

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Diplomová práce

2019

Bc. Natálie Ferreira de Sousa

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

**Analýza stereotypů v cestovatelských pořadech
vybraných států subsaharské Afriky**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Natálie Ferreira de Sousa

Studijní program: Žurnalistika

Vedoucí práce: PhDr. Mgr. Bc. Jan Jirků, Ph.D.

Rok obhajoby: 2020

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 22. 4. 2020

Bc. Natálie Ferreira de Sousa

Bibliografický záznam

FERREIRA DE SOUSA, Natálie. *Analýza stereotypů v cestovatelských pořadech vybraných států subsaharské Afriky*. Praha, 2019. 65. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Mgr. Bc. Jan Jirků, Ph.D.

Rozsah práce: 111 425

Anotace

Cílem této práce je analýza stereotypů v českých televizních cestovatelských pořadech se zaměřením na region subsaharské Afriky. V teoretické části jsou teoreticky a historicky vymezeny pojmy stereotyp a rámcování a poté dány do kontextu médií. Další kapitola představuje cestopisy, opět z teoretického a historického hlediska. Poslední kapitola je věnovaná představení regionu subsaharské Afriky. V ní se autorka zaměřuje na stručné uvedení základních faktů: na regionální vymezení a koloniální historii, která přímo souvisí s tím, jak se na Afriku nahlíží v dnešní době. Součástí této kapitoly je zaměření se na vyobrazování tohoto regionu v médiích. Analytickou část tvoří obsahová analýza, rozdělená do tří částí: tematické, vizuální a textové. Tematická analýza je zaměřená na výběr témat. Vizuální na to, jakým způsobem kamera zpracovává příběh a textová část analyzuje klíčová slova. Vybranými pořady, které pro tento výzkum posloužily, jsou tři cestovatelské pořady českých produkcí: Objektiv, Cestománie a Koření. Všechny tři pořady ukazují, že vyobrazování subsaharské Afriky mimo zpravodajství je stále stereotypní, přetrvává mediální prezentace pohledů na Afriku jako na kontinent politické nestability, chudoby, korupce. Nová témata, pro současnou africkou moderní společnost, zůstávají stále stranou.

Annotation

This thesis aims to analyze stereotypes in Czech television travel shows with a focus on the region of sub-Saharan Africa. In the theoretical part terms, stereotypes and framing are theoretically and historically defined and explained. In the next chapter travelogues are presented from a theoretical and historical point of view. The last chapter of the theoretical part is devoted to the sub-Saharan region from the factual part, regional delimitation, and colonial history, which is closely linked to how Africa is perceived nowadays. The analytical part consists of research in the form of content analysis, which is divided into three parts: thematical, visual, and linguistic. The thematical analysis focuses on the choice of reportage topics. The visual analysis focuses on how the camera works for the story and the last text section is focused on the analysis of picked keywords. Selected programs for this research are three local TV travel shows: Objektiv, Cestománie, and Koření. All three shows have shown that depicting sub-Saharan Africa outside the news is still very problematic and not always objective. The media have seen Africa through the same lens for decades. The focus continues to be on topics such as poverty, corruption, and political instability. New topics, which are more actual for the African modern society are still out of the question.

Klíčová slova

[subsaharská Afrika, stereotypy, obsahová analýza, cestovatelské pořady, česká média, televize, kolonialismus rámcování]

Keywords

[sub-Saharan Africa, stereotypes, content analysis, TV travel shows, Czech media, television, colonialism, framing]

Title/název práce

[Analysis of stereotypes in tv travel shows of selected states of sub-Saharan Africa]

Obsah

1	Teoretická část	2
1.1	Stereotypy	2
1.2	Stereotypy v médiích	3
2	Rámcování	5
2.1	Rámcování v médiích	6
3	Cestopisy	9
3.1	Původ cestopisů	9
3.2	Historie cestopisů v ČR	10
3.3	Cestovatelská žurnalistika	11
3.4	Média a cestování	11
3.5	Média a cestování na území ČR	12
4	Subsaharská Afrika	16
4.1	Východní Afrika	17
4.2	Střední Afrika	17
4.3	Jižní Afrika	17
4.4	Západní Afrika	18
4.5	Kolonizace Afriky	18
4.6	Afrika v současnosti	20
4.7	Postkolonialismus v Africe	20
4.8	Subsaharská Afrika a stereotypy	22
5	Analytická část	26
5.1	Výzkumná metoda	26
5.2	Formulace výzkumných otázek a hypotéz	28
5.3	Výběr vzorku	28
5.3.1	Objektiv	29
5.3.2	Cestování	30
5.3.3	Koření	31
5.4	Relevantní materiál	31
6	Výzkum	32
6.1	Výzkum témat	32
6.2	Výzkum obrazový	33
6.3	Výzkum jazykový	34
7	Výsledky výzkumu	35
7.1	Objektiv	36
7.3	Koření	43
7.2	Porovnání tří pořadů – výsledky	45
8	Připomínky	47
	Závěr	49

Úvod

Prezentace Afrického kontinentu českými médii je většinou limitována omezeným a stále opakovaným výběrem témat. Nejčastěji média uvádějí informace o přírodních nebo o humanitárních katastrofách, o politické situaci, o vnitřních konfliktech v jednotlivých zemích, o konfliktech mezi těmito zeměmi, o volbách, o korupci. Jen výjimečně informují o děních, která subsaharské země prezentují v pozitivním nebo alespoň v neextrémním světle.

Většina zpráv o africkém kontinentu je součástí zpravodajských relací, ale objevují se i v jiných žánrech, například v televizních cestovatelských pořadech. V cestovatelských formátech je zajímavé sledovat, nejen to, jak média na Afriku nahlíží, které státy jsou středem pozornosti a jaká témata jsou cestovatelským nadšencům, předkládána jako atraktivní. Je rovněž zajímavé sledovat, jak novináři k představování jednotlivých afrických zemí přistupují.

Často lze sledovat, ale ne pouze u novinářů, že lidé mají tendenci považovat se za odborníky nebo znalce určitého regionu nebo země, bez toho, aby v ní opravdu strávili delší dobu, během které by o daném regionu či zemi získali širší povědomí a porozuměli kontextu. To se pak v mnoha případech negativně promítá i do cestovatelských formátů, kdy je třeba v pár řádcích, minutách nebo fotografiích vystihnout určitý stát nebo problematiku regionu.

Chyba není pouze v novinářích, ale i v obecně zažitě představě, že stačí v určitém místě pobýt jen několik týdnů a dotýčný se již považuje za znalce a vykladače místních poměrů. V cestovatelských formátech jsou opomíjeny hlubší souvislosti, které by se ale zejména novináři měli snažit objevovat a sdělovat, i přes omezený čas.

I analýza tohoto jevu je tématem této diplomové práce, níž se zaměřím na stereotypy v cestovatelských pořadech týkajících se zemí regionu subsaharské Afriky. Cílem práce je zjistit, zda tyto televizní cestovatelské pořady mají tendenci být stereotypní, v jakém rozsahu a jakým způsobem, a to za předpokladu, že určitá míra stereotypů se v českých televizních cestovatelských pořadech skutečně vyskytuje. Důraz bude kladen i na identifikaci rámcování.

1 Teoretická část

1.1 Stereotypy

Etymologický původ slova stereotyp se nachází v řečtině. Vzniklo spojením dvou slov: stereos (pevný) a typos (typ, ráz). Označuje stabilně ukotvený prvek v lidském vědomí, resp. psychický a přeneseně i sociální mechanismus, regulující vnímání a hodnocení určitých skupin jevů, jež ovlivňují názory, mínění, postoje nebo chování lidí. Poprvé termín stereotyp použil ve své knize Veřejné mínění, americký novinář a filosof Walter Lippmann (Linhart, 1996, p. 1230).

V psychologii je stereotyp označován jako automaticky navyklý způsob jednání pohybového, jazykového nebo myšlenkového charakteru, který není jednoduché změnit. Například určitý způsob mluvy, používání parazitních slov, styl chůze či způsob nazírání na určité osoby nebo jevy. Psychologie rozlišuje tři typy stereotypů:

- dynamický
- genderový
- sociální.

(Hartl, Hartlová, 2010, p. 552)

1.1.1 dynamický stereotyp

„Jedná se o typ stereotypu, který je založený na soustavě podmíněných a nepodmíněných reflexů, které umožňují vykonávat činnosti automaticky, s menší námahou, únavou a větší přesností.“

(Hartl, Hartlová, 2010, p. 552)

1.1.2 genderový stereotyp

Tento druh stereotypu autoři označují jako stereotyp, který zjednodušeně popisuje mužské a ženské charakteristiky a s nimi související přístupy k tomu, jak by se jednotlivá pohlaví měla chovat na základě příslušnosti ke svému biologickému pohlaví (Hartl, Hartlová, 2010, p. 552).

1.1.3 sociální stereotyp

Sociální stereotyp autoři popisují jako souhrn úsudků o osobnostních rysech nebo tělesných charakteristikách určitých skupin lidí. Tyto úsudky dokáže člověk rychle zpracovat a utřídit, ale často za cenu toho, že realitu zkreslí a vytvoří si tak předsudek (Hartl, Hartlová, 2010, p. 552).

Průkopníkem analýzy problematiky stereotypů v sociologii se stal již výše zmíněný Walter Lippmann. Představil úvahu, že v lidské mysli existují určité strnulé představy, které mají málo společného se skutečností a označil je jako stereotyp (Linhart, 1996, p. 1230).

Poprvé tento pojem použil jako metaforu z oblasti tiskárenství, kdy stereotyp označil jako obraz vtištěný do lidské mysli, který následně člověk vztahuje na ostatní lidi (Jirák, 2003, p. 145).

Lippmann vycházel z předpokladu, že pro člověka je nemožné uchopit realitu komplexně, a to je důvod, proč si lidé v mysli vytvářejí zjednodušené konstrukce. Pro Lippmanna ale stereotyp nebyl a priori něco negativního, bral ho jako přirozenou součást mysli, která je důležitá pro lepší orientaci člověka ve společnosti a ve světě vůbec. Soudil, že trvalá snaha člověka vidět svět kolem sebe podrobně a neustále nově, jako například typy a obecnosti, je vyčerpávající a téměř nemožná.

Mentální kategorizování a klasifikace proto bral jako účelové, a navíc jako možnosti, jak se lze o věcech dozvědět dřív, než jsou očividné. Nepopíral ovšem skutečnost, že právě i stereotypy mohou podpořit utváření předsudků a odsudků nejen v běžných, ale například i v mocenských vztazích, napětích a konfliktech (Lippmann, 2015, p. 80).

Stereotypy obvykle realitu výrazně zjednodušují, potlačují komplexnost a složitost objektivních skutečností a usnadňují tak přijetí nového. Je proto velmi důležité rozlišovat a nepřisuzovat určité vlastnosti všem členům dané skupiny paušálně (Linhart, 1996, p. 1230).

V tradiční kognitivní psychologii, jež se zabývá způsobem vytváření tzv. vnitřních obrazů vnějšího světa, se jedná o další vývoj poznávacího procesu třídění událostí, předmětů, jevů a zkušeností a jejich zařazování do zobecňujících kategorií (Jirák, 2003, p. 145). Lippmann tvrdil, že stereotyp se může dokonce předat geneticky, pokud se tak děje důsledně z generace na generaci (Lippmann, 2015, p. 79).

Stereotypy je možné charakterizovat i jako klasifikaci určitých skupin lidí a jejich reprezentací pomocí zjednodušujících, neověřitelných a zobecňujících znaků, které přímo nebo nepřímo představují soubor hodnot, soudů a předpokladů týkajících se chování těchto skupin a jejich vlastností, minulosti a vývoje (Jirák, 2003, p. 145).

1.2 Stereotypy v médiích

Ačkoliv stereotypy lze identifikovat všude kolem nás, jsou to právě média, v nichž se objevují nejvíce. Mají totiž velkou schopnost ovlivňovat, i proto jsou stereotypy právě v médiích průběžně využívány. Někteří odborníci, kteří se zabývali zkoumáním stereotypů,

na ně nahlíželi v souvislosti s účelovým využíváním propagandy. Ta se ukázala jako jeden z nejsilnějších nástrojů k ovlivňování a manipulaci veřejného mínění. Jako jeden z prostředků sloužily právě stereotypy.

Jak nesmírně účinně je možné práci se stereotypy nesprávně využít a v co může vykristalizovat, ukázala německá nacistická propaganda, řízená Adolfem Hitlerem, která v tisku, ve filmu a v dalších médiích se stereotypy efektivně pracovala. Především s motivem žida.

Židy nacistická propaganda veřejnosti neustále podsouvala jako hlavní představitele a původce všeho „zla“. Popisovala žida výlučně a jednoznačně negativně jako chamtivého, lakomého a odpudivého tvora, jenž je příčinou úpadku německé společnosti. (*Linhart, 1996, p. 1230*) Bylo žádoucí, aby pro obyčejné německé občany představoval nejvyšší zlo, aby byl důvod jednat. Byl to právě stereotypní popis židů, který utvářel nenávistné postoje Němců vůči židovským spoluobčanům.

Se stereotypy se ale začalo účelově pracovat i po 2. světové válce. Analýze stereotypů se věnovali například američtí psychologové William Buchanan a Hadley Cantril ve své studii *Jak se národy vidí navzájem*. Soustředili se v ní na to, jak se v důsledku vyjadřování médií měnil pohled na vzájemný vztah USA a tehdejšího SSSR. Na základě provedeného výzkumu zjistili způsob, jakým americká média informovala o SSSR. Ten se měnil na základě toho, jakou zahraniční politiku tyto mocnosti momentálně uplatňovaly.

V období 2. světové války, kdy USA a SSSR byli spojenci, se o obyvatelstvu SSSR referovalo zcela jinak než později za Studené války, kdy americká média vytvářela falešné předobrazy nepřátel s převážně negativním charakterem a zesměšňujícími rysy (*Linhart, 1996, p. 1230*).

Ve druhé polovině 20. století ale stereotypy začaly pronikat i do dalších sfér mediálního obsahu. Například známá studie Bernarda Berelsona a Patricie Salter *Majority and Minority* z roku 1946 ukázala, jak stereotypy pronikají do tisku a populárních magazínů. V ní autoři ukázali, jak jsou v povídkách populárních časopisů, právě na základě práce se stereotypy, diskriminovány americké menšiny, oproti většinové společnosti (*Jiráček, 2003, p.145*).

Analýze stereotypů v mediálním prostředí, především v oblasti filmu, se věnoval britský akademik a filmový kritik Richard Dyer. Podobně jako pro Lippmanna byly pro Dyera stereotypy něco, co nemuselo být a priori vnímáno negativně. Dyer ale upozornil, že se stereotypy mohou stát jednoduše špatnými, ne v důsledku své podstaty, ale tím, kdo je vytváří, kontroluje a jakým zájmům slouží. Dyer na stereotypy hledí komplexně a

zdůrazňuje, že na to, aby bylo vytváření stereotypu bylo účinné, je třeba, aby stereotyp byl uvěřitelný a nedával možnost o něm pochybovat. Stereotypy jsou podle něj založeny především na člověku samém. Ve svých úvahách navazuje na autory Petera Bergera a Thomase Luckamana a na jejich koncept sociální konstrukce reality. Zdůrazňuje, že pro stereotyp je důležité vytvořit bariéru My versus oni. Neboli, rozdělit společnost do kategorií, do kterých ten který jedinec patří nebo nepatří (Dyer, 1993, p. 12).

Stereotypy a reprezentaci zkoumá i jamajský sociolog, teoretik kulturních studií a představitel tzv. Birminghamské školy, Stuart Hall. Danou problematikou se zabývá v kontextu rasy a genderu především na území Velké Británie. Definuje stereotypy jako jednoduché entity se základními rysy, které jsou považované za přirozené. Hall tvrdí, že stereotypy ukazují, co je ještě normální a co už ne. Co je ještě přijatelné, nebo co už je považováno za společensky nepřijatelné nebo dokonce deviace. Zdůrazňuje, že stereotypy souvisejí s etnocentrismem a tvoří se v místech, ve kterých panuje velká nerovnost v rozdělení moci (Hall, 2013, p. 248).

2 Rámcování

Koncepce rámcování vychází z metaforické představy o rámu obrazu a jeho funkci. Tedy to, co je důležité, na co je třeba se soustředit, je uvnitř rámu. Naopak věci nedůležité, jsou v podstatě mimo rám a jakoby neexistují. Rámcování má své kořeny v psychologii a sociologii.

Psychologické kořeny rámcování tkví především v prospektové teorii (teorii tzv. očekávaného užítku) autorů Daniela Kahnemana a Amose Tverského. Kahneman dokonce za tuto práci získal v roce 2002 Nobelovu cenu za ekonomii. Autoři se v prospektové teorii zaměřili na to, jak rozdílné vyobrazování stejného scénáře může vést nejen k odlišnému přemýšlení nad věcí, ale rovněž i k jinému než původnímu rozhodnutí.

Prospektivní teorie je založená na rozhodnutích finančních profesionálů. Říká, že jejich rozhodnutí závisí především na prezentaci výsledku rozhodnutí jako ekonomického užítku (Boukes, 2007, p. 5). Z toho plyne, že při přemýšlení, při rozhodování a při zaujímání stanoviska není až tak moc důležitá konečná výhodnost nebo nevýhodnost, ale to, jak je nám dotyčná věc odprezentována.

V sociologii pojem rámcování jako první zavedl americký sociolog, antropolog a sociální psycholog, Ervin Goffman. Poprvé tento termín použil v jedné ze svých nejvýznamnějších publikací *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* z roku 1974, v níž

se zabývá úvahami nad organizací společnosti.

Goffmanovy výsledky úvah o rámcování inspirovaly především dílo *The Perception of Reality* amerického psychologa Williama Jamese, který se nezabýval tím, co utváří realitu, ale tím, za jakých okolností člověk věci a skutečnosti považuje za reálné.

Samotný pojem rámcování Goffman převzal od britského biologa Williama Batesona, který rámec definoval jako jednotku organizace zkušeností. Analýzu rámců pak definoval jako něco, co jedinec může přijmout do své mysli, avšak ne v rámci organizace společnosti. (Šubrt, 2007, p. 78).

Goffman definuje rámcování jako způsob náhledu na určitou událost, neovlivněnou předem danými výklady. Rámcování vidí jako prostředek pro interpretaci nevýznamných aspektů, ze kterých je možné vytvořit skutečnosti, mající význam (Goffman, 1974, p. 21). Dále tvrdí, že není důležité zkoumat strukturu společnosti jako celku, ale spíše jednotlivé struktury zkušeností, kterými disponují jedinci v jakémkoliv okamžiku svého života ve společnosti (Šilhánová in Šubrt, 2007, p. 77). Rozlišuje dva základní typy rámcování: přírodní a sociální.

Přírodní rámce jsou ty, které se zkrátka dějí bez lidského nebo jakéhokoliv jiného viditelného přičinění. Jedná se o prostý přírodní fyzikální jev, který není nijak řízený. Sociální rámce naopak jsou vždy někým řízeny. Usnadňují uchopit ty události, které zahrnují vůli, motiv, záměr a kontrolní úsilí. Tvoří je lidé, kteří jsou při tvorbě rámců podřízeni standardům společenského uznání, založeného na poctivosti a výkonosti. Klasickým příkladem je informování o počasí. Prší bez lidského přičinění, déšť tedy přísluší do přírodního rámce, ale zpráva, o tom, že prší, přísluší do rámce sociálního, jelikož je někým interpretována (Goffman, 1974, p. 22).

Goffman tvrdí, že lidé mají tendenci vnímat události z hlediska základních rámců a ten, který použijí, jim pomůže a usnadní danou událost popsat. Zdůrazňuje, že pro to, aby lidé rámec správně pochopili, potřebují určitý soubor pravidel, s jejichž pomocí danou událost nějakým způsobem interpretují.

Goffmann přichází s pojmem klíč. Jako klíč označuje znak, s jehož pomocí jedinci jednotlivé rámce třídí (Goffman, 1974, p. 27).

2.1 Rámcování v médiích

Rámcování v mediálním prostředí se jako první začal věnovat americký profesor médií a politologie Robert Entman ve své studii *Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm*. Podle Entmana proces rámcování tvoří dvě činnosti: výběr a zvýraznění (Entman,

1993, p. 52).

Rámcování Entman označuje jako výběr určitých aspektů, jimiž přijímáme realitu. Zvýraznění vhodných prvků v textu a v obrázcích by pak mělo poukázat na konkrétní problém, na jeho příčinu, a mělo by obsahovat morální zhodnocení toho, co je popisováno a navrhopvat způsoby řešení. Při procesech výběru a zvýraznění určitých rysů událostí, problémů nebo kauz dochází k opominutí nehodících se aspektů a faktorů, a tím k vytvoření, konkrétního preferovaného interpretačního kontextu. Rámce definují problém, diagnostikují příčinu, navrhuji morální zhodnocení a vytvářejí postoj, který by měl jedinec přijmout (Entman, 1993, p. 52).

Výše uvedené shrnuje do hlavních funkcí, které jsou pro efektivní rámcování zpráv zásadní:

1. *Definice určitých skutečností, faktorů, podmínek nebo efektů jako problematických.*
2. *Identifikování příčiny.*
3. *Přidání morálního úsudku.*
4. *Schválení nápravného řešení nebo návrh na zlepšení.*

(Entman, 2004, p. 5)

Jednotlivé funkce na sebe navazují a podporují se. Pokud se, podle Entmana tyto funkce poskládají správně, mohou pro příjemce vytvořit logické rámce. Jako nejdůležitější vidí Entman dvě funkce, definici problému a nalezení řešení. Od těchto hlavních dvou funkcí se odvíjí vše další.

Velkou pozornost Entman při procesech výběru a zvýraznění věnuje úsilí vytvořit zprávu co nejvíce zapamatovatelnou. Například tím, že moderátor na zprávu klade velký nebo zvláštní důraz, nebo že zprávu opakuje.

Entman rámcování označuje jako součást nastolování agendy při politické komunikaci. Jako příklad uvádí využití rámcování při řešení mezinárodních konfliktů v období Studené války, nebo jeho využití v zahraniční politice USA po 11. září 2001 (Entman, 2004, p. 6).

Techniky rámcování představují v roce 1996 autoři Gail T. Fairhurst a Robert A. Sarr ve své knize Umění rámcování:

- *Metafory – Přidávání myšlenky nového významu prostřednictvím přirovnávání.*
- *Příběhy – Vytváření mýtů, legend a začleňování jejich témat do příběhů tak, aby byly působivé a zapamatovatelné.*
- *Tradice – Dodržování ustálených rituálů a ceremonií.*

- *Slogany – Používání zapamatovatelných jednoduchých a chytlavých slov*
- *Artefakty – Vytváření mýtů a legend, které jsou fyzicky hmatatelné, ale nelze je popsat.*
- *Kontrasty – Popisování objektů jako to, co nejsou.*
- *Spiny – Představování koncepcí tak, aby vyjádřily buď pozitivní nebo negativní postoj*

(Mass Communication Theory)

Rámcování v médiích se věnuje i americký novinář Maxwell McCombs. Definuje ho jako ústřední organizační myšlenku zpravodajského obsahu, která v kontextech napovídá, co je tématem, a to tak, že myšlenku při komentování selektuje, zdůrazňuje nebo zamlčuje. Rámcování má podle něj, v souladu s myšlenkami Entmana schopnost prosadit určitou definici problému, poskytnout vysvětlení, vyslovit morální hodnoty a doporučit řešení popisované skutečnosti. Rámcování souvisí s nastolováním agendy atributů, kdy atributem je určitý konkrétní popis osoby, tématu nebo objektu, o kterém se ve zpravodajství hovoří.

Neznamená to ale, že všechny atributy jsou rámce. Jedná se o speciální typ atributu, jehož kvality se od kvalit dalších atributů liší. McCombs je označuje jako „gestalt“ kvality. Rozumí jimi celostní chápání psychologických dění, nadřazenost celku nad částmi (Hartl, Hartlová, 2009, p. 179) Tyto atributy mají schopnost strukturovat myšlení, ovlivňovat názory na politická témata, na osobnosti nebo na objekty vystupující či prezentované ve zpravodajství. McCombs, stejně jako Entman, řadí rámcování především do souvislosti s politickou komunikací. Tvrdí, že v oblasti analýz vlivu zpravodajských médií začalo docházet k propojování rámcování a nastolování agendy atributů ve druhé polovině 20. století v USA. (McCombs, 2009, p. 132).

Rámcování a nastolování agendy atributů se věnoval i americký profesor komunikace Dietram A. Scheufele, jenž se zabýval vztahem mezi masovými médii a jejich publikem. Podle Scheufeleho je zásadní to, co je prezentováno písmem, neboť právě písemný projev má největší vliv na to, co publikum pochopí (Scheufele, Tewksbury, 2007, p. 11). Scheufele přišel s rozdělením rámcování na makro a mikrorámcování.

Makrorámcování lze definovat jako analýzu rámců, která se dívá na zprávu jako na celek a až poté na evidentní kontexty. Je obecnější a oproti mikrorámcování jsou makrorámce snadněji identifikovatelné. Mikrorámcování se zaměřuje na drobnější, na první pohled nerozpoznatelné formy. Například na využití jazykových prostředků, na výběr obsahu, na

to, kdo obsah tlumočí nebo na tón zprávy (The Arthur W. Page Center/ Public Relations Ethics).

3 Cestopisy

Zápisky z cest existují a provázejí lidská společenství již stovky let. Definice, co vlastně cestopis je, existuje více. Autoři Mocná a Peterka (2004) jej definují jako prózu zachycující průběh cesty, jež je založená na emotivních poznávacích zážitcích pisatele. Zdůrazněné jsou zde kulturně-civilizační rozdíly a cestovatel interpretuje cizí zemi prostřednictvím vlastních zkušeností a kritérií své domoviny, přičemž poukazuje na kulturně-civilizační rozdíly. Roli hraje nejen atraktivita navštívené země, ale i dispozice tvůrce – kým je, jakou má povahu, jakou má schopnost svým vyprávěním zaujmout aj. Autoři vedle cestopisu zmiňují bedekr.

Cestopisy jsou literární útvary na rozhraní literatury krásné a literatury faktu, jejichž témata jsou cizí končiny, především popis jejich zeměpisných, sociálních, ekonomických a kulturních specifik (75). Z původní pouze literární formy se cestovatelské formáty postupně prosadily do časopisů, rozhlasu a televize. V současné době i do online sféry a do nových médií.

3.1 Původ cestopisů

První náznaky cestopisů se v literatuře objevují již v antických dílech jako je například Odyssea řeckého epického básníka Homéra, žijícího v 8. století př. n. l.

První cestopisy, ze kterých se ale zachovaly pouze zlomky jsou přisuzovány řeckému učenici, geografovi a historikovi Hekataiovi z Milétu (*Cesty po světě*) a kartaginskému cestovateli Hannonovi Mořeplavci, který kolem roku 500 př. n. l. sepsal zprávu o průzkumné plavbě svých lodí podél západního pobřeží Afriky. Na tuto objevitelskou, cestovatelskou tradici navázali Arabové v období 9. až 13. století při expandování do Evropy.

Nejznámější a nejobsáhlejší cestopis středověku napsal o své obchodní cestě do Indie a Číny benátský kupec a cestovatel Marco Polo (*Milion*).

V období renesance se objevují cestopisy popisující objevitelské cesty italského mořeplavce a kolonizátora ve službách Španělska Kryštofa Columba, španělského conquistadora střední Ameriky Hernána Cortése a portugalského mořeplavce Fernãa Magalhãese.

V 18. a 19. století s cestovatelským formátem experimentovali i německý básník, prozaik a dramatik von Goethe a anglický básník lord Byron. Ve 20. století se i díky novým médiím

formáty cestopisů diametrálně mění a rozvíjejí se (Pavera, Všetická, 2002, p. 60). Především v 80. let 20. století začínají získávat popularitu televizní cestovatelské pořady. Vznikaly proto, aby mohly divákům dopřát cestovatelský zážitek bez toho, aby museli opustit svůj obývací pokoj (Mossberg, 2002, p. 235). Tím spíše, že cestování mimo země socialistického bloku bylo běžným občanům jen těžko dostupné.

Rozvoj cestovatelských pořadů ovlivnil především ekonomický a technologický rozvoj a rostoucí globalizace. Především na základě těchto faktorů, se poptávka po rozmanitějších typech programů a pořadů zvyšovala. Vznikl nový žánr *nonfictional entertainment*. Vzniku nových pořadů nahrával i fakt, že jejich výroba byla levnější, než tvorba pořadů dramatických nebo komediálních, přitom zisky z nich byly srovnatelné. To vedlo k rostoucí podpoře a k rozvoji tvorby cestovatelských pořadů (Fürsich, 2009, p. 207).

3.2 Historie cestopisů v ČR

Za jeden z prvních cestopisů vniklých na území českých zemí je považována *Česká kronika*, kterou sepsal italský cestovatel a spisovatel di Marignolli, jehož ke svému dvoru v roce 1353 pozval a o sepsání kroniky požádal císař Karel IV. Di Marignolli v ní mimo jiné popisoval zážitky ze svých cest po Dálném východě.

Další české cestopisy pocházejí z druhé poloviny 15. století. Autorem jednoho z nich je neznámý panoš Jaroslav, člen královské delegace vyslané k francouzskému králi Ludvíku XI. Druhým, je pak cestopis z putování spisovatele Václava Šaška z Bířkova a šlechtice a diplomata Jaroslava Lva z Rožmitálu a na Blatné do západoevropských zemí. Cestopisy se objevují i v období renesance. Sepsali je například cestovatel, spisovatel a astronom Oldřich Prefát z Vlkanova, cestovatel, diplomat a spisovatel Kryštof Harant z Polžic a Bezdržic a další. V období baroka se objevují cestopisy zaměřené především na misionářské výpravy, ale vycházejí i první cestopisy z cest do Číny, na Island, do Íránu nebo do Laponska. Významný je i básnický cestopis preromantika Matěje Poláka nesoucí název *Cesta do Itálie*. Výraznou osobností cestopisu 19. století byl lékař, kartograf a etnograf Emil Holub, který navštívil mimo jiné i Afriku a jeho publikace byly přeloženy do mnoha cizích jazyků.

Na počátku 20. století pronikají do cestopisné literatury témata například horolezectví a badatelství. Jako cestovatelky se prosazují se první české ženy. Jedna z nich, Barbora Markéta Eliášová, byla první českou cestovatelkou kolem světa (Rozhlas Plus). V meziválečném období se objevují cestopisné reportáže, črty, dobrodružná a básnická cestopisná díla. Po 2. světové válce se cestopisy staly prostředkem ideologického boje, kdy

byly záměrně zveličovány úspěchy zemí východního bloku a zdůrazňovaná negativa kapitalistických zemí (Mocná, Peterka, 2002, p. 81).

3.3 Cestovatelská žurnalistika

Cestovatelská žurnalistika stojí na jednotlivci, který danou zemi navštívil, různou dobu v ní pobyl a prostřednictvím médií na ni poskytl svůj osobitý pohled. Lyn McGaurr uvádí, že cestovatelská žurnalistika se jako samostatný obor stává předmětem nejrůznějších analýz (McGaurr, 2009, p. 57).

Autoři Fursich a Kavoori (2001) tvrdí, že cestovatelská žurnalistika je dosud málo známý a prozkoumaný obor, který by si zasloužil větší pozornost (149). Na základě analýzy cestovatelské žurnalistiky je možné sledovat například dimenze turismu, mezikulturních střetů a dynamiky globalizace médií (2001, p. 150).

McGaurr dále namítá, že průzkumu cestovatelské žurnalistiky se občas dostává v turistických studiích. Přesto existuje mnoho podob, jakým se rubrika cestování do současné podoby médií dostala (54).

3.4 Média a cestování

3.4.1 Televize

Nejpopulárnějším médiem pokrývajícím cestování je televize. Setkat se v ní můžeme nejen s cestovatelskými reportážemi a s různými typy a formáty cestovatelských pořadů, ale i se specializovanými cestovatelskými kanály.

Existují globální televizní kanály, zaměřené na cestování po destinacích celého světa, jež mají různé koncepce. Podobně existuje i mnoho kanálů sice primárně orientovaných jinak nabízejících i pořady cestovatelské, zaměřené na cestování různých typů (za gastronomií, za památkami, za architekturou, za přírodou aj.).

3.4.2 Rozhlas

I když se rozhlas na první pohled nemusí zdát jako formát pro cestovatelské pořady nejvhodnější, přesto se s nimi v rozhlasovém prostředí setkáváme. Aby pořad nebo reportáž zaujaly, musí autorské týmy vhodně zvolit témata, slova, tón mluvy i doprovodné ruchy.

3.4.3 Tisk

Písenné cestopisy mají formu hlavně cestovatelských časopisů, jejichž obsah je, stejně jako v jiných médiích, zaměřen na problematiku cestování komplexně, tedy na představování různých zemí, na rozhovory se zajímavými osobnostmi, které cestují za gastronomií, za luxusními hotely aj. Tyto časopisy mají různou frekvenci vycházení a je možné se s nimi setkat, jak na globálních, tak na lokálních trzích.

Rubrika cestování je běžnou součástí obsahu lifestylových časopisů nebo i denního tisku.

3.4.4 Online a nová média

S tištěnými cestopisy úzce souvisí i online prostředí. Většina tištěných cestovatelských médií má i svoji vlastní internetovou mutaci, která tištěný obsah nejen dubluje, ale také rozšiřuje a tvoří ho pestřejší. V online prostředí se vyskytuje mnoho mainstreamových médií, která mají rubriku věnovanou cestování, v níž se nacházejí zajímavé reportáže, rozhovory, videa, fotografie, odkazy a další.

Samotnou kategorii pak tvoří cestovatelské blogy věnující se cestování obecně, soustřeďují se na jednotlivé země, na způsoby cestování, na vše, co s cestováním souvisí. Na blogy úzce navazují i sociální sítě, především Instagram, jenž se stal dalším novým prostorem pro specifický formát s cestopisnými rysy. Stejně jako Youtube.

3.5 Média a cestování na území ČR

Napříč lokální mediální sférou můžeme cestopisy různého formátu nalézt v rozhlasu, v televizi, v tisku i on-line.

3.5.1 Rádio

V českých rádiích vznikají buď ucelené cestovatelské pořady nebo jednotlivé cestovatelské reportáže. Rozhlasový kanál zaměřený výhradně na cestování na lokální scéně ale nepůsobí.

Jeden z mála českých pořadů o cestování *Casablanca* můžeme poslouchat na Rádiu Wave, patřícímu pod Český rozhlas. Vysílá se již od roku 2006 a je zaměřený na cestování, exotiku, outdoorové sporty a dobrodružství. Hosty pořadu bývají lidé různého typu: cestovatelé, horolezci, fotografové, režiséři, lékaři na cestách aj.

Dalším je pořad *Zápisník zahraničních zpravodajů* na Českém rozhlasu Radiožurnál. Pro tento pořad čeští žurnalisté natáčejí reportáže z celého světa. Jedná se tedy o autorské postřehy jednotlivých zpravodajů. Tematicky pořad mapuje konkrétní místa, události, které se momentálně na těchto místech dějí.

Zajímavý je pořad *Na cestách s Petrem Voldánem*, vysílaný na rozhlasové stanici Pardubice a Hradec Králové, kam si autor zve zajímavé hosty a povídá si s nimi o zážitcích z jejich cest.

Na poli soukromých rádií je výrazným a oblíbeným cestovatelským pořadem *Cestování s Jiřím Kolbabou* na nejposlouchanější radiové stanici Rádio Impuls. Pořad má formu rozhovorů s tímto cestovatelem a fotografem, který má bohaté zkušenosti s cestováním především po netradičních destinacích. Každý jednotlivý rozhovor s ním je věnovaný jednomu určitému místu ze všech možných úhlů pohledu, s důrazem na popis atraktivních zážitků a příběhů.

3.5.2 Podcasty

Speciálním odvětvím audio reportáží jsou podcastové programy. Podcasty jsou zvukové záznamy, které na web může umístit kdokoli, především ve formátu MP3 (Cambridge Dictionary). Přehrávat je lze pomocí smartphonů a aplikací na přehrávání podcastů. Kdokoli tedy může nahrát svůj podcast nebo si vytvořit vlastní kanál. Na lokálním trhu vznikají v českém jazyce podcasty a podcastové kanály všeho druhu a nejrůznějších zaměření. Část z nich tvoří i podcastové kanály cestovatelského typu. Například kanály Travel Bible, iKOKTEJL, Čundr aj.

3.5.3 Televize

V českém mediálním prostředí se s programy zaměřenými na cestování setkáváme, ale český kanál vysílající pouze o cestování po zdejších končinách dosud chybí. Formáty cestovatelských pořadů jsou dvojí. Pořady o cestování po České republice a pořady věnující se cestování za hranice České republiky.

Především cestovatelských pořadů prezentujících Českou republiku se za posledních deset let natočily a odvysílaly stovky. Hlavním iniciátorem vzniku těchto pořadů byla a je především Česká televize. Vyráběla a vysílala pořady *Magické hory* (o českých horách), *Na toulavém kole* (po tuzemských cyklostezkách), *Národní klenoty* (o tuzemským UNESCO památkám), *Paměť stromů* (o památných stromech), *Rajské zahrady* (o historických zahradách), *Rozhlédni se, člověče* (o rozhlednách), *Na vrcholky hor* (o historii útulen, bud a chat na vrcholcích českých hor), *Bohemia incognita* (o málo známých, ale přitom zajímavých místech), *Zatopené osudy* (o historii vodních nádrží), *Divočina bez hranic* (o

národních parcích), *Divnopis* (o vzniku a historii názvů obcí).

Výroba výše zmíněných cestopisných dokumentárních cyklů již skončila, ale některé z nich se postupně reprízuji. ČT ale stále vyrábí a vysílá nejznámější a velmi sledovaný pořad o cestování po ČR *Toulavá kamera*. Nabízí i dokumentární cykly *Náš venkov* a *Vesnicopis*, které zachycují historii i současné proměny českého venkova a přibližují jeho tradiční hodnoty. Uvádí též pořad *Pivní putování*, dokumentární seriál o cestách po našich pivovarech za historií i současností výroby českého národního nápoje.

Pořady o cestování po zahraničních destinacích zastupují například *Objektiv* (nejstarší cestovatelský reportážní pořad ČT), *Na cestě* (cestovatelský dokumentární cyklus) nebo *Bedekr* (zábavný cestopis).

Především ČT vysílá cestovatelské pořady s konkrétním zaměřením, například na gastronomii (*Kamu ve Vietnamu, Kamu v Mexiku*), na jednotlivé regiony (*Nahoru dolů Hedvábnou stezkou, České himalájské dobrodružství, Postřehy odjinud*), na zajímavé příběhy (dokumentární seriál *Trabantem z Indie až domů* o cestě tímto autem kolem světa) nebo na extrémní sporty (*Alpami nejen za sněhem*).

Televize Nova vysílá samostatný cestovatelský pořad *Koření*. Reportáže cestopisného charakteru se objevují i v dalším pořadu *Novy*, v magazínu *Víkend*. Televize Prima provozuje vlastní kanál *Prima Zoom*, jenž vysílá mimo jiné i cestopisné pořady a reportáže, ale především zahraniční provenience.

3.5.4 Internetové televize

Experimentovat s cestovatelskými pořady začínají i internetové televize. Například platforma *Televizeznam.cz* a její zábavný cestovatelský pořad *Honza na cestách*, který objevuje opomíjené, ale přitom zajímavé kouty světa.

3.5.5 Tištěné časopisy

Nejznámějšími českými časopisy zaměřenými pouze na cestování jsou především *Koktejl*¹, *Lidé a Země*² a *Travel Digest*. Tyto časopisy publikují cestovatelské reportáže všeho druhu, například o gastronomii, o kultuře, o památkách, o sportu.

Na českém tištěném trhu existuje více časopisů, jež se zaměřují na specifické druhy

¹ 70 tisíc čtenářů na jedno vydání (Median, 2018)

² 141 tisíc čtenářů na jedno vydání (Median, 2018)

cestování, ale vycházejí v menších nákladech. Například *Everest* (o horolezectví, horách a skalách), *Oceán* (o potápění, o mořích a oceánech), *Outdoor Guru* (pro cyklisty a outdoor nadšence) nebo *Prima Zoom* (o historii, o vědě, o přírodě a o technice). Časopisy *Moje země*, *Na Cestu* a *Kam po Česku* se orientují výhradně na cestování po České republice.

Vlastní rubriky o cestování má většina mainstreamových médií. Mají formu reportáží, případně cestopisů na pokračování, od různých přispěvatelů nebo od dopisovatelů, kteří v dané zemi žijí. Cestovatelské rubriky nabízejí například i společenský časopis *Respekt*, módní magazín *Vogue* a časopis o gastronomii *Apetit*.

Samostatnou kategorií je česká mutace amerického magazínu *National Geographic*, který je v České republice stále nesmírně populární a vycházel jako jeden z mála svého druhu už v dobách existence Československa.

3.5.6 Online magazíny

Některé výše zmíněné cestovatelské časopisy mají i své on-line mutace (*Koktejl*, *Travel Digest*). Cestovatelské rubriky mají v online podobě i internetová média, jako například portály *idnes.cz*, *novinky.cz*, *ihned.cz* nebo *lidovky.cz*.

Zastoupení v online magazínech mají i cestovatelské weby, které kromě různých informací a tipů publikují i cestovatelské reportáže, rozhovory s osobnostmi na téma cestování aj. Nejznámějším takovým magazínem na české scéně je *Hedvábná stezka*.

3.5.7 Nová média

V současnosti je, především pro mladou generaci, atraktivní mediální obsah o cestování, nacházející se na platformách nových médií - blozích, instagramových účtech, vložích (cestovní videa) na platformě Youtube.

Cestovatelské obsahy jsou častým námětem blogů, jichž je v českém prostředí mnoho, neboť blog si může založit kdokoliv. Podobné je to i u youtubových cestovatelských kanálů, na nichž svá videa prezentují youtubeři. Dále jsou to sociální sítě, především *Instagram*, na kterém se s cestovatelskými obsahy, převážně ve vizuální podobě, setkáváme.

Úskalí nových médií a jejich následování je to, že ve velkém množství případů se jedná o vytvoření určitého obsahu, který je podmíněn finanční spoluprací s firmami, cestovními agenturami, případně hotely a dalšími organizacemi s tvůrcem. Důležité je také přihlídnout k tomu, že prostředky nových médií jsou také úzce navázány na člověka, který může být

veřejně známá osobnost z oblasti showbyznysu, politiky aj., tudíž se diametrálně liší přístup k vytvoření celého článku, nebo reportáže, jako je to u klasických médií.

4 Subsaharská Afrika

Subsaharská Afrika je území afrického kontinentu bez severní Afriky, která byla a je pokládána za součást arabského světa. Subsaharská Afrika je geograficky rozdělena do regionů. Geografické rozdělení se mění v závislosti na tom, kdo a také kdy toto rozdělení určuje. Z toho plyne, že v těch, kterých letech jednotlivé země patří do jednoho určitého regionu, jindy do regionu jiného.

Pro samotné obyvatelé subsaharské Afriky nemají změny v rozdělování do regionů zásadní význam, neboť jednotlivé země, i když patří do určitého regionu, většinou mezi sebou nemívají společnou historickou, politickou, ekonomickou, sociální, kulturní ani etnickou vazbu. Kromě toho Afričané ve své historii vždy měli, a i v současnosti stále mají, spíš vědomí pospolitosti kmenové než národní.

OSN člení subsaharskou Afriku na čtyři hlavní regiony:

- *východní Afriku*
- *střední Afriku*
- *jižní Afriku*
- *západní Afriku*

(UN Statistics)

Subsaharská je etnicky pestrý region, ve kterém se nachází přibližně 800 etnik a v němž se hovoří stovkami afrických jazyků a nářečí (Nzau, 2001, p. 46).

Podle údajů z roku 2018 subsaharskou Afriku obývá více než 1, 25 miliardy lidí (World population review). Rozloha celého regionu je kolem 10, 5 milionů čtverečních kilometrů (Fordham, 1965, p. 17).

Subsaharská Afrika je region s obrovskými zásobami nerostného bohatství, rychle se rozvíjejících ekonomik a nádherné přírody. Subsaharskou Afriku, která zahrnuje převážně tzv. rozvojové země, sužuje setrvalá politická a ekonomická nestabilita, občanské, guerillové, etnické a kmenové války, ozbrojené konflikty, terorismus, vysoká míra chudoby, korupce aj.

Téměř všechny země subsaharské Afriky mají bouřlivou koloniální historii, která se do

postkoloniálního období stále promítá.

4.1 Východní Afrika

Region východní Afriky zahrnuje 22 zemí³ (UN Statistics). Jedná se o region plný přírodních, kulturních, ale i politických protikladů. Nachází se zde ekonomicky vyspělé země se stabilní politickou situací, ale zároveň i ty nejchudší státy v Africe, potažmo na světě. Kromě původních obyvatel je ve východní Africe i velké zastoupení Asiatů, jednak v důsledku blízkosti asijského kontinentu, a jednak v důsledku koloniální historie: většina zemí východní Afriky byla britskými koloniemi, britskou kolonií byla i Indie, ze které Britové Indy vyváželi hlavně do Keni a Ugandy jako pracovní síly. Ve východní Africe měla své državy i Itálie (Somálsko) a Portugalsko (Mosambik). Východní Afrika je region plný přírodních krás. Keňa, Tanzánie a Mauricius jsou nejoblíbenějšími turistickými destinacemi.

4.2 Střední Afrika

Region střední Afriky zahrnuje 9 zemí⁴. (UN Statistics) Význam tohoto regionu je zásadní, neboť Angola a Demokratická republika Kongo leží na velkých zásobách diamantů a ropy, což vedlo k velkému zájmu evropských mocností o jejich kolonizaci. Ostatní země tohoto regionu rovněž oplývají bohatými zásobami nerostných surovin.

V průběhu staletí se v tomto regionu jako kolonizátoři vystřídali Belgičané (Belgické Kongo, Demokratická republika Kongo), pověstní krutým zacházením s domorodci, Francouzi (Gabon, Kamerun) a Portugalci (Angola).

Je to zároveň region, ve kterém po odchodu Evropanů nejčastěji docházelo a dochází k občanským válkám a krvavým střetům.

4.3 Jižní Afrika

Region jižní Afriky tvoří 5 zemí⁵. (UN Statistics) V období kolonialismu patřily tyto země pod britskou správu. Region má bohaté nerostné zásoby diamantů a zlata.

Nejvyspělejší zemí regionu je Jihoafrická republika, v níž mají bílé obyvatelstvo (Afrikánci) a Asiaté největší zastoupení ze všech zemí afrického kontinentu. Je to země

³ Burundi, Komorské ostrovy, Djibouti, Eritrea, Etiopie, Keňa, Madagaskar, Malawi, Mauricius, Mayotte, Mozambik, Réunion, Rwanda, Seychelly, Somálsko, Jižní Súdán, Uganda, Tanzánie, Zambie, Zimbabwe
Zároveň sem patří i Francouzská jižní a antarktická území a Britské indiooceánské území

⁴ Angola, Čad, Demokratická republika Kongo, Gabon, Kamerun, Republika Kongo, Rovníková Guinea, Středoafriická republika a ostrovní stát Svatý Tomáš a Princův ostrov

⁵ Botswana, Jihoafrická republika, Lesotho, Namibie, Svazijsko

s vysoce rozvinutou ekonomikou a v některých oblastech i s vysokou životní úrovní, například v oblasti Kapského Města. Jihoafrická republika má po Nigérii druhou největší africkou ekonomiku.

Afrikánci (dříve Búrové), potomci holandských, francouzských, německých a belgických protestantů, emigrovali do Jižní Afriky do oblasti kolem mysu Dobré naděje před více než 300 lety. (*Fordham, 1965, p. 20*)

4.4 Západní Afrika

Do regionu západní Afriky se řadí 17⁶ zemí. (*UN Statistics*) Největšího rozkvětu v historii tento region dosáhl ve středověku. Nejvýznamnějšími zeměmi regionu byly Ghana v období 9. až 11. století a Mali v období 14. století.

Západní Afrika byla prvním ze subsaharských regionů, ve kterém začalo docházet k pravidelnému kontaktu s civilizacemi ze Středomoří. Ve 14. století právě ze Středomoří začali zejména na pobřeží Guinejského zálivu pronikat Evropané, což mělo pro rozvoj regionu velký význam, neboť tím došlo k prolomení arabského obchodního monopolu.

Díky Evropanům pobřeží začalo vzkvétat, domorodci měli možnost vzdělávat se. Právě v zemích Guinejského zálivu začala vznikat první domorodá elita, ale na většinu domorodců měla přítomnost Evropanů spíše negativní dopad (*Fordham, 1965, p. 99*).

Země tohoto regionu kolonizovali Francouzi. S výjimkou Nigérie a Sierry Leone, které kolonizovali Britové. Nigérie je dnes nejvyspělejší africkou ekonomikou, což se ale bohužel do životní úrovně jejích obyvatel nepromítá.

I v tomto regionu se nacházejí obrovská nerostná bohatství, jakými jsou ropa v Nigérii a v Nigeru, a uran a zlato v Mali. V regionu se těží i fosfáty, mangan, bauxit a železná ruda.

4.5 Kolonizace Afriky

Prvními návštěvníky subsaharské Afriky, kteří překročili Saharu za účelem nákupu zlata, slonoviny a otroků byli Arabové v polovině 15. století, kdy pro Evropany byla středem zájmu Asie.

Evropané začali subsaharskou Afriku objevovat při cestách do Indie, jelikož nebyla jiná cesta než obeplutí celého afrického kontinentu. Cesty po pevnině totiž byly ohrožované nájezdy Otomanské říše. Jako první se svou karavelou vyjeli objevovat Afriku Portugalci (Klíma, 2012, p. 82). V 16. a 17. století do Afriky přijíždějí Holanďané (Klíma, 2012, p.

⁶ Benin, Burkina Faso, Gambie, Ghana, Guinea, Guinea-Bissau, Kapverdy, Libérie, Mali, Mauritánie, Niger, Nigérie, Pobřeží Slonoviny, Senegal, Sierra Leone, Svátá Helena, Ascension a Tristan da Cunha, Togo

107). Výnosným byznysem se od počátků stává vyvážení otroků na americké kontinenty, za které následně Evropané kupovali cukr, kávu a zlato.

Evropská kolonizace afrického kontinentu probíhala pozvolně, přibližně 300 let, ale po nástupu průmyslové revoluce v 19. století se postupně změnila v horečné úsilí evropských mocností zabrat na nerostné suroviny nesmírně bohatou Afriku pro sebe.

Primárními cíli evropských kolonizátorů bylo vedle exploatace afrického nerostného bohatství a dovozu afrických zemědělských produktů (kaučuku, cukrové třtiny, burských oříšků, kakaa, kávy, čaje, koření, bavlny, juty) do Evropy, i získání nových odbytišť pro evropské zboží.

Na přelomu let 1884 a 1885 proběhla v Berlíně konference o regulaci tehdejší evropské expanze do Afriky, na které si evropské mocnosti (Belgie, Francie, Itálie, Německo, Portugalsko, Španělsko a Velká Británie) území Afriky rozdělily na svá teritoria a sféry vlivu. (*Klíma, 2012, p. 167*). Samostatnost si zachovaly pouze Habeš (Etiopie) a Libérie.

Rozdělení území afrického kontinentu na mapě proběhlo bez problémů, ale provádění tohoto rozdělení bylo problematické a komplikované. Rozdělením vznikly umělé hranice, které zapříčinily nepřírozené rozdělení místních kmenů a skupin obyvatelstva. Soukromé evropské společnosti sledovaly především vlastní zisk a brutálním drancováním, nucenými pracemi a bezohledným vykořisťováním uvrhly místní obyvatelé do obrovské chudoby a do soustavných krutých represí.

Kolonizace Afriky ale měla i misijní a charitativní charakter, což obecně přispívalo k pozitivnímu vnímání kolonizace evropskou veřejností.

V 1. světové válce, jíž se pod vlajkami evropských zemí účastnili i Afričané, bylo Německo poraženo a většinu německých kolonií zabraly Belgie, Francie a částečně i nezávislá JAR (*Lacina, 1987, p. 88*). Po 2. světové válce, které se rovněž účastnily tisíce Afričanů, přišly o své africké kolonie Itálie a znovu Německo.

Dekolonizace probíhala od roku 1945 do 70. let 20. století. Symbolickým počátkem dekolonizace bylo dosažení nezávislosti Indie v roce 1947. V roce 1960 začaly získávat nezávislost další britské a francouzské kolonie. Jako poslední, až v polovině 70. let, opustilo své kolonie Portugalsko. (*Lacina, 1987, p. 316*). Dekolonizace probíhala v kontextu Studené války, která začala v roce 1947. Některé dekolonizované africké země se ocitly uprostřed mocenského boje mezi USA a SSSR. Obě velmoci dlouhodobě zasahovaly do politiky například Angoly nebo Konga i akty vojenského charakteru. To mělo na další vývoj afrických zemí dlouhodobý negativní vliv.

V roce 1963 byla v Addis Abebě založena Organizace africké jednoty, jako mezivládní organizace sdružující nezávislé africké země. Při svém založení zpětně vyhlásila rok 1960 za Rok Afriky, neboť v tomto roce získalo nezávislost 18 afrických kolonií. Organizace zanikla v roce 2002 a byla nahrazena Africkou unií (*Lacina, 1987, p. 316*).

4.6 Afrika v současnosti

Přestože dnes jsou africké země již dlouho nezávislé jejich závislost na evropských, ale i amerických nebo i nově asijských trzích trvá. V důsledku koloniální éry jsou hlavními jazyky, kterými se dnes v Africe hovoří, angličtina, francouzština a portugalština.

Další návaznost je především ekonomická. Podíváme-li se na ekonomiky jednotlivých států zjistíme, že v návaznosti na to, jaké kolonii patřily, se na jejich trhu objevují firmy, společnosti, organizace, ale i média, která měla co dočinění s tímto státem v koloniální éře. V bývalých francouzských koloniích proto létají francouzské aerolinky, v bývalých britských koloniích se můžeme setkat s výběrem britských produktů a výskytu britských firem a například v bývalých portugalských koloniích můžeme odebírat portugalskou televizi. Novým dominantním hráčem na africkém trhu je Čínská lidová republika.

4.7 Postkolonialismus v Africe

Dekolonizace africkým zemím mír ani prosperitu nepřinesla. Po odchodu kolonizátorů začal v mnoha afrických zemích boj o moc v krvavých guerillových, občanských a etnických válkách. Následkem toho v těchto zemích nastala politická destabilizace a nulový ekonomický růst.

Tyto faktory měly vliv a zásadní dopad na postkoloniální rozvoj afrických regionů a mají vliv i na současné dění.

4.7.1 Politická nestabilita

Po odchodu Evropských kolonizátorů v řadě afrických zemí začaly boje o moc mezi místními skupinami, které se formovaly do jednotlivých hnutí.

Například Portugalci před svým odchodem z Angoly v roce 1975 ustavili v zemi prozatímní levicovou vládu MPLA (Lidového hnutí za osvobození Angoly). Dvě další hnutí UNITA (Národní svaz za úplnou nezávislost Angoly) a FNLA (Národní fronta pro osvobození Angoly) ale vládu MPLA nerespektovala, neboť měla vlastní představy o vývoji země, a rozpoutala občanskou válku. Situace byla nesmírně komplikovaná tím, že vládoucí

MPLA podporoval SSSR a hnutí UNITA podporovaly USA. Válka skončila až po dlouhých 27 letech.

K podobnému vývoji po odchodu Evropanů ze země došlo i v Demokratické republice Kongo, v Mosambiku, v Republice Kongo, ve Rwandě, v Ugandě.

4.7.2 Ekonomický (ne)růst

Subsaharská Afrika leží na 30procentech celosvětových zásob nerostných surovin. Jen několik afrických zemí ale pravidelně figuruje v žebříčcích nejrychleji se rozvíjejících světových ekonomik. Pět afrických států (Alžírsko, Angola, Gabon, Nigérie, Rovnicková Guinea) je členy OPEC (mezivládní organizace sdružující země vyvážejících ropu (*Al Jazeera, 2018*)).

Přesto značná část obyvatel subsaharské Afriky žije v chudobě bez možnosti získat vzdělání, bez kvalitní lékařské péče, bez vyhlídek na lepší život. Ekonomická prosperita afrických zemí svým obyvatelům zvýšení životní úrovně nepřináší.

Hlavními problémy zemí jsou malá efektivita státní správy, problémy s občanskými a osobními svobodami, nezaměstnanost, dluhy, AIDS a především, podle Transparency International, vysoká míra všudypřítomné korupce. Relativním úspěchem je snižování dětské úmrtnosti.

4.7.3 Africké etnické skupiny

Mapa Afriky ukazuje, že hranice mezi jednotlivými zeměmi tvoří rovné přímé čáry. Jsou to hranice uměle vytvořené v době rozdělování afrického území mezi koloniální státy. Bez ohledu na to, jak byly kmeny a etnické skupiny celá staletí přirozeně uspořádány. Některé evropské mocnosti začaly z Afriky ve velkém vyvážet do svých amerických kolonií Afričany na otrockou práci. Zároveň usilovaly podrobit si domorodé obyvatelstvo po všech stránkách, a to i těmi nejkrutějšími způsoby, kdy neochotu domorodců ke spolupráci trestaly vyvražďováním a vypalováním celých vesnic.

Po odchodu kolonizátorů začaly spory, boje a vraždění mezi kmeny a etnickými skupinami. Důvodem byl nejen boj o moc. Proti kmenům a etnickým skupinám, které předtím s koloniálními vládami spolupracovaly a byly jimi protežovány, se po odchodu Evropanů a po získání nezávislosti obrátilo ostatní obyvatelstvo.

Nejhrůznějším příkladem je genocida ve Rwandě v roce 1994. Němečtí a po nich Belgičtí

kolonizátoři při správě země jednostranně zvýhodňovali bohatší Tutsie před chudými většinovými Hutuy. Protože členy obou etnik bylo obtížné mezi sebou rozlišovat, Belgičané pro ně zavedli identifikační karty s vyznačením etnické příslušnosti. Tutsiové měli mnoho výhod, dostávali lepší práci, evropské vzdělání, mohli se podílet na správě země.

Po získání nezávislosti se k moci dostali Hutuové. Po násilné smrti hutuského prezidenta, ze které Hutuové obvinili Tutsie, začalo vyvražďování, které v počtu obětí za časový úsek, ve kterém byly vyvražděny, pětinasobně předčilo holokaust. Za necelé 4 měsíce byl radikálními Hutuy zavražděn téměř 1 milion Tutsiů a umírněných Hutuů. (*Klíma, 2012, p. 452*)

4.8 Subsaharská Afrika a stereotypy

Subsaharská Afrika je svět, kde se mísí okázalost a bohatství s tou nejdrsnější formou chudoby. Navzdory tomu, je to stále region, kde žijí obyčejní lidé se svými všedními problémy a radostmi jako kdekoliv jinde na světě. V některých afrických zemích existuje střední třída, žijící téměř stejně jako střední třída v západních společnostech, kde vznikají malé a střední podniky, lidé se chodí bavit, rozvíjejí se služby, stavějí se byty. To je jen několik případů, které ilustrují, že subsaharská Afrika je reálný kontinent, ne skanzen pro Evropany, jak více či méně bývá prezentováno v médiích.

Vnímání zemí subsaharské Afriky je stále spjato s množstvím stereotypů, které lidem, vnímajícím Afriku pouze prostřednictvím médií, neumožňují nahlédnout do reálného života jednotlivých sociálních skupin afrického obyvatelstva. Především v posledních desetiletích na africkém kontinentu dochází k významným změnám, které ovšem média nerepresentují, neboť atraktivnější je prezentovat Afriku jako zaostalý chudý region, který stojí za to navštívit pouze pro safari.

Kritice prezentování stereotypů o Africe se věnoval například martinický filosof a psychiatr Frantz Fanon ve svém stěžejním díle *Černá kůže, bílé masky z roku 1952*, v němž se věnoval neblahému psychologickému a sociálnímu dědictví, které kolonialismus zanechal mezi nebílými komunitami ve svých bývalých koloniích. Fanon tvrdil, že evropské kultury vždy černošskou populaci spojovaly s nečistotou a s podřadným postavením. Jediné řešení viděl v úsilí stát se bílým. Což i jeho citát v jeho knize „*Černá kůže, Bílé masky*“: „*Pro černochoa existuje jediný osud. A ten je bílý.*“ Toho ale docílit nelze, protože černocho se nikdy bílým stát nemůže (Filozofie, 2011, p. 301)

Důležitou Fanonovou myšlenkou, která vystihuje, jak bílá Evropa nahlíží na Afriku,

je i jeho úvaha o tom, co znamená být černý. Tuto představu Fanon označuje jako výtvar fundamentálně rasistického evropského myšlení než reálnou představu. (Buckingham, 2013, p. 301).

V dnešní době jsou ale největším nositeli stereotypů, a tím i tvůrci vytváření kontroverzních pohledů na Afriku média, a to již od 70. let 20. století. Souviselo to především s rozvojem společnosti v 60. letech 20. století, kdy média začala pojednávat o tématech, jako jsou pohlaví, etnicita, ale také i téma pohledů na třetí svět a dění v něm v postkoloniálním období (Mahadeo, McKinney, 2007, p. 14). Informace o Africe poskytovalo především zpravodajství spojené s obrázky ukazujícími chudobu, beznaděj a utrpení.

Ve své práci Mahadeo a McKinney uvádějí tato africká témata, která média dokola prezentují jako dominantní:

- *politika a korupce,*
- *chudoba,*
- *násilné konflikty.*

4.8.1 Politika a korupce

Média stereotypně poukazují na to, že země afrického kontinentu ovládají diktátorské režimy, že demokracie a správa věcí veřejných jsou deformované korupcí, že je v nich nízká životní úroveň a vysoká míra nezaměstnanosti, a že jsou v nich porušována lidská práva. Málo se však zabývají skutečností, že na existenci afrických diktatur a na obrovské míře korupce mají podíl právě koloniální státy nejen svým minulým působením v těchto zemích, ale i postkoloniálním politickým i ekonomickým vlivem, který si v nich stále udržují. Velkým problémem je, že peníze zkorumpovaných afrických elit většinou končí v bankách západních zemí. Velký podíl na tomto stavu má i Studená válka. (16)

4.8.2 Chudoba

Média v historii vždy Afriku zobrazovala jako po všech stránkách zaostalý kontinent. Krajiní chudoba, zubožené plačící nebo umírající děti, primitivní chýše, spalující slunce, vyprahlá půda, negramotní domorodci, nemocní AIDP. To je stereotypní pohled na Afriku, který nám i dnes média nejčastěji nabízejí. Opomíjejí fakt, že situace se v mnohých afrických zemích rychle mění. (16).

4.8.3 Násilné konflikty

V letech 1945 až 2000 proběhlo v Africe přes 50 vnitřních válek, které ročně polykaly více než 35 % HDP každé zúčastněné země. Média se ale nikdy příliš nesnažila veřejnosti vysvětlovat, proč války vznikly, za jakých okolností a co jim předcházelo, ani nevycházela ze skutečnosti, že počátek vnitřních konfliktů na africkém kontinentu je třeba hledat v éře koloniální správy. (19) Média preferují zveřejňování především senzačních a drastických informací.

Tisíce afrických vojáků v 1. i ve 2. světové válce padly za osvobození Evropy, už jenom proto má být snahou a je morální povinností médií prezentovat veřejnosti co nejvíce dostupných seriózních informací.

Mahadeo a McKinney dále poukazují na fakt, že informace o africkém průmyslu a o zemědělství nebo o různých rozvojových programech se v médiích neobjevují vůbec nebo jen sporadicky. V pozitivním světle média naopak prezentují informace o přírodě nebo o životě a práci domorodých obyvatel. V rolích odborníků a znalců ale téměř vždy vystupují Evropané. Afričané většinou mají roli pouhých pomocných sil. (18)

Je vzácnost ve zprávách nebo v reportážích vidět Afričana nebo Afričanku u počítače. Prezentace africké rolnické společnosti, která vždy inklinovala ke kolektivistickému charakteru práce, je nulová.

Britská autorka zaměřující se na globalizaci Kate Manzo (2006) na příkladu jednoho britského média, které uveřejnilo fotografie hladovějících afrických dětí bez popisku ukazuje, že média mají moc vyvolávat v lidech emoce, což není primárně špatně, ale špatným zpracováním podporují stereotypy, aniž by se snažila pravdivě zachytit podstatu věci (9). Britský profesor komunikace Greg Philo zjistil, že většina televizních diváků příčiny prezentovaných událostí ze třetího světa neznají a neorientují se v nich.

Televizní zpravodajství o událostech na africkém kontinentu je zaměřené především na dramatickost, násilí a tragédie, což je sice tendencí téměř každého zpravodajství, ale zde bez snahy podrobněji popsat souvislosti, protože i bez toho je záruka, že tato témata přilákají pozornost. (Philo, 2002)

Autoři Landau a Kaspin (2002) soudí, že znalost Afriky byla až do konce 18. století téměř nulová. Geografové, kteří se do té doby africkému kontinentu věnovali, vycházeli z nejrůznějších nepřímých zdrojů, z informací a z povídalek posbíraných v průběhu několika set let. Afrika byla vnímána jako „temný světadíl“ s vražedným podnebím, obývaný

nebezpečnými primitivními divochy, nebezpečnými zvířaty i rostlinstvem. Obraz Afriky vznikl na základě často zkreslujících a předpojatých informací a předsudků evropské civilizace. Image Afriky ale byla v mnoha případech jiná (2).

K poznávání afrického kontinentu přispěli především křesťanští misionáři, kteří v písemných dokumentech podávali světu informace o životě v Africe, stejně jako dobrodruhové, kteří se do Afriky vydávali za poznáním a výzkumy. Knihy o putování po Africe, které napsali cestovatelé David Livingstone, sir Henry Morton Stanley nebo Frederick Courteney Selous, byly velmi populární a předkládaly čtenářům obraz Afriky a Afričanů té doby (4).

Afrika ale přestala být kontinentem jen málo dotčeným civilizačními vlivy. Stala se kontinentem obchodu s otroky, krutého vykořisťování původních obyvatel, bezohledné exploatace především zlata a diamantů, masivního vybíjení divokých zvířat až k úplnému vyhubení některých původních druhů.

Povědomí a znalosti o africkém kontinentu se nerozšiřovaly pouze písemnou formou, ale i prostřednictvím fotografií, pohlednic, kreseb, produktových obalů a dovážených upomínkových a užitkových předmětů.

5 Analytická část

Obsahová analýza je tradiční postup analýzy dokumentů, který vychází z neopozitivistické tradice zkoumání, jejímž duchovním otcem je americký behaviorální vědec Bernald Berson. Obsahovou analýzu definoval jako techniku spočívající v systematickém a kvantitativním popisu projevu obsahů komunikace. Byl průkopníkem behaviorálního přístupu k výzkumu a v polovině 20. století výrazně ovlivnil výzkum masového a veřejného mínění. Tak ji v 50. letech 20. století definoval. Berelson je považován za otce obsahové analýzy, i když to není přesné, jelikož kořeny této výzkumné formy jsou patrné již v 19. století (Sedláková, 2014, p. 292).

Rozšíření této metody výzkumu nahrávalo masové rozšíření tisku v 19. století. To mimo jiné vedlo k tomu, že se začal zvyšovat zájem o to, jaký vliv média dokáží mít na rovině výčtu pokrývaných témat, ale například i na velikosti plochy, jaká byla tématům poskytována. Poté se přidalo srovnávání jednotlivých listů, nebo analýza jednoho titulu v dlouhém časovém horizontu (Sedláková, 2014, p. 293).

Historicky je obsahová analýza spojená s teorií masové komunikace, která se rozvíjí na pomezí sociologie a teorie komunikace v první polovině 20. století. I proto má silné sociologické kořeny. Ve 30. letech 20. století byla obsahová analýza uznána jako právoplatná výzkumná metoda.

Milníkem pro obsahovou analýzu je meziválečné období a druhá světová válka. Je to období, kdy dochází k propracování její základní metodiky. Současně se obsahová analýza začíná využívat při výzkumu tehdejších nových médií, rozhlasu a filmu. Především v oblasti analýzy dvou sfér – politické propagandy a komerční reklamy. U obou případů se předpokládalo, že prostřednictvím těchto nových médií dochází k vytváření sdělení, která mají určitý cíl.

Ve druhé polovině 20. století se obsahová analýza rozšiřuje i do dalších vědních disciplín – historie, psychologie, lingvistiky aj. (Sedláková, 2012, p. 294)

5.1 Výzkumná metoda

Obsahová analýza je výzkumná technika pro systematický a kvantitativní popis projevu obsahů komunikace a objektivní popis jejího zjevného obsahu (Berelson, 1952, p. 1447).

Autorka Jane Kronick definuje obsahovou analýzu jako měřicí nástroj, který umožňuje převod verbální komunikace do měřitelných proměnných. Důležitou vlastností

obsahové analýzy je její objektivita a systematičnost (Seth, Lewis, Zamith, Hermida, 2013, p. 36). Autor Klaus Krippendorff uvádí, že cílem obsahové analýzy je shromáždit texty a zanalyzovat témata přítomná v textu.

Při obsahové analýze se postupuje v pěti krocích. První krok vymezí (vybere) soubor dat a stanoví, jaký typ médií a v jaké časové rovině se bude analyzovat. Druhý krok definuje přípravu analýzy pro realizaci. Tedy jaké proměnné nebo znaky se budou analyzovat. Při třetím kroku proběhne tzv. ověřování, kódování. Čtvrtým krokem je získání dat, pátým je konečné vyhodnocení a shrnutí. (Dvořáková, 2010, p. 98)

Obsahová analýza se člení na kvantitativní a kvalitativní. Obě analýzy se v některých elementech liší. Autor Oleinik argumentuje, že kvantitativní analýza prováděná prostřednictvím číselného vyjádření a vytváření číselných dat, mění humanitní výzkum ve výzkum přírodní. Kvalitativní analýzu kritizuje pro vysokou míru subjektivity a obtížnosti provádění kontroly vlivu, který má při vyhodnocování výsledků výzkumník (Oleinik, 2010, p. 860)

Kvantitativní metoda je charakterizovaná vysokou mírou standardizace, měření proměnných i zkoumání frekvence výskytu. Kvalitativní metoda je pak charakterizovaná naopak lepší schopností nahlédnout více pod pokličku problému (Trampota, Vojtěchovská, 2010, p. 19).

Výzkumnou metodou této diplomové práce je především kvalitativní obsahová analýza, využívá ale i prvky sémiotické analýzy, metody zkoumající obsah mediálních sdělení. Začala se uplatňovat v 70. a 80. letech 20. století. Jejím cílem je především odkrývání významů medializovaných sdělení kódovaných do znaků (Trampota, Vojtěchovská, 2010, p. 118). Sémiotikou se zabývali především francouzský filozof Roland Barthes, švýcarský jazykovědec Ferdinand de Saussure a americký filozof Charles Pierce.

První část výzkumu, zaměřená na analýzu tématu, vychází z výzkumu tematické agendy médií, se kterou přišli na přelomu 60. a 70. let američtí výzkumníci Maxwell McCombs a Donald Shaw, kteří zkoumali dlouhodobé účinky médií a přišli s pojmem agenda-setting (101). Ta využívá kvantitativní metodu, a soustřeďuje se na zastoupení jednotlivých témat, která reportáže pojednávají.

Druhá část vychází z obrazové analýzy, z rozboru obsahu vizuálních sdělení (156). Konkrétně je zaměřená na analýzu obrazů za použití symbolických kódů týkajících se barevnosti, zvuků a prostředí, v němž se scény odehrávají (160). Východiskem analýzy je i funkční vizuální gramatika, která sleduje sociální skupiny v obrazové prezentaci, to, v jakém postavení se nacházejí, a v jakém vztahu jsou k jiným skupinám. Dalším východiskem byla

i analýza reprezentačních procesů zaměřená na to, v jakém procesu jsou účastníci zachyceni a jaké jsou jejich jednotlivé role (161).

Třetí část výzkumu vychází z narativní analýzy, jež se zabývá tím, jakým způsobem média prezentují a vyprávějí příběhy. Americký profesor lingvistiky Chris Barker definuje naratologii jako teorii zaměřenou na formy, vzorce a struktury, jimiž média příběhy konstruují a vyprávějí. Moderní naratologií se zabýval ruský jazykovědec a spisovatel Vladimir Propp ve své práci *Morfologie pohádek*. Mediální vyprávění zkoumal například americký profesor a filmový kritik autor Edward Branigan (144).

Tato třetí část se rovněž věnuje analýze jazyka prostřednictvím klíčových slov. Jedním z cílů této práce bylo proniknout hlouběji do problematiky stereotypů a do porozumění mechanismu, s jakým tvůrci jednotlivých pořadů pracují. Tato práce vedle kvalitativní analýzy využívá i údaje analýzy kvantitativní.

5.2 Formulace výzkumných otázek a hypotéz

Hlavní výzkumná otázka této práce má za cíl zjistit, zda je možné vybrané pořady definovat jako stereotypní.

S touto hlavní otázkou souvisejí tyto další podotázky:

Jsou tyto pořady stereotypní po tematické stránce?

Jsou tyto pořady stereotypní po obrazové stránce?

Jsou tyto pořady stereotypní po jazykové stránce?

Dochází při vytváření pořadů k využívání rámcování?

Při stanovení těchto výzkumných otázek jsem vycházela z předpokladu, že cestovatelské pořady se zaměřují na stále stejná témata. To vede k tendenci pořizovat a používat stále stejné nebo podobné záběry, případně jazykové formulace. Cílem výzkumu je tento předpoklad potvrdit nebo vyvrátit.

5.3 Výběr vzorku

Repertoár českých pořadů, zaměřujících se pouze na cestování, je nespočetný. Nově jsou velmi populární cestovatelské pořady navázané na konkrétního slavného člověka (celebritu), případně na odborníka z určitého oboru (kuchař, architekt atd.), který tak cestuje po světě v rámci své odbornosti.

Cílem této práce ale bylo vybrat vzorek, který by představoval původní myšlenku cestovatelských pořadů, tedy představit danou zemi, aniž by bylo důležité, kdo celý pořad

uvádí, případně bez úzce specializovaného tématu. Proto jsem se rozhodla zvolit tři formátově rozdílné pořady, které ale spojuje fakt, že jsou zaměřené na cestování obecně. Jedná se o pořady: Objektiv, Cestománie a Koření.

Vybrané vzorky pořadů mají představovat jejich původní myšlenku, tedy seznamovat diváky a posluchače s danou zemí bez vazby na konkrétní osobnost pořad uvádějící, a též bez vazby na úzce specializované téma.

Výběr vzorků je orientován na pořady, mající na české televizní cestovatelské scéně tradici, vysílají se delší dobu, přičemž jejich formát se od počátku až do současnosti nezměnil. Dále na ty, které vyrábějí a vysílají nejsledovanější televizní kanály – veřejnoprávní Česká televize a komerční soukromá televize Nova, a na ty, které jsou zaměřeny na cestování obecně a těší se velké sledovanosti. Které jsou téměř prosty agenturních příspěvků, reportáže jsou originálními autorskými pracemi. Třetí nejsledovanější televizní kanál, komerční soukromá Prima, vysloveně cestovatelský pořad ve svém vysílání nenabízí.

Tři zvolené pořady, Objektiv, Cestománie a Koření jsou sice formátově rozdílné, ale spojují je výše uvedená kritéria.

5.3.1 Objektiv

Objektiv je nejdéle vysílaný cestovatelský pořad z produkce tehdejší Československé, dnes České televize. Vysílá již od ledna 1987. S nápadem na výrobu cestovatelského pořadu přišel tehdejší generální ředitel ČT Jan Zelenka, který Objektivu dal i jméno.

Objektiv se zařadil mezi nejsledovanější pořady a od svého počátku si dokázal zachovat odstup od politiky. Redaktoři natáčeli reportáže především ze států socialistického bloku, méně již ze západních zemí a jen minimálně ze zemí tzv. třetího světa.

Reportáže pro Objektiv vznikaly jako vedlejší produkty práce zahraničních zpravodajů v rámci jejich dlouhodobých zahraničních zpravodajských postů, ale i při jednotlivých krátkodobých zahraničních výjezdech redaktorů zahraniční redakce.

Po změně režimu a po restrukturalizaci České televize došlo na změny i v Objektivu. Posty zahraničních zpravodajů byly zredukovány a reportáže začali natáčet i cestovatelé – přispěvatelé. Tento formát výroby cestovatelských reportáží praktikuje Objektiv dodnes.

Za více než 32 let existence tohoto pořadu se v něm prostrídaly desítky redaktorů, okruh externích spolupracovníků se průběžně rozšiřuje a obrazová podoba pořadu se neustále modernizuje a vyvíjí. Zajímavostí je, že Objektiv, jako vůbec první český televizní

pořad, začal ve svém designu pravidelně využívat virtuální studio a 3D technologie.

Česká televize Objektiv vysílá vždy v neděli dopoledne. Ve třicetiminutové stopáži jsou odvysílány většinou tři reportáže z různých kontinentů a koutů světa. Zpočátku měly jednotlivé reportáže vysloveně obecný charakter, postupně se ale začaly podrobněji zaměřovat na jednotlivá témata – na přírodu, životní styl, architekturu, kulturu, svátky, historii a mnoho dalších (ceskatelevize.cz).

5.3.2 Cestománie

Jedná se o dokumentární cestovatelský pořad rovněž z produkce České televize, s jejíž koncepcí přišel slovenský režisér Fero Fenič. Je to jeden z nejrozsáhlejších a nejsledovanějších cestovatelských cyklů v historii České televize. První díl byl odvysílán v roce 1999. Po půl roce, po prvních 25 dílech, Česká televize vysílání Cestománie ukončila a nahradila ji divácky neúspěšným pořadem Světozor. Na obrazovky se Cestománie vrátila v lednu roku 2000, poslední díl byl odvysílán v říjnu 2004.

Cyklus Cestománie zahrnuje celkem 182 dílů natáčených na všech šesti kontinentech světa. Formát pořadu je 26 až 27 minut. Každá epizoda je zaměřená na určitou zemi. Některým zemím, zejména evropským, je věnováno více epizod, jejichž reportáže mapují tu, kterou konkrétní oblast dané země. Pokud se týká jednotlivých zemí jižní Ameriky nebo Afriky, většinou se jedná o epizody pojednávající zemi jako celek.

Výrazným prvkem pořadu je komentář, kterého se jako moderátoři ujali dva čeští herci Miroslav Vladyka a Bára Štěpánová. Jednotlivými epizodami diváky provázejí, aniž by byli skutečně v zemi přítomnými průvodci. Kromě provázení též všechna dění komentují, glosují je, vtipkují a vkládají do textu své subjektivní názory. Oba moderátoři se zřejmě záměrně, aby pořad byl divácky atraktivnější, snaží o emocionálně zabarvený komentář a používají neobvyklou slovní zásobu.

V některých reportážích ale poznáváme přímo samotné autory záběrů, jak různá místa objevují a komentují, případně je sledujeme při jejich cestě nebo při prožívání jejich zážitků z daného místa.

Cestománie zahrnuje 24 epizod z afrického kontinentu. Většina z nich jsou reportáže ze zemí subsaharské Afriky. Koncepce těchto reportáží bývá stejná. Začíná přiletem do hlavního města, pokračuje prohlídkou jeho moderní zástavby, sledováním pouličního ruchu, dětských her, dění na tržištích, v obchodech. Nechybí návštěva safari s ukázkami exotické zvěře a flory a též náhled do způsobu života obyvatel vesnic. Prostor na poznání země je časově

limitován, proto Cestománie představuje jen to hlavní a pro zemi nejtypičtější, a to pouze v co nejstručnější podobě.

Přestože jednotlivé epizody Cestománie vznikly před více než patnácti lety a pozbyly tak v některých aspektech na aktuálnosti, do této diplomové práce patří, neboť je Česká televize dodnes pravidelně reprízuje.

5.3.3 Koření

Publicistický pořad televize Nova Koření je zaměřený na nejrůznější zajímavosti ze všech koutů světa. To napovídá i podtitul pořadu *všechny vůně světa*. Koření se vysílá od roku 2005. Jedna epizoda vždy uvede vedle přibližně 10 reportáží z různých koutů světa i pravidelnou rubriku s novinkami ze showbyznysu. Občasně se v Koření objeví reportáže například o vesmíru nebo o technologických inovacích. Páteří pořadu jsou ale reportáže o cestování. Na rozdíl od Objektivu nebo Cestománie si autoři pro své reportáže vybírají různá cestovatelská témata. Stopáž jednotlivých reportáží je v rozmezí 4 až 6 minut. Natáčení reportáží zajišťují externisté nebo redaktoři Novy při výjezdech do zahraničí.

Koření jako jediný ze zkoumaných tří pořadů přebírá i zahraniční reportáže, například z americké tiskové agentury APTN. Uvádí ale i reportáže z české produkce týkající se Afriky, tedy relevantní pro tento výzkum. Televize Nova nepravidelně vysílá též Speciál Koření, jehož celý díl vždy věnuje jedné dané zemi nebo regionu.

5.4 Relevantní materiál

Pro provedení výzkumu bylo klíčové shlédnout epizody daných cestovatelských pořadů, což bylo možné prostřednictvím online archivu jednotlivých televizních stanic.

5.4.1 Objektiv

Epizody Objektivu jsou zdarma dostupné na webu v archivu České televize. Momentálně je dohledatelných 996 dílů tohoto pořadu. Z toho 152 epizod týkajících se Afriky. Po vyřídění těch nerelevantních (cyklus reportáží *Trabantem napříč Afrikou* z roku 2009, neboť primárně sledoval příběhy Čechů cestujících Afrikou, ale kontinent jako takový jen okrajově, náhodně a spíše chaoticky, a z téhož důvodu epizody z cest českého mladíka po některých zemích Afriky z roku 2018). Po redukování dílů pro výzkum nevhodných zůstalo

94 epizod Objektivu pro výzkum relevantních. Tyto díly byly natočené v rozmezí let 2005 až 2019.

5.4.2 Cestománie

Podobně jako epizody Objektivu i epizody Cestománie jsou zdarma dostupné na webu v archivu České televize. V databázi je 182 dílů. Po redukování dílů nevhodných pro tento výzkum zůstalo 17 epizod pro výzkum relevantních. Tyto díly byly natočené v rozmezí let 2002 až 2004. V roce 2004 byla výroba tohoto pořadu ukončena. Česká televize ale epizody Cestománie pravidelně reprízuje, proto tehdejší pohled na prezentované země lze považovat za méně či více stále aktuální.

5.4.3 Koření

Databáze epizod Koření je dostupná přes zpoplatněnou službu Voyo televize Nova. Kromě Koření jsou zde archivovány nejen pořady, které televize Nova vyrobila, ale i některé filmy nebo seriály, které televize Nova vysílala. Epizody Koření jsou ve Voyo dohledatelné od roku 2016. Není ale možné epizody ani jednotlivé reportáže filtrovat, je potřeba shlédnout je všechny a manuálně je vyselektovat. Pro tento výzkum bylo relevantních 44 epizod, natočených v rozmezí let 2016 až 2019. Zahrnut je i jeden díl Speciál Koření, věnovaný Ugandě.

6 Výzkum

6.1 Výzkum témat

Další částí výzkumu byla analýza témat. Tedy jakým tématům se reportáže věnují, do jaké míry se opakují a jak s nimi autoři reportáží pracují. Za tímto účelem jsou rozčleněny na reportáže:

- *obecného charakteru,*
- *o životě společnosti,*
- *o fauně a flóře,*
- *o zvláštностech.*

Reportáže obecného charakteru představují danou zemi obecně. Reportáže o životě společnosti zachycují život místních obyvatel, včetně tradic, běžného životního stylu, každodenní obživy, vzdělávání, práce apod. Reportáže o fauně a flóře zahrnují témata

týkající se nejen zobrazování zvířeny, rostlinstva a safari, ale i zemědělských prací a ochrany přírody. Zvláštnosti pak nabízejí a zobrazují pohled na bizarní, zvláštní, neobvyklá témata.

Jednotlivé typy reportáží jsou analyzovány s ohledem na to, jak často se v dané skupině opakují, zda jsou si podobné, zda u nich v závislosti na tom, v jakém roce je autoři natočili, dochází k nějakému vývoji ve způsobu jejich natáčení a zpracovávání.

6.2 Výzkum obrazový

První část obrazového výzkumu se zaměřuje na to, jak se na Afriku prostřednictvím cestovatelských pořadů nahlíží.

Obrazová stránka hraje vždy důležitou roli, tím spíš u žánru, jakým je představování Afriky prostřednictvím cestovatelského pořadu. Východiskem analýzy byl předpoklad, že v práci kameramana se budou objevovat z rámcování plynoucí stereotypy, které jsou s Afrikou spojené. Jednotlivé tematické okruhy obrazového výzkumu jsou rozdělené na:

- chudobu,
- faunu a flóru,
- život místních obyvatel a
- tradice.

6.2.1 Chudoba

Do této kategorie jsou zařazené všechny zjištěné podoby, které chudobu zobrazují. V kontextu Afriky se jedná především o zobrazování chudoby v rodinách a v jejich domácnostech, zobrazování lidské bídy veřejně viditelné, pohledy na žebrající nebo plačící špinavé a otrhané děti, na vyhublé umírající kojence s nafouklými bříškami obletované hmyzem, na zanedbané části měst a na vesnickou chudobu.

6.2.2 Fauna a flóra

Tato kategorie zaznamenává záběry zachycující bohatost a rozmanitost místní divoké zvířeny a rostlinstva a snahu nahlédnout alespoň částečně do jejich života, vždy spojenou s hledáním a prezentováním nalezených živočišných a rostlinných endemitů.

6.2.3 Tradice

Tato kategorie zahrnuje náhledy na způsoby myšlení, zkušenosti, návyky a dovednosti komunit a jejich jednotlivých členů, předávané z generace na generaci. V afrických komunitách se tradice předávají převážně v nepsaných formách, ale přesto jsou velmi pevné

a důsledně dodržované. Ať jde o rozdělení rolí mužů a žen, které v určitých sociálních skupinách bývají naprosto odlišné, tak o komunikaci nářečímí, o výchovu dětí, o způsoby bydlení, oblékání, vaření, o praktikování rituálů v jednotlivých, především vesnických komunitách.

6.2.4 Život místních obyvatel

Tato kategorie zahrnuje záběry, které ukazují, kde a jak lidé bydlí, vzdělávají se, pracují, tráví svůj volný čas aj. Výše uvedené tematické okruhy v jednotlivých epizodách byly předmětem zkoumání, jak se s nimi autoři reportáží v návaznosti na stereotypy vypořádali.

6.3 Výzkum jazykový

Třetí část výzkumu je analýza klíčových slov, zaměřená na několik slov, u kterých je předpoklad, že se budou v epizodách vyskytovat s vysokou frekvencí.

Vybrané pojmy:

chudoba, tradiční, korupce, moderní, krásná příroda

6.3.1 Chudoba

Kromě samotného pojmu chudoba jsem registrovala i jiné pojmy a jazykové obraty, které fakt chudoby označují.

6.3.2 Tradiční

Pojem tradiční jsem se snažila v reportážích identifikovat a analyzovat, byl-li použit v kontextu označující něco, co má v Africe velkou tradici. Šlo mi především o to zjistit, zda je tento pojem nadužíván, případně užívá-li se v kontextu, který se používá i pro označování činností a věcí, které jsou charakteristické pro jiné oblasti než v Africe.

6.3.3 Korupce

Pojem *korupce* média často spojují s africkými tématy. Zjišťovala jsem, v jaké míře se tento pojem vyskytuje v textech reportáží uváděných v jednotlivých epizodách zkoumaných pořadů. Brány v potaz byly i další tvary slova *korupce*, jako je *korupční* nebo *zkorumpovaný*.

6.3.4 Moderní

U pojmu *moderní* byl předpoklad, že se v textech reportáží o afrických subsaharských zemích nebude vyskytovat vůbec nebo jen sporadicky, v žádném případě ve vysoké míře. Pokud se ale v textech reportáží vyskytne, bude zajímavé zjištění, v jakých to bude souvislostech.

6.3.5 Krásná příroda

Slovní spojení krásná příroda, ale i jeho ekvivalenty, například příroda magická, nádherná, úchvatná, divoká, dechberoucí, tajemná, ráj na zemi, nespoutaná divočina aj., se v reportážích vyskytují často. Výzkum byl zaměřen na to, v jakém počtu a jak často tato slovní spojení v reportážích zkoumaných pořadů autoři použili.

7 Výsledky výzkumu

Přestože se jedná především o výzkum kvalitativní, je vhodné, pro snadnější orientaci ve výsledcích, uvést i několik kvantitativních dat:

- počet reportáží pro tento výzkum relevantních byl 155,
- poměrné zastoupení reportáží bylo následující: Objektiv (94 reportáží), Koření (44 reportáží), Cestománie (17 reportáží),
- nejvíce reportáží bylo natočeno z Jihoafrické republiky (23 reportáží), následně z Keni (22 reportáží) a na třetím místě z Madagaskaru (13 reportáží).

Počet reportáží z celkem 30 zemí, odvysílaných v analyzovaných pořadech: Jihoafrická republika 23, Keňa 22, Madagaskar 13, Uganda 11, Zambie 10, Etiopie 9, Tanzanie 7, Ghana, Rwanda 6, Středoafriická republika 5, Angola, Demokratická republika Kongo, Kamerun 4, Gambie, Kapverdy, Namibie, Togo, Zimbabwe 3, Čad, Jižní Súdán, Senegal, Zanzibar 2, Botswana, Burkina Faso, Guinea, Malawi, Mosambik, Nigérie, Pobřeží Slonoviny 1.

Tabulka 1 – Počet reportáží natočených v jednotlivých letech (*Objektiv*)

2005	11
2006	4
2007	6
2008	5

2009	9
2010	4
2011	1
2012	6
2013	4
2014	3
2015	8
2016	6
2017	10
2018	15
2019	2

Tabulka 2 - Počet reportáží natočených v jednotlivých letech (Cestománie)

2002	7
2003	5
2004	5

Tabulka 3 - Počet reportáží natočených v jednotlivých letech (Kořeni)

2016	10
2017	11
2018	19
2019	4

7.1. Objektiv

7.1.1 Výzkum témat

Koncepcí Objektivu je skládání reportáží, jejichž obsahem jsou rozmanitá témata z různých koutů světa, vždy do jednoho dílu. Autory reportáží jsou stálí televizní zahraniční zpravodajové České televize, redaktoři zahraniční rubriky zpravodajství, kteří za jednotlivými reportážemi vyjíždějí jednorázově, a externí přispěvatelé. Reportáže obecného charakteru podávají informace o dané zemi jako o celku, ty se objevovaly především dříve. Nejčastějšími náměty reportáží jsou život prostých Afričanů, náhledy do života jednotlivých etnických skupin a na rozdělení mužských a ženských rolí v nich, časté jsou reportáže z vesnických škol, z primitivních vesnických nemocnic a ošetřoven, reportáže zachycující ukázky tradičních řemesel, krojů, tanců, zvyků, rituálů, náboženských předmětů.

Časté jsou reportáže z kategorie fauna a flóra. Reportáže o divoké zvěře

nabízejí pohledy do národních parků, do zvířecích sirotčinců, do života jednotlivých druhů a skupin zvířete, na úsilí různých sdružení osob, skupin i firem snažících se zvířet chránit před organizovaným a nesmírně krutým pytláctvím. Reportáže o přírodě zobrazují výpravy za dobrodružstvím, za poznáváním savany, buše, deštných lesů, pouště, hor, náhorních planin, pobřeží, známých přírodních atrakcí. Pojednávají ale i témata zemědělská, nejčastěji o pěstování plodin typických a jedinečných pro určité oblasti, o nástrojích, které afričtí zemědělci k práci používají, o rozdělení mužských a ženských rolí při zemědělských pracích.

Časté jsou i reportáže o účasti Čechů, pracovníků neziskových organizací, především na zdravotnické pomoci a na snaze o šíření zdravotnické osvěty, ale i reportáže o místních, kteří studovali v Československu nebo České republice a jejich životě a práci zpátky v domovině.

Do kategorie zvláštností patří například reportáž o hnutí kapverdských Sokolů, jehož vznik inspirovalo české sokolské hnutí, a které je s Českou obcí sokolskou ve stálém kontaktu. Nebo reportáž o skupině rwandských akrobatů, tanečníků, herců a muzikantů, jež inspirovala organizátory festivalu Letní Letná k pozvání této skupiny k účasti na festivalu v roce 2017.

Nejde ale o cílené zobrazování čehosi bizarního, ale o reportáže, jejich témata se týmu Objektivu naskytla víceméně náhodně.

Obecně vzato není nabídka témat Objektivu nijak pestrá, ale je rozmanitá v tom, jak se k určitým tématům staví. Některé reportáže jsou opakovaně natáčené ze stejného prostředí nebo místa, a na stejné téma, přesto jejich autoři dokáží v každé z nich dát důraz na něco jiného.

7.1.2 Výzkum obrazový

V Objektivu, podobně jako v Cestománii, dává reportáži obrazovou podobu samotný autor. Je-li autorem cestovatel nebo externí přispěvatel, nebývá obraz vždy profesionálně dokonalý, neboť více než o kompozici jde o to, zachytit skutečnost bez příkras, takovou, jaká opravdu je.

Kamerové záběry měst se většinou spokojí s panoramatickými záběry hlavního města, s pohledy do ulic, na stavby koloniální architektury, na tržiště, a v některých případech na pamětihodnosti.

Pokud se týká zobrazování místních městských obyvatel, nejčastěji je kamera zachycuje při

jejich pohybu po ulicích, v dopravních prostředcích a na tržištích. Časté je natáčení místních obyvatel při jejich pózování na kameru s detailem jejich obličejů a grimas. Opakovaně jsou zobrazovány náhledy na život v chudinských čtvrtích, ve kterých se obyvatelé tísní, kteří v těch nejtěžších podmínkách žijí, neboť nemají žádnou možnost ani příležitost získat práci.

Reportáže z venkovského prostředí ukazují nejčastěji výuku dětí ve venkovských školách, hry dětí všeho věku v hlíně a prachu, ženy pracující na poli, nesoucí na hlavě nádoby s vodou nebo jiné náklady, ženy kojící, často zcela odhalené. Nechybějí ani ukázky zvyků, zpěvu a tanců vesničanů při jejich slavnostech.

V reportážích se objevují i obrázky kuriózní, například detailní záběr na mrtvou ženu oplakávanou jejími pozůstalými. Nebo ukázky kmenových soudů, jejichž průběh řídí kmenová justice, která při nich vychází z tradičních místních zvyků, pověr a rituálů. Takové reportáže mohou být často inscenované speciálně pro kameru.

Zobrazování fauny se soustřeďuje především na ukázky rodinných pospolitostí volně žijící zvěře, nejčastěji šelem, žiraf, zeber, dalších zvířat africké savany a goril. Početné jsou také rozhovory s místními ochránci zvěře, s domorodými stopaři, kteří jako nikdo jiný rozumějí signálům buše i otevřené savany, ale i se zahraničními odborníky, nejčastěji s Evropany, kteří v konkrétních místech působí v rámci dlouhodobých výzkumů a rovněž v rámci pomoci místním ochráncům přírody. Zajímavé jsou reportáže o africké vegetaci a také nejen o vyhlášených, ale i nově objevovaných klenotech africké přírody. V několika případech autoři pořadu opakovaně v reportážích použili záběry již dříve odvysílané.

7.1.3 Výzkum jazykový

V případě Objektivu byly pojmy, které podporují stereotypní vnímání, používány, ale ne v nadměrné míře. Nejčastěji používané pojmy byly chudoba (v reportáži o Středoafričské republice se toto slovo vyskytlo třikrát) a krásná příroda. Dvakrát se vyskytl pojem korupce, v reportážích ze Středoafričské republiky a z Ghany. Pojem moderní byl vysloven jen jednou, když v reportáži z Etiopie bylo řečeno, že se spojuje tradiční s moderním. V reportáži ze Rwandy byl pojem moderní jen naznačen, kdy hlavní město Kigali bylo přirovnáno k evropské metropoli. Že Objektiv má tendenci být stereotypní dokládají věty a jazykové obraty, které jsou nepochybně stereotypní. Například:

Vše se odehrává na ulici. Prádlo se pere doslova na ulici.

Na záběru z chudé čtvrti ženy perou prádlo venku. Komentátor z toho odvozuje, že v celé zemi chudina prádlo pere zásadně na ulici. Komentář vůbec nepřipouští fakt, že pro ženy je tato činnost nejen prací, ale i příležitostí scházet se, komunikovat spolu, řešit problémy, vzájemně si pomáhat, a že tyto sociální kontakty jim usnadňují zvládat jejich úděl.

V Guinei se jí rukama.

Ze záběru na detail rukou dvou mužů, kteří jedí, komentátor usuzuje, že v Guinei se jí rukama.

Stejně jako on, i ostatní černoši milují fotbal.

Není důvod něco takového konstatovat. Fotbal nehrají a nemilují pouze černoši, je to hra nesmírně populární kromě Antarktidy na všech kontinentech a hrají ji a milují všechny typy lidské populace.

7.1.4 Shrnutí

Objektiv je jeden z mála pořadů, jemuž se podařilo vytvořit a odvysílat zatím nejvyšší počet reportáží z afrických zemí pouze díky příspěvkům českých reportérů. To je obdivuhodné. Ukazuje se ale, že reportáže jsou tematicky více či méně neměnné, přestože nejstarší a nejnovější dělí více než 22 let. Nebyla zaznamenána ani jedna reportáž, která by, třeba na několik pokračování, obsáhleji pojednala život v subsaharské Africe z hlediska modernizace africké společnosti jako celku nebo v jejích jednotlivých podstatných aspektech.

Africká společnost se vyvíjí a proměňuje podobně, jako se vyvíjejí a proměňují lidská společenství zemí na ostatních kontinentech, ale reportáže Objektivu průběžně navozují představu, že Afrika je stále kontinentem obyvatel nejchudších, nemajetných a nevzdělaných. Téma africké chudoby je přítomno prakticky v každé reportáži, i když ne vždy na první pohled.

V afrických zemích ale už existuje početná střední třída vzdělaných místních obyvatel, lidí, kteří zastávají řídicí posty, pracují v tuzemských i zahraničních firmách, v bankách atd. Přesto jsou reportáže o životě africké střední třídy téměř zcela opomíjeny. Pouze jednou nahlédneme do tzv. moderní Afriky, a to v momentě, kdy se prostřednictvím kamery dostáváme do atria luxusního hotelu na několik sekund. Jediné místo, kde bylo divákům prezentováno aspoň trochu jako moderní, bylo již zmíněné hlavní město Rwandy

Kigali.

Obrazový materiál je někdy prezentován opakovaně a jen výjimečně nabídne něco opravdu nového. Je to ale jistě i důsledkem toho, že reportéři zpravidla mají v místech natáčení k dispozici omezené finanční i technické prostředky, nemají lokální kontakty a v některých případech je nutná spolupráce s místními úřady a celková obezřetnost.

Jazykově Objektiv ve své podstatě stereotypní není, ale lze pozorovat tendenci autorů reportáží ze svých subjektivních soudů chybně vyvozovat obecně platné závěry.

7.2 Cestománie

7.2.1 Výzkum témat

S výjimkou dvou dílů celým věnovaných pouze konkrétní oblasti dané země, jsou všechny epizody zaměřené vždy na jednu africkou zemi, nejčastěji z regionu východní Afriky. Ugandu, jednu ze zemí tohoto regionu, navštívila Cestománie dvakrát. Cílem reportáží Cestománie je každou jednotlivou subsaharskou zemi představit co nejvíce v obecné rovině.

Většina epizod začíná příletem do hlavního města a stručným seznámením s ním, což obnáší několik panoramatických pohledů na město, záběry na pouliční ruch, na tržiště. Reportáž pokračuje roadtripem za hranice města. Teprve tam, dle poněkud zvláštního názoru některých autorů reportáží, začíná ta pravá Afrika.

I reportáže Cestománie nabízejí pohledy na příměstské slumy a na zoufalý život lidí v nich, neboť nemají naději na jakékoliv zlepšení své situace. Všechny reportáže, s výjimkou jedné, uvádějí diváky do vesnických sídel zpravidla v těch nejchudších a nejzaostalejších oblastech. Život místních obyvatel pak prezentují a komentují jako běžný život všeho afrického venkovského obyvatelstva.

Častým tématem bývá vždy zajímavý rozhovor s některým z místních obyvatel, jak se ukáže, absolventem některé z českých středních nebo vysokých škol, který překvapí plynulou nebo dobrou češtinou a zaujme svým životním příběhem.

Zajímavé jsou i rozhovory s cizinci, kteří se do dané africké země přistěhovali a přijali ji se vším, co k ní patří, za svůj nový domov. Vysokou frekvenci mají reportáže o koloniální historii země, o vesnických školách, o zemědělství, o zvycích a rituálech jednotlivých skupin africké populace, o AIDS.

Dalšími tématy jsou návštěvy národních parků a safari, ukázky africké fauny, záchrana ohrožených skupin africké zvěře, snaha o řešení problému pytláctví, výpravy do hor, pouští a polopouští, na náhorní roviny, do buše, do savany, za konkrétními skupinami

divokých zvířat. Prostor dostávají i kuriózní témata, například reportáž o muži vyrábějícím rakve, o průběhu svatebního obřadu, o divadelním představení nebo o otevírání nového mostu. Tato témata jsou ale ojedinělá a slouží jako zpestření pořadu.

7.2.2 Výzkum obrazový

Důležitým prvkem reportáží je práce kamery. Zjevným úsilím autorů reportáží natáčených pro Cestománii je vše zachytit co nejpřitažlivějším a nejlákavějším způsobem. Někdy se tak ale děje za cenu překračující hranici lidské důstojnosti a respektu k lidským bytostem (detailní záběry na obnažené ženy i muže, na zubožené, nemocné nebo umírající děti i dospělé, na špinavé a odpudivé prostředí, ve kterém lidé žijí). Kamera v jedné z reportáží zachytila intimní záběry nahé ženy, a i když to byly záběry z prostředí jejího domova, působily nevhodně a nepatřičně.

Jinak Cestománie nabízí podobné obrazy, jako Objektiv, tedy panoramatické záběry metropole, záběry na koloniální architekturu, na vládní budovy, na budovy moderního typu, na dění na ulicích, na projíždějící automobily, místní tržiště, interiéry obchodních center, restaurací a barů, na evropsky oblečené lidi. Někdy jsou záběry pořizovány s viditelným a záměrným odstupem, zřejmě z bezpečnostních důvodů. Venkovské ženy jsou zobrazovány jen v situacích, kdy pracují na poli, nesou na hlavě nějaký náklad, drží v náručí dítě a kojí ho, vaří na otevřených ohništích, zpívají a tančí.

Náhled na způsob života afrického městského obyvatelstva, na jejich rodinný život, práci i volný čas reportáže téměř nijak nepojednávají, nezachycují, nepředstavují. Jako kdyby jejich autoři nebrali na vědomí, že autentický obraz Afriky z doby předkoloniální, z doby tzv. Závodu o Afriku i z doby koloniální se podstatně a nevratně změnil. Že se zejména způsob života městského obyvatelstva v mnoha afrických zemích a v mnoha oblastech Afriky od způsobu života městského obyvatelstva v zemích starého kontinentu, obou Amerik, Asie i Austrálie už příliš neliší. Záběry zachycující nádhernou africkou přírodu ve všech jejích podobách bývají součástí každého dílu Cestománie, týkajícího se subsaharské Afriky.

7.2.3 Výzkum jazykový

Pokud se týká jazykové stránky, tak se předpokládá, že prostřednictvím určitých slov nebo slovních spojení dochází v reportážích Cestománie k vytváření stereotypů, nepotvrdil. Slovo chudoba bylo použito pouze v jednom případě, stejně tak slovo tradiční. Pojmy korupční a moderní a slovní spojení krásná příroda se nevyskytly v žádné z reportáží.

Všechny díly Cestománie moderují herci Miroslav Vladyka a Bára Štěpánová. Jejich

řeč je stylizovaná, pravděpodobně proto, aby pořad působil zajímavěji. Oba herci svými slovy často od předkládaných obrázků odvádějí pozornost, namísto toho, aby je svými slovy dokreslovali. Pan Vladyka občas působí prostomyslně, paní Štěpánová někdy svými poznámkami vyvolává dojem naivní, neracionálně uvažující ženy, příliš se v dané situaci neorientující. Tento způsob komentování pořadu oběma hercům jistě předepisuje scénář, ale v některých případech nepůsobí přirozeně, spíš rušivě. Zvláštní je například situace, kdy se pan Vladyka snaží v českém jazyce vtipně napodobit vyjádření místního obyvatele hovořícího angličtinou s přízvukem.

Přestože se neprokázalo, že moderátoři používají stereotypní slova, v několika případech byly vyřčeny stereotypní či nepatřičné otázky. Například dvěma místním ženám v Banžulu, hlavním městě Gambie, byly v reportáži položeny otázky:

Jak často svoje šaty měníte? Kde na to berete?

Důvodem otázek bylo to, že scénář moderátorovi předepisoval projevení podivu nad tím, že v prostředí prašných a špinavých ulic jsou lidé stále čistě oblečení. Z otázek je cítit latentní pohrdání přinejmenším prostředím, které je pro tyto ženy domovem. A otázka Kde na to berete? je už z podstaty neslušná, nepatřičná, urážející, ba drzá.

V jedné reportáži moderátor konstatoval: *Ženy tady o sebe pečují*. Není ale třeba dávat na tuto skutečnost důraz, vždyť ženy o sebe pečují všude na světě, třebaže různými způsoby. V reportážích se často opakuje pojmenování Afričané, černoši, dokonce i čerňoušci, přestože by bylo vhodnější lidi pojmenovávat jako příslušníky dané země (například Gambijci) nebo kmene (například Masajové).

Některé titulky mají přímo návodný charakter, aby diváci reportáž sledovali z určitého konkrétního pohledu. Příkladem jsou titulky JAR – černobílá země, Keňa – žádný problém, Zimbabwe – všechny barvy Afriky.

Součástí titulků uvádějících každou jednotlivou reportáž je krátký, stručný popis toho, čemu se reportáž bude věnovat, který ale vykazuje znaky rámcování, neboť diváci se podvědomě soustředí právě na části reportáže uvedené v popisu pod titulkem.

7.2.4 Shrnutí

Výběr témat působí stereotypně. Cestománie ve svých reportážích stále dokola točí stejná

témata se stejným přístupem k nim. Reportáže natočené v různých afrických zemích jsou si často tak podobné, že pohledy na jednotlivé země splývají. Témata pořadu jsou většinou stereotypní, pouze v několika pravděpodobně nahodilých případech reportáže ukázaly něco jedinečného, ze stereotypních témat vybočujícího.

Po obrazové stránce Cestománie v reportážích o afrických zemích často divákům dopřává až příliš detailní záběry, které by si autoři při natáčení podobného pořadu například v Evropě nebo v USA nemohli dovolit. Tolik oblíbené zobrazování nahoty nebo některých neobvyklých situací a bizarností utvrzuje a posiluje povědomí, že toto je normální, běžný obraz současné africké společnosti.

Tendenci k obrazovým stereotypům tedy Cestománie vykazuje. Jazykový projev Cestománie stereotypní není. Moderátoři v projevu často uplatňují humor a různé stylizace, kterými odlehčují některá vážnější témata. Tím vším dotvářejí jazykovou podobu pořadu, pro Cestománii typickou.

Výzkum Cestománie prokázal, že tento pořad po tematické a obrazové stránce podporuje stereotypy a má tendenci rámcovat. Afriku jako celek reportáže opakovaně zobrazují převážně jako kontinent chudých, ale milých, přívětivých, pohostinných, avšak stále spíše jednoduchých domorodců, a též jako kontinent nádherné přírody, na kterém se ale víceméně zastavil čas.

Autentické pohledy na současnou a reálnou Afriku, na běžný život jejích městských i venkovských obyvatel v jednotlivých afrických zemích, pořad Cestománie poskytuje jen sporadicky.

7.3 Koření

7.3.1 Výzkum témat

Koření je hlavním cestovatelským pořadem komerční televize Nova, avšak jeho obsah má cestovatelský charakter pouze z části. Vedle reportáží cestovatelských uvádí i reportáže bulvárního a populárně naučného typu nebo reportáže zvláštního, neobvyklého charakteru. To se týká i reportáží ze zemí subsaharské Afriky. Reportáž zobrazující zemi z obecného pohledu byla nalezena jen jedna, ve Speciálu Koření o Ugandě.

Reportáže věnující se společnosti jsou tematicky rozmanité a většinou jsou oproštěné od obvykle prezentovaných pohledů na společnost, které nabízejí cestovatelské reportáže jiných televizí. K vidění jsou témata pojednávající problém likvidace odpadů, kriminality,

reportáže o výrobě různých produktů, například obuvi pro chudé děti.

Podstatnou součástí cestovatelských reportáží Koření je africká příroda. Kromě klasických témat, jakými jsou safari, ochrana nejohroženějších živočišných druhů, pytláctví, ale především národní parky, jejichž existence je nejčastějším důvodem, proč lidé na tzv. černý kontinent cestují, Koření nabídlo i reportáže o jednotlivých druzích divoké zvěře, o zvířecích farmách, o koexistenci místních obyvatel, fauny a flóry. Upoutaly i reportáže například o novém způsobu pohřbívání, o terapii divadlem, o ženách věnujících se boxu, o první farmářské reality show, o snowboardingu na písčných dunách.

Velmi zajímavá a netradiční byla reportáž o mobilní aplikaci Afriscout, kterou speciálně pro pastevece keňského kmene Masajů vytvořila nevládní organizace Project Concern International. Pomocí této aplikace pastevci na satelitních snímcích zjišťují, kde momentálně je dostatek pastvin a vody, a tam ženou svá stáda dobytka.

Zastoupení mají i reportáže vysloveně bizarního charakteru, například o pouštění disko hudby domácím zvířatům nebo o krotitelích duchů v Kapském městě. Tento typ reportáží ale žádnou vypovídací hodnotu o daném státu nemá.

Pořad Koření dokládá, že i na africkém kontinentu je možné natočit reportáže, které se snaží postihnout současnou reálnou podobu Afriky i s jejími tradicemi, a přesto nejsou stereotypní. Koření předkládá nejen agenturní příspěvky, ale i své vlastní reportáže, které potvrzují trvalé úsilí realizačních týmů televize Nova stále přicházet s něčím novým.

7.3.2 Výzkum obrazový

Práce kamery je i v případě pořadu Koření vždy v souladu s tématem, o kterém se hovoří. I zde se objevují časté záběry zobrazující chudé lidi přežívající ze dne na den, hrající si děti všeho věku, vesnické chatrče, prostředí venkovských nemocnic a jejich pacientů. Na rozdíl od Objektivu a Cestománie v Koření dostávají slovo, vedle zahraničních poradců a odborníků na určitou problematiku, také vysokoškolsky vzdělaní odborníci z řad místního obyvatelstva, například tiskový mluvčí, psycholog, ale i místní drobní podnikatelé, kteří představují své byznysy.

Zajímavá a neobvyklá je reportáž z moderní továrny na výrobu čokolády, jejíž technologie i kvalita čokolády jsou na úrovni tradičních, zavedených výrobců v západním světě. Reportáže Koření často nabízejí pohled na běžný denní život střední vrstvy obyvatel afrických zemí, kterému se jinak v ostatních médiích dostává minimum prostoru.

Koření také kromě zobrazování žen v jejich tradičních rolích přináší pohled na ženy

jako na účastnice veřejného života, například při různých protestních akcích. Reportáže uváděné v Kořeni, vyjma reportáží „tradičních“, nabízejí možnost nahlédnout na subsaharskou Afriku jako na rychle se rozvíjející země, které procházejí mnoha změnami.

7.3.3 Výzkum jazykový

Nepotvrdilo se, že by jazykový projev Kořeni byl stereotypní. Pojem chudoba se vyskytl pouze jednou. Slovní spojení krásná příroda a slova tradice a korupce se v žádné jejich podobě v reportážích neobjevily ani jednou. Zároveň ale ani jednou nebyl vysloven pojem moderní v žádné jeho podobě.

3.3.4 Shrnutí

Pořad Kořeni je dobrým příkladem toho, jak vedle tradičních, víceméně se stále opakujících pohledů na země subsaharské Afriky, je možné nacházet a nabízet i nová témata. Výběr témat je různorodý, nemá tendenci být stereotypní a snaží se na jednotlivé země nahlížet nejen z „klasického“ pohledu, kterým média Afriku prezentují už desítky let, ale i z pohledů, jež rychlé a podstatné změny ve všech oblastech společenského života na africkém kontinentě zachycují, akceptují a divákům ve svých reportážích představují.

Po obrazové stránce se pořadu Kořeni, podobně jako jiným pořadům o Africe cestovatelského charakteru, nedaří vyhnout některým klišé, zároveň ale subsaharské země představuje jako rychle se rozvíjející oblasti afrického kontinentu, v nichž značná část obyvatelstva žije způsobem stejným, jakým žijí lidé kdekoli jinde na světě.

Jazykový projev není nijak výrazným prvkem pořadu, ale není stereotypní a neobjevují se v něm tendence k rámcování. Kořeni často prezentuje reportáže úsměvného, ale i zvláštního, neobvyklého, občas až bizarního charakteru, ale to bezpochyby souvisí s komerčním, bulvárním charakterem televize Nova.

7.2 Porovnání tří pořadů – výsledky

Televizní cestopisy, které byly představené v této práci se prezentují se stejným cílem, a to představovat exotické krajiny pro televizní diváky. Jejich úsilí je tyto pořady představovat tak, aby dokázaly zaujmout. Každý pořad na to jde jinak. Objektív tím, že natáčí již desítky let a má tradici a české redaktory, Cestománie sází na výrazné komentáře českých herců, Kořeni pak na různorodost obsahu včetně i toho, který není tolik cestovatelský.

Tematicky nejpestřejší se ukázal Kořeni, nicméně je třeba brát v potaz, že repertoár

jejich navštívených zemí byl omezený na pár států a zároveň jsem měla možnost sledovat tento pořad pouze v intervalu dvou let. Přesto je Koření jediný pořad, který přináší svěží pohled na Afriku, který je aspoň trochu moderní a nezaměřuje se stále na ta stejná témata. Dostávají v něm prostor i místní lidé a odborníci, což se například o Cestománii říct nedá. Možná je to i zapříčiněné tím, že Cestománie byla natočena před více jako desetiletím, nicméně ta se tematicky nejen že opakuje, ale nepřináší žádné zajímavé informace. Z velké části se jedná o reportáže, které jsou všeobecné, ale zároveň nic neříkající. Vývoj je vidět u dílů Objektivu, kde se od obecných reportáží dospělo k reportážím, které jsou úzce zaměřené, nicméně na výběru témat se to moc nepromítlo. Tematicky nejvíc neotřelé je tedy Koření.

Jako tematicky stereotypní se ukázaly pořady Cestománie a Objektiv. Oba pořady z produkce České televize, oba natáčené především českými autory. Témata, která tyto pořady pokrývaly se stále opakovala a v obecné rovině se reportáže soustřeďovaly pouze na stejnou problematiku: přírodní africké bohatství a místní život. Téměř nic jsme se například nedozvěděly o tématech jako například jedinečné přírodní památky, kromě samozřejmě těch nejvyhlášenějších, moderní architektuře, tradiční architektuře, gastronomii nijak do hloubky aj. Srovnáme-li to s reportážemi, které se například běžně natáčejí o jiných destinacích, jako je například Francie, Itálie nebo Japonsko. Nelze srovnávat. V kontextu Afriky se ale reportáže soustředí stále na ta stejná témata.

Stereotypy při volbě obsahu se objevily v této práci jako nejpatrnější. Po vizuální stránce se neukázalo, že by byly pořady vyloženě stereotypní, nicméně opět Objektiv a Cestománie se ukázaly jako pořady, kde se občas určitý stereotypní záběr vyskytl. Podobně pak se objevovaly záběry, které by byly například při natáčení stejného tématu například v západní společnosti nemístné, tak v africkém kontextu se celkem běžně vyskytovaly a vyvolaly by povyk. Jmenujme například stereotypní zobrazování žen, případně i nahých žen, detailní záběry rukou při zmínce o tom, že se v určité zemi jí rukama a detailní záběry dětí. U Objektivu je problematický fakt, že na to, že natáčí reportáže již tak dlouho, se i po vizuální stránce stále zaměřuje na stejný typ záběrů. Najdeme zde minimum záběrů, které by například ukazovaly, něco moderního.

Po jazykové stránce se nejvíce stereotypní ukázala Cestománie, kde dokonce můžeme vyzorovat znaky rámcování, především v tom, jak je celý koncept dokumentárního cyklu zpracovaný a hned v prvních minutách, kdy se na obrazovce objev samotný název dílu. Ještě než samotná epizoda totiž začne již z názvu se nám snaží tvůrci vnutit určitý rámeček a

zaujímají stanovisko, což může ovlivnit diváka ještě před tím než samotný díl začne. Nešikovně formulované fráze můžeme vyzpozorovat i v Objektivu. Koření se ukázalo po jazykové stránce v pořádku. Přesto z obecného hlediska se neprokázalo, že by jazyková stránka cestovatelských pořadů hrála velkou roli při vytváření stereotypů.

Srovnáme-li všechny tři pořady, jsou největší tendence stereotypů především v rovině tematické. To se prokázalo u Cestování a Objektivu. Zároveň všechny tři pořady prokázaly, že hlavním tématem týkající se Afriky je stále představování krásné přírody a představování tzv. obyčejného života místních. Pouze Koření na tuto základní strukturu dokázalo nabalit témata, která ukazují Afriku, tak jak opravdu v dnešní době vypadá a přijít s modernějšími tématy.

8 Připomínky

Při vyhodnocování výsledku je třeba mít v patrnost několik faktů, kterých jsem si při výběru tématu, ale i samotného výzkumu vědoma a je třeba je zdůraznit.

Jelikož se jedná o subsaharský region, jehož státy jsou stále součástí třetího světa, je pro tvůrce, novináře a vlastně kohokoliv, kdo se do těchto zemí vydá těžké fungovat bez kontaktů na místních nebo na někoho, kdo dotyčným pomůže. Existuje zde totiž více překážek než například ve většině regionů severní Ameriky nebo Evropy. Existují zde bezpečnostní, politická, kriminální rizika, dále pak jde proti novinářům neznalost prostředí. To se pak může promítnout i do zvolení tématu reportáže. Dokážu si totiž představit, že musí být pro tvůrce cestovatelských pořadů těžké přicházet s novými tématy, když neznají prostředí a nemají kontakty. V některých případech již novináři předtím, než se vydají na cestu zkontaktují někoho místního, který například zná jejich jazyk a svolí k tomu jim pomoci, nebo jim dělat průvodce. To pak má za důsledek, že reportáže nejdou tematicky víc pod povrch, témata se stále opakují a zároveň jsou představované stále stejné oblasti. Myslím si tedy, že příčinou toho, že jsou reportáže tematicky stereotypní tedy nemusí být pouze v důsledku omezenosti novináře, ale i dalších zákulisních faktorů.

Další věc, kterou je mít třeba na paměti a v reportážích se s ní tolik nepracuje, je fakt, že podobně jako v jiných částech světa i v Africe především mimo města přitahuje kamera a cizinci zájem. S tím se pojí i větší počet lidí, kteří mají tendenci se před kamerou předvádět a exhibovat. Proto při zpracování těchto reportáží mi v některé momenty přišlo, že lidé, kteří byli v reportáži prezentováni jako běžní obyvatelé, byli spíše exhibicionisté, kteří se chtěli

předvést, nebo ukázat něco, co vydávali za autentické, ale s jejich běžným životem to nic společného nemá. Následně to tvůrci reportáže bylo prezentováno. Jsem také toho názoru, že se jistě naskytly příležitosti, kdy je místní lidé nechali nahlédnout do svých domovů, případně je natáčely při tradičních aktivitách s vidinou výtěžku.

Závěr

Cílem této práce bylo zjistit, zda jsou cestovatelské pořady stereotypní. Jako vzorek zkoumání sloužily země regionu subsaharské Afriky.

V teoretické části byly nejdříve představeny pojmy stereotyp a rámcování a poté byly zasazeny do kontextu jednotlivých médií. V další kapitole byly pojednány cestopisy z teoretického a historického hlediska. Poslední kapitola je věnovaná regionu subsaharské Afriky, se zaměřením na seznámení se se základními fakty o regionu a zvláště o jeho koloniální historii, která přímo souvisí s tím, jak se na tento region a na Afriku vůbec pohlíží v současnosti, a na její vyobrazování v médiích.

Analytická část je zaměřená na výzkum tří cestovatelských pořadů z české produkce: *Objektivu* a *Cestománie* z produkce veřejnoprávní České televize a *Koření* z produkce soukromé komerční televize Nova.

Objektiv byl zvolen proto, že je to pořad s dlouhou tradicí, neboť je cestovatelským pořadem vysílaným už v dobách Československa. *Cestománie*, i když její výroba byla ukončena v roce 2004, byla zvolena proto, že se stále, i v současnosti, reprízuje, a že její formát je dosti specifický. *Koření* bylo zvoleno jako protipól k pořadům veřejnoprávní televize.

Samotná analýza je rozdělena na tři části: tematickou, obrazovou a jazykovou. Každý pořad byl nejdříve analyzován zvláště, potom byly všechny tři části pořadů vzájemně porovnány.

Analýza témat je zaměřená především na výběr témat reportáží a na zjištění, zda je jejich výběr stereotypní. Obrazová analýza na to, na jaké záběry se kamera při snímání soustřeďuje, a i v tomto případě na to, zda záběry mají tendenci být stereotypní. Jazyková analýza zjišťovala, jak jsou ve zvolených pořadech používána určitá slova a slovní spojení, která by mohla činit jejich jazykový projev stereotypním.

Ani v jednom případě se neprokázalo, že by některý z analyzovaných pořadů byl ve svých jednotlivých epizodách čistě jen stereotypní. Ale přesto se v nich tematické, obrazové i jazykové stereotypy nebo alespoň tendence k nim průběžně objevují, především v *Objektivu* a v *Cestománii*. *Koření* je stereotypů téměř zcela prosto. Na rozdíl od *Objektivu* a *Cestománie* přináší nová témata, akceptující současnou reálnou podobu afrického kontinentu.

Analýza ukázala, že vnímání afrického kontinentu jako celku, ani jeho jednotlivých zemí, se v obecné rovině příliš nezměnilo. Afrika je stále médií nejčastěji prezentována jako

nejchudší světadíl, na kterém žijí nevzdělaní lidé, ale zato je cestovatelsky nesmírně lákavý a přitažlivý, neboť je na něm úchvatná příroda. Pro média je tedy Afrika jakýmsi skanzenem.

I zde ale žijí lidé, kterým jsou jejich země domovem, a nejen chudí, také bohatí, studenti, obchodníci, úředníci, umělci, venkované, kteří mají problémy, starosti a sny podobné, jako my.

Problém stereotypního referování o africké chudobě, válkách a utrpení nespočívá v tom, že by prezentované příběhy nebyly pravdivé. Tyto příběhy ale odrážejí jen omezenou část reality, přesto jsou předkládány jako obecně platné.

Povědomí například o USA vytvářejí nejen média, ale i filmy, seriály, hudební skupiny, vyprávění přátel a známých atd. Povědomí o Africe utvářejí především média a z části i některé neziskové organizace. Řada vzdělaných Afričanů má za to, že někteří zahraniční novináři dlouhodobě zkreslují pestrou realitu jejich zemí a celého kontinentu, když tvoří představu, že Afrika je kontinentem jen hladu, válek, korupce a nemocí. Přesto, výjimka potvrzuje pravidlo, jak ukázal pořad Koření a snad se markantnější změny brzo dočkáme.

Summary

This thesis aimed to examine, whether TV travel shows tend to be stereotypical. African countries have served as a sample.

The theoretical part begins with a definition of terms - stereotype and framing and its media context. The next part focuses on travelogues. Again, from the theoretical, but also a historical point of view. The last chapter of the theoretical part focuses on the region of sub-Saharan Africa and its general information, colonial history, and media perception.

The research part focuses on three local TV shows: *Objektiv* and *Cestománie* from the production of the Czech national television and *Koření* of private commercial television, Nova.

Objektiv was picked for its long tradition, as it exists for more than 30 years. *Cestománie*, though its production ended in 2004, was chosen because it still airs on television and has a specific format. *Koření* is the only tv travel show from the Czech private sector television.

The research was divided into three parts: thematical, visual, and linguistic. Each program was first analyzed separately, then all three shows were compared with each other.

Analysis of themes focused mainly on the selection of reportage topics. The visual analysis focused on the work of the camera, whether the shots tend to be stereotypical. The linguistic analysis investigated, how certain words and phrases were used and could lead to stereotypes.

In neither case did any of the analyzed show prove to be purely stereotypical. Nevertheless, thematic, visual, and linguistic stereotypes, or at least their signs have appeared, especially on tv shows *Objektiv* and *Cestománie*. On the other hand, in *Koření* there were no stereotypes or signs at all. Unlike *Objektiv* and *Cestománie*, it brings a new approach to accept the current real appearance of the African continent.

The analysis showed that the perception of the African continent and its countries has not changed much in general. Africa is still often presented to the media as the poorest continent, where uneducated people live, though, it is extremely tempting and attractive for tourists and travelers because of its breathtaking nature.

Surprisingly, there are people in Africa that are middle class, rich, studying, having businesses, clerks, artists, or peasants, with the same problems, worries, and dreams as we do in Europe or any other part of the world.

The problem of stereotypical presentation of African poverty, wars, and suffering is not that the stories presented are not true. The problem is that these stories reflect only a limited part

of reality, yet they are presented as generally valid.

Let's take the United States of America as an example. Awareness about this country is not based only on media coverage, but also on cinematography, tv programs, music, or stories of our friends and acquaintances. The awareness of Africa is primarily shaped by the media and in part by some non-profit organizations. Many educated Africans believe that foreign journalists and reporters have long distorted the varied reality of African countries creating the notion that Africa is only a continent of hunger, wars, corruption, and diseases. Hopefully, the time for change will come soon.

Použitá literatura

KNIHY

BERELSON, Bernard. Content analysis in communication research. Glencoe, III: The Free Press, 1952.

BUCKINGHAM, Will. *Kniha filozofie*. Praha: Euromedia Group-Knižní klub, 2013. Universum. ISBN 978-80-242-3912-5.

DYER, Richard. *The matter of images: essays on representation*. 2nd Edition. London: Routledges, 2002. ISBN 0-415-25495-7. Dostupné z: <http://edp.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=6c166ae4-72a1-47fa-81a5-66bdef899b99%40sessionmgr103&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLHNoaWlmbGFuZz1jcyZzaXRIPWVkcylsaXZlJnNjb3BIPXNpdGU%3d#AN=570440&db=nlebk>

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

FORDHAM, Paul. *The geography of African affair*. Harmondsworth: Penguin, 1965. The Penguin African library. ISBN 014-020-7066.

GOFFMAN, Erving. *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press, 1986. ISBN 0-930350-91-X.

HALL, Stuart. EVANS, Jessica. NIXON, Sean. *Representation*. 2nd edition. Milton Keynes: The Open University, 2013. ISBN 978-1-84920-547-4.

HARTL, Pavel. HARTLOVÁ, Helena. *Psychologický slovník*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-569-1.

JIRÁK, Jan. KOPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7. Dostupné z: <https://alephuk.cuni.cz/CKIS-28.html>

KLÍMA, Jan. *Dějiny Afriky: vývoj kontinentu, regionů, států*. Praha: Nakladatelství lidové noviny, 2012. ISBN 978-80-7422-189-7.

LANDAU, Paul Stuart. KASPIN, Deborah. *Images and empires: visuality in colonial and postcolonial Africa*. Berkeley: University of California Press, 2002. ISBN 05-2022-949-5.

LACINA, Karel. *Nejnovější dějiny Afriky*. Praha: Svoboda, 1987.

LINHART, Jiří. VODÁKOVÁ, Alena. PETRUSEK, Miloslav. *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-311-3.

LIPPMANN, Walter. *Veřejné mínění*. Praha: Portál, 2015. ISBN 80-7184-311-3.

MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy – masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2. Dostupné z: <https://alephuk.cuni.cz/CKIS-28.html>

MOCNÁ, Dagmar. PETERKA, Josef. *Encyklopedie literárních žánrů*. Praha: Paseka, 2004. ISBN 80-7185-669-X.

PAVERA, Libor. VŠETIČKA, František. *Lexikon literárních pojmů*. Olomouc: Nakladatelství Olomouc, 2002. ISBN 80-7182-124-1.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada Publishing, 2014. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3568-9.

ŠUBRT, Jiří. *Soudobá sociologie*. III, Teoretická koncepce a jejich autoři. Praha: Karolinum, 2007. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. ISBN 978-80-246-1275-1.

TRAMPOTA, Tomáš. VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. Dostupné z: <https://sfx.ip.cuni.cz/sfxlcl3?sid=shorturl&isbn=80-7367-683-4>

STUDIE

DVOŘÁKOVÁ, Ilona. Obsahová analýza/formální obsahová analýza/kvantitativní obsahová analýza. In: *antrowebzin* [online]. 2010, 2(6) [cit. 2019-06-06]. Dostupné z: <http://www.antropoweb.cz/webzin/index.php/webzin/article/view/97>

ENTMAN, Robert. Framing: Towards clarification of a fractured paradigm. In: *Journal of Communication* [online]. 1993, 43(4) [cit. 2019-06-06]. Dostupné z: https://ip.muni.cz/el/1423/podzim2018/POL256/um/Entman_1993_FramingTowardclarificationOfAFracturedParadigm.pdf

HANEFORS, Monica. MOSSBERG, Lenai. TV Travel Shows – A Pre-taste of the Destination. In: *Journal of Vacation Marketing* [online]. 2002. [cit. 2019-06-06]. 8. 10.1177/135676670200800303. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/29750443_TV_Travel_Shows_-_A_Pre-taste_of_the_Destination

FÜRSICH, Elfriede. Packaging Culture: The Potential and Limitations of Travel Programs on Global Television. In: *Communication Quarterly* [online]. 2002, [cit. 2019-06-06]. 10.1080/01463370209385657. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01463370209385657>

K JAMES, Elizabeth. BOUKES, Mark. Framing the economy of the East African Community: A decade of disparities and similarities found in Chinese and Western news media's reporting on the East African Community. In: *International Communication Gazette* [online]. 2017, 79. [cit. 2019-06-06]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/312852494_Framing_the_economy_of_the_East_African_Community_A_decade_of_disparities_and_similarities_found_in_Chinese_and_Western_news_media's_reporting_on_the_East_African_Community

MAHADEO Michael. MCKINNEY, Joe. Media representations of Africa: Still the same old story? In: Policy & Practice: A Development Education Review [online]. 2007, 4 [cit. 2019-06-06]. Dostupné z: <https://www.developmenteducationreview.com/issue/issue-4/media-representations-africa-still-same-old-story>

MCGAURR, Lyn. Travel Journalism and enviromental conflict. In: Journalism Studies [online]. 2007, 11(1) [cit. 2019-06-06]. DOI: 10.1080/1461670090306892 Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616700903068924>

MANZO, Kate. An extension of colonialism. Development Education, Images and the Media. In: The development Educational Journal [online]. 2006, 12(2) [cit. 2019-06-06]. Dostupné z: <http://www.katemanzo.com/wp-content/uploads/2009/04/extension-of-colonialism.pdf>

OLEINIK, Anton. Mixing quantitative and qualitative content analysis: triangulation at work. In: quality and quantity [online]. 2010, 45(4) [cit. 2019-06-06]. Dostupné z: <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11135-010-9399-4>

PHILO, G. Sorting out Africa: developing societies and the media. In: Sociology Review [online]. 2002, 12(1) [cit. 2019-06-06]. Dostupné z: <http://eprintp.gla.ac.uk/32031/>

SETH, Lewip. ZAMITH, Rodrigo. HERMIDA, Alfred. Content Analysis in an Era of Big Data: A Hybrid Approach to Computational and Manual Methodp. In: Journal of Broadcasting and Electronic Media [online]. 2013, 57(1) [cit. 2019-06-06]. DOI: 10.1080/08838151.2012.761702. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08838151.2012.761702>

SCHEUFELE, Dietram. TEWKSBURY, David. Framing, Agenda Setting and Priming: the evolution of three media effects modelp. In: Journal of Communications [online]. 2007, 57 [cit. 2019-06-06]. 10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x. Dostupné z: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x>

ODBORNÉ PRÁCE

NZAU, Domingop. *A Língua Portuguesa em Angola*. Um Contributo para o Estudo da sua Nacionalização. Covilhã, 2011. Disertační práce. Universidade da Beira Interior. Departamento das Letrap. Vedoucí práce: Prof. Doutor José Carlos Venâncio

WEB

Framing Theory. In: Communication Theory [online]. [cit. 2019-06-25]. Dostupné z: <https://masscommtheory.com/theory-overviews/framing-theory/>

Macro vp. Micro-Level Media Framing Analysip. In: The Arthur W. Page Center/ Pulic Relations Ethics [online]. [cit. 2019-06-25]. Dostupné z: <https://pagecentertraining.psu.edu/public-relations-ethics/media-framing-and-ethics/medias-agenda-setting-role/macro-vp.-micro-level-media-framing-analysis/>

Methodology. In: United Nations Statistics [online]. [cit. 2019-06-25]. Dostupné z:

<https://unstatp.un.org/unsd/methodology/m49/>

Population of Countries in Africa 2019. In: World population review [online]. [cit. 2019-06-25]. Dostupné z: <http://worldpopulationreview.com/countries/countries-in-africa/>

Mapping Africa's natural resources. In: Aljazeera [online]. [cit. 2019-06-25]. Dostupné z: <https://www.aljazeera.com/indepth/interactive/2016/10/mapping-africa-natural-resources-161020075811145.html>

Corruption Perceptions Index 2018. In: Transparency International [online]. [cit. 2019-06-25]. Dostupné z: <https://www.transparency.org/cpi2018>

Podcast. In: Cambridge dictionary [online]. [cit. 2019-06-25]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/podcast>

Vznik a cíle Objektivu. In: ceskatelevize.cz [online]. [cit. 2019-06-25]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/1096911352-objektiv/1734-historie-poradu/>

3. a 4. čtvrtletí 2018. Mediaprojekt. [online]. Unie vydavatelů, ASMEA, 2019. [cit. 27.7.2011]. Dostupné z:

http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/medialni_data/vyzkum_ctenosi

Ženy tří republik: Barbora Markéta Eliášová, první česká cestovatelka, která objela svět. In: plusrozhlap.cz [online]. [cit. 2020-01-25]. Dostupné z: <https://plup.rozhlap.cz/zeny-tri-republik-barbora-marketa-eliasova-prvni-ceska-cestovatelka-ktera-objela-7565447>

Teze Diplomové práce

SCHVÁLENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:									
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Ferreira de Sousa Natálie	Razítko podatelny:								
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2017	<table border="1"> <tr> <td colspan="2"> Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd </td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td>22-05-2018 -1-</td> </tr> <tr> <td>Čj:</td> <td>1626 Příloh:</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Přidělena:</td> </tr> </table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	22-05-2018 -1-	Čj:	1626 Příloh:	Přidělena:	
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd									
Došlo dne:		22-05-2018 -1-							
Čj:		1626 Příloh:							
Přidělena:									
E-mail diplomantky/diplomanta: 89237273@fsv.cuni.cz									
Studijní obor/forma studia: Žurnalistika / prezenční									
Předpokládaný název práce v češtině: Analýza stereotypů v cestovatelských pořadech vybraných států subsaharské Afriky									
Předpokládaný název práce v angličtině: Analysis of stereotypes in travel TV shows of selected Sub-Saharan African countries									
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí) LS 2018/2019									
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Region subsaharské Afriky je pro mnoho z nás velkou neznámou, pod kterou si těžko představí něco konkrétnějšího. Přesto je tento region téměř ze všech pohledů oblast, která je velice pestrá a rozmanitá. Nachází se zde stovky kultur, tisíce jazyků a mnoho etnik. Tvoří ji více jak 30 států, z nichž každý má svou vlastní historii, kulturu, obyvatelstvo, podobně jako všechny ostatní státy světa. Co tuto oblast spojuje je ve většině případů historický fakt, že tyto státy byly mnoho let, některé i staletí v područí evropských koloniálních mocností, což vývoj této oblasti klíčově poznamenalo a následky si nese dodnes. Poslední kolonizátoři Afriku opustili až v druhé polovině 20. století. Přestože již od této doby uběhlo několik desetiletí, pohled na subsaharskou Afriku bývá v některých případech stále stejný, někdy dokonce i stále zkreslovaný. Na druhou stranu můžeme u lidí sledovat větší vůli cestovat a poznávat exotické a dosud neobjevené krajiny, mezi které právě patří i region subsaharské Afriky. I proto se již nějakou dobu můžeme i kromě zpravodajských médií s těmito zeměmi seznamovat i v dalších publicistických formátech, jako například v cestovatelských pořadech.									
Cestovatelské pořady se snaží představit divákovi danou zemi, zaměřit se na její zajímavosti a atrakce. Nicméně bohužel v některých případech dochází k tendenci stereotypizování a rámcování obsahu, který je divákovi představován V této diplomové práci bych se právě tématu stereotypizace a rámcování v cestovatelských pořadech věnovala.									
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Diplomová práce bude zaměřena na analýzu stereotypů v prezentaci vybraných států subsaharské Afriky v cestovatelských pořadech formou kvalitativního výzkumu.									
Cílem práce následně bude potvrdit nebo vyvrátit, že cestovatelské pořady vybrané pro tuto práci pracují nebo nepracují při tvorbě reportáží se stereotypy.									

<p>Základní výzkumná otázka: Podléhají cestovatelské pořady stereotypizaci při vytváření reportáží o zemích subsaharské Afriky? Snaží se producenti reportáží o konkrétní vyznění, nebo se snaží být zcela objektivní?</p> <p>Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):</p> <p>Úvod</p> <p>Teoretická část</p> <p>1/ definice stereotypů, rámcování -historické a teoretické ukotvení</p> <p>2/ stereotypizace a média, rámcování a média -jejich podoba -jejich příčina a důsledky</p> <p>3/ mediální situace v ČR</p> <p>4/ subsaharská Afrika - základní informace - postkoloniální vývoj</p> <p>5/ Metodologie -kvalitativní obsahová analýza -výzkumné otázky a cíle</p> <p>Praktická část</p> <p>-úvod o vybraných pořadech - Cestománie, Objektiv, Koření -kvalitativní obsahová analýza vybraných reportáží</p> <p>Závěr</p> <p>V rámci teoretické části se autorka zaměří na teorii stereotypů a rámcování, jejich širšímu zařazení v rámci sociologie a stručnému pohledu do historie. Samotná kapitola pak bude věnovaná stereotypům a rámcování v mediální sféře. Podobně v rámci teoretické části představím stručně region subsaharské Afriky z hlediska geografického, kulturního, politického. Součástí bude i stručné představení mediální situace v ČR.</p> <p>Praktická část bude věnovaná obsahové analýze vybraných reportáží pořadů Cestománie, Koření a Objektiv, zaměřeným na státy subsaharské Afriky. Při analýze budu zohledňovat to, že každý z pořadů má jiný formát.</p> <p>Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):</p> <p>Pro vypracování této práce budou zkoumány vybrané reportáže těchto třech cestovatelských pořadů: Cestománie, Koření a Objektiv.</p>

<p>Epizody Cestománie o autorkou vybraném regionu byly natočeny v letech 2000 až 2006. Jelikož se ale jedná o pořady cestovatelské, autorka předpokládá, že pohled českých médií na to, co by mohlo být divácky atraktivní pro diváky je dnes stejný jako v období let 2000 až 2006, a je toho názoru, že i když nejsou epizody aktuální, nemělo by to výzkumu vadit.</p> <p>Metody (techniky) zpracování materiálu: Ke zjištění odpovědi na výzkumnou otázku se zaměřím na metodu kvalitativní obsahové analýzy. Vybrané epizody budu analyzovat na základě vizuální a textové stránky jednotlivých epizod a provedu framingovou analýzu s důrazem na pojmenování, interpretaci a zjištění četnosti výskytu stereotypů.</p> <p>Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech</p>
--

titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.

Kniha popisuje metodické postupy pro správný výzkum médií. Součástí je i podrobný manuál pro budoucí výzkumníky, kteří ho mají v plánu zpracovat. Dopodrobna se zde věnuje definici kvalitativního a kvantitativního výzkumu.

KRIPPENDORFF, Klaus. *Content analysis: an introduction to its methodology*. 3rd ed. London: SAGE, 2013. ISBN 978-1-4129-8315-0.

Autor se ve své knize věnuje problematice obsahu a jeho analýze. V textu se zaměřuje především na to, jak správně v rámci kvantitativní a kvalitativní analýzy obsahově rozebrat text, obrázky, nebo hlas.

ENTMAN, Robert. *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*, *Journal of Communication*, 1993, vol. 43, no. 4, s. 51-58. ISSN 1460-2466.

Autor se ve svém díle zabývá mediálními rámcemi, přičemž se zaměřuje na to, jaký mají vliv na to, jak je vnímá společnost. V díle se zaměřuje na jejich definici, ukotvení v kontextu médií a jejich typologii.

LIPPMANN, Walter. *Public opinion*. New York: Macmillan, 1936.

Dílo, ve kterém autor mimo jiné představil pojem stereotyp a jeho rozdělení. Lippmann se mimo jiné v knize věnuje tématům demokratické vlády, jak je možné občany díky stereotypům ovlivňovat v jejich myšlení.

LANDOU, Paul Stuart a KASPIN, Deborah D. *Images and empires: visibility in colonial and postcolonial Africa*. Berkeley: University of California Press, 2002, 380 s.

Kniha se zaměřuje na konstrukce obrazu Afriky v moderním světě. Autoři se zaměřují na to, jak koloniální státy nahlížely na své kolonie a jaký obraz následně předkládaly svým obyvatelům. Součástí práce je i úvod do postkoloniální Afriky a jejího zobrazování

K James, Elizabeth & Boukes, Mark. (2017). *Framing the economy of the East African Community: A decade of disparities and similarities found in Chinese and Western news media's reporting on the East African Community*. *International Communication Gazette*. 79. 174804851668813. 10.1177/1748048516688130.

Studie se zaměřuje na popis ekonomického prostředí vybraných států východní Afriky v období od roku 2005 do roku 2015 médií západní společnosti. Ve studii se prokázalo, že média nejsou v rámci svého popisu nestranná.

Elfriede Fürsich (2009) *Packaging culture: The potential and limitations of travel programs on global television*, *Communication Quarterly*, 50:2, 204-226, DOI: 10.1080/01463370209385657

Studie se zaměřuje na fenomén reprezentace destinací v cestovatelských pořadech a zdůrazňuje, že jsou mnohdy produkovány jako globální mediální produkty. Jako problematické se pak jeví, že aby byla zdůrazněna zábava, jsou mnohdy opomíjené hlubší ekonomické a politické aspekty země.

Hanefors, Monica & Mossberg, Lenai. (2002). TV Travel Shows – A Pre-taste of the Destination. *Journal of Vacation Marketing*, 8. 10.1177/135676670200800303.

Článek se zaměřuje na komunikovaný obsah veřejnosti v rámci cestovatelských pořadů. Autorka se zaměřuje na jednotlivé motivace a zaměření, která jsou při vytváření pořadů důležitá. Zároveň poukazuje na to, že při vytváření reportáží o destinacích na ně není pohlíženo stejně, ale záleží na atraktivitě destinace.

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

ZELENKOVÁ, Klára. Mediální obraz Afriky ve vysílání České televize v letech 2009 až 2013 [online]. 2014 [cit. 2018-05-21]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/126009>. Vedoucí práce Martin Štoll.

Datum / Podpis studenta/ky

22.5.2018

Ferreira da Silva

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

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.

Jirků Jan

22.5.2018

.....

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

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

TEZE SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU/OBORU.

Seznam příloh

- 1: Tabulka 1 – Počet reportáží natočených v jednotlivých letech (*Objektiv*)
- 2: Tabulka 2 - Počet reportáží natočených v jednotlivých letech (*Cestománie*)
- 3: Tabulka 3 - Počet reportáží natočených v jednotlivých letech (*Kořeni, Speciál Kořeni*)