

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra Mediálních studií

Diplomová práce

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra Mediálních studií

**Rámcování kampaně Me Too ve vybraných českých
médiích**

Diplomová práce

Autor práce: Jana Konopáčová

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Lenka Vochocová, PhD.

Rok obhajoby: 2019

Prohlášení

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

V Praze dne

Jana Konopáčová

Bibliografický záznam

KONOPÁČOVÁ, Jana. *Rámcování kampaně Me Too ve vybraných českých médiích*. Praha, 2019. 72 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra Mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Lenka Vochocová, PhD.

Rozsah práce: 120 417 znaků včetně mezer

Anotace

Diplomová práce s názvem *Rámcování kampaně Me Too ve vybraných českých médiích* je zaměřena na způsob, jakým je téma Me Too reprezentováno v českém tisku. Kampaň Me Too představuje jednu z forem takzvaného online aktivismu (*hashtag activism*) v oblasti boje proti sexuálnímu obtěžování a genderově podmíněnému násilí.

Východiskem práce je teoretický a analytický koncept mediálního rámcování. Cílem této práce je identifikovat a popsat mediální rámce, které se v souvislosti s tématem kampaně Me Too v médiích objevují. Výzkumnou metodou je kvalitativní analýza, která vychází z postupů zakotvené teorie - konkrétně otevřeného a axiálního kódování. Výzkumný vzorek tvoří vybrané články denního tisku Lidové noviny, Hospodářské noviny, Právo a Blesk a týdeníků Blesk pro ženy, Reflex a Respekt. Výsledkem procesu axiálního kódování je deset rámců, které lze dále zobecnit do třech zastřešujících kategorií: (1) Společenské důsledky kampaně Me Too (2) Me Too v kontextu českého prostředí a (3) Filmové festivaly ve světle Me Too.

Annotation

The thesis *Framing of Me Too Campaign in Selected Czech Media* examines how selected Czech newspapers and magazines represented the Me Too movement. This movement is considered to be an example of *hashtag activism* which relates to sexual harassment and gender based violence.

This thesis draws both from theoretical and analytical concept of media framing. Using qualitative analysis based on grounded theory approach - more specifically open and axial coding - the research aims at identification and description of news frames that appears in analysed articles. The sample is composed of selected articles published at newspapers and magazines, including Hospodářské noviny, Lidové noviny, Právo, Blesk, Reflex, Blesk pro ženy and Respekt. Axial coding stage revealed ten news frames which were integrated into three major categories: (1) Social consequences of the Me Too movement (2) Me Too in the context of Czech Republic and (3) Film festivals (and awards) in the light of the Me Too movement.

Klíčová slova

Me Too, sexuální obtěžování, genderově podmíněné násilí, kvalitativní analýza, zakotvená teorie, mediální rámcování, otevřené kódování, axiální kódování

Keywords

Me Too, sexual harassment, gender based violence, qualitative analysis, grounded theory, media framing, open coding, axial coding

Title

Framing of Me Too Campaign in Selected Czech Media

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé diplomové práce PhDr. Lence Vochocové, PhD., za čas věnovaný mé práci a za cenné připomínky a rady, bez kterých by tato práce nikdy nevznikla

Obsah

| | |
|---|-----------|
| ÚVOD..... | 3 |
| 1 TEORETICKÁ ČÁST..... | 5 |
| 1.1 TEMATICKÉ UKOTVENÍ KAMPANĚ ME TOO..... | 5 |
| 1.1.1 <i>Vznik a rozšíření kampaně MeToo.....</i> | <i>5</i> |
| 1.1.2 <i>Dosavadní zpracování tématu Me Too.....</i> | <i>9</i> |
| 1.2 SEXUÁLNÍ OBTĚŽOVÁNÍ A GENDEROVĚ PODMÍNĚNÉ NÁSILÍ..... | 11 |
| 1.2.1 <i>Problematika sexuálního obtěžování v českém prostředí.....</i> | <i>13</i> |
| 1.2.2 <i>Mediální reprezentace genderově podmíněného násilí.....</i> | <i>14</i> |
| 1.3 NASTOLOVÁNÍ AGENDY..... | 16 |
| 1.4 RÁMCOVÁNÍ MEDIÁLNÍCH OBSAHŮ..... | 18 |
| 1.4.1 <i>Typologie rámců.....</i> | <i>20</i> |
| 1.4.2 <i>Dosavadní výzkum v oblasti rámcování feminismu a ženských hnutí.....</i> | <i>21</i> |
| 1.5 MÉDIA A SOCIÁLNÍ KONSTRUKCE REALITY..... | 22 |
| 1.6 MEDIÁLNÍ REPREZENTACE..... | 24 |
| 1.6.1 <i>Stereotypizace.....</i> | <i>24</i> |
| 2 METODOLOGIE..... | 27 |
| 2.1 CÍL PRÁCE A VÝZKUMNÉ OTÁZKY..... | 27 |
| 2.2 VÝZKUMNÁ METODA..... | 27 |
| 2.2.1 <i>Zakotvená teorie.....</i> | <i>28</i> |
| 2.2.2 <i>Kódování dat.....</i> | <i>29</i> |
| 2.3 KVANTITATIVNÍ VS. KVALITATIVNÍ ANALÝZA RÁMCŮ..... | 30 |
| 2.4 VÝZKUMNÝ VZOREK..... | 31 |
| 3 ANALYTICKÁ ČÁST..... | 32 |
| 3.1 SPOLEČENSKÉ DŮSLEDKY KAMPANĚ ME TOO..... | 33 |
| 3.1.1 <i>Rámec zmařené kariéry.....</i> | <i>34</i> |
| 3.1.2 <i>Rámec předpokládaného zlepšení v oblasti sexuálního obtěžování.....</i> | <i>37</i> |
| 3.1.3 <i>Rámec obavy z dalšího směřování kampaně.....</i> | <i>39</i> |
| 3.1.4 <i>Rámec požívání vlastních dětí.....</i> | <i>41</i> |
| 3.1.5 <i>Rámec honu na čarodějnice.....</i> | <i>43</i> |
| 3.1.6 <i>Rámec absurdity.....</i> | <i>44</i> |
| 3.2 ME TOO V ČESKÉM PROSTŘEDÍ..... | 46 |

| | | |
|----------|---|-----------|
| 3.2.1 | <i>Rámec bagatelizace</i> | 47 |
| 3.2.2 | <i>Rámec kritiky bagatelizace</i> | 48 |
| 3.3 | FILMOVÉ FESTIVALY (A OCENĚNÍ) VE SVĚTLE ME TOO..... | 50 |
| 3.3.1 | <i>Rámec všudypřítomnosti</i> | 50 |
| 3.3.2 | <i>Rámec zviditelnění</i> | 52 |
| 3.4 | SHRNUTÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI..... | 52 |
| 4 | ZÁVĚR | 56 |
| | SUMMARY | 59 |
| | POUŽITÁ LITERATURA | 60 |
| | SEZNAM PŘÍLOH | 69 |
| | PŘÍLOHY | 70 |

Úvod

Tato diplomová práce se zabývá způsobem rámcování kampaně Me Too ve vybraných českých médiích. Kampaň Me Too, která se na podzim roku 2017 zformovala v prostředí internetu a sociálních sítí, je považována za symbol boje proti sexuálnímu obtěžování a představuje jednu z forem takzvaného online aktivismu. Impulz ke vzniku kampaně dala americká herečka Alyssa Milano, která v souvislosti s obviněními vznesenými proti osobě hollywoodského producenta Harveyho Weinsteina vyzvala na svém Twitterovém profilu oběti sexuálního obtěžování k použití hashtagu #MeToo. Tento krok měl za cíl poukázat na znepokojivý rozsah problematiky sexuálního obtěžování. Mnoho uživatelů sociálních sítí z různých oblastí a společenských vrstev následně sdílelo svá přiznání a obvinění a z hnutí Me Too se stal téměř celosvětový fenomén.

Me Too lze považovat za příklad takzvaného online aktivismu, který je v posledních letech pokládán za efektivní nástroj pro prosazování společenských změn (Kangere, Kemitare a Michau, 2017). V souvislosti s tématem sexuálního obtěžování a genderově podmíněného násilí se zároveň jedná o způsob, jak tuto problematiku novým způsobem uchopit a učinit z ní součást veřejné diskuze. Online aktivismus je umožněn díky existenci sociálních sítí a online platformám a jeho dosah vychází z principu propojení a sdílení. Mnozí autoři (Clark, 2016, Baer 2016) se proto shodují, že online aktivismus vede ke konkrétním změnám ve společnosti. Přestože se debata o Me Too ze své podstaty odehrávala především v online prostředí, ráda bych se ve své práci zaměřila na způsob, jak kampaň reprezentovala česká tištěná média. Tištěná média stále představují důležitý zdroj informací. Způsob, jakým jsou tyto informace zarámovány, ovlivňuje podobu jejich vnímání.

Diplomová práce je rozdělena do tří částí: teoretické, metodologické a analytické. V první kapitole teoretické části se zaměřím na okolnosti vzniku kampaně Me Too, včetně shrnutí výzkumu, který byl v této oblasti publikován. Následně přiblížím problematiku sexuálního obtěžování a genderově podmíněného násilí a zaměřím na vybraná teoretická východiska - konkrétně teorii nastolování agendy, koncept rámcování a sociální konstrukci reality - které považuji za důležitá pro návrh vlastního výzkumu. V metodologické části se věnuji shrnutí postupů výzkumu. Definuji zde cíl mé práce a hlavní výzkumnou otázku. Vysvětlím také způsob, jakým probíhal výběr výzkumného vzorku a zaměřím se na popis výzkumné

metody - kvalitativní analýzy a jejich konkrétních postupů. V analytické části představím výsledky svého výzkumu - jednotlivé mediální rámce, které jsem ve zkoumaných textech identifikovala. V závěrečné kapitole se zaměřím na zodpovězení výzkumné otázky, shrnutí výsledků výzkumu a jejich propojení s poznatky získanými z dostupné literatury.

Oproti schváleným tezím jsem v průběhu práce přistoupila k několika změnám, které bych na tomto místě ráda zmínila. Po zhodnocení prvních výsledků, které se v počáteční fázi výzkumu rýsovaly, jsem přistoupila k drobné změně v názvu práce. Důvodem k tomu byla snaha o přesnější vystižení výzkumu, u kterého jsem více specifikovala předpokládaný cíl práce a výzkumnou otázku. Tento krok se zdá být v souladu s postupy kvalitativní analýzy provedené metodou zakotvené teorie (Strauss a Corbinová, 1999). Předpokládaný název *Mediální obraz kampaně Me Too ve vybraných českých médiích* jsem přeformulovala na současné *Rámcování kampaně #MeToo ve vybraných českých médiích*.

Další změna proběhla v procesu výběru vzorku. Oproti schváleným tezím jsem se rozhodla vypustit ze záběru analýzy audiovizuální obsahy, jejichž výzkum by v kombinaci s tištěným materiálem přesahoval rozsah diplomové práce. Současně jsem došla k závěru, že analýza jednoho typu materiálů přispěje k vyšší konzistenci výzkumu. K drobné změně došlo také ve struktuře práce. Jedná se především o přidání některých kapitol či změnu názvu kapitol stávajících. Zmíněné změny jsem konzultovala s vedoucí diplomové práce a věřím, že jejich provedení vedlo ke zvýšení kvality mé práce.

1 Teoretická část

1.1 Tematické ukotvení kampaně Me Too

Následující kapitola je zaměřena na vznik a vývoj hnutí Me Too, které se stalo symbolem boje proti sexuálnímu obtěžování. Me Too a podobná hnutí představují jeden ze způsobů online aktivismu (*hashtag activism* či také *hashtag feminism*) v oblasti boje za rovnost a práva žen, který je v poslední době pokládán za „účinnou taktikou v boji proti genderové nerovnosti“ (Clark, 2016, s. 788). Tato forma aktivismu je specifická primárně mírou svého dosahu, která je umožněna existencí online platforem a sociálních sítí. Například Hester Baer (2016) poukazuje na skutečnost, že právě online platformy „poskytují příležitost pro šíření feministických myšlenek, formování nových přístupů k tématice genderu a sexismu a spojování různých skupin napříč společnostmi“ (Baer, 2016, s. 18). Online aktivismus tak bývá považován za novou éru mobilizace, která je efektivním nástrojem pro podporu sociální změny (Kangere, Kemitare a Michau, 2017). Představuje naději rovněž pro znevýhodněné skupiny, které se mohou do diskuze prostřednictvím online platforem zapojit (Pettyjohn et al., 2018).

1.1.1 Vznik a rozšíření kampaně Me Too

5. října 2017 uveřejnil americký deník The New York Times čtená obvinění namířená proti osobě vlivného hollywoodského filmového producenta Harveyho Weinsteina. Weinstein měl podle těchto obvinění projevovat nevhodné chování k desítkám žen v období delším než 30 let (Kantor a Twohey, 2017). Obvinění zahrnovala rozličné formy sexuálního násilí - od slovních útoků, přes vynucení fyzického kontaktu až po znásilnění. S postupem času se ukázalo, že predátorské chování Harveyho Weinsteina nebylo pro určitý okruh lidí žádným tajemstvím, dřívější případy ovšem v naprosté většině skončily mimosoudním vyrovnáním (tamtéž). Weinstein, který měl údajně zneužívat své postavení ve společnosti Weinstein Company, vyjádřil v oficiálním prohlášení lítost nad svým chováním, současně ale mnohá obvinění označil za neopodstatněná či přímo vykonstruovaná. O několik týdnů později byl na základě těchto událostí propuštěn ze společnosti Weinstein Company (Twohey, 2017).

Vlna dalších obvinění se poté rozšířila v prostředí sociálních sítí, když americká herečka Alyssa Milano (2017) na svém Twitterovém profilu vyzvala oběti sexuálního obtěžování ke hromadnému sdílení hashtagu #MeToo:

„Kdyby každá žena, která se stala obětí sexuálního útoku nebo obtěžování, sdílela #MeToo jako součást svého příspěvku, společnost by možná pochopila závažnost problému“ (Milano, 2017, cit. dle Kantor a Thowey, 2017)

Během několika dní se heslo #MeToo stalo symbolem odporu proti sexuálnímu obtěžování a genderově podmíněnému násilí. Toto označení doslova zaplavilo sociálně sítě Twitter a Facebook, v menší míře se objevilo také na dalších platformách (Garcia, 2017). Kampaň se rychle rozšířila v desítkách zemí, včetně Kanady, Francie, Izraele, Indie nebo Pákistánu a zasáhla miliony uživatelů sociálních sítí (tamtéž). Do kampaně se zapojilo mnoho známých osobností nejen z oblasti filmu a zábavního průmyslu a obvinění se následně přenesla do politické sféry, armády, medicíny a mnoha dalších oblastí (Bhattacharyya, 2018). Desítky vysoce postavených osob musely veřejně obhájit své dřívější jednání, což mnohdy vedlo k odstoupení z funkce, pádu kariéry i k závažným právním důsledkům. Pro masový trend obvinění se vžilo označení "Weinsteinův efekt" (například Grigorias, 2017). Během deseti dnů byl hashtag #MeToo na sociální síti Twitter použit 1.7 miliónkrát celkem v 85 státech světa (Park, 2017). V některých oblastech získala kampaň lokální podobu, příkladem může být francouzské heslo "Balance Ton Pore" (odhal své prase) či italská verze "Quella Volta Che" (ten čas když). Překvapivé množství obětí nejen ženského pohlaví sdílelo své příběhy a vzájemně si vyjadřovalo pochopení a podporu (Fox a Diehm, 2017).

Za vznikem původní iniciativy nicméně stojí americká aktivistka Tarana Burke, která se šířením hesla Me Too systematicky zabývá již od roku 2006 (Garcia, 2017). Burke založila svou verzi Me Too s cílem poskytnutí pomoci obětem sexuálního násilí - hlavně mladým ženám afroamerického původu, které žijí a pracují ve znevýhodněných podmínkách. Me Too pak sloužilo jako výraz empatie, který měl zneužitým ženám dodat odvahy a zapojit je do komunity lidí s podobným osudem. Burke se zaměřila především na detabuizování problematiky a zasazení tématu sexuálního obtěžování do širšího kontextu společenských struktur (Adetiba a Burke, 2017). Přestože se iniciativa Tarany Burke všeobecně setkala s pozitivními ohlasy, opravdovou sílu získala až současná online verze kampaně. Ta však

znatelně těžší ze zapojení veřejně známých osobností, díky nimž upoutal hashtag #MeToo zájem široké veřejnosti. Novodobé hnutí tak do jisté míry odvedlo pozornost od obětí a zaměřilo se na vzestup a pád slavných jednotlivců, který se v určitých případech posunul za hranice sociálních médií a přeměnil se v „*nemilosrdné stíhání s nulovou tolerancí vůči obviněným*“ (Bhattacharyya, 2018, s. 4). Přestože se hashtag #MeToo původně objevil bez souhlasu Tarany Burke, což zneklidnilo mnohé příznivce původního projektu, zakladatelky krátce nato spojily síly ve společném postupu, jelikož cílem bylo v obou případech zvýšení povědomí o problematice sexuálního obtěžování ve společnosti (Garcia, 2017).

Wexler (2018) nicméně zdůrazňuje, že novodobé hnutí Me Too, které se šíří především v prostředí sociálních sítí, postrádá jasně vymezené cíle. Twitterová výzva nebyla původně koncipována jako sociální hnutí, prvotní záměr byl výhradně informativní a jeho hlavním cílem bylo poukázat na znepokojivý rozsah problému. Probíhající Me Too se tak odlišuje od původního hnutí, které bylo založeno s přesně definovanou vizí (Wexler et al., 2018). Bhattacharyya (2018) proto vidí sílu současné kampaně především v jejím dosahu. Díky existenci online platform dochází k prolomení ticha, které až donedávna kolem tématu sexuálního obtěžování a genderově podmíněného násilí panovalo (Bhattacharyya, 2018). Celospolečenský význam kampaně Me Too byl následně doceněn v časopise Time, který v každoročním prestižním vyhlášení ankety *Osobnost roku* jmenoval "The Silence Breakers" (ti, kteří prolomili ticho) - tedy skupinu lidí, kteří se v Me Too zapojili a otevřeně vystoupili proti sexuálním útokům a obtěžování společnosti (Dockterman, 2018).

S postupem času docházelo k zapojení dalších skupin a odlišných úhlů pohledu. Některé příspěvky na sociálních sítích měli formu antikampaně, jiné naopak vyjadřovaly souhlas a podporu. Reakce ze strany mužů se objevila mimo jiné pod hashtagem #HowIWillChange (jak se změním). Cílem iniciativy bylo zapojit mužskou část populace do veřejné diskuze a vyvolat odpovídající vlnu sebereflexe, především ale poukázat na skutečnost, že problém sexuálního obtěžování představuje celospolečenské téma (Vagianos, 2017). Podnět přišel od australského novináře Benjamina Lawa, který na svém Twitterovém profilu, podobně jako Alyssa Milano, zveřejnil výzvu, ve které nabádal mužskou část populace k reakci na probíhající hnutí Me Too (Pettyjohn et al., 2018). Také odsouzení kampaně mělo mnoho rozdílných podob. Za zmínku stojí především dopis publikovaný ve francouzském deníku Le Monde, kterému se při popisu kampaně detailně věnovala také česká média. Dopis, který

kritizoval bezhlavé obviňování, podepsalo více než sto francouzských žen, včetně několika známých hereček (Safronova, 2018).

Přestože je dosah kampaně Me Too nevídaný, nebyla tato iniciativa první online snahou poukázat na téma genderově podmíněného násilí a misogynie. V roce 2014 se v souvislosti s brutálním útokem v kampusu kalifornské univerzity v Santa Barbaře zformovalo hnutí #YesAllWomen (ano, všechny ženy). Tato online mobilizace narážela na snahu distancovat muže od útoku, jehož podtext byl prokazatelně genderově motivovaný (Barker-Plummer a Barker-Plummer, 2017). Podle závěrů, ke kterým ve své analýze dochází Bernadette a David Barker-Plummer, sloužilo #YesAllWomen k posilování kolektivního vědomí a zároveň plnilo funkci „*veřejného protestu či utváření agendy, které mělo dopad také na veřejnou debatu mimo prostředí sociální sítě Twitter*“ (Barker-Plummer a Barker-Plummer, 2017, s. 94). Odpor vůči domácímu násilí byl v roce 2014 vyjádřen dvojicí hashtagů #WhyIStayed (proč jsem zůstala) a #WhyIleft (proč jsem odešla). Pod tímto označením sdílely převážně ženy, které se staly oběťmi domácího násilí, své zkušenosti se životem po boku násilného partnera. Rosemary Clark (2016) se v analýze zaměřené na podobu hnutí #WhyIStayed zabývá především důvody, které přispívají ke vzniku kolektivního aktivismu. Clark mimo jiné dochází k poznatku, že se „*online feministická hnutí mohou stát akceptovanými vzorci pro interpretaci současných a budoucích sociálních fenoménů*“ (Clark, 2016, s. 801).

Na kampaň Me Too navázalo hnutí Time's Up, které se snaží o zavedení právních kroků vedoucích k prevenci sexuálního obtěžování, především v oblasti pracovního prostředí ve znevýhodněných podmínkách (Wexler et al., 2018). Cílem této iniciativy, na jejímž založení se podílely ženy z oblasti filmu a zábavního průmyslu, je poskytování informací a podpory obětem sexuálních útoků a obtěžování z neprivilegovaných vrstev společnosti. Právě tato skupina se podle Wexlera běžně setkává s různými formami diskriminace, mnohdy ovšem nemá příležitost se efektivně bránit (tamtéž). Dalším krokem bylo založení komise pro boj proti sexuálnímu obtěžování (*Hollywood Commission on Eliminating Sexual Harassment and Advancing Equality*) s úmyslem dohlížet na dodržování férových podmínek při výkonu práce. Předsedkyní této komise byla jmenována americká akademička Anita Hill, která se v devadesátých letech minulého století sama stala obětí sexuálního útoku (Buckley, 2017).

1.1.2 Dosavadní zpracování tématu Me Too

Protože Me Too představuje poměrně nový fenomén, existuje v současné době pouze omezený počet studií, které se přímo na téma kampaně zaměřují. V následující kapitole se pokusím shrnout dosavadní výzkum, který s tímto tématem souvisí. Na způsob mediální reprezentace sexuálního obtěžování a genderově podmíněného násilí se zaměřím v sekci 1.2.2.

V únoru roku 2018 publikovalo nakladatelství Verso sborník nových a znovu vydaných textů, které se z různých úhlů věnují problematice sexuálního obtěžování a genderově podmíněného násilí v kontextu probíhající kampaně Me Too. Zmíněný sborník obsahuje celkem osmnáct příspěvků, v následujícím odstavci se ovšem zaměřím pouze na ty, které korespondují se zaměřením mé práce. Stěžejní kapitolu představuje úvodní rozhovor se zakladatelkou původního hnutí Me Too Taranou Burke, ve kterém Burke polemizuje nad podobou současné kampaně ve vztahu ke svému původnímu záměru (Adetiba a Burke, 2018). Burke zde poukazuje především na vysokou míru popularizace, kterou současné kampani zajistily vysoce postavené ženy. Přestože může být tato forma popularity pro pochopení rozsahu problému přínosná, povede patrně k oslabení zájmu o skutečné oběti z neprivilegovaných vrstev. Probíhající kampaň se podle Burke zaměřuje výhradně na individuální aktéry, neřeší ale příčiny vzniku a dlouhodobé dopady, které veřejná forma obvinění přináší. V této souvislosti zmiňuje Burke také nepředvídatelný dosah sociálních sítí, který komplikuje vnímání obětí i obviněných (tamtéž). Melissa Grant (2018) se ve své eseji zaměřuje na nejasné vymezení pojmu sexuální obtěžování, a to primárně ve vztahu k pracovnímu prostředí. Grant poukazuje na nevhodnou volbu výrazů a zobecnění, které v souvislosti s tématem sexuálního obtěžování přetrvává. Způsob, jakým o problematice informují média, pak ve většině případů odkazuje pouze k individuální rovině problému. Grant zdůrazňuje, že obtěžování souvisí především s psychickým nátlakem a mocí, tento vztah se ale ztrácí v důsledku širokého záběru kampaně a používání nejasných formulací (Grant, 2018). K podobným závěrům dochází ve své eseji také Stephanie Coontz (2018). Právě sdružování různých projevů chování pod souhrnné označení Me Too představuje riziko, kterému je podle Coontz nutné předejít. Pro využití potenciálu, který kampaň Me Too skýtá, je potřeba nastavit určitá pravidla a neomezovat se na samotné obviňování jednotlivců. Rozruch, vyvolaný kolem jednotlivých obvinění, může v konečném důsledku

zastínit méně viditelné formy diskriminace. Úspěch kampaně Me Too tak podle Coontz záleží především na způsobu, jakým společnost kampaň uchopí (Reese a Coontz, 2018).

Ve své absolventské práci se přímo na mediální konstrukci kampaně Me Too zaměřuje Wiebke Eilermann (2018). Eilermann částečně vychází ze studie rámcování druhé vlny feminismu v britském a americkém tisku, kterou publikovala Kaitlynn Mendes (2011). Na základě kritické diskurzivní analýzy identifikuje Eilermann tři podoby diskurzů, které se v souvislosti s reprezentací kampaně objevují v německém tisku: (1) souhlasný (2) odmítavý a (3) smíšený diskurz. Autorka taktéž dochází k závěru, že způsob mediální reprezentace kampaně vyplývá z orientace média. Liberální německá média tak zaujala spíše pozitivní postoj, konzervativní média naopak hodnotila hnutí kriticky, například jako "přecitlivělou hysterii" či "skandalizaci ničeho" (Eilermann, 2018, s. 35). Často identifikovala Eilermann ve zkoumaných textech viditelné obviňování obětí (Eilermann, 2018). Přestože byla tato diplomová práce obhájena až v průběhu mé vlastní analýzy, představuje ucelený a pro tuto chvíli také jediný dohledatelný výzkum, který se zaměřuje přímo na mediální reprezentaci kampaně Me Too.

Lesley Wexler, Jennifer Robbennolt a Colleen Murphy (2018) se ve studii *#MeToo, Time's Up and Theories of Justice* zaměřují na limity kampaně Me Too, které vycházejí především z nejasného vymezení cílů a chybějících pravidel. Autoři se ve studii soustředí primárně na oblast pracovního prostředí a identifikují několik příčin, které v současné době brání boji se sexuálním obtěžováním na celospolečenské úrovni. Jedná se o „*přetrvávající nerovnost ve společnosti, akceptování určitých forem chování a nejistotu ohledně dalších kroků, které je třeba podniknout*“ (Wexler, Robbennolt a Murphy, 2018, s. 1). V souvislosti se samotnou kampaní poukazují Wexler, Robbennolt a Murphy především na jednostranné zaměření. Novodobé Me Too se, na rozdíl od původní iniciativy, soustředí hlavně na veřejně známé aktéry. Oběti žijící na okraji společnosti nemají příležitost se do kampaně zapojit, přestože představují skupinu, která se „*snáze stává terčem diskriminace, ovšem méně často jí někdo naslouchá*“ (Wexler, Robbennolt a Murphy, 2018, 10). Autoři tak docházejí k závěru, že samotná kampaň, ač účinná v poukázání na rozsah problematiky sexuálního obtěžování, nebude mít dlouhodobý účinek, pokud ve společnosti nenastanou patřičné strukturální změny (Wexler, Robbennolt a Murphy, 2018).

Poslední výzkum, který bych v této sekci ráda zmínila, není zaměřený přímo na kampaň Me Too, souvisí ale s její povahou a bezprostředně vychází z jejího vývoje. V roce 2018 realizovali Morgan Pettyjohn, Finneran Muzzey, Megan Maas a Heather McCauley (2018) analýzu výskytu hashtagu *#HowWillChange*, který se na sociálních sítích objevil v reakci na probíhající kampaň Me Too. Cílem této iniciativy bylo zapojení mužské části populace do debaty na téma sexuálního obtěžování a násilí vůči ženám (Pettyjohn et al., 2018). Na základě analýzy twitterových příspěvků identifikovali autoři tři druhy reakcí, které se ve spojení s heslem *UHowWillChange* objevily. První skupina reakcí ukázala podle výsledků analýzy vstřícný postoj a ochotu aktivně se zapojit do boje proti sexuálnímu obtěžování a znevažování žen, především reflexí vlastního chování, pozornějším nasloucháním nebo zodpovědnou výchovou příští generace. Jiná část uživatelů sociálních sítí naopak vyjádřila odpor k jakékoli potenciální změně a sexuální obtěžování nepovažovala za problém, který by se jí přímo dotýkal. Třetí skupina mužů překvapila ostře odmítavým postojem vůči celé kampani. Jejich příspěvky obsahovaly zpochybnění problému, včetně přímých sexistických narážek či útoků (Pettyjohn et al., 2018). Výsledky tohoto výzkumu tak popisují charakter vnímání tématu sexuálního obtěžování, které část společnosti nepovažuje za znepokojivý vzorec chování.

1.2 Sexuální obtěžování a genderově podmíněné násilí

Sexuální obtěžování se vyskytuje v mnoha různých podobách. Obecně se jedná o jakékoli nevídané chování sexuální povahy, které přispívá k ohrožení důstojnosti osoby (Kutálková a Kobová, 2014). Jelikož bývá sexuální obtěžování podle dosavadních výzkumů zaměřené hlavně na ženy, lze jej považovat za nástroj genderově diskriminace (Uhde, 2006). Stanovit jasnou definici sexuálního obtěžování však není jednoduché, jelikož je jeho vnímání, na rozdíl od fyzického násilí či jiných prokazatelných trestných činů, založeno především na subjektivním pocitu oběti. Genderově podmíněné násilí potom představuje „*veškeré akty fyzického, sexuálního, psychického, ekonomického či dalších forem násilí, které jsou cíleny na ženy z důvodu, že jsou ženami, nebo na muže z důvodu, že jsou muži, nebo akty tohoto násilí, které nepřiměřeně dopadají na ženy či muže*“ (Úřad vlády ČR, 2018).

Sexuální obtěžování pramení podle Zuzany Uhde (2006) především z nerovného postavení žen a mužů ve společnosti, bývá důsledkem zneužití moci a představuje jeden z „*projevů patriarchálního systému, který ženy udržuje v podřízeném postavení*“ (Uhde, 2006, s. 21). Toto mocenské pojetí problematiky je patrné také v právních opatřeních Evropské Unie. Podle opatření Evropského parlamentu (2018) představuje sexuální obtěžování „*porušení lidských práv, které je spojeno s patriarchálními mocenskými strukturami, které je naléhavě nutné změnit*“ (Evropský parlament, 2018). Evropské instituce se proto snaží o vzdělávání v oblasti genderové nerovnosti, včetně zapojení mužské části populace. Poukazuje také na potřebu přeformulování definice sexuálního obtěžování, která je nevyhovující s ohledem na vývoj společnosti (tamtéž).

Sexuální obtěžování lze v některých případech považovat za jednu z forem symbolického násilí (Bourdieu, 2000). Tento druh násilí vychází především z nerovného rozložení moci ve společnosti, které je stvrzováno objektivitou sociálních struktur. Symbolické násilí probíhá na principu spoluúčasti, jeho existence je de facto formována v kontextu osvojené formy mužské nadvlády. Bourdieu poukazuje na dlouhodobě zavedené představy o mužských a ženských rolích, které existenci symbolického násilí kontinuálně podporují (tamtéž).

Sexuální obtěžování je časté především v pracovním prostředí, kde mimo jiné podkopává šanci na rovné pracovní úspěchy a vede ke znevažování lidské důstojnosti. Přetrvávající charakter sexuálního obtěžování je podle Zippel (2006) znepokojivý a měl by proto být dostatečným motivem ke snaze o pochopení příčin a projevů a ke hledání způsobu pro dosažení genderové rovnosti, a to nejen v pracovním prostředí (Zippel, 2006). Sexuální obtěžování nicméně bylo dlouhodobě opomíjeným společenským problémem, kterému chybělo hlubší ukotvení ve veřejném diskurzu. Ačkoli se ve společnosti nejedná o novodobý fenomén, dlouhodobě bylo sexuální obtěžování vnímáno spíše jako individuální problém jednotlivce, který představuje rušivou, nicméně přirozenou součást života. Rostoucí zájem o problematiku a její ukotvení ve veřejné agendě bylo podle Weekse (1986) způsobeno především přesnějšími definicemi pojmů, zapojením médií, aktivistů a dalších zájmových skupin a zpopularizováním některých soudních případů (Weeks et al., 1986).

1.2.1 Problematika sexuálního obtěžování v českém prostředí

Sexuální obtěžování a genderově podmíněné násilí je v českém prostředí často vnímáno jako uměle vytvořený problém. Toto vnímání se pojí s vysokou mírou apatie a znevažování, problému ve společnosti. Podle Zippel (2006) je nicméně tento úhel pohledu v určité míře patrný ve většině evropských států, což je mimo jiné způsobeno slabým ukotvením problematiky v právní praxi (Zippel, 2006). Uhde (2006) poukazuje na souvislost s nejasným vymezením problematiky, která našla své místo v zákoníku práce až v novele z roku 2004, v souvislosti se vstupem České republiky do Evropské unie (Uhde, 2006). Pro pracovní prostředí je sexuální obtěžování tedy definováno jako „*jednání sexuální povahy v jakékoli formě, které je buď dotčeným zaměstnancem oprávněně vnímáno jako nevíтанé, nevhodné nebo urážlivé a jehož záměr nebo důsledek vede ke snížení důstojnosti fyzické osoby nebo k vytváření nepřátelského, ponižujícího nebo zneklidňujícího prostředí na pracovišti nebo které může být oprávněně vnímáno jako podmínka pro rozhodnutí, které ovlivní výkon práv a povinností vyplývajících z pracovněprávních vztahů*“ (Zákoník práce, § 1, odst. 9, cit. dle Uhde 2006, s. 126). Sexuální obtěžování je tedy po právní stránce definováno v kontextu pracovního prostředí, nicméně jeho další formy jsou v českém prostředí přehlíženy či dokonce společensky tolerovány (Kutálková a Kobová, 2014).

Zmíněný společenský postoj do značné míry odráží způsob pohledu, kterým se tematice věnují česká média. Appeltoová, Mojžíšová a Vochocová (2016) identifikovaly v *Analýze mediálního zobrazování genderově podmíněného násilí* několik rámců, které se objevily v souvislosti s mediální reprezentací tématu. Autorky se zaměřily na srovnání mediálních výstupů během dvou časových období a došly k závěru, že v době mezi lety 2010/2011 a 2014/2015 přistoupila média k podrobnější reprezentaci problematiky, především díky pozitivnímu vlivu zavedených preventivních opatření na snížení genderově podmíněného násilí (Appeltoová, Mojžíšová a Vochocová, 2016). Z analýzy vyplývá, že media věnují více pozornosti původci (původkyni) násilí, v naprosté většině případů se nicméně jednalo o činy namířené proti ženám, původcem násilí byl muž. Nejčastěji popisovaným chováním bylo sexuální násilí, bez ohledu na skutečnou strukturu genderově podmíněného násilí, kterou dokládají statistické údaje. Autorky poukázaly na souvislost mezi genderově podmíněným násilím a tématem moci a vlivu ve společnosti. Analýza odhalila tendenci bagatelizace

případů a znevažování výpovědi oběti, pokud byla do případu zapojena veřejně známá osobnost. Ačkoli převažovalo využití neutrálního jazyka, četnost přítomných stereotypů se lišila s ohledem na charakter média. Častější pak bylo stereotypní vykreslení původce (původkyně) násilí. Určitý vliv na přítomnost stereotypů měla i skutečnost, zda autorem sdělení byl muž nebo žena (tamtéž).

1.2.2 Mediální reprezentace genderově podmíněného násilí

Ačkoli existuje poměrně rozsáhlý akademický výzkum v oblasti genderově podmíněného násilí a sexuálního obtěžování, který se na tuto problematiku zaměřuje z perspektivy jejího vzniku a rozšíření, způsobu mediální reprezentace těchto témat bývá všeobecně věnována nižší míra pozornosti (McDonald a Charlesworth, 2012).

Problematika sexuálních útoků a obtěžování bývá v médiích prezentována spíše nárazově a mnohdy v souvislosti s konkrétní událostí, která má potenciál zaujmout širší publikum. Ve studii *Enduring Themes and Silences in Media Portrayals of Violence Against Women* se Patricia Easteal, Kate Holland a Keziah Judd (2014) zaměřují na vliv mediální reprezentace na formování názoru na problematiku sexuálního obtěžování a genderově podmíněného násilí. Autorky identifikují téměř všudypřítomný antifeministický úhel pohledu a poukazují na opakované zobrazování tématu v individuální rovině. Média se ve většině případů více zaměřují na "klasické" formy obtěžování, jejichž původcem je výše postavený muž. Naopak téměř chybí systematický pohled, který by problematiku sexuálního obtěžování zobrazil v kontextu genderově nerovnosti, která ve společnosti přetrvává. Podle Easteal, Holland a Judd nicméně právě tato podoba mediální reprezentace přispívá k udržování genderově podmíněných stereotypů a nerovného postavení žen ve společnosti (Easteal, Holland a Judd, 2015).

V roce 2013 provedly Keziah Judd a Patricia Easteal (2013) analýzu mediálního zobrazení sexuálního obtěžování *Media Reportage of Sexual Harassment: The (In)Credible Victim*, ve které se zaměřují na reprezentaci vybraných případů sexuálního obtěžování v australském tisku. Podle Judd a Easteal se zobrazení těchto případů často vyznačuje zjednodušením a skepsí, které vedou ke snížení důvěryhodnosti oběti. V souvislosti se sexuálním násilím se objevuje bulvární charakter popisu a záměrné vytržení z kontextu. Melodramatický ráz

zpravodajství, který se v médiích objevuje, poskytuje pouze malé množství relevantních informací a tím nabádá k vlastní interpretaci případu. Důležitou roli připisují autorky také volbě slov, která podporuje určitou formu zobrazení a ovlivňuje výsledné vyznění sdělení. Judd a Easteal tento poznatek dokládají na příkladu použití výrazu "domnělý" ve spojení s obětí, což vede ke zpochybnění výpovědi. Často také dochází k favorizování aktérů na vrcholu mocenské hierarchie či ke „konstruování verze reality, která hovoří ve prospěch vysoce postavených osob“ (Judd a Easteal, 2013, s. 92). Podle výsledků výzkumu se média více zaměřují na osobu oběti, včetně její identity, původu a dřívějšího chování. Autorky rovněž poukazují na časté obviňování obětí a spekulace o možné spoluúčasti, což pouze podporuje atmosféru strachu a může mít za následek váhavost při oznámení napadení. Easteal a Judd dochází k závěru, že tato forma mediální reprezentace celkově ovlivňuje celkový způsob nahlížení na problematiku genderově podmíněného násilí a napomáhá tím k udržování přetrvávající genderově nerovnosti ve společnosti (Judd a Easteal, 2013).

K podobným závěrům dochází ve studii *Media Construction of Gender: Framing Analysis of Rape Cases in the Mass Media* také Ali Imron (2013). Z analýzy vyplývá, že média kladou při popisu případů znásilnění důraz na zveřejňování citlivých informací a dramatickosti, což mnohdy vede ke snižování důvěryhodnosti přeživších. Podle Imron tak média způsobem popisu skutečnosti přispívají k nesprávnému vnímání genderových rolí a k všeobecnému udržování genderově podmíněných stereotypů ve společnosti. Přehnaná medializace pak spolu s poskytováním vizuálních materiálů přispívá k sekundární viktimizaci obětí, jelikož tímto způsobem dochází k ožívování případů. Podle Imron představuje právě sekundární viktimizace častý důsledek mediální reprezentace sexuálního násilí (Imron, 2013).

Na způsob rámcování sexuálního obtěžování prostřednictvím mainstreamových médií se zaměřily Paula McDonald a Sara Charlesworth (2012) v analýze *Framing Sexual Harassment Through Media Representation*. Výzkum se soustředil na obsah mainstreamových médií ve Velké Británii, Spojených státech, Kanadě a Austrálii. McDonald a Charlesworth objevily čtyři typy diskurzů, do kterých média informace zasazují. Nejčastějším úhlem pohledu (88 % zkoumaných textů) byl rámec individuální anomálie, ve kterém bylo sexuální obtěžování prezentováno jako ojedinělý čin probíhající mezi pachatelem a obětí. Jen každý pátý text se naopak snažil o zasazení případu do širšího kontextu, například ve vztahu k pracovnímu prostředí a společenské hierarchii. Zbývající rámce pohlíželi na problematiku sexuálního

obtěžování optikou genderové nerovnosti či právních důsledků, ve zkoumaných textech se ovšem objevily jen okrajově (McDonald a Charlesworth, 2012). Autorky studie poukazují na skutečnost, že média nejčastěji informovala o klasickém, často až stereotypním průběhu obtěžování - tedy z iniciativy pachatele mužského pohlaví. Opačný průběh byl navzdory statistickým údajům předmětem mediálních sdělení pouze ojediněle (cca 8 % zkoumaných textů). Ve většině případů se mediální pozornost zaměřila na takové incidenty, které byly veřejnosti více na očích, tedy ve vztahu k veřejně známé osobnosti, ve vedoucích pozicích nebo s přesahem do politické sféry. Ve zkoumaných textech také dominovaly skandální obvinění či přehnaně sexualizovaný podtext. Více než dvě třetiny zkoumaných sdělení referovaly o fyzické formě útoku, přestože je podle skutečně hlášených případů běžnou praxí především psychický nátlak. McDonald a Charlesworth proto docházejí k závěru, že mediální reprezentace často neodpovídá skutečnému stavu a zkoumané texty tak pouze posilují existující genderovou nerovnost ve společnosti (tamtéž).

Zmíněné studie se nicméně zaměřují na reprezentaci sexuálního obtěžování a genderově podmíněného násilí pouze prostřednictvím mainstreamových médií. Easteal, Holland a Judd (2015) v závěru studie poukazují na specifika prostředí internetu, které do značné míry mění povahu mediálního světa. Internet a sociální sítě přinášejí potenciál pro širší zapojení do veřejné diskuze, čímž podporují sdílení alternativních názorů a úhlů pohledu. Easteal, Holland a Judd však konstatují, že internet často slouží jako nová platforma pro šíření odmítavých antifeministických postojů, zejména v případě, kdy uživatelé navštěvují stránky, které jsou konzistentní s jejich dosavadním přesvědčením (Easteal, Holland a Judd, 2015).

1.3 Nastolování agendy

Proč je některá informace vnímána veřejností jako důležitá a jiná nikoli? Na tuto otázku může odpovědět teorie nastolování agendy, která patří k důležitým konceptům v oblasti dlouhodobého vlivu médií. Vychází z předpokladu, že média mohou svou volbou ovlivnit významnost témat ve veřejném prostoru, čímž určují míru důležitosti, kterou veřejnost těmto tématům přikládá. Teorie nastolování agendy je postavena na myšlence, podle níž zpravodajská média nejsou věrným obrazem reality, naopak realitu výrazným způsobem

vytvářejí (Trampota, 2006). Veřejnosti se pak určitá témata, která byla do zpravodajství zařazena, jeví jako důležitější než ta, která zůstala stranou zájmu médií. Nastolování témat tak představuje jeden ze způsobů, jimiž je konstruován rámec pro vidění světa (McQuail 2009). Příčinu nastolování témat spatřuje McCombs (2009) v potřebě orientace, která je naplněna právě prostřednictvím médií. Intenzita potřeby orientace se odvíjí především od relevance a nejistoty které udávají, do jaké míry (McCombs, 2009).

Myšlenka schopnosti médií nastolovat agendu pochází od amerického novináře a filosofa Waltera Lippmanna. Ten se v úvodní kapitole knihy *Public Opinion* zaměřil na oblast vlivu zpravodajských médií na vnímání událostí, které leží mimo naši bezprostřední zkušenost. Lippmann sice přímo nepracuje s označením nastolování agendy, v jeho díle je nicméně již tento proces naznačen (Nečas, 2008). Výchozí myšlenku pro koncept nastolování agendy formuloval Bernard Cohen, který v publikaci *The Press and Foreign Policy* poukázal na skutečnost že „*tisk je mnohem více než pouhým zprostředkovatelem informací a názorů. Často bez úspěchu říká lidem, co by si měli myslet, ale dokáže neuvěřitelně zdařile svým čtenářům nabídnout, o čem by měli přemýšlet*“ (Cohen, 1963, s. 13). McQuail (2009) pak v této souvislosti zdůrazňuje, že masová média bývají efektivní v nastolování agendy, neumí ovšem ovlivnit způsob, jakým příjemci o konkrétních zprávách uvažují (McQuail, 2009).

Hypotézu nastolování agendy později formulovali a potvrdili Maxwell McCombs a Donald Shaw na základě studie ve městě Chapel Hill. Cílem výzkumného projektu bylo posoudit schopnost médií nastolovat témata během prezidentské volební kampaně v roce 1968 a ověřit hypotézu, že „*masová média ovlivňují významnost postojů k politickým tématům a tím nastolují agendu pro každou politickou kampaň*“ (McCombs a Shaw, 1972, s. 177). Na základě porovnání výsledků kvantitativní obsahové analýzy mediálních obsahů s tématy, která nerozhodnutí voliči označili v dotazníkovém šetření za důležitá (veřejná agenda), potvrdili McCombs a Shaw vysoký stupeň vlivu médií na utváření veřejné agendy. Tento experiment zopakovali stejní autoři s větší přesností a s podobnými závěry o čtyři roky později ve městě Charlotte. Výsledky obou výzkumů byly pro další směřování mediálních studií velmi podstatné, protože se objevily ve fázi předpokládaných omezených účinků médií (Nečas, 2008).

Významnou roli v procesu nastolování témat hrají vlastnosti příjemce sdělení (Trampota, 2007). Specifikem výzkumného projektu v Chapel Hill byl výběr nerozhodnutých voličů, u kterých autoři předpokládali vyšší míru zájmu o současné politické dění, a s tím spojenou záměrnou konzumaci mediálních sdělení (McCombs, 2009). Tomáš Trampota (2006) proto zdůrazňuje, že „příjemci, kteří důvěřují médiím, budou k nastolování více náchylní a budou intenzivněji přebírat mediální agendu a agendu zpráv“ (Trampota, 2006, s. 122). Kromě zájmu o obsah mediálních sdělení a potřeby aktivně vyhledávat informace mají významnou roli rovněž demografické, psychologické a behaviorální ukazatele. Ty například ovlivní, do jaké míry bude příjemce ochoten přebírat mediální agendu (Trampota, 2006).

V souvislosti s oblastí genderu se nastolování agendy věnuje Sally Kenney (2003) ve studii *Where Is Gender in Agenda Setting?* Na základě rešerše odborné literatury dochází Kenney k závěru, že odborníci na teorii nastolování agendy systematicky opomíjejí oblasti, které vycházejí z feministické teorie. Některá klíčová témata, například právě násilí na ženách a sexuální obtěžování, ale také problematika potratů, ženské obřízky či rovnoprávnost žen v oblasti sportu, akademického působení a profesní kariéry, tak mnohdy zůstávají stranou veřejné diskuze (Kenney 2003). Ačkoli došlo podle Kenney v posledních letech k určitému zlepšení, opomíjení ženských hnutí nadále přispívá k „neúplným a celkově nedostačujícím poznatkům v oblasti procesu nastolování agendy“ (Kenney, 2003, s. 181). Způsob, jak nejen odborná literatura, ale také média reprezentují myšlenky a cíle feminismu, je podle Kenney klíčový a může přispět k celkové redefinici problému (Kenney, 2003).

Koncept nastolování agendy jsem do teoretické části své práce zahrнула proto, že výskyt genderových témat, problematiky sexuálního obtěžování a online aktivismu v médiích má za následek, zda veřejnost vnímá tato témata jako klíčová. V souvislosti s kampaní Me Too a problematikou sexuálního obtěžování, která, jak jsem zmínila v předchozí kapitole, není v českém prostředí stálou součástí veřejné diskuze, tak média představují významný zdroj získávání informací o těchto tématech.

1.4 Rámcování mediálních obsahů

S teorií nastolování agendy souvisí koncept rámcování, či zarámování mediálních obsahů (*framing*). Podle některých autorů bývá rámcování považováno spíše za součást procesu

nastolování agendy, jindy je v odborné literatuře vnímáno jako oddělený přístup. Například Maxwell McCombs (2009) vnímá rámcování jako nastolování agendy druhého stupně či nastolování agendy atributů (McCombs, 2009). Baldwin van Gorp (2007) naopak v tomto ohledu tvrdí, že „*rámcování, nastolování agendy a priming přívávají, každý svým vlastním způsobem, k našemu pochopení médií a jejich účinku. Argument, že rámcování představuje jen rozšíření nastolování agendy (McCombs & Shaw 1993) je v rozporu se sociologickými kořeny rámcování (Carragee & Roefs 2004; Maher 2001)*“ (Van Gorp, 2007, s. 69 - 70).

Rámcovat znamená podle Roberta Entmana (1993) „*vybírat aspekty reality a zdůrazňovat je v komunikovaném textu tak, aby vynikla určitá forma definice, interpretace, hodnocení a řešení problému*“ (Entman, 1993, s. 52). Označení rámec poprvé použil Erving Goffman v knize *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Goffman se zaměřil na takzvaná interpretační schémata a na jejich schopnost uchopit a pojmenovat události, které nás obklopují (Tabery, 2008). K zakotvení konceptu rámcování v oblasti mediálních studií přispěl především Robert Entman (1993) v příspěvku *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. Entman se zde zaměřil na způsob, jak média ovlivňují vnímání předkládaných sdělení. Rámcování probíhá podle Entmana na principu výběru a zdůraznění a projeví se alespoň ve čtyřech oblastech komunikačního procesu: v rovině původce sdělení, textu, příjemce a v kontextu kultur, ve které se sdělení odehrává (Entman, 1993). Na příkladu studené války Entman ukazuje čtyři funkce, které rámce naplňují: (1) definici problému (2) kauzální interpretaci (3) morální hodnocení a (4) návrh konkrétního řešení (Entman, 2004). Claes de Vreese (2005) rozlišuje v procesu rámcování fázi budování rámců (*frame building*) a jejich nastolování (*frame setting*). Budování rámců odkazuje k etapě, ve které jsou rámce konturovány. V této fázi tedy dochází k „*ovlivnění strukturálních kvalit mediálních rámců*“ (de Vreese, 2005, s. 52). Fáze nastolování rámců poukazuje ke vztahu mezi vytvořenými rámci a dosavadními zkušenostmi příjemců sdělení. Důsledky procesu rámcování spatřuje de Vreese (2005) jednak v postupné změně a formování postojů, na celospolečenské úrovni potom v politické socializaci a kolektivním rozhodování (de Vreese 2005). McCombs (2004) popisuje rámce jako interpretační schémata či jako dominantní perspektivu. Ta „*nejen určuje, co je důležité a co nikoli, ale také aktivně prosazuje určitou definici problému*“ a tím ovlivňuje způsob, jak na problematiku nahlížíme (McCombs, 2009, s. 135).

V současné době patří rámcování mediálních obsahů k jednomu z nejčastěji využívaných přístupů pro výzkum v oblasti komunikačních studií (Van Gorp, 2007). Definice rámcování však přesto není jednotná, stejně jako názor na to, zda se ve skutečnosti jedná o teorii či výzkumnou metodu (Reese, 2007). Právě Stephen Reese se ovšem přiklání k možnosti, že rámcování představuje spíše výzkumný postup a dodává, že „*jako paradigma rámcování otevírá otázky, která se dříve neobjevovaly. Částečně může vybízet empiriky ke zvažování více interpretativních aspektů svých otázek*“ (Reese, 2007, s. 149). Baldwin Van Gorp (2007) poukazuje na skutečnost, že přítomnost rámců je v mediálních sděleních do značné míry nevyhnutelné, jelikož tvůrci těchto sdělení mohou postihnout pouze určitou část reality (Van Gorp, 2007).

1.4.1 Typologie rámců

Mediální teoretici přistupují k rozdělení rámců různými způsoby. Shanto Iyengar (1991) například rozlišuje epizodické a tematické rámce. Epizodické rámcování je postaveno na využití konkrétních případů a situací, které jsou s komunikovanou informací předkládány (Iyengar, 1991). Tematické rámce naopak události zasazují do širšího kontextu a slouží především k popisu obecných trendů, čímž vedou k posílení společenské zodpovědnosti (Kalvas et al., 2012). Iyengar dochází k závěru, že epizodické rámcování, které umožňuje snazší pochopení nabízeného významu, ve zpravodajství převažuje. K podobným závěrům dochází také František Kalvas (2012) a doplňuje, že „*epizodické rámce vedou k vyššímu výskytu tématu v osobní agendě než rámce tematické*“ (Kalvas et al., 2012, s. 10).

Claes De Vreese (2005) rozlišuje specifické a obecné rámce. Specifické rámce se vztahují primárně k jednomu konkrétnímu tématu a jsou nepřenositelné na jiný fenomén. Výzkum v oblasti specifických rámců umožňuje detailní pohled na zkoumaný problém, který však nelze zobecnit na jiné téma (de Vreese, 2005). V souvislosti s rámcováním ženských hnutí se analýze specifických rámců věnují například Nayda Terkilsend a Frauke Schnell (1997). Ve studii *How Media Frames Move Public Opinion: An Analysis of a Women's Movement* identifikovaly autorky přítomnost pěti specifických rámců, které tištěná média využívala k reprezentaci feministických hnutí v období od 50. do 90. let dvacátého století. Jedná se o: (1) rámeček "tradičních genderových rolí" (2) "antifeministický" rámeček (3) "ekonomický"

rámec (4) "politický" rámec a (5) rámec "genderové rovnoprávnosti" (Terkilsend a Schnell, 1997). Antifeministický rámec byl nejvíce patrný v průběhu 70. let ve vztahu k takzvané druhé vlně feminismu. V tomto období identifikovaly Terkilsend a Schnell navíc také šestý rámec, který vypovídal o neshodách uvnitř ženských hnutí (tamtéž). Jako druhý typ rámců vymezuje de Vreese rámce obecné, které lze opakovaně vztáhnout na různá témata (de Vreese, 2005).

1.4.2 Dosavadní výzkum v oblasti rámcování feminismu a ženských hnutí

Podnětnou studii v oblasti mediálního rámcování feminismu publikuje například Kaitlynn Mendes (2011). Mendes se v analýze *Framing Feminism: News Coverage of the Women's Movement in British and American Newspapers, 1968 - 1982* zaměřuje na způsob, jakým americký a britský tisk konstruoval ženskou feministickou hnutí v druhé polovině dvacátého století. Na základě obsahové a kritické diskurzivní analýzy identifikovala Mendes tři typy rámců, jejichž optikou vybraná média takzvanou druhou vlnu feminismu nahlížela. Jedná se o: (1) souhlasný (2) odmítavý a (3) smíšený rámec. Přestože Mendes v souladu s dříve provedenými výzkumy poukazuje na znatelný patriarchální ráz společnosti i mediálního prostředí, v jehož důsledku se v médiích v souvislosti s reprezentací ženských hnutí často objevuje kritický úhel pohledu, její analýza ukazuje převahu souhlasného rámce (Mendes 2011). Oproti předchozím výzkumům ovšem Mendes identifikovala poměrně častý výskyt smíšeného rámce, který sdružoval články s protichůdnými argumenty. Optikou smíšeného rámce byla filosofie feminismu nahlížena kriticky, současně však texty zdůraznily možný pozitivní dopad na odstranění nerovností mezi pohlavími (tamtéž).

V souvislosti se třetí vlnou feminismu se na způsob mediálního rámcování zaměřila také Carolyn Bronstein (2005) v analýze *Representing the Third Wave: Mainstream Print Media Framing of a New Feminist Movement*. Bronstein dochází v závěru, že mainstreamový tisk využíval k zobrazení třetí vlny feminismu podobné rámce, s nimiž popisoval ženskou hnutí 70. let, omezil však striktně odmítavý diskurz, který byl v předchozím období patrný. To se projevilo například méně častou přítomností rámců démonizace a trivializace, které byly přítomné v souvislosti s druhou vlnou feminismu. Bronstein ovšem zdůrazňuje, že média

pouze zřídka uvádějí myšlenky feminismu do širších souvislostí, čímž v podstatě přispívají k jejich znevažování (Bronstein, 2005).

Ze zmíněných výzkumů lze konstatovat, že masová média hrají obecně důležitou roli při utváření názorů na ženská hnutí. Způsobem zarámování pak mimo jiné ovlivní, zda budou tato hnutí vnímána pozitivně či kriticky. Příkladem takového hnutí je také kampaň Me Too, která je předmětem mé vlastní analýzy.

1.5 Média a sociální konstrukce reality

Realitu je možné chápat jako sociálně a historicky podmíněnou představu o světě. Jak bylo zmíněno, média představují jeden z hlavních zdrojů pro získávání informací o událostech kolem nás a výrazným způsobem ovlivňují naši každodenní interakci s okolím. Okolní svět pak existuje jako systém sdílených významů, které se v interakci dále konstruují a formují.

Teorie sociální konstrukce reality vychází ze stejnojmenného díla Thomase Luckmanna a Petera Bergera v oblasti sociologie vědění. Berger a Luckman (1967) považují společnost za objektivní realitu, která je současně výtvorem člověka. Člověk je zároveň výtvorem společnosti a sociální řád tak představuje jen produkt lidské činnosti, který se v každém okamžiku dále vyvíjí (externalizuje). Sociální řád je potom stvrzován na základě sdílené habitualizace, která stanoví vzorce chování pro budoucí jednání. Následná objektivizace zajistí, že jsou vzniklé produkty lidské činnosti vnímány jako objektivní realita. Berger a Luckman však zdůrazňují, že *„objektivita světa institucí, jakkoli přesvědčivě se tento svět může jedinci jevit, je objektivitou, kterou vymyslel a vytvořil sám člověk“* (Berger a Luckman, 1999, s. 63).

Média nepopisují realitu zcela nezávisle, naopak ji svým jednáním spoluutvářejí. *„Mediální produkci lze chápat jako faktor, který se na konstituování sociální konstrukce reality podílí a současně ji odráží. Mediální produkty jsou pak reprezentacemi nikoli přirozeně daného světa, ale světa konstruovaného v konkrétní historické situaci - a sami se na této konstrukci podílejí“* (Jiráková a Kópplová, 2015, s. 273). Konzumenti mediálních obsahů si však tuto rovinu neuvědomují a jednotlivá sdělení přijímají jako věrnou kopii skutečnosti (McQuail, 2009). *„Publikum předpokládá, že to, co vidí, čte a slyší, má nějakou souvislost se světem, v němž*

žije - a že tato souvislost odpovídá tomu, jak svět vnímá, tedy že odpovídá akceptovatelné sociální konstrukci reality" (Jirák a Kópplová, 2015, s. 275). Objektivita informací je tedy vždy určitým způsobem relativní, protože je utvářena v kontextu historického, politického sociokulturního základu společnosti (Trampota, 2006).

Vlivem médií na konstrukci skutečnosti se zabývala také Gaye Tuchman (1958) v publikaci *Making News: A Study in the Construction of Reality*. Tuchman přisuzuje zpravodajství roli okna do světa, jehož optikou nazíráme na události, které nás obklopují. Na zpravodajství pak pohlíží jako na okenní rám, který usměrňuje náš pohled a napoví, jakým způsobem se máme dívat, respektive chápat mediální obsahy. Podle Tuchman mají média schopnost formovat názory publika, především v souvislosti s tématy, o kterých m jen nedostatečné znalosti. Přestože si příjemci sdělení utvářejí o událostech vlastní mínění, jejich existenci vnímají díky činnosti médií jako nezpochybnitelnou (Tuchman, 1958).

Sociální konstrukci reality zmiňují v teoretickém základu práce především proto, že svým způsobem vysvětluje problematiku vnímání genderu. Gender bývá definován jako sociální konstrukt, který - na rozdíl od pohlaví - není závislý na anatomických znacích, které určují mužské a ženské tělo (Giddens, 2003). Gender nevypovídá o vrozených attributech člověka a odkazuje ke kulturně podmíněným předpokladům, které souvisí s vnímáním maskulinity a feminity (Lips, 2014). Clarie Renzetti a Daniel Curran (2003) v této souvislosti uvádějí, že „předpoklady vztahující se k genderu lidé obecně přijímají za platné a správné a že na nich zakládají svůj rozdílný - někdy zcela protikladný - přístup k osobám mužského a ženského pohlaví" (Renzetti a Curran, 2003, s. 20). Na posilování těchto předpokladů se podílejí také média, která způsobem reprezentace ovlivňují vnímání mužských a ženských rolí.

Zobrazením genderu a genderových rolí v médiích se zabývají například Rebecca Ann Lind a Colleen Sálo (2002) v analýze *The Framing of Feminists and Feminism in News and Public Affairs Programs in U.S. Electronic Media*. Lind a Sálo se zaměřují na mediální reprezentaci feminismu ve zpravodajství amerických audiovizuálních médií (ABC, CNN, PBS a NPR) a docházejí k závěru, že tato média obecně informují o tématice feminismu poměrně zřídka. Pokud se feminismus ve zpravodajství objevuje, bývají členky hnutí často reprezentovány jako protiklad ke zobrazení "běžné ženy" (Lind a Sálo, 2002). Cílem analýzy bylo postihnout přítomnost šesti hlavních rámců, které vplynuly z již provedených výzkumů. Ačkoli podle

Lind a Sáló došlo k úbytku kritického rámcování, stále přetrvával určitý stupeň trivializace a démonizace, který se v souvislosti se zobrazením feminizmu objevoval. Docházelo také k určitému odosobnění - feministky byly na rozdíl od ostatních žen velmi zřídka zobrazeny v kontextu pracovního prostředí, domova či volnočasových aktivit. Podle autorek výzkumu média reprezentují obraz reality, který „*může sloužit k posilování domněnek, v nichž není feminismus relevantní ani uplatnitelný pro širokou veřejnost v každodenním životě*“ (Lind a Sáló, 2002, s. 224).

1.6 Mediální reprezentace

Výslednou podobu mediálního sdělení ovlivní styl mediální reprezentace, která označuje ustálené zobrazení některých vlastností ve vztahu ke konkrétním tématům a událostem (Trampota, 2006). Mediální reprezentace mnohdy podléhá určité míře zkreslení, jelikož média disponují jen omezeným prostorem a svá sdělení utvářejí v kontextu dominantní ideologie, která ve společnosti převládá. Zjednodušený popis aktéra či události usnadní příjemci porozumět významu a následné zařazení do souvislostí. Jiráček a Kópplová (2015) popisují mediální reprezentaci jednak jako zobrazení reality kolem nás, které odpovídá ideologiím a hodnotám platným vdané společnosti, jednak jako přiřazování konkrétní podoby abstraktním pojmům, které nás obklopují (Jiráček a Kópplová, 2015).

1.6.1 Stereotypizace

S mediálními reprezentacemi souvisí stereotypy, které představují ustálenou a zjednodušenou formu popisu určité skutečnosti, jevu nebo sociální skupiny. „*Stereotyp svým způsobem deformuje původní předlohu, jelikož je nejen zjednodušením, ale současně zjednodušené rysy přehání.*“ (Buton a Jiráček, 2001, s. 189). Stereotypy tak představují třetí úroveň mediální reprezentace, která se vyznačuje především vysokou mírou schematičnosti a vzniká jako výsledek složitých sociálních vztahů. Stereotypizace probíhá u všech článků komunikace včetně podavatele a příjemce sdělení, u kterého ovlivní především způsob interpretace (Trampota, 2006). Mezi další úrovně reprezentace řadí Trampota typy, které opakovaně zobrazují konkrétní projevy určitým způsobem, a tím nabízí určitou pravidelnost. Úroveň archetypů se potom váže k základním hodnotám a principům společnosti a představuje

hluboce zakořeněnou formu popisu, ovšem méně kontroverzní, než jakou nacházíme u stereotypů (tamtéž).

V souvislosti se studiem mediálních obsahů se na tematiku stereotypů poprvé zaměřil Walter Lippmann (1922) v knize *Public Opinion*. Lippmann vnímá stereotypy jako šablony v našich hlavách, které si sami utváříme a následně je využíváme k interpretaci okolního světa. „*Stereotypy jsou uspořádaným, více či méně konzistentním obrazem světa, kterému jsme přizpůsobili naše zvyklosti, schopnosti, pohodlí a naděje. Nemusí tak být dokonalým obrazem, ale je to obraz světa, na který jsme se adaptovali.*” (Lippmann, 2015, s. 83). Ačkoli má v dnešní době stereotyp spíše negativní vyznění, Lippmann vyzdvihuje jeho pozitivní aspekty a schopnost navozovat důvěrné a známé prostředí. Důvod k existenci stereotypů chápe v potřebě přidělování významu a udržování konzistence smyslu (Lippmann, 2015). Podle Lippmanna plní stereotypy čtyři funkce: (1) pomáhají ke zjednodušení okolní reality (2) slouží jako zkratky (3) odkazují k vnějšímu světu a (4) vedou k upevnění našich hodnot a postojů. V souvislosti s poslední zmíněnou funkcí pak Lippmann dodává, že stereotypy představují „*obraz světa, na nějž jsme se adaptovali*” (Lippmann, 2015, s. 84).

Stereotypy tak představují „*konstitutivní prvek sociální konstrukce reality - jsou především typizovanými nositeli soudů, postojů, názorů, případně předsudků*” a vznikají mimo jiné z důvodu nedostatečného povědomí či negativní zkušenosti s určitým jevem (Burton a Jiráček, 2001, s. 189). Mnohdy se proto objevují v souvislosti s cizí kulturou či způsobem chování, se kterým nemáme přímou zkušenost. Média se na konstrukci a udržování stereotypů podílejí, předně v důsledku snahy o zobrazení všeobecně platné ideologie ve společnosti. Běžným případem jsou stereotypy související s vnímáním mužských a ženských rolí, tedy stereotypy genderové, které Renzetti a Curran popisují jako „*zjednodušující a paušalizující obecné popisy maskulinity a feminity*” (Renzetti a Curran, 2003, s. 58). Jak upozorňují Renzetti a Curran, stereotypní zobrazení se v médiích netýká pouze žen - jeho předmětem bývají také muži, přestože v nižší míře (Renzetti a Curran, 2003).

V českém prostředí se tématu genderových stereotypů v médiích dotýká například dříve zmíněná studie, kterou publikovaly Appeltoová, Možíšová a Vochocová (2016). Autorky ve své analýze poukazují na přetrvávající stereotypní zobrazení mužů a žen, které se běžně

v českých médiích objevuje. Konkrétně ženy v médiích bývají „*marginalizovány a stavěny do pozice objektu, nikoli subjektu*“ (Appeltoová, Možíšová a Vochocová, 2016, s. 3).

2 METODOLOGIE

K identifikaci mediálních rámců v práci využívám metodu kvalitativní analýzy. Data budou analyzována využitím postupů běžně používaných při utváření zakotvené teorie. S ohledem na skutečnost, že v tuto chvíli není k dispozici odborná studie zaměřená přímo na analýzu mediálních rámců použitých v souvislosti s mediální reprezentací hnutí Me Too, případně podobné kampaně (#YesAllWomen, #WhyIStayed) namířené proti sexuálnímu obtěžování a násilí, budu ve své práci postupovat induktivním způsobem, bez předchozího vymezení hledaných rámců. Zaměřím se primárně na identifikaci specifických rámců, jak je vymezuje de Vreese (2005). Tyto rámce souvisí s konkrétním výzkumným problémem, který mohou do detailu postihnout, nelze je ovšem přenést na jiné téma (de Vreese, 2005). V následující kapitole vysvětlím důvody vedoucí k výběru konkrétní metody, volbu výzkumného vzorku a způsob kódování dat.

2.1 Cíl práce a výzkumné otázky

Cílem výzkumné části práce je popis způsobu, jakým vybraná česká tištěná média rámcují kampaň Me Too, která se původně objevila v prostředí internetu. V průběhu analýzy se tedy zaměřím na zodpovězení výzkumné otázky, kterou jsem formulovala následovně:

VO: Jakým způsobem rámcovala vybraná česká média kampaň Me Too?

2.2 Výzkumná metoda

S ohledem na charakter výzkumného problému jsem se rozhodla pro použití kvalitativní analýzy. K výhodám kvalitativního výzkumu, který je postavený především na důkladném porozumění výzkumnému problému, patří možnost získání podrobných informací, které bychom jen těžko zachytili za pomoci kvantitativních metod. Hodí se tak k získání nových poznatků v oblasti lidského chování či právě sociálních hnutí (Strauss a Corbinová, 1999). Za výhodu kvalitativního výzkumu považuje Hendl (2005) především získání podrobného popisu zkoumaného jevu. Sběr dat a jejich analýza probíhají při využití tohoto přístupu současně - dochází k neustálému přezkoumávání závěrů. Na počátku práce stojí formulace

výzkumných otázek, které je nicméně možné v průběhu výzkumu rozvíjet a pozměňovat (Hendl, 2005). Důležitým faktorem procesu u kvalitativního výzkumu je výzkumník sám. Jelikož představuje Me Too poměrně nový fenomén, který zatím není detailně zpracován v odborné literatuře, rozhodla jsem se právě pro využití kvalitativního přístupu.

Ačkoli kvalitativní analýza umožňuje detailní pohled na výzkumný problém, nedostatkem může být její nahodilost, nesystematický přístup a určitá míra subjektivity (Tankard, 2003). Hendl (2005) také poukazuje na hrozící neprůhlednost a nízkou transparentnost, která se s kvalitativním výzkumem pojí. Nevýhodou bývá také obtížné zobecnění výsledků (Hendl 2005). Na druhou stranu lze za pomoci této metody docílit získání podrobných informací. Protože bych ve své analýze ráda poskytla detailní přehled rámců, které se v souvislosti s reprezentací tématu Me Too v českých médiích objevily a zaměřila se na jejich podstatu, rozhodla jsem se právě pro využití kvalitativní analýzy.

2.2.1 Zakotvená teorie

Při operacionalizaci dat budu vycházet především z teoretického základu, který představili Anselm Strauss a Juliet Corbinová (1999) v publikaci *Základy kvalitativního výzkumu*. Kniha poskytuje podrobný návod při provedení kvalitativní analýzy metodou zakotvené teorie. Metoda zakotvené teorie, kterou představili Barney Glaser a Anselm Strauss (1967) v knize *The Discovery of Grounded Theory*, je postavena na využití induktivního přístupu, pro který je charakteristické vytváření obecných teorií ze základu analyzovaných dat (Strauss, 1967). Zakotvená teorie tedy nepracuje s předem vytvořenou hypotézou, kterou by se výzkumník snažil ověřit, naopak v průběhu analýzy tuto teorii formuluje. Podle Strausse a Corbinové tak při utváření zakotvené teorie „*spíše začínáme zkoumanou oblastí a necháváme, ať se vynoří to, co je v této oblasti významné*“ (Strauss a Corbinová, 1999, s. 14).

Thomas Lindlof a Bryan Taylor (2002) vnímají zakotvenou teorii jako jeden z nejběžnějších způsobů analýzy kvalitativních dat (Lindlof a Taylor, 2002). Turner (1988) v této souvislosti dokonce uvádí, že „*kvalitativní výzkumníci de facto nemají jinou alternativu, než využití postupů, které se zakotvené teorii blíží*“ (Turner, 1988 cit. in Lindlof a Taylor, 2002, s. 218). Při utváření zakotvené teorie se sběr dat, analýza a formulace teorie vzájemně doplňují.

K hlavním předpokladům využití této metody patří tvořivost, kritické myšlení a teoretická citlivost, se kterou výzkumník k analýze přistupuje (Strauss a Corbinová, 1999).

2.2.2 Kódování dat

Kódování představuje základní činnost pro zpracování analyzovaných dat. Lindlof a Taylor (2002) chápou kódy jako „*spojnice mezi daty a kategoriemi, které tvoří výzkumník*“ (Lindlof a Taylor, 2002, s. 216). Metoda zakotvené teorie odlišuje tři fáze kódování: otevřené, axiální a selektivní. Každá z těchto etap má vlastní pravidla a postupy, v praxi se nicméně jednotlivé kroky vzájemně prolínají a doplňují (Strauss a Corbinová, 1999).

Otevřené kódování představuje první kontakt výzkumníka s textem. Jedná se v podstatě o tvorbu konceptů či také proces „*rozebírání, prozkoumávání, pozorování, konceptualizace a kategorizace údajů*“ (Strauss a Corbinová, 1999, s. 42). Během této etapy jsou zkoumané údaje, v tomto případě jevy, rozděleny do skupin a výstižně pojmenovány. Vzniklé pojmy představují základní jednotky analýzy, které jsou v dalším kroku seskupeny do obecnějších kategorií a subkategorií. K běžným postupům kódování patří kladení otázek a porovnávání. Lindlof a Taylor (2002) považují otevřené kódování za kreativní činnost, která je prováděna bez předchozí definice možného výsledku (Lindlof a Taylor, 2002). Cílem této fáze kódování je podle Strausse (1987) rozpoutání diskuze, přičemž „*každá forma interpretace je v této fázi předběžná a jednotlivé výklady se mohou s postupem výzkumu měnit*“ (Strauss, 1987, s. 29). Otevřené kódování dat lze podle Strausse a Corbinové provádět řádek za řádkem, po větách či odstavcích, případně analýzou celého dokumentu. Tato fáze kódování probíhá do momentu nasycení, tedy do chvíle, kdy ve zkoumaných textech již nenacházíme další pojmy (Strauss a Corbinová, 1999).

Kromě klasického otevřeného kódování, tedy formulace vlastních označení, lze v této fázi výzkumu využít rovněž takzvané *in vivo* kódy. Tato označení pracují s výrazy, které pocházejí přímo od sociálních aktérů, jejichž výpovědi analyzujeme (Lindlof a Taylor, 2002). Výhodou takového postupu je silné ukotvení pojmových kategorií a obohacení terminologie.

Axiální kódování představuje způsob, kterým se v rámci zakotvené teorie zkoumaná data seskupují dohromady na základě nalezených vazeb. Podle Strausse a Corbinové pak tato

fáze využívá kombinaci induktivních a deduktivních postupů. Obě fáze kódování se však vzájemně prolínají a doplňují. Jak v této souvislosti zdůrazňují Strauss a Corbinová, ačkoli „otevřené a axiální kódování jsou odlišné analytické postupy, výzkumník se při reálné analýze neustále pohybuje mezi oběma typy kódování“ (Strauss a Corbinová, 1999, s. 71). V této fázi kódování tedy dochází na základě existujících vazeb k propojení jednotlivých kategorií a subkategorií, čímž vystupují na povrch výsledné obecnější kategorie, v tomto případě rámce. Selektivní kódování, které představuje poslední fázi zakotvené teorie, bude ponecháno mimo záběr, jelikož cílem mé práce není formulace samostatné teorie.

2.3 Kvantitativní vs. kvalitativní analýza rámců

Odborná literatura rozlišuje dva možné přístupy k analýze mediálních rámců: induktivní a deduktivní. Výběr postupu pak ovlivní nejen výsledky, ale také průběh a podobu celého výzkumu. Kvalitativní analýza využívá induktivní přístup, který pracuje s menším objemem dat. Tento postup nezačíná s předem definovanou sadou rámců, naopak rámce postupně identifikuje přímo ze zkoumaných textů. Výhodou induktivního postupu je především volné pole působnosti výzkumníka, který může dát prostor vlastní kreativitě a plně se zaměřit na konkrétní případ. Výsledkem je tedy identifikace rámců, které přímo vycházejí z tématu výzkumu. Van Gorp (2010) ovšem poukazuje na to, že postup bývá, především v rané fázi výzkumu, poměrně časově náročný (Van Gorp, 2010). Výstupy analýzy lze navíc vztáhnout pouze k jednomu konkrétnímu případu a není možné je dále zobecnit (de Vreese, 2005).

Kvantitativní přístup naopak pracuje s předem definovaným seznamem rámců, které jsou v průběhu výzkumu ověřovány a analyzovány z hlediska četnosti. Tento přístup vyžaduje předchozí obeznámenost s rámci, které se v textech pravděpodobně vyskytnou (Semetko a Valkenburg, 2000). Mezi přednosti deduktivního přístupu patří snadná opakovatelnost výsledků a následná zobecnitelnost a možnost práce s velkým objemem dat. Nevýhodou je limitovaná sada předdefinovaných rámců, kvůli níž lze snadno přehlédnout rámce, které nebyly předem stanoveny (Van Gorp 2010, 2010).

2.4 Výzkumný vzorek

Pro analýzu mediálních rámců jsem zvolila tištěný obsah celostátního denního tisku, který jsem dále doplnila několika publicistickými a společenskými týdeníky. Konkrétně se jedná o **Právo**, **Hospodářské noviny**, **Lidové noviny** a **Blesk**, který jsem do vzorku vybrala jako zástupce bulvárního tisku, ve snaze o zachycení co nejširšího spektra nabízených rámců. Z výběru jsem naopak záměrně vyřadila deník MF DNES, u kterého jsem předpokládala vysokou podobnost s obsahem Lidových novin. Protože MF DNES zveřejnila celkově nižší počet článků, které obsahovaly klíčové slovo Me Too, rozhodla jsem se do analýzy zařadit právě Lidové noviny. Svůj výběr jsem dále doplnila týdeníky **Respekt**, **Reflex** a **Blesk pro ženy**. Protože si práce od počátku klade za cíl výzkum v oblasti tištěných médií, nebyly do výběru zařazeny online zpravodajské servery.

Oproti schváleným tezím jsem se rozhodla z důvodu velkého počtu výstupů přehodnotit svůj původní záměr zařazení audiovizuálních obsahů. Po konzultaci s vedoucí práce jsem dospěla k závěru, že kombinace tištěných a audiovizuálních dat by převyšovala možnosti běžného rozsahu diplomové práce.

Výběr výzkumného vzorku byl proveden prostřednictvím online databáze NEWTON Media Search. Vyhledávání relevantních článků proběhlo přes klíčové slovo Me Too. Zkoumané období jsem stanovila od vypuknutí kampaně po dobu jednoho roku, tedy od října 2017 do září 2018. Na základě formulovaných kritérií jsem ve sledovaném období identifikovala celkem 420 relevantních výstupů. Vzhledem k velkému rozsahu základního souboru jsem posléze přistoupila k redukci textů metodou přehledového čtení. Tato metoda není určena k vlastní analýze dat, lze ji ovšem využít k rychlému posouzení vhodnosti materiálu (Strauss 1987). Pro potřeby analýzy jsem tedy záměrně vybrala pouze články, které se kampaní Me Too zabývaly více do hloubky. Rozsah textů nebyl pro výběr směrodatný, rozhodující však bylo zaměření a celkové vyznění. Konečný počet článků, které jsem do kvalitativní analýzy zahrнула, byl 127. Jejich skladbu zobrazuje následující tabulka.

| MÉDIUM | POČET ČLÁNKŮ |
|--------------------|--------------|
| Blesk | 7 |
| Blesk pro ženy | 1 |
| Hospodářské noviny | 14 |
| Lidové noviny | 48 |
| Právo | 23 |
| Reflex | 20 |
| Respekt | 14 |
| CELKEM | 127 |

Tabulka 1 Počet analyzovaných článků na médium

3 ANALYTICKÁ ČÁST

Následující kapitola by měla odpovědět na otázku, kterou jsem si stanovila v úvodu práce - tedy na to, jakým způsobem rámcovala vybraná česká tištěná média probíhající kampaň Me Too. Při analýze textů jsem využila metody zakotvené teorie, konkrétně otevřeného a axiálního kódování, s jejichž pomocí jsem zkoumané jevy rozebrala a následně seskupila do kategorií na základě souvislostí mezi jednotlivými pojmy. Výstupem analýzy bylo deset kategorií, které představují jednotlivé mediální rámce. Nalezené rámce bylo možné dále seskupit do třech obecnějších kategorií. Jelikož tyto obecné kategorie tematicky zastřešují jednotlivé rámce, rozhodla jsem se analytickou část práce strukturovat právě podle těchto obecných kategorií. Každou z nich nyní představím v samostatné kapitole a jejich systém shrnuji v následujícím schématu.

- Společenské důsledky kampaně Me Too (3.1)
- Me Too v českém prostředí (3.2)
- Filmové festivaly (a ocenění) ve světle Me Too (3.3)

Nejvíce prostoru věnovaly tématu Me Too Lidové noviny, proto i značná část citovaných příkladů, které v následujících podkapitolách uvádím, pochází právě ze stránek Lidových novin. Deník Blesk se naopak oproti očekávání dotkl tématu spíše okrajově, bez viditelné vazby na průběh kampaně, často ale v kontextu události, která se vyznačovala vyšší mírou skandalizace, což odpovídalo bulvárnímu charakteru tohoto média. Velmi podobně tomu bylo také v případě společenského týdeníku Blesk pro ženy. Obširněji se tématu naopak věnoval týdeník Reflex, který ovšem k probíhající kampani zaujal ve většině případů spíše kritický postoj. Přítomnost nalezených rámců dokládám vybranými příklady analyzovaných textů. Seznam citovaných textů je uveden v příloze č. 1.

3.1 Společenské důsledky kampaně Me Too

Nejobsáhlejší kategorii představovaly důsledky, které se v souvislosti s rozšířením kampaně Me Too objevily. Mezi tyto důsledky patřila jak potenciální změna ve vnímání postavení žen ve společnosti a obecně změna pohledu na problematiku sexuálního obtěžování, tak také negativní dopady, které vycházely především z neuceleného uchopení kampaně, případně pouze z jejího charakteru. Jelikož se zatím jedná o největší online hnutí v oblasti boje proti genderové nerovnosti, věnovala česká média tématu poměrně velkou pozornost. Lze však konstatovat, že se média se ve většině případů zaměřila na události, ve kterých vystupovaly veřejně známé osobnosti. Jelikož se jedná o tematicky širokou oblast, identifikovala jsem zde hned šest specifických rámců, které se v textech kontinuálně vyskytují. Každý z těchto rámců nyní představím v samostatném oddíle.

- Rámec zmařené kariéry (3.1.1)
- Rámec předpokládaného zlepšení v oblasti sexuálního obtěžování (3.1.2)
- Rámec obavy z dalšího směřování kampaně (3.1.3)
- Rámec požívání vlastních dětí (3.1.4)
- Rámec honu na čarodějnice (3.1.5)
- Rámec absurdity (3.1.6)

3.1.1 Rámec zmařené kariéry

Rámec zmařené kariéry se zaměřuje na osudy osob, které byly v rámci kampaně obviněny ze sexuálního obtěžování. Me Too je spatřováno jako zjevná příčina profesního pádu, který byl často doprovázen pádem společenským. Tento rámec se nejvýrazněji projevuje právě v souvislosti s osudy veřejně známých osob, konkrétně pak ve spojení s osobou Harveyho Weinsteina, jehož predátorské chování bývá všeobecně považováno za důvod k vypuknutí kampaně Me Too (Kantor a Thowey 2017). Média přitom neváhají Weinsteina prezentovat jako "nejnenáviděnějšího muže Hollywoodu" či "prasáckého producenta". Chování, které vedlo k jeho obvinění pak označují za jednu z "největších afér, kterou americká společnost v poslední době pamatuje".

Kromě Weinsteina patří k nejvíce zmiňovaným jménům, jejichž kariéra utrpěla, případně zcela skončila v důsledku nějaké formy obvinění, především veřejně známé osobnosti z řad herců, politiků a sportovců. Média se takto zaměřují na osud Woodyho Allena, Romana Polaňského či Kevina Spaceyho, jejichž současné postavení však připisují spíše následkům "útočné" kampaně a nikoli dřívějšího neetického chování. Už jen titulky některých článků - *#MeToo zasáhlo šéfa Pulitzerových cen, Me Too stíhá soudce Kavanaugha, Me Too kosí také politiky*, budí dojem, že se spíše než o kampaň zacílenou proti predátorskému chování jedná o jakousi zbraň, která útočí na kariéru a postavení veřejně známých osob a ukončuje jejich dosavadní úspěchy. Média velmi často explicitně zdůrazňují, že k činům, které se v rámci kampaně nyní dostávají na veřejnost, docházelo již v minulosti. Navozují tak otázku, proč se jednotlivé incidenty neřešily v době svého vniku.

„Neuplyne týden, aby v Hollywoodu nepřišel někdo o práci pro svoji minulost. Situace začíná nabírat obludné rozměry.“ (Staněk, Reflex 16. 8. 2018)

„le jedno, že jste natočili Čínskou čtvrt a Rosemary má děťátko. Sex s nezletilými vás zničí. I když ho spácháte v roce 1977. Polaňski dodnes žije ve švýcarském exilu, do Hollywoodu se nemůže vrátit a v souvislosti s hnutím #MeToo se objevil požadavek, aby byl vyloučen z Americké filmové akademie, které je členem, protože má Oscara za Pianistu.“

(Reflex 16.8.2018)

V případě některých obviněných (Harvey Weinstein, Bill Cosby) se ovšem objevuje určitý nádech zadostiučinění, se kterým média popisují nejen odchod z veřejného života, ale také následné neúspěchy v životě osobním. Deník Právo například přímo cituje slova amerického soudce Stevena O'Neilla, který se vyjádřil k trestu odnětí svobody pro známého komika Billa Cosbyho. O'Neill svým výrokem komentoval skutečnost, že Cosby za své přečiny nezaplatil déle než 14 let, v důsledku kampaně Me Too ale "nastal čas na spravedlnost". V Případě Weinsteina se předmětem zájmu médií stal rozchod s partnerkou a bankrot společnosti Weinstein Company, který byl popisován jako přímý důsledek kampaně Me Too. Reflex se dokonce v pravidelné rubrice *Rodrigova pětka* zaměřil na pětici slavných osobností, jejichž kariéru nějakým způsobem poškodilo obvinění ze sexuálního obtěžování. Kromě Woodyho Allena, Romana Polanského a Caseyho Afflecka, jejichž jména byla v souvislosti s kampaní pravidelně zmiňována, uvádí Reflex také dva méně známé případy, které se odehrály již v první polovině dvacátého století. V případě zmíněných jmen byla kampaň Me Too taktéž spatřována jako jasná příčina konce kariéry.

„Nastal čas pro spravedlnost. Pane Cosby, toto všechno se vám zpětně sečetlo. Přišel čas.“

(Právo 27. 9. 2018)

„Dům z karet spadnul. Společnost Netflix jej [Kevina Spaceyho] vyhodila z posledních osmi dílů seriálu Dům z karet, které se budou točit letos. Spaceyho postavu budou muset scénáristé zabít.“ (Reflex 11. 1. 2018)

Právě osud Kevina Spaceyho bývá prezentován jako exemplární příklad důsledků, které vplynuly z obvinění. Média se soustředila především na nedokončené filmové projekty a stranou jejich zájmu nezůstal ani Spaceyho pozdější pokus o sebevraždu. Stabilitu kariéry Kevina Spaceyho média připodobnila k domku z karet, čímž poukázala k názvu úspěšného seriálu v produkci Netflix, ve kterém Spacey ztělesňoval hlavní roli. Na základě vznesených obvinění byla jeho práce na projektu ukončena, stejně jako v případě dalších filmových a televizních rolí. Kevin Spacey byl médií dlouze probírán také proto, že představoval jeden

z prvních případů, kdy v rámci kampaně vznesl své obvinění muž. Právě tento aspekt splnil předpoklad nevšednosti a stal se tak častou součástí předkládaných informací.

Obvinění vznesená v rámci kampaně Me Too bývají popisována jako vlna či lavina, která stíhá, kosí a zasahuje slavné osobnosti, v převážné většině muže. V některých případech (opět v souvislosti s osudem veřejně známých osob) informují média o obviněných jako o "obětech" Me Too. Tento úhel pohledu je parný například v souvislosti s kauzou Woodyho Allena, jehož obvinění bylo z důvodu dlouhé časové prodlevy vnímáno jako kontroverzní. Právě delší časový odstup byl podáván jako důvod k pochybnostem, zda k neadekvátnímu chování skutečně došlo. Rámec zmařené kariéry tak vnímal kampaň Me Too rozporuplně a namísto širšího kontextu se zaměřil primárně na konkrétní aktéry.

„Kampaň proti sexuálnímu obtěžování známá pod heslem Me Too (já taky) má svou první politickou oběť. Ve středu večer odstoupil kvůli případu starému 15 let britský ministr obrany Michael Fallon.“ (Rokos, LN 3. 11. 2017)

*„Padaly hlavy ve světě celebrit [...] Weinsteinova aféra spustila ve světě mohutné hnutí #MeToo, které přispělo ke společenskému pádu stovek vlivných mužů nejen v kinematografii, ale také ve světě módy, hudby, gastronomie či politiky.“
(Právo 26. 5. 2018)*

„Západním světem otřásla kampaň #MeToo. Různé celebrity se přiznaly k tomu, že byly sexuálně obtěžovány, jiné byly dotlačeny k tomu k přiznání, že obtěžovaly jiné. Kariéry mnoha herců, producentů a politiků se otřásla v základech.“ (HN 28. 12. 2018)

Důležitou součástí rámce zmařené kariéry byl mocenský aspekt. Média často akcentovala vysoké společenské postavení obviněných osob a poukazovala na jejich dosavadní úspěchy a vliv - především ve světě showbyznysu, politiky nebo sportu. Znatelný důraz na veřejně známé aktéry a jejich společenský pád koresponduje se závěry studií, které jsem shrnula v teoretické části práce. Tento způsob zarámování může navozovat představu, ve které je

Me Too pouze doménou slavných, společensky vysoce postavených osobností a opomíjet tak celospolečenskou rovinu problému. Tento úhel pohledu je patrný právě v posledním citovaném textu, kde autor explicitně prezentuje kampaň Me Too jako záležitost "různých celebrit" v jejímž důsledku přicházejí jiné slavné osobnosti o své pozice ve společnosti.

3.1.2 Rámec předpokládaného zlepšení v oblasti sexuálního obtěžování

Pozitivní dopady kampaně popisuje rámec předpokládaného zlepšení v oblasti sexuálního obtěžování. Tento rámec vnímá Me Too jako příležitost pro všechny, kteří se v důsledku sexuálního obtěžování a ocitli a ocitají v nepříjemné situaci. Tím, že se díky kampani Me Too stává problematika sexuálního obtěžování součástí veřejné diskuze, přichází možnost redefinice problému, který je podle médií stále ještě vnímán jako velké tabu. Me Too je tak rámcem zlepšení spatřováno jako možnost efektivního boje s genderově podmíněným násilím. Potenciální zlepšení se podle médií odehraje v celospolečenské rovině, ale také v mnoha aspektech každodenního života. Součástí textů, které spadaly do rámce, byl právě důraz na tyto drobné kroky, které však v ideálním případě povedou k celkovému zlepšení postavení žen ve společnosti a následně k vyšší rovnosti mezi pohlavími. Součástí rámce je také důraz na naději, kterou kampaň představuje pro oběti sexuálního obtěžování a násilí. Me Too je optikou rámce předpokládaného zlepšení prezentováno jako zlomový bod, který povede k nastavení jasných pravidel přípustného chování.

„Americká společnost zažila určitý zlom. Ženy našly odvahu spustit akci, která má potenciál změnit prostředí, v němž mohou predátoři téměř cokoli, ve svět, kde budou muži (ale i ženy) vědět, že jakmile překročí hranici, přinese to důsledky. Jde o zásadní civilizační posun, v němž se mění nejen pravidla přípustného chování, ale svým způsobem i mocenská nerovnováha mezi pohlavími.“ (Tabery, Respekt 13. 8. 2018)

Texty, které spadají do rámce zlepšení, zdůrazňují také nevídaný dosah kampaně. Přestože se Me Too zformovalo v prostředí Hollywoodu, šíří se skrze sociální média do všech vrstev společnosti. Všeobecně tak dochází k pochopení rozsahu problému, což bylo ostatně cílem twitterové výzvy, ve které herečka Alyssa Milano popularizovala hashtag #MeToo. Vysoká

míry pozornosti upřená k tomuto tématu je podle médií nezbytným krokem k tomu, aby společnost nebrala problematiku sexuálního obtěžování na lehkou váhu. Díky kampani se ke slovu dostávají skupiny osob, které dříve neměly šanci otevřeně promluvit. Me Too tak podle médií nepředstavuje pouhou formu online aktivismu, ale má potenciál ovlivnit dění za hranicemi internetu.

„Kampaň, kterou rozvířila aféra kolem vlivného amerického producenta Harveyho Weinsteina, dávno překonala hranice internetu a přerostla v širší politickou změnu. V reakci na tento fenomén se vůbec poprvé v dějinách dočkaly modelky na nynějším newyorském týdnu módy převlékacích kabinek. Atraktivní hostesky zmizí od příštího měsíce nadobro ze závodů Formule 1, stejně jako z profesionálních turnajů v šipkách.

A třeba Kanada v boji za genderovou vyváženost změnila text své hymny.“

(Milenkovičová, LN 13. 2. 2018)

„Díky kampani #MeToo se vyvalila do společenského prostoru hromada hnusu, před kterým nelze zavírat oči. Zdá se, že množství nechtěných a nevhodných zásahů do intimní sféry druhých je skutečně alarmující, a je dobře, že si to oběti konečně nechtějí nechat

líbit.“ (Simkanič, Respekt 4. 12. 2017)

Důležitým aspektem rámce je odvaha zapojených osob, které pomohly k prolomení ticha panujícího kolem problematiky sexuálního obtěžování. Důraz je tedy kladen především na kolektivní sílu sdílení, která pomáhá navodit dojem, že oběti nejsou v tíživé situaci samy. Pod záštitou kampaně se mohou se svým traumatem svěřit, aniž by riskovaly nepochopení ze strany veřejnosti, které dříve bývalo běžnou součástí. Nicméně, hlavním předpokladem zlepšení je podle médií empatická společnost, která bude obětem připravena naslouchat a bude ochotna vytvořit a respektovat systém pravidel.

3.1.3 Rámec obavy z dalšího směřování kampaně

Rámec obavy z dalšího směřování kampaně do jisté míry navazuje na dva dříve popsané rámce - rámec zmařené kariéry a rámec zlepšení situace v oblasti sexuálního obtěžování. Přestože vychází z přesvědčení, že otevřená debata o problému sexuálního obtěžování je pro společnost přínosná, zpochybňuje podobu, do které se kampaň dostala. Důvod, který za vznikem Me Too stojí, je optikou rámce obavy spatřován jako velmi citlivé téma, které se nesmí omezit pouze na hledání viníků a následné kolektivní odsouzení. Aby nedošlo ke zmaření potenciálu kampaně, je podle médií potřeba postupovat obezřetně a vybudovat rozumný systém pravidel a opatření, které by předcházely samotnému vzniku problému. Nicméně tím, že bude společnost neustále přihlížet vzájemnému obviňování celebrit, se takového cíle dosáhne jen těžko. Rámec obavy poukazuje také na skutečnost, že definice sexuálního obtěžování je obecně nejednoznačná, a pod záštitou Me Too se tak společně objevují velmi rozdílné činy - od nechtěné pozornosti, až po brutální útoky. Hrozí proto potenciální odsouzení jakékoli formy chování, která podle médií dospěje do stavu, kdy si nikdo nebude jistý, co přesně si může k druhému pohlaví dovolit. Rámec obavy z dalšího vývoje kampaně se objevuje napříč texty všech zkoumaných médií, liší se ovšem stupeň předchozího přesvědčení o opodstatněnosti vzniku kampaně.

„Setřela se hranice mezi trestným činem a pocitem ublížení a ponížení. Mnoha ženám (ale i mužům, neboť i ti byli zneužiti, byť je jich v porovnání se ženami zlomek), které byly skutečnými oběťmi sexuálně motivovaných trestných činů nejen na pracovišti, se kvůli tomu paradoxně spravedlnosti nedostane, neboť nejsou slyšet mezi stovkami slavnějších hlasů.“ (Knapková, Reflex 18. 1. 2018)

„Navzdory tomu, že #MeToo má oprávněnou ambici zařadit se na seznam klíčových sociálních změn historie - vedle zrušení otroctví nebo zavedení všeobecného volebního práva - poslední vývoj naznačuje, že je nutné zvýšit ostražitost a neutěšovat se tím, že když se kácí les, létají třísky. Tyhle třísky bolí a nadšení možností dosáhnout ve třetím tisíciletí na skutečnou genderovou rovnoprávnost a sexuální bezpečí bychom neměli zapomenout

na to, že spravedlnost zkrátka platí pro všechny. Pro oběti i pro pachatele."

(Tabery, Respekt 13. 8. 2018)

Další zmíněnou oblastí je pracovní prostředí, které lze považovat za jedno z nejčastějších míst vzniku sexuálního obtěžování a genderové nerovnosti obecně (Uhde in Křížková 2006). Probíhající kampaň je v tomto kontextu opět vnímána jako žádoucí, jelikož má potenciál zlepšit nerovné postavení na pracovišti, zároveň ale může dospět k přehnaně korektnímu jednání a neustálé ostražitosti, která bude stát v cestě konstruktivní komunikaci. Média v této souvislosti například poukazují na skutečnost, že v návaznosti na kampaň klesá počet partnerských vztahů na pracovišti, jelikož společnost nemá jasno v tom, jaký druh chování je v pracovním prostředí přípustný.

„Iak ale také v souvislosti s nynějším bojem proti sexuálnímu obtěžování a sexismu zaznívá, může se nepříjemně obrátit proti samotným ženám. Některé z nich si již stěžují, že vypjatá společenská atmosféra a obavy mužů z možného křivého nařčení ze sexuálního obtěžování je vedou k nevídaným preventivním krokům."

(Lidové noviny 13. 2. 2018)

Důležitým aktérem rámce obavy jsou média, která často aktivně hledají nová pochybení a tím přispívají ke zviditelnění jednotlivých kauz. Kampaň tak místo konstruktivních řešení sklouzává k prohledávání minulosti, čímž v podstatě sama sobě škodí. Právě nepodložená obvinění by tak v konečném důsledku mohla výrazně poškodit důvěryhodnost celého hnutí. Me Too se může velice snadno zvrtnout v nekontrolovatelné osočování, proti kterému není cesty zpět. Obvinění z nějaké formy sexuálního obtěžování znamená (nejen v době Me Too) výrazné společenské stigma, které lze jen obtížně vymazat. Rámec obavy tedy pohlíží na kampaň v kontextu širších souvislostí a uvádí konkrétní příklady, kterých by se společnost měla v éře Me Too vyvarovat. Některé články nicméně zůstávají u tématu slavných osob a vyjadřují obavy nad budoucí podobou Hollywoodu.

„Jednou ze zajímavých odpovědí roku 2018 bude ta na otázku, zda po zostra nastartované kampani Me Too zůstane v Hollywoodu a potažmo v celém světovém showbiznysu ještě nějaký muž.“ (Kabát, LN 29. 12. 2018)

„Aby #MeToo nespolklo samo sebe, jak se to revolucím stává, měla by média a jiné organizace skončit se svou aktivní cestou do minulosti, kdy se hledají další příklady nevhodného chování, ačkoli nehrozí jeho pokračování a bez jakékoli ambice dovést je k soudu.“ (Tabery, Respekt 13. 8. 2018)

Především týdeník Respekt opakovaně poukazuje na křehkost tématu, které není možné zobecnit či na ně aplikovat jednotný postup. Často zaznívá názor, že kampaň nerespektuje presumpci nevinu a tím, že se nejedná o organizaci v pravém slova smyslu, nelze žádným způsobem kontrolovat její postup. Obvinění se proto ocitají v situaci, kdy se de facto nemají jak bránit, protože nejsou postaveni před běžný soud. Spíše než k právoplatnému rozsudku dochází ke společenskému odsouzení, které je snadné vynést, ale jen obtížně jej lze vzít zpět. Hledání spravedlnosti se tak může snadno přeměnit v tažení, jehož cílem je odhalení viníků za každou cenu. Kampaň je podle médií nutné smysluplně uchopit a neomezovat se pouze na hlasité osočování. Sexuální obtěžování je nutné pochopit jako problém a zaměřit se na jeho předcházení, nikoli pouze na důsledky.

3.1.4 Rámec požívání vlastních dětí

Rámec požívání vlastních dětí popisuje kampaň jako nevyzpytatelný mechanismus, který se postupně obrací proti svým původním aktérům. Označení rámce, které jsem zvolila, je současně takzvaným in vivo kódem, který pro účely kódování údajů metodou zakotvené teorie definují Strauss a Corbinová (1999). Jelikož toto označení dle mého názoru vystihuje způsob, jakým média kampaň prezentují, rozhodla jsem se ho využít v nezměněné podobě. Rámec požívání vlastních dětí se objevuje více ve druhé polovině sledovaného období, kdy dochází k obvinění osob, které se dříve do kampaně samy aktivně zapojily. Příkladem může být italská herečka Asia Argentová, jejíž jméno zaznělo v souvislosti s obviněním Harveyho Weinsteina.

Média se zmínila i o případu kalifornské poslankyně Cristiny Garciové, která byla jednou z žen zobrazených na obálce amerického časopisu Time v rámci vyhlášení kampaně Me Too osobností roku 2017. Média označují Garciovou za "jeden z nejvýraznějších hlasů stojících za vlnou obvinění" případně "jednu z vůdčích aktivistek v kampani #MeToo" a přestože její jméno v souvislosti s kampaní dříve nezmiňují, důkladně si všímají obvinění, která proti ní byla vznesena. Týdeník Reflex tento obrat komentuje s jistou mírou zadostiučinění, čímž prosazuje myšlenku, že v časech kampaně Me Too není snadné předpovídat vývoj příštích událostí. Rámec požívání vlastních dětí se nejvýrazněji objevuje právě v týdeníku Reflex, do jisté míry je ale patrný také v dalších zkoumaných médiích.

„Jistou kalifornskou aktivistku z hnutí #MeToo proti sexuálnímu obtěžování obvinili dva muži ze sexuálního napadení. U nás na to máme hezké pořekadlo - kdo jinému jámu kopá, sám do ní Me Too. "(Reflex 15. 2. 2018)

„Jeden by podléhal dojmu, že jde o konspirační akce, které mají celou kampaň proti sexuálnímu obtěžování podrazit. Ale ne. Jde o produkty samotné kampaně Me Too, té fáze, kdy získávají navrch Jakobíni a ti hledají další oběti už preventivně."

(Petráček, LN 22. 8. 2018)

Průběh kampaně Me Too je optikou rámce požívání vlastních dětí přirovnán k vývoji Velké francouzské revoluce, od které je ostatně odvozený samotný název tohoto rámce. Autor textu zde odkazuje k nejbrutálnější éře jakobínské diktatury, během které byla jednotlivá obvinění účelově vytvářena. Předchozí citace popisuje právě nevyzpytatelnost kampaně.

„Většina kritiků hnutí #MeToo v tom vidí jeho kolaps. Mně to spíš přijde tak, že #MeToo zafungovalo a řeže své stvořitele - a to je dobře. Padni komu padni - pán či paní, významný nebo chudás." (Sedláček, HN 24. 8. 2018)

„Sedmačtyřicet let to sekal jako Baťa cvičky. Každý rok (minimálně) jeden film. Od Banánů (1971) fanoušci jen třikrát (1974, 1976, 1981) nedostali svého ALLENA. 1/ roce 2019 budou mít smůlu. Chtělo by se věřit, že dvaosmdesátiletý tvůrce je prostě unavený, ale WOODY práci miluje, jen na ni zrovna nemůže sehnat peníze kvůli tomu, že určité kruhy znovu a znovu vytahují jeho údajný sexuální skandál z roku 1992, z něhož nebyl nikdy oficiálně obviněn. "Hnutí" #MeToo se však nyní začalo zabývat požíváním vlastních dětí, a tak si možná Allena aspoň na chvíli přestane všímat.“ (Reflex 6. 9. 2018)

V posledním citovaném textu navíc autor uvozuje slovo hnutí, čímž kampaň explicitně staví do pozice neoficiální iniciativy. Právě tato neoficiálnost poukazuje na absenci pravidel, což nepřímou naznačuje, že každý krok provedený pod záštitou #MeToo může být obhajitelný. Rámec požívání vlastních dětí vyjadřuje znepokojení nad podobou kampaně, na rozdíl od rámce obavy však současně nezmiňuje pozitivní aspekty, které kampaň přináší. Me Too je tak spatřováno jako

3.1.5 Rámec honu na čarodějnice

Rámec honu na čarodějnice je dalším příkladem in vivo kódu, který se v analyzovaných textech často objevuje. Tento rámec vychází z přesvědčení, že některá obvinění vznesená pod záštitou kampaně Me Too pouze naplňují všeobecnou snahu o usvědčení co možná nejvyššího počtu osob. Kampaň je médiu spatřována jako tažení, které preventivně hledá viníky ve snaze demonstrovat rozsah určitého problému. Sexuální obtěžování není optikou tohoto rámce vnímáno jako relevantní problém, média naopak reprezentují kampaň jako snahu o zdiskreditování konkrétních osob, která ve většině případů vede k nepodloženým závěrům. Důležitým aspektem rámce je pokrytectví a relativita vyřčených soudů, důraz je kladen primárně na nevyzpytatelnost kampaně a hysterii, která podle médií ve společnosti v současné době panuje. Kampaň je spatřována jako aktivní hledání problému, který však podle článků spadajících do rámce obavy vůbec neexistuje. Velmi běžné je zpochybňování obětí, což koresponduje se závěry studie o způsobech mediální reprezentace sexuálního obtěžování, které přibližují v teoretické části práce. Otevřené obhajování predátorského

chování, které je patrné z následujícího textu, pak navozuje domněnku, že se ve skutečnosti jedná o běžnou praxi, nad kterou není důvod se znepokojovat.

„Od té doby se s obviněními pod heslem #MeToo roztrhl nejen v USA pytel. Jak roste počet údajných obětí a jejich (slavných a bohatých) predátorů, ztrácí se podstata a roste chuť po krvi - ke slovu přichází hysterie, jež připomíná hon na muže. Stačí ukázat a dotyčný obviněný nemá šanci, po důkazech ani pravdě se nikdo nepídí.“

(Knapková, Reflex 18. 1. 2018)

„Hon na harašící čarodějnice, respektive "macha" Hollywoodu, na jejichž "nevhodné" chování poukazuje čím dál více žen (i mužů - viz Ben Kingsley) je čím dál lítější. Nově stál místo jednoho z hlavních představitelů dětské kinematografie, průkopníka na poli animovaného filmu a architekta revoluční značky Pixar Johna Lassetera.“

(Reflex 30. 11. 2018)

Tím, že zde média otevřeně spekulují o pravdivosti jednotlivých obvinění, navozují svým způsobem domněnku, že jakékoli nařčení, které v průběhu kampaně vyvstane, může být pouhým výmyslem či snahou o pomstu. Označení hon na čarodějnice používají média především k demonstraci četných obvinění, která ochromila svět filmového průmyslu, dále v souvislosti s reprezentací postojů odpůrců kampaně, například několika francouzských hereček v čele s Catherine Deneuve, které se prostřednictvím deníku Le Monde vymezily proti útočnému charakteru kampaně. Objevuje se také jako součást výpovědí aktérů, kteří hájí práva osob obviněných v rámci Me Too.

3.1.6 Rámec absurdity

Rámec absurdity do jisté míry koresponduje s rámcem honu na čarodějnice, na rozdíl od předchozího případu se ale nevztahuje pouze k systematickému hledání viníků. Také zde je kampaň reprezentována jako nepochopitelné tažení, které se uchyluje k nepodloženým obviněním a citelně zasahuje do oblastí, ve kterých působí více škody než užítku. Rámec

absurdity se tak objevuje například ve spojení s uměním, kde podle médií může přehnaný důraz na genderovou rovnost vyústit v puritánství a v krajním případě dospět i k zavedení cenzury. V tomto ohledu média zmiňují například změny v charakteru klasických filmových a divadelních postav, konkrétně specifický vztah k ženám Jamese Bonda či přepis scénáře opery Carmen, které se odehrály právě na základě sílící kampaně. Titulky analyzovaných textů tak například oznamují: *Hlupáci zasahují. Nyní do opery, #CarmenToo, případně Už i Bond se zbláznil?! Právě změna chování tradičních hrdinů je médii spatřována jako zcela nesmyslný krok, který potvrzuje šílený charakter kampaně a vymyká se běžnému chování.*

„Jenomže v posledních týdnech se už dostáváme, jak je vidět z médií i sociálních sítí, úplně mimo realitu. A to doslova. Skutečné příběhy skutečných lidí nahradilo vykopání válečné sekery proti uměleckým dílům.“ (Bezr, LN 7. 2. 2018)

„Otázkou je, co je pokrokového na tom, když udělám z potvory Carmen, z té klasické femme fatale, která vodí za nos zamilovaného troubu, ještě vražedkyni. Na to jistě odpoví militantní aktivistky, a kdo s jejich názorem nebude souhlasit, bude ve jménu tolerance a dobrosrdečnosti popraven na sociálních sítích.“ (Léko, LN 9. 2. 2018)

„Jenže ona už to opravdu přestává být legrace. Hysterie kolem původně jistě pozitivně míněné kampaně Me Too, jejímž absurdním důsledkem je nejspíš i toto zmrzačení klasického díla, je jedním z příkladů narůstající nadvlády naprostých hlupáků (lhostejno, kterého pohlaví) nad normálními lidmi.“ (Bezr LN 8.1. 2018)

Nechybí ani názor, že kampaň Me Too ubírá, jak v médiích, tak ve veřejné diskuzi, prostor jiným, mnohdy důležitějším tématům. Ačkoli zkoumané články chápou v naprosté většině případů rostoucí zájem o problematiku sexuálního obtěžování jako relevantní, všeobecné pozdvižení kolem kampaně hodnotí s očividným despektem. Přehnaná ostražitost podle médií povede k rozpadu tradičního vnímání společnosti. Jinými slovy tak muži přestanou být muži a ženy ztratí veškerou pozornost, které se jim ze strany mužů dostávalo. Navíc kvůli velkému počtu obětí, nebude snadné rozlišit, kdo skutečně potřebuje pomoci. Právě

masová forma obvinění byla často zmiňovaným důvodem, kvůli kterému kampaň optikou rámce absurdity zcela ztrácí smysl. Tento rámec byl ve zkoumaných textech obecně velmi častý a s postupem kampaně dále nabýval na síle. Nejčastěji se objevoval v textech, které publikovaly Lidové noviny, proto také převážná většina úryvků v této pasáži pochází právě ze stránek Lidových novin.

„[Je to obraz] světa, který nabubřele srovnává kampaň Me Too se zrušením otroctví. Světa, který je posedlý bojem proti mužské masku Unitě i proti genderové diskriminaci, až nachází pachatelky i mezi ženami. A nejhorší na tom je, že v této hysterii kolem kampaní a celebrit se ztrácejí příběhy těch žen a mužů, kteří skutečně potřebují ochranu a zastání. “
(Petráček, LN 22. 8. 2018)

„Na tom, že takové přirozené vzorce chování začínají být považované za sexuální atak, nemorálnost, ba přímo zločin, se podílejí lidé, kteří sledují určité cíle nebo sami mají v hlavě zmatek.“(Machalická, LN 11. 11. 2018)

„Právě vyhocené kampaně jako Me Too zahalují jádro věci. Někdy se až může zdát, že biologický druh homo sapiens se rozdělil na dva: muže a ženy. Či naopak, že je to druh jeden, leč jednopohlavní: veškeré rozdíly mezi ženami a muži jsou prý dány konstrukcí sociálních rolí, ale ve skutečnosti jsou si před zákony i přírodou všichni nejen rovni, ale i stejní.“ (Petráček, LN 8. 3. 2018)

3.2 Me Too v českém prostředí

Texty, které se zabývaly podobou a vnímáním kampaně Me Too v českém prostředí, jsem se rozhodla seskupit do samostatné kategorie. Z rešerše odborné literatury je patrné, že český pohled na problematiku sexuálního obtěžování je v mnohém specifický, což ovlivní také způsob, jakým média o kampani v kontextu českého prostředí informují. Do popředí tak vystupují dva specifické rámce, které jsou typické právě pro tuto oblast. Oba nalezené rámce opět popisují v samostatných oddílech.

- Rámec bagatelizace (3.2.1)
- Rámec kritiky bagatelizace (3.2.2)

3.2.1 Rámec bagatelizace

Rámec bagatelizace představuje opačný úhel pohledu, který se v souvislosti s kampaní v kontextu českého prostředí objevil. Z této perspektivy docházelo právě ke znevažování kampaně, proti kterému se částečně vymezily články citované v předchozím rámci. Tento postoj považoval problematiku sexuálního obtěžování za přeceňovanou, mnohdy na úkor jiných problémů, se kterými se společnost potýká. Me Too tak bylo optikou tohoto rámce považováno za "bojový pokřik agresivního feminismu" či "dívčí válku". Některé články se navíc otevřeně vymezily vůči ženám a vyjádřily znatelnou podporu patriarchálnímu pojetí společnosti. Poměrně překvapivé bylo, že texty znevažující postavení žen občas pocházely také od autorek ženského pohlaví. Častou součástí těchto bagatelizujících textů byl odpor vůči feministickým ideologiím a odkaz ke krizi maskulinity, která je podle médií pokládána za jeden z důsledků boje za genderovou rovnost.

„Průměrná česká žena žije o šest let déle než muž, je zdravější, méně páchá sebevraždy, na vysokých školách převažuje, ve vlaku má samostatné kupé, ve společnosti kvóty a kdo se jí znelíbí, toho obviní z UMeToo.“ (Stoniš, Reflex 14. 6. 2018)

„Dobrý úmysl však dnes v oblasti lidských práv již dávno nepostačuje. Nelze přece nevidět, že vše, co se dnes pod záminkou Me Too děje, není ničím jiným než politiku připomínající kampaní, která nutně skončí v prapodivném lidském panoptiku, vedle toalet pro třetí pohlaví, do země zadupaného heterosexuálního bílého muže a pojetí sexuálního násilí, za které je některými považován i polibek, kterým princ budí Šípkovou Růženku.“

(Křeček, LN 29. 3. 2018)

Nedílnou subkategorií rámce bagatelizace bylo zesměšnění, se kterým autoři poukazovali k údajné nesmyslnosti kampaně. Me Too bylo považováno za výmysl žen, často implicitně

označených za nepohledné a neúspěšné. Obvinění vznesená pod označením Me Too byla touto optikou vnímána jako snaha o pomstu a zviditelnění.

„[Hashtag #MeToo] není snadné vysvětlit: 1. z právního hlediska jde o nepodložené obvinění 2. z hlediska problému s nežádoucím sexismem je to zviditelnění 3. z hlediska Kevina Spaceyho je to zmizení.“ (Reflex 21. 12. 2017)

3.2.2 Rámec kritiky bagatelizace

Rámec kritiky bagatelizace se vymezuje proti výše zmíněnému způsobu, jakým je kampaň vnímána a prezentována v českém prostředí. Optikou tohoto rámce je Česká republika spatřována jako místo, ve kterém převládá všudypřítomná nedůvěra a skepse - nejen vůči jedné konkrétní kampani, ale v podstatě vůči jakékoli podobě aktivismu. Problematika sexuálního obtěžování a násilí není podle médií považována za příliš relevantní téma, což vede ke kritickému pohledu na kampaň. Čechům bývá v souvislosti s Me Too připisována apatie, nečinnost a obecně vysoká míra netolerance. Kampaň tedy optikou rámce kritiky bagatelizace nemá v českém prostředí lehkou výchozí pozici, protože neustále naráží na předsudky a zpochybnění. Jelikož tento postoj zastávají také některá média, přispívají tím k posilování nedůvěry, která v českém prostředí v souvislosti s kampaní panuje. Podle médií jsme v českém prostředí svědky viditelného znevažování obětí, které se mnohdy setkávají s odsouzením či přímo výsměchem.

„Důkazem je i česká reakce na kampaň #MeToo. Místo uznání závažnosti problému mnozí zpochybňují výroky žen, které se odvážily promluvit o svých zážitcích. A někteří dokonce vyjadřují obavu, že se muži stanou štvanou zvěří.“ (Respekt 13. 11. 2017)

*„V Česku je #MeToo vnímané od počátku značně odlišně a primárně skepticky. Převládaly komentáře, že když ženy mlčely tehdy v čase útoku, mají mlčet i dnes.“
(Tabery, Respekt 13. 8. 2018)*

Důležitou součástí rámce kritiky bagatelizace je rozdíl mezi českým prostředím a okolními státy. Média, kromě zmíněného důrazu na českou pasivitu, také opakovaně akcentovala skutečnost, že v českém prostředí, na rozdíl od Spojených států a západní Evropy, zatím nedošlo k obvinění konkrétních (veřejně známých) osob, což kampani podle médií svým způsobem ubralo na důležitosti. Výjimku představoval fotograf Antonín Kratochvíl, jehož obvinění bylo natolik rozporuplné, že v konečném důsledku posloužilo jako argument pro odpůrce kampaně. Část textů, ve kterých jsem identifikovala rámec kritiky bagatelizace, poukazovala na znatelný rozdíl v průběhu kampaně u nás a v zahraničí. Z této perspektivy bylo Me Too reprezentováno jako fenomén, který hýbe západním světem, většina Čechů však bere problematiku na lehkou váhu. Rámec kritiky bagatelizace označuje tento postoj za typický a přirovnává ho k reakcím na klíčová témata, která jsou v centru celosvětové pozornosti.

„V Čechách jako vždy, když se v Evropě otevře nějaké téma, mlčení. Nás se to netýká.

Čekal bych, že v návaznosti na Me Too se u nás roztrhne pytel se svědectvími, že se problému chopí média. Místo toho je tu často banalizování, zpochybňování, ne-li výsměch.

Většinou z úst mužů, které v jejich bohorovnosti nenapadne, že nevědí, co čem mluví.“

(Janyška, LN 6. 12. 2018)

„Kampaň #MeToo, ve které o své zkušenosti mluví oběti sexuálního násilí, sundává mocné muže Hollywoodu jako plyšáky na střelnici. Mocné muže z Barrandova, natož kohokoli jiného od nás z kotlíky zjevně nesestřelí, nedošlo ještě ani k žádnému přímému obvinění.

Pokroková část českého internetu jeví se být frustrován, že hashtag #MeToo u nás vede jen k nekonečným debatám, blbým vtipům a ohrazování se kverulantů.“

(Švec, Právo 23. 11. 2018)

Důležitým tématem, kterému se média v souvislosti s bagatelizací hnutí Me Too dlouze věnovala, bylo sympozium pořádané v pražském Karolinu, které proběhlo v druhé polovině března 2018. Tato událost měla za cíl rozpoutat debatu zaměřenou na právní důsledky kampaně za přítomnosti předních českých odborníků. Konference se nicméně ukázala spíše

jako setkání odpůrců kampaně, což podle médií pouze potvrdilo domněnku o soustavném zjednodušování problematiky. Některé články obsahovaly citace jednotlivých účastníků, ze kterých bylo patrné znevažování kampaně a ironie, která v souvislosti s tematikou Me Too i na akademické půdě panovala. Média akcentovala především tendenční výběr účastníků a skutečnost, že zastánci kampaně a odborníci v oblasti genderu nebyly k debatě přizváni.

„Stranu, která kampaň Me Too považuje za užitečný nástroj společenské změny, však zastupovala téměř výhradně skupina asi 15 studentek, protestujících u vchodu.“

(Procházková, LN 17. 3. 2018)

3.3 Filmové festivaly (a ocenění) ve světle Me Too

Jelikož se kampaň Me Too původně zformovala v prostředí filmového průmyslu, stala se také jedním z hlavních témat filmových přehlídek, festivalů a ocenění. Články související s tématem filmu bylo možné zobecnit do samostatné kategorie. Každý ze dvou nalezených rámců opět popisují v samostatném oddíle.

- Rámec všudypřítomnosti (3.3.1)
- Rámec zviditelnění (3.3.2)

3.3.1 Rámec všudypřítomnosti

Rámec všudypřítomnosti reprezentuje probíhající kampaň jako fenomén, který výrazným způsobem dominoval všem filmovým událostem roku. Odkazuje tak k intenzitě, se kterou Me Too ovlivnilo snad každou oblast filmových festivalů, od složení promítaných filmů a celkové atmosféry, která na událostech panovala, až po vyznění většiny projevů, které se nějakým způsobem vždy dotýkaly právě problematiky sexuálního obtěžování a probíhající kampaně. Média se zaměřila například na nová pravidla pro účastníky, jejichž cílem bylo zamezit neadekvátnímu chování přímo v průběhu festivalů. Zmíněná opatření se projevila například ve formě záchranných balíčků a tísňových linek, které byly zřízeny jako důsledek

kampaně. Jelikož jsou častou součástí rámce všudypřítomnosti změny, které po vypuknutí kampaně zasáhly do podoby festivalů, mělo toto zarámování mnohdy negativní charakter. Jednou z častých subkategorií, které se kontinuálně objevovaly, byla skutečnost, že vlivem probíhající kampaně docházelo ke stažení filmů, které měly být na přehlídkách uvedeny. Například Lidové noviny uvedli zprávu titulkem: *Z Berlinale mizí kvůli Me Too filmy*. Kampaň tak byla často spatřována především jako překážka ve svobodném rozhodnutí o programu a pozvaných hostech. Stažené filmy nejčastěji pocházely od tvůrců, jejichž jméno zaznělo v souvislosti s nějakou formou obvinění. Za příklad uváděla média jihokorejského režiséra Kim Ki Duk, jehož přítomnost na Berlinale sklidila kritiku ze strany stoupenců Me Too.

„V americkém státě Utah včera začal největší a nejvýznamnější americký festival nezávislých filmů Sundance. [...] Přehlídka, která potrvá do 28. ledna, je prvním velkým filmovým festivalem od vypuknutí globální kampaně #MeToo proti sexuálnímu obtěžování. Vedení akce v této souvislosti zveřejnilo nová pravidla chování pro návštěvníky, která mají pomoci vytvořit bezpečné prostředí, a zřídilo nonstop horkou linku pro oběti nebo svědky nevhodného chování.“ (LN 19. 1. 2018)

„Tento boj za všechna možná práva slabších - většinově žen - vyvrcholil na předávání Zlatých glóbulů, na něž hvězdy stříbrného plátna přišly na znamení protestu oděny v černých róbách.“ (Reflex 18. 1. 2018)

Ceremoniál 75. udělování cen Zlatý glóbus, který se odehrál v noci z neděle na pondělí v americkém Beverly Hills a byl prvním velkým galavečerem sezóny od vypuknutí rozsáhlého skandálu sexuálního obtěžování v Hollywoodu, se zahalil do černé. Takovou barvu měly šaty, v nichž dorazila většina žen, přidali se k nim i někteří jejich mužští kolegové. Učinili tak na podporu hnutí proti sexuálnímu obtěžování #MeToo.

(Právo 9. 1. 2018)

Média informovala o festivalové přítomnosti tématu Me Too také v souvislosti s černou barvou šatů, kterou zvolily účastníci slavnostního udělení cen Zlatý glóbus. Tento krok byl prezentován jako přímý důsledek kampaně, výraz podpory a prostředek boje, následující pokusy o veřejné vyjádření solidarity však byly ze strany médií vnímány spíše kriticky.

3.3.2 Rámec zviditelnění

Rámec zviditelnění spatřuje kampaň Me Too jako fenomén, který pouze využívá prostředí filmových festivalů k získání pozornosti pro vlastní cíle. Optikou tohoto rámce je kampaň představena jako nepříjemný a rušivý element, který odsouvá do pozadí filmová témata. Média se zaměřila především na podobu projevů, které byly často výrazně přizpůsobeny požadavkům kampaně. Me Too bylo spatřováno jako téma, kterému se v rámci filmových festivalů věnovala neadekvátní míra pozornosti. Zviditelnění bylo ovšem zdůrazněné také v souvislosti s některými účastníky festivalů, kteří se podle médií příliš aktivně zasazovali o provedení konkrétních změn.

„Na festivalu se očekává masivní zviditelnění kampaně #MeToo. Festival chystá několik diskusí a dokonce kvůli tomu do programu nezařadil část snímků.“

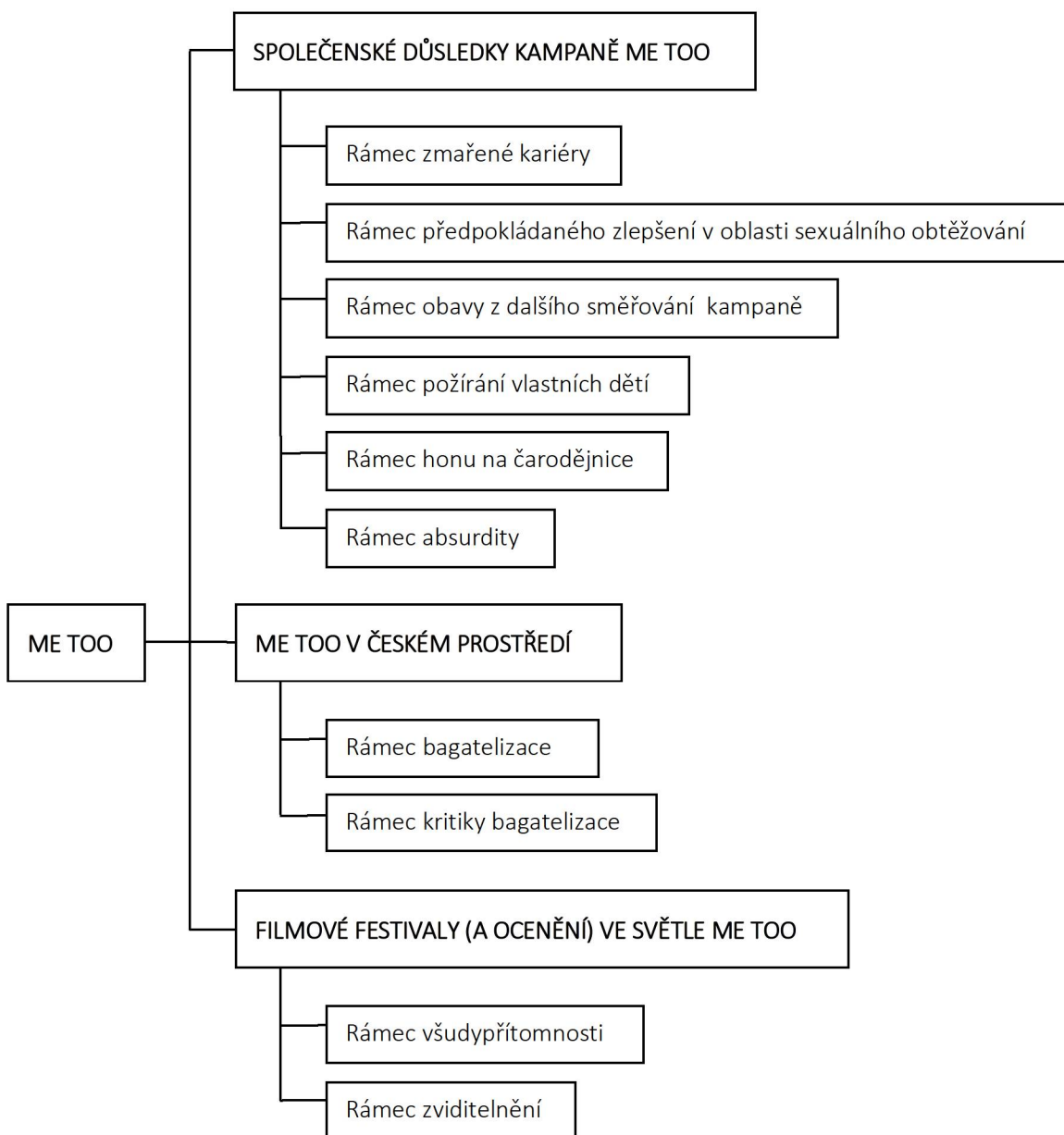
(Mišková, Právo 15. 2. 2018)

„Jakkoli se Berlinale jako instituce postavilo proti všeobecné hysterii kolem #MeToo, aféra si bujela zvesela dál a otrávila už i největší sympatizanty.“ (Reflex 1. 3. 2018)

3.4 Shrnutí analytické části

Kvalitativní analýza vybraných českých tištěných médií - konkrétně denního tisku Lidové noviny, Hospodářské noviny, Právo a Blesk a týdeníků Reflex, Respekt a Blesk pro ženy - odhalila přítomnost deseti kategorií či specifických rámců, které se objevily v souvislosti s mediální reprezentací hnutí Me Too. Tyto rámce jsou výstup axiálního kódování, které jsem po předchozím provedení fáze otevřeného kódování využila k analýze zkoumaných

dat. Nalezené rámce bylo možné ještě seskupit do třech abstraktnějších kategorií, které představovaly nejvyšší úroveň zobecnění. Systém kategorií a vazeb mezi nimi je zobrazen v následujícím schématu.



Obrázek 1 Systém nalezených kategorií

Kategorie Společenské důsledky kampaně zahrnovala šest specifických rámců, které Me Too zmiňovaly obecně v souvislosti se změnami ve společnosti. Tato kategorie se ukázala jako nejobsáhlejší a současně tematicky nejčlenitější. **Rámec zmařené kariéry** chápe Me

Too jako hlavní příčinu profesního pádu konkrétních osob, které byly v důsledku kampaně obviněny z nějaké formy sexuálního obtěžování. Me Too bylo mnohdy prezentováno spíše jako překážka pro úspěšné herce, politiky a sportovce, bez uvedení patřičných souvislostí. Tento rámeček zmiňoval kampaň téměř výhradně v kontextu veřejně známých osob. **Rámeček předpokládaného zlepšení v oblasti sexuálního obtěžování** poukázal na možnou změnu ve vnímání tématu sexuálního obtěžování a genderově podmíněného násilí. Důraz byl kladen především na rozpoutání veřejné diskuze a dodání odvahy obětem, které se dříve bály o svých zkušenostech promluvit. Tento rámeček spatřoval hnutí jako příležitost k efektivnímu řešení problematiky sexuálního obtěžování a byl patrně jediným zcela pozitivním způsobem zarámování, který se během výzkumu objevil. **Rámeček obavy z dalšího směřování kampaně** navázal na oba předchozí rámce, zdůraznil nicméně rizika, která se s masivním rozšířením kampaně pojila. Rámeček obavy představoval nejpropracovanější úhel pohledu, jelikož kladl konkrétní aspekty kampaně do širších společenských souvislostí. Některé texty, které jsem do rámce obavy zahrнула, předkládaly doporučení dalšího postupu, jiné pouze poukázaly na existující limity kampaně. **Rámeček požívání vlastních dětí** spatřoval kampaň Me Too jako nevyzpytatelný mechanismus, který se nekontrolovatelně obrátil do vlastních řad. Optikou tohoto rámce byl vývoj kampaně přirovnán k vývoji Velké francouzské revoluce s odkazem na stále dravější podobu kampaně. Tento rámeček s sebou nesl i určité prvky zadostiučinění. **Rámeček honu na čarodějnice** označoval kampaň za vykonstruované tažení, jehož cílem byla snaha o nalezení jakýchkoli potenciálních viníků. Z této perspektivy bylo Me Too nahlíženo velmi kriticky a média kladla důraz na zbytečnost celé iniciativy. Posledním rámečkem v této kategorii byl **rámeček absurdity**, který se soustředil na nepochopitelné a často i nebezpečné důsledky kampaně, především v oblasti přeměny dlouhodobě zavedených vzorců chování. Rámeček absurdity také poukázal k odvádění pozornosti od jiných témat, ke kterému podle médií v důsledku neustálého diskutování kampaně Me Too docházelo. Na rozdíl od rámce obavy z dalšího vývoje však tento rámeček nezdůrazňoval pozitivní aspekty kampaně.

Kategorie Me Too v českém prostředí sdružovala dva specifické rámce, které se na popis kampaně Me Too zaměřily v kontextu České republiky. **Rámeček bagatelizace** zdůrazňoval nesouhlas s probíhající kampaní. Jeho optikou bylo Me Too viděno jako nepochopitelná hysterie či umělé zveličení problému. Některé články, ve kterých jsem identifikovala tento rámeček, se navíc otevřeně vymezily vůči ženám a myšlenkám feminismu. **Rámeček kritiky**

bagatelizace naopak odkazoval ke skeptickému způsobu, jakým byla v českém prostředí kampaň vnímána. Důraz byl kladen především na aspekty trivializace a zesměšnění, které byly podle médií patrné jak obecně ve společnosti, tak také u různých autorit a ve formě mediální reprezentace. Tento rámec mnohdy zdůrazňoval také odlišnou podobu kampaně u nás a v okolních státech a poukázal například na skutečnost, že v českém prostředí dosud nedošlo ke konkrétním obviněním.

Kategorie Filmové festivaly (a ocenění) ve světle Me Too byla zobecněním rámců, které o kampani informovaly v kontextu filmových přehlídek a ocenění. **Rámec všudypřítomnosti** poukazoval na intenzitu, se kterou se Me Too stalo součástí filmových událostí. Důraz byl kladen především na konkrétní změny v oblasti organizace festivalů, celkové atmosféry či výběru filmů. **Rámec zviditelnění** kampaň popisoval jako prvek, který během filmových událostí odvrací pozornost od filmových témat a stále se vrací k problematice sexuálního obtěžování. Také v této kategorii převládala důraz na veřejně známé aktéry.

4 Závěr

Cílem této diplomové práce bylo identifikovat a popsat mediální rámce, které se objevily ve vybraných českých tištěných médiích v souvislosti s reprezentací kampaně Me Too. V první kapitole teoretické části práce jsem nejprve zrekapitulovala vznik a vývoj kampaně Me Too, která se rozšířila v prostředí internetu a sociálních sítí jako reakce na přetrvávající výskyt sexuálního obtěžování a násilí, původně v oblasti filmového průmyslu. Dále jsem se zaměřila na shrnutí dosavadního výzkumu, který byl v souvislosti s mediální reprezentací genderově podmíněného násilí, online aktivismu či přímo v souvislosti s kampaní Me Too publikován. Závěry těchto výzkumů potom posloužily jako teoretická východiska pro mou vlastní analýzu.

Ve výzkumné části práce jsem se zaměřila na způsob rámcování, který se objevoval v českých tištěných médiích (Hospodářské noviny, Lidové noviny, Právo, Blesk, Blesk pro ženy, Respekt a Reflex) v souvislosti s reprezentací kampaně Me Too. Metodou mého výzkumu je kvalitativní analýza, které jsem podrobila celkem 127 článků. Cílem práce bylo zodpovězení výzkumné otázky, kterou jsem položila: **Jakým způsobem rámcovala vybraná česká média kampaň Me Too?**

Za použití otevřeného a axiálního kódování jsem identifikovala deset subkategorií, které lze považovat za konkrétní rámce. Nalezené rámce bylo možné seskupit do tří obecnějších kategorií: Společenské důsledky kampaně Me Too, Me Too v Českém prostředí a Filmové festivaly (a ocenění) ve světle Me Too.

Kategorie Společenské důsledky kampaně Me Too zahrnovala celkem šest rámců, s jejichž pomocí byly popisovány změny, které se v důsledku rozšíření kampaně objevily. Převládala negativní způsob zarámování, který se dotýkal jak podstaty Me Too, tedy problematiky sexuálního obtěžování, tak také podoby kampaně a jejích důsledků. Tento úhel pohledu byl patrný především v rámci honu na čarodějnice a rámci absurdity, částečně se objevil také v rámci požívání vlastních dětí a rámci obavy z dalšího směřování kampaně, který ale současně zdůrazňoval pozitivní aspekty kampaně. K těmto aspektům poukazyval i rámec potenciálního zlepšení v oblasti problematiky sexuálního obtěžování, který kampaň Me Too vnímal především jako efektivní nástroj společenské změny. Rámec zmařené kariéry se na téma kampaně zaměřil v kontextu veřejně známých osob a jejich profesního pádu.

Kategorie Me Too v českém prostředí zahrnovala dva rámce - rámec bagatelizace a rámec kritiky bagatelizace. První z nich představoval velmi negativní postoj včetně znevažování tématu sexuálního obtěžování, jednotlivých obvinění a požadavků na genderovou rovnost. Rámec kritiky bagatelizace se naopak vůči znevažování Me Too vyznamenal. Kategorie Filmové festivaly (a ocenění) ve světle Me Too zahrnovala rámec všudypřítomnosti, který poukázal na kampaň jako na součást filmových festivalů a rámec zviditelnění, který kritizoval míru pozornosti, která byla tématu Me Too na těchto festivalech věnována.

Vzhledem k tomu, že jsem pro výzkum zvolila poměrně dlouhé časové období, jednotlivé rámce se s vývojem kampaně proměňují či zcela zanikají. Přestože podoba a vyznění zpráv do značné míry záleží na profilu konkrétního média, je možné vysledovat odlišné vnímání tématu také v jednotlivých etapách kampaně. Především optimistický úhel pohledu, který byl patrný v době vzniku, postupem času slábne a do popředí se dostává například rámec absurdity či rámec požívání vlastních dětí. S rostoucím počtem obviněných a pouze nízkým výskytem zpráv o konkrétních výsledcích kampaně, nabývá na intenzitě například rámec honu na čarodějnice a rámec obavy z dalšího vývoje kampaně.

Výsledky analýzy ukázaly, že média informují o kampani Me Too především v souvislosti s konkrétními případy obvinění, které byly v rámci kampaně vzneseny. Tento poznatek je v souladu se závěry, k nimž dochází McDonald a Charlesworth (2013) v analýze mediální reprezentace sexuálního obtěžování. V naprosté většině případů zde nedochází k zasazení problematiky do kontextu a probíhající kampaň je zobrazována spíše jako senzace, která se odehrává v prostředí filmového průmyslu a showbyznysu. Způsob reprezentace hnutí Me Too v kontextu českého prostředí pak potvrdil poznatky o způsobu zdejšího vnímání tématu sexuálního obtěžování a genderové nerovnosti, které popisuje například Zuzana Uhde (2006). Podstata kampaně byla v médiích často znevažována a výjimkou nebyly ani články, které se důrazným způsobem vymezily vůči ženám, či dokonce projevy sexuálního obtěžování považovaly za "vzorce přirozeného chování". Pouze minimální počet článků - ve většině případů delší texty publikované v týdeníku Respekt - nabízel komplexní pohled na problematiku, včetně posouzení konkrétních rizik a navržení možných řešení.

Pokud jde o jednotlivé aktéry, věnují média výrazně více prostoru obviněným, na oběti se naopak zaměřují spíše okrajově. Během celého sledovaného období zůstává převládající pozornost upřena na veřejně známé osoby. Až na pár výjimek je Me Too zmiňováno jako

fenomén, který se často odehrává v prostředí hollywoodských studií, filmových festivalů či vysoké politiky. Tato perspektiva je navíc podpořena skutečností, že převážná většina článků o kampani informovala v kontextu celebrit. Způsob zobrazení tak může navozovat domněnku, že je Me Too doménou slavných osob a zbytku společnosti se příliš netýká, což v podstatě koresponduje s poznatky, které uvádí Wexler (2018) či Bhattacharyya (2018). Právě pozornost zaměřená spíše na veřejně známé aktéry a přehlížení skutečných obětí je jedním z potenciálních rizik, které v souvislosti s podobou současné kampaně Me Too uvádí zakladatelka původního hnutí Tarana Burke (2018).

V souvislosti s reprezentací žen, které se do kampaně zapojily, se mnohdy objevuje určitá míra znevažování, trivializace a stereotypního nahlížení na vzorce chování. V případě, že se nejedná o ženy ve vysokém společenském postavení, pak dochází k jistému odosobnění, na které ve své analýze poukazuje například Bronstein (2005).

Závěrem lze konstatovat, že ve zkoumaných článcích převažovalo negativníarámování kampaně Me Too. Další výzkum v této oblasti je podle mého názoru žádoucí, především proto, že podoba zobrazení tématu sexuálního obtěžování a boje proti němu v médiích přispívá ke způsobu vnímání těchto témat ze strany veřejnosti. Přestože jsem se v analýze snažila o poctivou identifikaci všech rámců, které se v médiích v souvislosti s reprezentací kampaně vyskytují, jsem si zároveň vědoma několika limitů, které tato práce má.

Summary

The aim of this thesis was to identify and describe media frames that emerged in selected Czech printed media while representing the Me Too movement. In the theoretical part I gave an idea of the genesis and dissemination of the Me Too movement which resulted from phenomenon of sexual harassment. I presented the findings of the previous research on gender based violence, online activism and the Me Too movement itself. These findings served as theoretical basis for my own analysis.

In the research part, I examined the actual way of framing in selected media (Hospodářské noviny, Lidové noviny, Právo, Blesk, Respekt, Blesk pro ženy, Reflex). Using the qualitative analysis, I examined 127 articles in total. The main purpose of the analysis was to answer the research question which was formulated: **How did selected media frame the Me Too movement?**

The axial coding revealed 10 subcategories which represented specific media frames. These frames were integrated into three general categories - Social consequences of the Me Too movement, Me Too in the context of the Czech Republic and Film festivals (and awards) in the light of the Me Too movement.

According to the results of this research it seems that the media represented the Me Too movement predominantly in connection with specific accusations. In terms of participants the vast majority of analysed articles focused heavily on perpetrators. On the contrary, the media paid little attention to the victims. Overall, the predominant attention was focused on very important persons and celebrities. With a few exceptions, the Me Too movement was constructed as a phenomenon which takes place within Hollywood, the film industry and politics. This predominant absence of non-elite voices may suggest that the Me Too movement is a distinct issue which takes place aside of the general public. Moreover, the way of representation in the context of the Czech Republic gave an idea of the attitudes towards sexual harassment and gender issues.

In conclusion, the way of framing can be considered prevalingly negative. Although the analysis revealed some articles that presented the Me Too movement as a systematic issue the majority of analysed articles portrayed this topic in relation to broader trends.

Použitá literatura

- ADETIBA, Elizabeth a Tarana BURKE (2018). *Tarana Burke Says #MeToo Should Center Marginalized Communities*. In: BURKE, Tarana et al. (2018). *Where Freedom Starts: Sex, Power, Violence, #MeToo*. A Verso Report. Verso. ISBN: 978-1-78873-275-8.
- APPELTOVÁ, Michaela, MOŽIŠOVÁ, Alžběta a Lenka VOCHOCOVÁ (2016). *Analýza mediálního zobrazování genderově podmíněného násilí* [online], [cit. 2018-11-03]. Dostupné z:
- BAER, Hester (2016). *Redoing Feminism: Digital Activism, Body Politics and Neoliberalism* [online]. *Feminist Media Studies*, 16(1), 17 - 34 [cit. 2018-12-28]. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1080/14680777.2015.1093070>
- BARKER-PLUMMER, Bernadette a David BARKER-PLUMMER, (2017). *Twitter as a Feminist Resource: #YesAllWomen, Digital Platforms, and Discursive Social Change* [online]. *Social Movements and Media*, 14, 91 -118 [cit. 2018-12-28]. Dostupné z: <https://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/S2050-206020170000014010>
- BERGER, Peter L. a Thomas LUCKMANN (1999). *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury. 80-85959-46-1.
- BHATTACHARYYA, Rituparna (2018). *#MeToo Movement: An Awareness Campaign*. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 3(4).
- BOURDIEU, Pierre (2000). *Nadvláda mužů*. Praha: Karolinum. 80-7184-775-5.
- BRONSTEIN, Carolyn (2005). *Representing the Third Wave: Mainstream Print Media Framing of a New Feminist Movement*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(4), 783 - 803.
- BURTON, Graeme a Jan JIRÁK, Jan (2001). *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal. 80-85947-67-6.
- CLARK, Rosemary (2016). *"Hope in a Hashtag": The Discursive Activism of #Why/Stayed*. *Feminist Media Studies*. 16(5), 788 - 804.
- COHEN, Bernard C. (1963). *The Press and Foreign Policy*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

COONTZ, Stephanie a Hope REESE (2018). *#MeToo Is Powerful but Will Fail Unless We Do More*. In: BURKE, Tarana et al. (2018). *Where Freedom Starts: Sex, Power, Violence, #MeToo*. A Verso Report. Verso. ISBN: 978-1-78873-275-8.

DE VREESE, Claes H. (2005). *News Framing: Theory and Typology*. Information Design Journal + Document Design 13(1).

EASTEAL, Patricia, HOLLAND, Kate a Keziah JUDD (2015). *Enduring Themes and Silences in Media Portrayals of Violence Against Women*. Women's Studies International Forum, 48(1), 103-113.

EILERMANN, Wiebke (2018). *Constructing #MeToo: A Critical Discourse Analysis of the German News Media Discursive Construction of the #MeToo Movement*. Malmö: Malmö University. Tina Askanus.

ENTMAN, Robert (1993). *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. Journal of Communication 43(4).

ENTMAN, Robert (2004). *Projections of Power: Framing News, Public Opinion and U.S. Foreign Policy*. Chicago: The University of Chicago Press. ISBN 978-0-226-21072-8.

GIDDENS, Antony a Philip W. SUTTON (2013). *Sociologie*. Praha: Argo. ISBN 978-80-257-0807-1.

GRANT, Melissa G. (2018). *The Uneasy Truth About Harassment*. In: BURKE, Tarana et al. (2018). *Where Freedom Starts: Sex, Power, Violence, #MeToo*. A Verso Report. Verso. ISBN: 978-1-78873-275-8.

HENDL, Jan (2005). *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál. ISBN 80-7367-040-2.

IYENGAR, Shanto (1991). *Is anyone responsible?: how television frames political issues*. Chicago: The University of Chicago Press. ISBN 0-226-38855-7.

IRON, Ali (2013). *Media Construction of Gender: Framing Analysis of Rape Cases in the Mass Media* [online]. Journal of Government and Politics, 4(1), 73 - 87 [cit. 2018-10-17]. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.18196/jgp.2013.0005>

JIRÁK, Jan a Barbara KÓPPLOVÁ (2015). *Masová média*. Praha: Portál. 978-80-262-0743-6.

JUDD, Keziah a Patricia EASTEAL (2013). *Media Reportage of Sexual Harassment: The Incredible Complaint*. Denning Law Journal, 25(1).

- KALVAS, František, VÁNĚ, Jan, ŠTÍPKOVÁ, Martina a Martin KREIDL (2012). *Rámcování a nastolování agendy: dva paralelní procesy v praxi*. Sociologický časopis 48(1), 3 - 37.
- KANGERE, Maureen, KEMITARE, Jean a Lori MICHAU (2017). *Hashtag Activism: Popularising Feminist Analysis of Violence Against Women in the Horn, East and Southern Africa*. Feminist Media Studies, 17(5), 899 - 902.
- KENNEY, Sally J. (2003). *Where Is Gender in Agenda Setting? Women & Politics*, 25(1-2), 179 - 207.
- KUTÁLKOVÁ, Petra a KOBOVÁ Lubica (2014). *Sexuální násilí: proč se nikdo neptá?* Praha: In IUSTITIA. 978-80-260-5793-2.
- LIND, Rebecca Ann a Colleen SÁLO (2002). *The Framing of Feminists and Feminism in the News and Public Affairs Programs in the U.S. Electronic Media*. Journal of Communication, 52(1). 211 - 228.
- LINDLOF, Thomas R. a Bryan C. Taylor (2002). *Qualitative Communication Research Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications. ISBN 0-7619-2494-9.
- LIPPMANN, Walter (2015). *Veřejné mínění*. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0939-3.
- LIPS, Hilary M (2014). *Gender: The Basics*. New York: Routledge. ISBN: 978-0-415-68954-0.
- MCCOMBS, Maxwell E. (2009). *Agenda setting: nastolování agendy - masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-591-2.
- MCCOMBS, Maxwell E. a Donald L. SHAW (1972). *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. The Public Opinion Quarterly, 36(2), 176 - 187.
- MCDONALD, Paula a CHARLESWORTH, Sara (2013). *Framing Sexual Harassment through Media Representations*. Women's Studies International Forum, 37(1), 95 - 103.
- MCQUAIL, Denis (2007). *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-574-5.
- MENDES, Kaitlynn (2011). *Framing Feminism: News Coverage of the Women's Movement in British and American Newspapers, 1968 -1982*. Social Movement Studies, 10(1)

NEČAS, Vladimír (2009). *Tradice výzkumů agenda-setting*. In: ŠKODOVÁ, Markéta, NEČAS, Vlastimil, ČERVENKA, Jan, TABERY, Paulína, KALVAS, František a TRAMPOTA, Tomáš (2009). *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Praha: Sociologický ústav AV ČR.

PRETTYJOHN, Morgan et al. (2018). *#HowIWillChange: Engaging Men and Boys in the #MeToo Movement*. *Psychology of Men and Masculinity* [online]. Advance Online Publication [cit. 2018-10-28]. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1037/men0000186>

REESE, Stephen D. (2007). *The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revised*. *Journal of Communication*, 57, 148 - 154.

RENZZETTI, Claire M. a Daniel J. CURRAN (2003). *Ženy, muži a společnost*. Praha: Nakladatelství Karolinum. ISBN 80-246-0525-2.

SEMETKO, Holli A. a VALKENBURG, Patti M. (2000). Framing European politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication*. 2000, 50(2), 93 - 109.

STRAUSS, Anselm (1987). *Qualitative Analysis for Social Researches*. Cambridge University Press. ISBN 0-521-33806-9.

STRAUSS, Anselm a CORBINOVÁ, Juliet (1999). *Základy kvalitativního výzkumu*. Boskovice: Albert. ISBN

TABERY, Paulína (2009). *První a druhý stupeň nastolování agendy (agenda setting), rámcování (framing) a vypíchnutí (priming)*. In: ŠKODOVÁ, Markéta, NEČAS, Vlastimil, ČERVENKA, Jan, TABERY, Paulína, KALVAS, František a TRAMPOTA, Tomáš (2009). *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Praha: Sociologický ústav AV ČR.

TANKARD, James W (2003). *The empirical approach to the study of media framing*. In: REESE, Stephen D., GANDY, Oskar H. a GRANT, August E. (2003). *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. ISBN 0-8058-4926-2.

TERKILSEND, Nayda a SCHNELL, Frauke (1997). *How Media Frames Move Public Opinion: An Analysis of the Women's Movement*. *Political Research Quarterly*, 50(4), 879 - 900.

TRAMPOTA, Tomáš (2006). *Zpravodajství*. Praha: Portál. 80-7367-096-8.

TUCHNAN, Gaye (1978). *Making news: a study in the construction of reality*. New York, London: Free Press. ISBN 0-02-932960-4.

UHDE, Zuzana (2006). *Kořeny genderové nespravedlnosti: kritický přístup*. In: UHDE, Zuzana et al. (2006). *Sexualizovaná realita pracovních vztahů*. Praha: Sociologický ústav Akademie Věd ČR. ISBN 80-7330-090-7.

VAN GORP, Baldwin (2007). *The Constructionist Approach to Framing: Bridging Culture Back*. *Journal of Communication*, 57, 60 - 78.

VAN GORP, Baldwin (2010). *Strategies to Take Subjectivity Out of Framing Analysis*. In: D'ANGELO, Paul a Jim A. KUYPERS (2010). *Doing News Frame Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives* (2010). New York, London: Routledge. ISBN 978-0-415-99236-7.

WEEKS, Elaine Lunsford et al. (1986). *The Transformation of Sexual Harassment from a Private Trouble into a Public Issue*. *Sociological Inquiry*, 58(4).

WEXLER, Lesley and ROBBENOLT, Jennifer and MURPHY, Colleen (2018). *XMeToo, Time Is Up, and Theories of Justice* [online]. Dostupné z: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3135442

ZIPPEL, Kathrin S. (2006). *The Politics of Sexual Harassment: A Comparative Study of the United States, the European Union, and Germany*. New York: Cambridge University Press, 2006. ISBN-13 978-0-521-84716-2.

Ostatní zdroje

BUCKLEY, Cara. *Anita Hill to Lead Hollywood Commission on Sexual Harassment*. In: The New York Times [online]. 15. 12. 2017 [cit. 2018-10-18]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2017/12/15/movies/anita-hill-hollywood-commission-sexual-harassment.html>

DOCKTERMAN, Eliana. *After the Silence Is Broken*. In: TIME [online]. 01. 10. 2018 [cit. 2018-10-18]. Dostupné z: <https://www.magzter.com/articles/11134/303623/5ba4fa86b6909>

FOX, Kara a Jan DIEHM. *#MeToo's global moment: the anatomy of a viral campaign*. In: CNN [online]. 09. 11. 2017 [cit. 2018-10-18], Dostupné z: <https://edition.cnn.com/2017/11/09/world/metoo-hashtag-global-movement/index.html>

GARCIA, Sandra. *The Woman Who Created #MeToo Long Before Hashtags*. In: The New York Times [online]. 20. 10. 2017 [cit. 2018-10-18]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2017/10/20/us/me-too-movement-tarana-burke.html>

GRIGORI AS, Vanessa. *What the Weinstein Effect Can Teach Us About Campus Sexual Assault*. In: The New York Times [online]. 15. 11. 2017 [cit. 2018-10-18]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2017/11/15/opinion/campus-sexual-assault-weinstein.html>

KANTOR, Jodi a Megan TWOHEY. *Harvey Weinstein Paid Off Sexual Harassment Accusers for Decades*. In: The New York Times [online]. 05. 10. 2017 [cit. 2018-10-19]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2017/10/05/us/harvey-weinstein-harassment-allegations.html>

KANTOR, Jodi. *Harvey Weinstein Is Fired After Sexual Harassment Reports*. In: The New York Times [online]. 08. 10. 2017 [cit. 2018-10-19]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2017/10/08/business/harvey-weinstein-fired.html>

KHOMANI, Nadia. *#MeToo: How a Hashtag Became a Rallying Cry Against Sexual Harassment*. In: The Guardian [online]. 20. 10. 2017 [cit. 2018-10-19]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/world/2017/oct/20/women-worldwide-use-hashtag-metoo-against-sexual-harassment>

VAGIANOS, Alanna. *In Response to #MeToo, Men Are Tweeting #HowIWillChange*. In: Huffington Post [online]. 18. 10. 2017 [cit. 2018-10-18]. Dostupné z: https://www.huffingtonpost.com/entry/in-response-to-metoo-men-are-tweeting-howiwillchange_us_59e79bd3e4b00905bdae455d

SAFRONOVA, Valeriya. *Catherine Deneuve and Others Denounce the #MeToo Movement*. In: The New York Times [online]. 09. 01. 2018 [cit. 2018-12-13]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2018/01/09/movies/catherine-deneuve-and-others-denounce-the-metoo-movement.html>

Evropský parlament (2018). Zpráva o opatřeních pro předcházení a boji proti psychickému a sexuálnímu obtěžování na pracovišti, ve veřejném prostoru a v politickém životě EU [online], [cit. 2018-11-05]. Dostupné z: <http://www.eu-roparl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A8-2018-0265+0+DOC+XML+V0//CS>

Úřad vlády České republiky (2018). Minimální standardy práce s původci a původkyněmi násilí v blízkých vztazích v České republice [online], [cit. 2018-12-29]. Dostupné z: https://www.vlada.cz/assets/ppov/rovne-prilezitosti-zen-a-muzu/Projekt_OPZ/Vystupy_projektu/Minimalni-standardy-prace-s-puvodci-a-puvodkynemi-nasili-v-blizkych-vztazich-v-Ceske-republice.pdf

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK**Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce**

TIITO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Konopáčová Jana

Razítko podatelny:

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

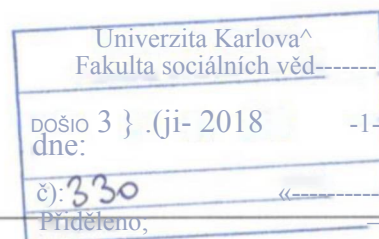
2016

E-mail diplomantky/diplomanta:

jana.konopacova@gmail.com

Studijní obor/forma studia:

Mediální studia, prezenční



Předpokládaný název práce v češtině:

Mediální obraz kampaně *Me Too* ve vybraných českých médiích

Předpokládaný název práce v angličtině:

Media Portrayal of *Me Too* Campaign in Selected Czech Media

Předpokládaný termín dokončení:

ZS 2018/2019

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování:

Diplomová práce je zaměřena na konstrukci mediálního obrazu kampaně *Me Too* optikou vybraného českého televizního zpravodajství, denního tisku, online publicistického videokanálu DVTV a několika společenských týdeníků.

Oblast sexuálního obtěžování patří k závažným a mnohdy k celospolečensky opomíjeným problémům, které jsou často zatíženy stereotypizací. Na podzim roku 2017 došlo k medializaci problematiky v souvislosti s rozšířením virální kampaně *Me Too*, kterou vyvolal především nesouhlas schováním hollywoodského producenta Harveyho Weinsteina. Následně se objevila další obvinění, která způsobila diskreditaci několika veřejně známých představitelů showbizny. Kampaň je všeobecně spojována především s používáním hashtagu *#MeToo*, který se prostřednictvím sociálních sítí dostal do povědomí široké veřejnosti. Myšlenka kampaně je založena na principu sdílení a vytvoření pocitu solidarity s oběťmi genderově podmíněného násilí. Cílem bylo detabuizovat téma a upozornit na opomíjený společenský problém, postupem času však stále častěji docházelo ke kritice kampaně samotné či přímo k projevům nesouhlasných postojů, odsuzování a zesměšňování aktérů, které v mnoha případech vedlo k druhotné viktimizaci obětí.

Ve světových médiích zaznamenala kampaň obrovskou vlnu pozornosti, v českém prostředí bylo téma reflektováno spíše okrajově. Pro charakter kampaně je klíčový vznik v prostředí internetu a sociálních sítí. Značná část publika nicméně zůstává mimo dosah novým médiím, ráda bych se proto zaměřila na způsob, jakým *Me Too* reflektují tradiční média.

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy:

Cílem práce je analyzovat, do jaké míry a z jaké perspektivy se kampaní *Me Too* věnovala česká média. Výsledkem praktické části by měl být rozbor způsobu, jakým média problematiku násilí vůči ženám reflektují, případně do jakých rámců je toto téma zasazováno. Další zkoumanou rovinou je vytváření genderově podmíněných stereotypů, které se v souvislosti s kampaní objevují.

Předpokládaná struktura práce:

- 1 ÚVOD
- 2 CÍL PRÁCE A VÝZKUMNÉ OTÁZKY

- 3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA
 - nastolování agendy
 - rámcování
 - mediální reprezentace genderově podmíněného násilí
- 4 KAMPAŇ ME TOO
 - vznik a vývoj kampaně Me Too
- 5 METODOLOGIE
- 6 VÝZKUMNÁ ČÁST
- 7 ZÁVĚR

Vymezení podkladového materiálu:

Předmětem výzkumu je obsah zpravodajství České televize, TV Nova a televizní stanice Prima. Dále celostátní deníky MF DNES, Lidové noviny, Právo, Hospodářské noviny a Blesk, publicistický vidcokanál DV TV a vybrané zpravodajské a společenské týdeníky. Záměrně bylo vybráno více titulů z různých oblastí a s různým zaměřením. Výzkumný vzorek textů bude získán z databáze Newton Media na základě klíčového slova *Me Too*. Sledované období je vymezeno vznikem kampaně, tedy od října 2017 po dobu jednoho roku.

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Výzkumná část bude provedena kvalitativní analýzou rámcování s využitím otevřeného kódování.

Základní literatura:

BERGER, Peter L. a Thomas LUCKMANN. Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 1999. ISBN 80-85959-46-1.

Publikace se zabývá sociologií vědění a procesem utváření reality. Jsou zde popsány procesy, které vedou k institucionalizaci konstruovaných významů a jejich přenos z generace na generaci.

EASTEAL, Patricia, HOLLAND, Kate, JUDD, Keziah. *Enduring themes and silences in media portrayals of violence against women*. Women's Studies International Forum 48 (2015).

Australská studie zaměřená na mediální prezentaci genderově podmíněného násilí na ženách a její vliv na utváření veřejného názoru na tuto problematiku. Studie pracuje s metodou rámcování a konstrukcí reality.

ENTMAN, Robert M. *Projections of power: framing news, public opinion, and U.S. foreign policy*. Chicago: University of Chicago Press, 2004. *Studies in communication, media, and public opinion*. ISBN 978-0-226-21072-8.

Autor rozvádí teorii vytváření mediálních rámců a identifikuje faktory, které ovlivňují pochopení předkládaných textů tak, aby vhodná formulace podpořila požadované vyznění obsahu. Tento proces je demonstrován na příkladu zahraniční politiky Spojených států.

MCCOMBS, Maxwell. *Agenda Setting: nastolování agendy - masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.

Publikace představuje koncept nastolování agendy jako jednu z významných teorií účinků médií. Autor se zabývá procesy, kterými se média podílí na utváření významnosti témat a jejich přenosem do povědomí veřejnosti.

TRAMPOTA, Tomáš, VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.

Knihka představuje základní postupy uplatňované při komerčním i akademickém výzkumu mediálních organizací, sdělení i mediálních publik, včetně způsobu vyhodnocení informací.

ZIPPEL, Kathrin. *The Politics of Sexual Harassment: A Comparative Study of the United States, the European Union, and Germany*. New York: Cambridge University Press, 2006. ISBN-13 978-0-521-84716-2.

Publikace je zaměřena na vznik genderově podmíněného násilí jako globálního sociálního tématu. Součástí je komparativní studie přístupů k problematice sexuálního obtěžování ve Spojených státech, Evropské Unii a Německu.

Diplomové a disertační práce k tématu:

HOMOLKOVÁ, Dana. *Proces rámcování mediálního obsahu na příkladu tématu domácího násilí*. Praha: 2012. Univerzita Karlova, Katedra mediálních studií. Diplomová práce. Vedoucí práce PhDr. Lenka Vochocová.

Téma související s kampaní *Me Too* dosud nebylo zpracováno v žádné absolventské práci, jelikož se jedná o aktuální událost, která v době přípravy tezí stále probíhá. Tématu mediální prezentace násilí na ženách se nicméně věnuje výše zmíněná absolventská práce.

Datum / Podpis studenta/ky

31.1.2018

Js, v/

VOCHOCOVA

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PKDAGOG/PKDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

VOCHOCOVA' LENKA

Příjmení a jméno pedagogy/pedagoga

31. UZoW

Datum / Podpis pedagoga/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODERSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH IX) TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECH AT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽSCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Seznam článků citovaných v analytické části

Příloha č. 2: Seznam tabulek a grafů

Přílohy

Příloha č. 1. Seznam článků citovaných v analytické části

- STANĚK, Luděk. Zlaté časy cenzury. Reflex. 16. 8. 2018. Str. 63
- Rodrigova pětka. Reflex. 16. 8. 2018. Str. 63.
- Cosby, „táta Ameriky“, jde za mříže. Právo. 27. 9. 2018. Str. 25.
- Všechny prachy světa pro Kevina Spaceyho. Reflex. 11. 1. 2018. Str. 55.
- ROKOS, Milan. Sexuální aféry kosí i politiky. Lidové noviny. 3. 11. 2017. Str. 7.
- Weinsteinovi hrozí 25 let za znásilnění a obtěžování. Právo 30. 5. 2018. Str. 9.
- Válka, politika, bolt. Hospodářské noviny. 28. 12. 2018. Str. 10
- TABERY, Erik. Spravedlnost v čase #MeToo. Respekt. 13. 8. 2018. Str. 14.
- MILENKOVIČOVÁ, Ivana. #MeToo přetváří firemní kulturu. Lidové noviny. 13. 2. 2018. 1.
- SIMKANIČ, Ján. Botox Doriany Graye. Respekt. 4.12. 2018. Str. 62.
- KNAPKOVÁ, Adéla. Ženská válka. Reflex. 18. 1. 2018. Str. 22.
- KABÁT, Marcel. Vrátil se Spielberg i Švankmajer. Lidové noviny. 29. 12. 2018. Str. 14.
- Reflektář ODJINUD JINAK. Reflex. 15. 2. 2018. Str. 16.
- PETRÁČEK, Zbyněk. Ve světě voyerů. Lidové noviny. 22. 8. 2018. Str. 8
- SEDLÁČEK, Tomáš. Kdy morálně zbankrotuje Katolická církev aneb kolaps filosofů. Hospodářské noviny. 24. 8. 2018. Str. 11.
- Woody Allen pauzíruje. Reflex. 6. 9. 2018. Str. 55.
- Mixér. Reflex. 30. 11. 2017. Str. 54.
- BEZR, Ondřej. Kdo zabije Jamese Bonda? Lidové noviny. 7. 2. 2018. Str. 11.
- LÉKO, István. #CarmenToo. Lidové noviny. 9. 2. 2018. Str. 10.
- BEZR, Ondřej. Hlupáci zasahují. Nyní do opery. Lidové noviny. 8. 1. 2018. Str. 9.
- MACHALICKÁ, Jana. Nový hon na čarodějnice. Lidové noviny. 11. 11. 2017. Str. 10.
- PETRÁČEK, Zbyněk. Zprávy k MDŽ. Lidové noviny. 8. 3. 2018. Str. 10
- STONIŠ, Marek. Tvorové moderní doby. Reflex. 14. 6. 2018. Str. Str. 3.

KŘEČEK, Stanislav. Sexuální obtěžování a Me Too nejsou totéž. Lidové noviny. 29. 3. 2018. Str. 13.

Hashtag #MeToo. Reflex. 21. 12. 2017. Str. 83.

Do prezidentského klání se nevloží žádná žena. Máte pro to vysvětlení? Respekt. 13. 11. 2017. Str. 06.

JANYŠKA, Petr. Muži, studíme se. Lidové noviny. 6. 12. 2017. Str. 11.

ŠVEC, Štefan. Alergie na hurá. Právo. 23. 11. 2017. Str. 4.

PROCHÁZKOVÁ, Pavlína. Me Too znamená být in. Říct: i o mě je zájem. Lidové noviny. 17. 3. 2018. Str. 4.

ČTK. Letošní Sundance vyhlásil boj sexismu. Lidové noviny. 19. 1. 2018. Str. 11.

Mixér. Reflex. 18. 1. 2018. Str. 56

ČTK. Ženské hvězdy přišly na Zlaté glóby v černém. Právo. 9.1. 2018. Str. 1.

MIŠKOVÁ, Věra. Berlinale zahájí animovaný Psí ostrov. Právo. 15. 2. 2018. Str. 14.

Never More. Respekt. 1. 3. 2018. Str. 57.

Příloha č. 2 Seznam tabulek a grafů

Tabulka 1 Počet analyzovaných článků na médium.....32

Obrázek 1 Systém nalezených kategorií..... 53