky mužů převlečených za ženy.

Posledním zkoumaným aspektem byla zaujatost mediálních obsahů, kterou lze popsat ve dvou rovinách. Tou první je snaha o zachycení události Prague Pride tak, aby byla zajímavá a přitahovala pozornost. To je dokázáno především zdůrazněním konfliktnosti, kterou tento typ akce pořádané minoritou u odpůrců LGBT vyvolává. Většina článků se zaměřila právě na tento kontext, a to i přes to, že součástí zpráv bylo i sdělení o tom, že k žádným vážným konfliktům nedošlo a policisté ve výsledku řešili pouze přestupky (viz tabulka č. 2).

Se snahou zaujmout pozornost souvisí i druhá rovina. Zprávy v médiích lze považovat za zjednodušené, což dokazuje například zužování komunity LGBT na homosexuály či gaye. Stejně tomu tak bylo i v popisu témat, které se Prague Pride snaží zviditelnit. Ve zkoumaných člancích byla tato témata zmíněna, avšak pouze okrajově a tak, aby byly informace srozumitelné pro širokou veřejnost – tedy například v návaznosti na témata, která dané médium komunikovalo již dříve.

*Ruští turisté na Václavském náměstí neskřývali údiv. Debatovali, ukazovali na barevný průvod a vytahovali mobily, aby si natočili pochod Prague Pride, jehož se v*

*sobotu účastnilo sedmnáct tisíc gayů a lesbiček. Něco podobného v Rusku hned tak neuvidí. (MF DNES, tisk)*

Také další citace představuje problematiku Prague Pride, ale zároveň ji dává do kontextu s postavou Vladimira Putina, který je čtenářům více známý.

*Průvod hrdosti upozorňoval hlavně na diskriminaci homosexuálů v 76 zemích světa a na nebezpečí viru HIV. V čele průvodu nesl dav lidí karikaturu prezidenta Vladimira Putina na podporu homosexuálů v Rusku. V davu byli tradičně pestrobarevně oblečení lidé, kteří během průvodu tancovali na hudbu reprodukcí ze soundsystémů alegorických vozů. (prazsky.denik.cz)*

### **2.2.3. Charakteristika účastnických reprezentací**

Hlavním rozdílem mezi mediálními reprezentacemi a popisy účastníků bylo zastoupení jednotlivých témat. Zatímco ve zprávách byl věnován velký prostor protestům a vše bylo podrobně popisováno, účastníci se o tomto tématu zmiňovali jen velmi okrajově či až po přímé otázce. Zdůrazňovali také, že přítomnost několika málo odpůrců má na událost minimální vliv, neboť atmosféru vnímají především jako pozitivní. Často také zmiňovali fakt, že některé protesty či zásahy policie ani sami nezaregistrovali a dočetli se o nich právě až další den po akci ve zprávách.

*Jediný odpůrce, kterých jsem si všimla, byli nějaký dva tři chlapi na Václaváku. Ti měli nějaký amplion a hlásali něco o Bohu. Jestli u nich stáli další tři lidi, co je poslouchali, tak to bylo hodně. Atmosféra byla tak silná, že si jich vlastně nikdo nevšímal. (Kamila)*

V následující citaci respondent informuje o pozitivních reakcích a stejně jako v předchozím případě dodává, že vzhledem k atmosféře nemají odpůrci na událost skoro žádný vliv.

*No většinou mi to přišlo, že ty reakce jsou vesměs pozitivní, kromě pár odpůrců, kteří jsou tam každý rok, tak ti tam byly i letos, vlastně hned na začátku pod koněm, nějaký ty pánbíčkáři a ti neonacisti, tak kromě těch tam...což jako člověk skoro nezaznamená, si tam jen řeknou pár těch svejch proslovů a potom se stejně průvod rozejde a už jako je tam nepotkáte a každé se jim akorát tak směje. (Jakub)*

Respondenti se naopak plně věnovali zábavné složce a přátelské atmosféře, která během průvodu panovala (viz tabulka č. 3, kategorie zábava). Při otázce, jaké zaznamenávají reakce okolí při průvodu, se všichni bez výjimek shodovali na pozitivních reakcích a podpoře ze strany přítomných diváků.

Tak nikdy jsem se nesetkal s nějakým opovržením, naopak že se smáli, tleskali, že jako high-five, že jsme dobrý a podobně. (Karel)

V rozhovorech byl z pohledu respondentů také patrný důraz na přítomnost heterosexuálů v průvodu a vyjádření jejich podpory.

Pride mám pokaždé spojenou s úžasnou zábavou, kterou si užiju se svými blízkými . A Pride ani průvod rozhodně nepatří jen sexuálním menšinám, podporu nám tam chodí vyjádřit i spousta hetero lidí. (Dominik)

Zmíněna byla také přítomnost rodin, které přišly LGBT komunitu podpořit. Dle výpovědí lze říci, že tato podpora je pro respondenty velmi důležitá.

Tak mě se třeba hlavně líbí, že jsou tam i rodiny s dětma a s kočárkama, že je vidět, že úplně klasická rodina tam jde a prostě vyjádří tu podporu, ať svým kamarádům, nebo znám i lidi, kteří tam jdou prostě jen tak, nebo je tam přímo i akce pro matky s kočárkama. Tak to se mi líbí, taková podpora. (Pavel)

Vyprávěla jsem určitě mnoha kamarádům. (...) a taky jsem hodně poukazovala na to, že se průvodu účastní i heterosexuální rodiny s dětmi ve snaze podpořit menšinu, což mi přišlo naprosto skvělý. (Markéta)

Jak již bylo řečeno výše v analýze variability, účastnické popisy nebyly tak rozmanité jako popisy v médiích. Jelikož se jednalo o zainteresované účastníky, kteří mají k akci osobní vztah – a ten také ve svých vyprávěních zmiňovali – byla v jejich reprezentacích patrná snaha prezentovat událost pozitivně. To se projevovalo především dvěma způsoby. Prvním z nich bylo prezentování události Prague Pride 2014 jako zábavy s přáteli, respondenti zmiňovali i program a doprovodné akce festivalu. Účastníci se také zaměřovali na pozitivní reakce okolí a přátelskou atmosféru, čímž se snažili zdůraznit nekonfliktnost akce a zároveň i přímý rozpor s prezentací v médiích.

Dalším charakteristickým aspektem účastnických vyprávění byly vlastní reakce na mediální reprezentaci předchozích ročníků Prague Pride. Dle výpovědí bylo zřejmé, že účastníci zprávy v médiích sledují a své výpovědi přizpůsobují i informacím z nich.

(...) když se podíváš v televizi, tak tam jsou zabíráni jenom ti velice exotičtí lidé a transky a tak dále, ale já třeba osobně jsem šel na svůj první Pride s předsudkem, že to bude plný právě tady těch transgender a hrozně mě překvapilo, že takových lidí tam minimum, jestli to je třeba 10 procent, tak ještě možná to je hodně. Takže spíš tam opravdu chodí lidi normálního vzezření a jak homosexuálové, heterosexuálové, lesby. (Karel)

Mě osobně ty kostýmy bavěj, ale nevím, jak to vnímá většinová společnost. (...) Dost možná to podporuje obraz LGBT komunity jako party exotů, hlavně když je to pak ve zprávách. To může být kontraproduktivní, protože se tak nepřibližují tomu, aby byli bráni jako něco normálního. (Martin)

V některých výpovědích byla zmíněna také původní zaujatost proti události Prague Pride, kterou vyvolala její mediální reprezentace.

Loni jsem tam šla s přítelkyní (...) A ona přesně, přišla tam a říkala, že z toho byla nadšená, že tam byly prostě rodiny s dětma a normální lidi a že to nebylo... Ona si představovala, že tam budou všichni jak maškary oblečený a byla z toho fakt hrozně překvapená a úplně nadšená, že to bylo super, že tam byli prostě úplně normální lidi. Takže přesně, ona to viděla z té strany těch médií, kdy si myslela, že je to masová akce takovejhle podivínů a přitom vůbec ne. (Markéta)

Lze říci, že účastnické popisy byly zaujaté snahou pozitivně prezentovat komunitu LGBT. Objevovaly se především výroky o tom, že cílem této události je právě zviditelnění sexuálních menšin jako součásti společnosti a jako „normálních“ lidí. Podle účastníků však není tento cíl kvůli mediální reprezentaci zcela naplňován.

## **2.3. Diskuze a interpretace výsledků**

### **2.3.1. Variabilita reprezentace události**

Dle provedeného výzkumu lze označit mediální reprezentaci události Prague Pride 2014 jako variabilní. Zkoumané zprávy obsahovaly mnoho různorodých informací a pokrývaly několik druhů témat. Jedním z důvodů variability informací v médiích může

být snaha zaujmout čtenáře a odlišit se od ostatní konkurence [Brighton, Foy 2007]. Každý zdroj se snaží o co nejlepší zobrazení události, které přitáhne pozornost čtenářů. Tyto popisy jsou však ovlivněny subjektivním výběrem autora, který událost zpracovává [Luhmann 2014: 39], a tak jsou v jednotlivých detailech různorodé a každý zachycuje událost z jiné perspektivy. Tato variabilita nepotvrzuje představu, že minority jsou v médiích zobrazovány příliš zjednodušeně a shodně [Luhmann 2014; Trampota 2006; Sedláková 2008].

Skutečnosti zveřejněné v médiích byly podány nestranně a srozumitelně, což potvrzuje informativní charakter zpráv [McNair 2004: 16]. Masová média mají za úkol podávat informace o světě širokému publiku – různým sociálním, věkovým i etnickým skupinám bez omezení [Luhmann 2014: 42]. Výběr zpráv ale podléhá představě, kterou má dané médium či novinář o svém publiku [Trampota 2006: 25]. Tím, že každé médium komunikuje s odlišnou skupinou čtenářů, dochází opět ke zvýšení variability reprezentací dané události.

Naopak v rozhovorech s účastníky Prague Pride byla zjištěna celkem vysoká podobnost jejich popisů události. Jedním z důvodů může být jejich zaujatost k tématu, o kterém Prague Pride referuje. Jednou skupinou respondentů byli homosexuálové, pro které má tato akce nepopíratelný význam. Těmi druhými byli „diváci“, kteří ale dle svých výpovědí s LGBT komunitou sympatizují a na Prague Pride 2014 přišli vyjádřit svojí podporu. Ani jedna z těchto skupin tedy nemohla o akci vyprávět zcela nezaujatě, neboť přirozená je snaha vytvářet a spolupracovat na idealizovaném obrazu skutečnosti [Goffman 1999: 103].

Shodný pohled a důraz na zábavnost celé akce navíc mohl být dán věkovou skupinou respondentů. Z důvodu specifického výběru respondentů nebylo možné zajistit reprezentativní vzorek, a tak rozhovory proběhly s respondenty do věku 30 let. Jelikož se od sebe popisy respondentů příliš neodlišovaly, je nutné uvažovat jako jeden z důvodů právě jejich věk.

### 2.3.2. Zaujatost – proč se od sebe popisy odlišují?

Následující část bude věnována hlavnímu problému tohoto výzkumu – pojmenování a zdůvodnění rozdílnosti obou typů reprezentací zkoumané události. Ať se jednalo o rozmanité mediální popisy či nevariabilní účastnická vyprávění, u obou zdrojů bylo možné sledovat jiný typ zaujatosti, kterou byla jejich reprezentace události Prague Pride zatížena. Ze sociologického pohledu lze říci, že nezaujaté popisy či objektivní představa reality neexistují. V praxi vždy interpretujeme skutečnosti na základě svého jednání a každý jedinec si tak vytváří svoji subjektivní realitu [Berger, Luckmann 1999; Sedláková 2008].

Média se snaží události zachycovat tak, aby je mohla předat svým čtenářům. Jejich zprávy jsou ovlivněny snahou o srozumitelnost a jednoduchost sdělení pro široký okruh čtenářů [Luhmann 2014; Brighton, Foy 2007]. Zjednodušení, které bylo v mediální reprezentaci události Prague Pride zjištěno, tak lze chápat jako nástroj pro podání srozumitelného zpravodajství. Jelikož problematika sexuálních menšin nemusí být mezi čtenáři známá, pro porozumění jsou používána zjednodušení jako například nahrazení neznámého pojmu LGBT slovy homosexuál či gay.

Mediální reprezentace byla dále zatížena zdůrazněním konfliktů, které byly s akcí spojeny. To může souviset se snahou zaujmout čtenáře a podat jim zprávy, které jsou zajímavé a akční. Čtenáři chtějí číst exkluzivní, angažované zprávy, avšak důsledkem této senzacechtivosti se může původní kontext ztrácet. K moderním masovým médiím ale tato tendence neodmyslitelně patří, což dokazují zmiňované výzkumy zpravodajských hodnot [Brighton, Foy 2007; Harcup, O'Neill 2001; Strömbäck, Karlsson 2012].

Témata, na která byla zaměřena pozornost, pak souvisí přímo s výběrem informací do zpráv pomocí zpravodajských hodnot. Jednou ze zpravodajských hodnot je podle McNaira právě odchylka od normality. V případě události Prague Pride lze uvažovat o odchylkách od společenské či kulturní normy chování a od běžného životního stylu, a to především v oblasti sexuality [McNair 2004: 80]. Jinou

zpravodajskou hodnotou, kterou lze uvažovat, je konfliktnost [Brighton, Foy 2007; Harcup, O'Neill 2001].

Naopak v rozhovorech byla zdůrazněna nekonfliktnost a přátelská atmosféra akce Prague Pride. Účastníci se zaměřovali na zábavu a pozitivnost celé události a vyhraňovali se i proti přítomnosti odpůrců, kteří dle jejich slov neměli na atmosféru akce žádný vliv. Za snahou prezentovat událost Prague Pride pozitivně může být vidina možnosti, jak představit minoritu, které je většina respondentů členem či s ní sympatizují. Přátelskost a nekonfliktnost tak byla zdůrazněna na základně toho, aby se dotazovaní jedinci prezentovali jako členové či sympatizanti komunity pozitivním, žádoucím způsobem [Schütz 1998: 614].

Druhým typem zaujetí, které se sebe prezentací menšiny může také souviset, byly reakce na mediální reprezentaci zkoumané události. Popisy účastníků byly zaujaté, protože se snažili obhájit svůj názor, který se podle jejich výpovědí odlišuje od toho, jež prezentují média. Účastníci popírali témata, která zmiňovala média, aby se distancovali od tohoto pojetí a vysvětlili názor, který zaujímá jejich komunita. Na úrovni jednotlivců lze toto jednání připodobnit k obrannému typu sebe-prezentace, které se snaží o vyvrácení negativní typizace [Schütz 1998: 618].

Respondenti dále zdůrazňovali problematiku rovnoprávnosti sexuálních menšin a témata, na které měl dle jejich názoru průvod Prague Pride 2014 upozorňovat. Tyto popisy nebyly variabilní, což může dokazovat existenci jisté představy, která je členy a sympatizanty LGBT komunity navzájem sdílena. Jejich reprezentace tak mohly být shodné právě z toho důvodu, že se snažili hájit kolektivní zájmy své skupiny [Goffman 1999: 82-88].

## Závěr

Cílem této práce bylo blíže popsat problematiku reprezentace reality a pokusit se jí zpracovat na konkrétním případě události Prague Pride a dvou typech reprezentativních popisů. Výsledky vlastního šetření ukázaly, že variabilita reprezentací jedné události se může v závislosti na typu dat lišit. V případě mediální reprezentace byla zjištěna vysoká různorodost zachycení události Prague Pride, v článcích se objevovalo mnoho rozdílných informací zastupujících odlišná témata. Naopak vyprávění účastníků se v mnoha ohledech velice shodovaly a výsledný obraz o zkoumané události lze považovat za jednotvárný.

Oba typy reprezentací byly zároveň zatíženy jiným typem zaujatosti. U mediálních obrazů byl kladen důraz na témata konfliktu či zábavy a zprávy byly zpracovány tak, aby čtenáře především zaujaly. S tím souvisí i druhý aspekt zaujatosti mediálních výstupů, který byl dán snahou o srozumitelnost pro velké skupiny odlišných čtenářů. Tato specifika jsou dána především systémem zpravodajských hodnot (news values).

Na opačné straně se respondenti ve svých výpovědích snažili událost Prague Pride podrobně popsat a vysvětlit její „poslání“ včetně osobního významu pro daného jedince. Popisy respondentů byly specifické především snahou o vytvoření pozitivního obrazu o události a zároveň i celé komunitě LGBT. Snaha o vytvoření pozitivního či přímo idealizovaného dojmu je součástí sebe-representace jedinců i sociálních skupin.

Rozsah i některé další aspekty (například věk respondentů či poměrně malý výběr mediálních výstupů) mého výzkumu způsobují, že jej nelze považovat za vyčerpávající šetření problematiky konstrukce reprezentace událostí. Věřím však, že se mi podařilo ukázat některá specifika obou typů reprezentací o konkrétní události a upozornit tak na zajímavý problém, který je hoden větší pozornosti. Námětem pro budoucí zkoumání by mohl být výzkum detailněji zaměřený na aspekt menšin a jejich stereotypizaci při vytváření reprezentativních popisů skutečností.

## Použitá literatura

BERGER, Peter L., LUCKMANN, Thomas. 1999. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Brno: CDK.

BRIGHTON, Paul, FOY, Dennis. 2007. *News Values*. London: SAGE Publications

GOFFMAN, Erving. 1999. *Všichni hrajeme divadlo*. Nakladatelství studia Ypsilon.

HAGEN, Lutz. 2004. „Informační kvalita a její měření“ Pp. 51-69 in Winfried Schulz, Helmut Scherer, Lutz Hagen, Irena Reifová, Jakub Končelík (eds.). *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum.

HARCUP, Tony, O'NEILL, Deirdre. 2001. „What is News? Galtung and Ruge revisited.“ *Journalism Studies* 2 (2): 261-280.

HARTLEY, John. 1982. *Understanding News*. London: Routledge.

JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. 2007. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál.

LUHMANN, Niklas. 2014. *Realita masmédií*. Praha: Academia

McNAIR, Brian. 2004. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál.

McQUAIL, Denis. 2009. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.

SEDLÁKOVÁ, Renata. 2008. „Mediální konstrukce reality – reprezentace druhých“. Pp. 145-160 in Martin Foret, Lapčík Mare, Petr Orság. *Média dnes*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.

SCHULZ, Winfried. 2000. „Masová média a realita, Ptolemaiovské a Kopernikovské pojetí“. Pp. 24-39 in Blanka Říchová, Jan Jiráček. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum

SCHÜTZ, Astrid. 1998. „Assertive, Offensive, Protective, and Defensive Styles of Self-Presentation: A Taxonomy.“ *The Journal of Psychology* 132 (6): 611-628.

STRAUSS, Anselm, CORBINOVÁ, Juliet. 1999. *Základy kvalitativního výzkumu*. Brno: SPB.

STRÖMBÄCK, Jesper, KARLSSON, Michael, HOPMANN, David Nicolas. 2012. „Determinants of news content: Comparing journalists' perceptions of the normative and actual impact of different event properties when deciding what's news.“ *Journalism Studies* 13 (5-6): 718-728.

TALBOT, Mary. 2007. *Media Discourse Representation and Interaction*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

TRAMPOTA, Tomáš. 2006. *Zpravodajství*. Praha: Portál.

TRAMPOTA, Tomáš. 2007. „Sociologie zpravodajství jako možný rámec mediálního vzdělávání veřejnosti“ Pp. 63-69 in Jan Jiráček, Radim Wolák (eds.). *Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis

TRAMPOTA, Tomáš, VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. 2010. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál.