

Bakalářská práce

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE



FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut sociologických studií

Katedra sociologie

3. ročník

Sociologie a sociální politika

**Komparace mediálního obrazu Romů a
Ukrajinců v bulvárním tisku**

Bakalářská práce

David Mitrenga

Praha 2008

Autor práce: David Mitrenga

Vedoucí práce: Mgr. Martin Hájek, PhD.

Oponent práce:

Datum obhajoby: 2008

Hodnocení:

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně a použil jen uvedené prameny a literatury.

2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne

David Mitrenga

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval zejména svému konzultantovi Martinu Hájkovi za jeho svědomité a odpovědné vedení mé bakalářské práce.

Anotace

Tento text se zabývá mediálním obrazem dvou početných minorit v České republice. Je příspěvkem k široké historii výzkumu, které se zabývají otázkou, jak média konstruují a prezentují minority či cizince. Autor zkoumá mediální obraz Romů a Ukrajinců v českém bulvárním tisku, protože je specifickým segmentem mediálního světa. Text diskutuje, že prezentace minorit může být rozdílná navzdory tomu, že výzkumy mluví o tom, že je často negativní a stereotypní. Tato analýza ukazuje rozdíly v prezentování obou minorit a věnuje pozornost kontextům a stereotypům. Autor se zabývá stigmatizací a stylistickou formou bulvárního tisku. U diskutovaných minorit je podstatné, že jsou obě stigmatizovány a přehlíženy zatímco mají odlišný občanský status a barvu pleti.

Annotation

This text deals with a media image of two large minorities in The Czech Republic. It is contribution to wide history of research that deals with question, how media construct and present minorities or foreigners. The author explores the media image of Roma/Gypsies and Ukrainians in Czech tabloids, because it is a specific segment of a media world. The text argues, that presenting of minorities could be different despite researches arguing that it is often negative and stereotypical. This analysis show differences between presenting two minorities and it pays attention to contexts and stereotypes. The author deals with stigmatization stylistic form of tabloid too. About these minorities is significant that both are stigmatized and unheeded while they have a different civil status and a color of skin.

Klíčová slova

Média, stereotypy, stigmatizace, menšiny, Romové, Ukrajinci, výzkum mediálního obrazu, bulvární tisk, kvalitativní výzkum

Keywords

Media, stereotype, stigmatization, minorities, Roma, Ukrainians, research of media image, tabloid, qualitative research

OBSAH

Projekt bakalářské práce	7
Úvod.....	10
TEORETICKÝ KONTEXT VÝZKUMU	11
1. Situace Ukrajinců a Romů v ČR a médiích.....	12
1.1 Ukrajinci	12
1.2 Romové.....	13
1.3 Mediální obraz Ukrajinců	14
1.4 Mediální obraz Romů	15
2. Bulvární tisk.....	17
2.1 Současný bulvár jako produkt mcdonaldizace.....	17
2.2 Bulvár, televize a žurnalistické pole	19
2.3 Bulvár, televize a demokracie.....	20
2.4 Informace jako zábava	21
3. Lidské vnímání a potřeba kategorizace	22
3.1 Stereotypy	23
3.2 Stigmatizace.....	24
4. Cizinec a společnost – problém cizího a xenofobie	25
ANALÝZA TEXTŮ	28
1. Výzkumná otázka	29
2. Metodika analýzy	29
2.1 Konstrukce mediálního obrazu	29
2.2 Výběr vzorku a charakteristika mediálních produktů bulvárních periodik	30
2.3 Předpoklady analýzy	33
3. Zjištění analýzy	34
3.1 Mediální obraz Ukrajinců	34
3.2 Mediální obraz Romů	40
3.3 Komparace mediálních obrazů	45
4. Diskuze a interpretace zjištění	47
Závěr	53
Resumé	53
Summary.....	54
Použitá literatura	54
Seznam příloh.....	57
Příloha I	57

Projekt bakalářské práce

Předpokládaný název práce:

„Mediální obraz Romů a Ukrajinců v bulvárním tisku“

Vstupní diskuse problému

Masmédia jako jeden z vlivných faktorů působících na formování veřejného mínění mnohdy nabízejí zjednodušené a stereotypní informace vytržené z širšího kontextu. Tyto trivializované mediální transformace reality týkající se například minorit žijících v naší společnosti, mohou u neinformovaného či nedostatečně kritického čtenáře zkreslovat subjektivní vnímání této minority a přispívat k upevnování negativních stereotypů, které jej poté ovlivňují v jeho postojích a následném jednání. To je pochopitelně nežádoucí jak pro úspěšnou integraci dané minority, tak pro společné soužití v multikulturní realitě. Četné výzkumy na toto téma, tedy na téma mediálních obrazů a prezentací minorit, naznačují, že zde skutečně větší či menší měrou dochází ke zjednodušené stereotypizaci vykreslující spíše negativní obraz daných minorit.

Formulace problému

Ve své práci budu analyzovat mediální obrazy dvou minorit, které u nás patří k těm početnějším, a to Ukrajinců a Romů. Zaměřím se obzvláště na kontextové a slovní stereotypy s ohledem na rozdíly a stigmatizaci v prezentacích zmiňovaných minorit. Tyto dvě skupiny odlišuje jak původ, barva pleti, tak občanský status, zatímco společným znakem je jim „podřadná“ práce nízké prestiže a s tím související nízký sociální status, ignorace ze strany většinové společnosti a hanlivá oslovení. Bulvární tisk, orientovaný na informace poněkud pokleslejšího charakteru, má v naší populaci relativně silnou čtenářskou obec a je pro něj typická přímočarost

sdělovaných informací, které mívají stereotypní povahu. Díky těmto skutečnostem bude analýza metodologicky uchopitelnější.

Předpokládám, že mediální obrazy Romů a Ukrajinců budou v těchto periodikách jednostranně zaujaté, byť se mezi nimi pravděpodobně objeví obrazy, které se budou vyjímat častým stereotypům snad proto, aby působily jako „výjimky potvrzující pravidlo“, a že negativní kontexty budou mít frekventovanější zastoupení než jiné. Co se týče samotných rozdílů v prezentacích obou minorit, očekávám, že Romové budou líčeni v kontextech nepřizpůsobivých, nepracujících občanů a neplatičů nájemného nemajících smysl pro pořádek, zatímco Ukrajinci budou vydáváni za ilegální, necivilizované až barbarské dělníky se sklony k alkoholismu, brutalitě a výtržnostem. Taková zjištění by poté mohla být interpretována jako úsilí o získání co největší čtenářské obce z řad čtenářů, které přitahuje pokleslá tematika a periferní příjem informací bulvárního ražení a zároveň jako snaha o udržení si a jistou reprodukci této čtenářské obce. Stereotypizace mediálních obrazů menšin a vytváření atmosféry strachu, v níž jsou tyto menšiny označovány takovými charakteristikami, které nabývají spíše negativních konotací může mít svou skrytou latentní funkci v podobě utužování solidarity, společné identity a pocitu sounáležitosti většinové společnosti.

Metodika a cíle analýzy

Použitou metodou bude kvalitativní obsahová analýza celostátního bulvárního tisku, tedy deníků: Blesk, Aha! a Šíp. Analýza by měla podat odpověď na to, jakým způsobem respektive v jakých kontextových a slovních stereotypech jsou v tištěných médiích prezentovány obrazy Romů a Ukrajinců a zároveň by z ní měly vyplynout rozdíly a podobnosti v obrazech těchto dvou různých minorit s ohledem na jejich stigmatizaci.

Orientační seznam literatury

Knihy:

Anselm Strauss: *„Základy kvalitativního výzkumu, postupy a techniky metody zakotvené teorie“*

Jan Hendl: *„Kvalitativní výzkum, základní metody a aplikace“*

Winfried Schulz: „*Analýza obsahu mediálních sdělení*“

Věra Hyhlíková: „*Informační analýza dokumentu*“

Marshall McLuhan: „*Jak rozumět médiím : extenze člověka*“

Adam Schaff: „*Úvod do sémantiky*“

Martina Křížková: „*Cizinci, našinci a média: mediální analýzy*“

Erving Goffman: „*Stigma*“

Michal Hřeka: „*Sociální deviace*“

Radim Marada: „*Etnická různost a občanská jednota*“

Dana Bittnerová / Mirjam Moravcová a kol.: „*Kdo jsem a kam patřím? : identita národnostních menšin a etnických komunit na území České republiky*“

Diplomové práce:

Ondřej Pivoňka: „*Internacionalizace českého tisku a proměny obsahů hlavních českých deníků*“

Internetové zdroje:

Alice Szczepaniková: „*Zatím s nimi nejsou problémy*“ *Mediální obraz azylantů a jejich integrace do české společnosti*

<http://www.migraceonline.cz/e-knihovna/?x=1956990>

Jiří Homoláč, Kamila Karhanová, Jiří Nekvapil: „*Obraz Romů v střeoevropských masmédiích po roce 1989*“

<http://ulug.ff.cuni.cz/projekty/romove/index.htm>

Kamila Karhanová; Petr Kaderka: „*Obraz cizinců v médiích*“

1) <http://www.cizinci.cz/clanek.php?lg=1&id=121>

2) <http://www.cizinci.cz/clanek.php?lg=1&id=122>

Konzultant: Mgr. Martin Hájek, PhD.

Úvod

Záměrem mé práce je srovnání a explorační mediálního obrazu dvou českých minorit, které na jedné straně spojuje nízký sociální status, manuální práce a přehlížení veřejnosti, a na druhé straně rozděluje různý občanský status, barva pleti a historicko-kulturní kontext. Masová média, jako jeden z podstatných faktorů působících na formování veřejného mínění, mnohdy nabízejí zjednodušené, stereotypní a dekontextualizované informace konstruující svébytné symbolické univerzum, obsahem a významem odrážející mnohdy více sebe samé, než předpokládaný referent – vnější sociální realitu. Povaha mediálních transformací sociální reality je závislá na formě, obsahu a charakteru daného média a je do jisté míry determinována povahou symbolického univerza, které médium konstruuje.

Trivializované mediální transformace reality, týkající se například minorit žijících v naší společnosti, mohou u recipienta působit na subjektivní vnímání této menšiny a přispívat k upevňování negativních stereotypů, což je pochopitelně nežádoucí jak pro úspěšnou integraci dané minority, tak pro společné soužití v multikulturní společnosti.

Výzkum, který je základem této práce, analyzoval mediální obraz dvou vybraných minorit – Romů a Ukrajinců v českém bulvárním tisku, a to z důvodu přímočarých, zkratkovitých a stereotypizovaných sdělení charakteristických pro zmíněná periodika a z důvodu jejich široké čtenářské obce. Podobné analýzy mediální konstrukce reality mají svůj význam nejen při pátrání po příčinách vzrůstající xenofobie moderních společností, ale částečně objasňují i původ sdílených společenských stereotypů.

I.

Teoretický kontext výzkumu

1 Situace Ukrajinců a Romů v ČR a médiích

Ve stručnosti se zmíním o současné situaci obou sledovaných minorit v České republice a ve druhé části nabídnu přehled některých výzkumů jejich zobrazování v médiích.

1.1 Ukrajinci

Počátky ukrajinské migrace v Čechách a na Moravě lze datovat již od 16. a 17. století, avšak vzestupný rozmach zažívá hlavně od 90. let 20. století až do současnosti, kdy u nás Ukrajinci tvoří po Slovácích druhou nejpočetnější migrační menšinu. V první polovině 20. století byla zdejší ukrajinská komunita aktivní zejména v udržování a rozvoji ukrajinské kultury – kromě pořádání kulturních akcí a vydávání různých publikací zde bylo i ukrajinské divadlo, gymnázium či univerzita. Německá a později sovětská okupace tyto aktivity potlačila, a to až do pádu železné opony, důsledkem čehož se tyto generace ukrajinských migrantů asimilovaly do majoritní společnosti. [Zilynskyj, Kočík in Leontiyeva 2006: 32]

Ke konci měsíce února 2008 Český statistický úřad registroval 125 407 Ukrajinců, kteří měli přibližně z jedné čtvrtiny trvalý pobyt na území ČR a zbytek měl jiné typy pobytu. [ČSÚ; online] Údaj je podhodnocený, jelikož se jedná pouze o Ukrajince pobývající na našem území legálně (celkový počet může být až o několik desítek tisíc vyšší).

Pro velkou část Ukrajinců je typická tzv. cirkulační pracovní migrace, spjatá s nelegální složkou. Noví migranti (většinou „gastarbajteři“) se příliš nesdružují v žádných krajských spolcích, které byly etablovány spíše původními migranty, a to pravděpodobně kvůli nedostatku volného času. Existuje zde také jistá sociální distance mezi starými a nově příchozími ukrajinskými migranty. [Zilynskyj, Kočík in Leontiyeva 2006: 44]

1.2 Romové

Vztah české majority k Romům a naopak mívá silný emoční náboj zintenzivňující sdílené heterostereotypy mezi uvedenými skupinami. Použijeme-li jistou generalizaci, zdá se, že mezi těmito skupinami existuje specifický hodnotový konflikt, který vyvolává neustálé kontroverze v otázkách řešení a svým způsobem legitimizuje vzájemnou animozitu obou skupin a upevňuje jejich antagonistický vztah. Tento antagonistický vztah však může být také jen zdánlivý a mít původ v jakémisi mediálním mýtu „cikána“. O situaci Romů v naší společnosti již vyšel bezpočet studií a odborných prací, jejichž závěry nikterak nenasvědčují tomu, že by integrační snahy, ať už komunistické v intenci rozptýlení Romů mezi majoritu, či ty současné, charakteristické – podle mého názoru - svou nekonceptností, protichůdností či potěmkinskými řešeními, byly významně úspěšné. Na evropské úrovni lze některé z uvedených tvrzení lakonicky doložit tímto zjištěním:

„V Evropě žije nejméně šest miliónů Romů. Tvoří nejchudší, nejnezaměstnanější, nejnevzdělanější, nejčastěji vězněnou etnickou skupinu s nejkratším průměrným věkem dožití.“ [Možný 2002:134]

Konstatování v této podobě před nás staví pokušení definovat problém Romů z hlediska jejich etnicity a jako příčinu takového stavu pak vidět generalizovanou „neschopnost“ Romů jako jednodolitě skupiny.

Například Hirt s Jakoubkem ve svém ne-etnickém výkladovém modelu ukazují, že nahlízet Romy optikou etnické definice situace je zavádějící a nabízejí odlišnou koncepci směřující proti tradičnímu diskurzu. Autoři současným diskurzům, panujícím na poli „romské otázky“, vyčítají to, že definují „Roma a romské“ z vizuálního hlediska, kdy je za Roma označen ten, kdo jako Rom vypadá a označující vychází ze sdílené představy: „...organické jednoty *rasy, kultury a identity*, přičemž (implicitní) součástí této ideje je přesvědčení, že „etnická příslušnost“, „etnická“ kultura a „etnická“ identita se jaksí dědí. Takové konceptuální východisko je však z hlediska současných společenských i přírodních věd zcela nepodložené a v souladu se stávajícími poznatky též nepřijatelné.“ [Hirt, Jakoubek in Leontiyeva 2006:72]

Ne-etnická výkladová koncepce je jistou alternativou k převládajícím definicím „romské otázky“ a skrze její optiku je problémem spíše problém kultury chudoby a sociálního vyloučení (vyučování) Romů než jejich mnohdy vágní etnicita.

1.3 Mediální obraz Ukrajinců

Analýzy mediálního obrazu Ukrajinců bývají ve výzkumech součástí širších výzkumných záměrů a je jim věnována okrajová pozornost. Většinou bývají jednou z analyzovaných kategorií v rámci obecnější kategorie cizinců.

Výzkum provedený Multikulturálním centrem, analyzující články v několika celostátních periodikách a týkající se tématu cizinců, dokazuje tíhnutí obrazu cizinců spíše k negativním kontextům. V případě Ukrajinců je stejně jako u ostatních cizinců dominantní téma kriminality, které tvoří přibližně 70% z celkového počtu analyzovaných článků. Ukrajinci dostávají v člancích minimální prostor pro vlastní výpovědi a převládá obraz Ukrajinců jako dělníků. Pojem Ukrajinec a jeho další gramatické variace bývají v periodikách užívány metaforicky a to většinou v pejorativním významu v souvislosti s nekalými praktikami či násilnými činy, a to i v člancích, v nichž Ukrajinci nejsou tématem.[Bitrich, Klvačová; online]

K podobným závěrům, kdy jsou cizinci líčeni negativně a převážně v kontextech kriminality, dochází i další výzkumy jako například výzkum Ústavu pro jazyk český AV ČR. [Kaderka, Karhanová; online]

Teun A. van Dijk, jež se systematicky věnuje mediálním analýzám obrazů minorit a imigrantů v západoevropském tisku a zkoumá přítomnost rasismu a dalších jevů v těchto periodikách, seskupil bezpočet interdisciplinárních výzkumů poukazující na to, že tisk jako představitel bělošských mocenských struktur nabízí negativní a zároveň stereotypní obraz imigrantů, etnických skupin a černochů. Minority či imigranti jsou viděni: „...jako problém nebo jako hrozba a jsou vykreslováni ve spojitosti s kriminalitou, násilím, konflikty, nepřijatelnými kulturními rozdíly nebo v ostatních formách deviace...události v etnických komunitách jsou definovány bělošskými autoritami jakými jsou policie a politici a hlas minorit je efektivně vylučován.“ [Van Dijk 1991: 20-21; překlad autor]

V případě britského bulvárního tisku (Mail, Sun) Van Dijk uvádí tato nejčastější témata ve vztahu k minoritám a imigrantům: výtržnost, národní strana,

zločin, politika, policejní dohled, osobní následky výtržností, vzdělání. Jak autor zmiňuje, je kriminalita u zmiňovaných skupin lidí silným tématem nejen v bulvárním tisku, ale i v ostatních tiskovinách. Pakliže započítáme do kriminality i pouliční nepokoje a výtržnosti a zprávy o policejním dohledu nad těmito nepokoji, budou tvořit informace o kriminalitě 50% celkového tematického pokrytí obrazu minorit a imigrantů. [ibid.: 80-81]

1.4 Mediální obraz Romů

Mediální obraz Romů má v jistých ohledech obdobné rysy jako obraz cizinců, a to zejména díky tomu, že také inklinuje k negativním vyobrazením a bývá někdy vykreslen skrze podobné kontexty. Téma médií a vyobrazování Romů je nejen v odborné literatuře poměrně široce popsáno. Většina výzkumů na toto téma je již úzce tematicky profilována a zabývá se konkrétními kauzami či určitým segmentem vyobrazování Romů.

Výzkum realizovaný PR Penguin v Praze provedl na základě jednoměsíčního monitoringu tisku ústředních a regionálních deníků v roce 1997 jednu z obecnějších analýz mediálního obrazu Romů. Tento obraz je nepřekvapivě spíše negativní, byť počet zpráv s negativním kontextem obvykle nepřevyšuje počet zpráv s neutrálním a pozitivním kontextem. Vyskytuje se relativně vysoký zájem o romskou kulturu, zatímco rasovému násilí a sociální problematice je již věnována menší pozornost. Společným jmenovatelem médií je nezájem zabývat se hlubšími příčinami problémů, které jsou zastíňovány akcentováním problematických aspektů vzájemného soužití Romů s majoritou. Romové jsou většinou pojmenováváni buď „neutrálně“ jako „Romové“ či „cikáni“ (avšak oslovení „cikán“ má již v současnosti negativní konotace), nicméně zejména v polistopadových černých kronikách se objevují pojmenování odkazující k barvě pleti či vlasů a podobně. Tištěná média se orientují hlavně na konkrétní události, ve kterých jsou Romové aktéry a méně na komplexnější témata a příčiny „romské problematiky“ jakými jsou rasismus a intolerance, nezaměstnanost a podobně. Situace se však lepší v ostatních médiích, a to hlavně v České televizi a rozhlas. [Davidová 2001: 41-43]

Další výzkum Multikulturálního centra mapující obrazy cizinců v médiích přináší i analýzu textů, které vyšly v období tří měsíců roku 2006 a týkají se kauzy vsetínského starosty J. Čunka. Kauza je ve sledovaném období tematizovaná více

regionálními deníky než celostátními, které ji prezentují v okleštěné podobě. Celá problematika je personalizována v osobě J. Čunka, omezena na ekonomickou otázku neplacení nájmu, akcentují se odlišnosti Romů a samotní Romové v ní dostávají minimum prostoru. Neobjevují se přímo otevřeně rasistické názory, nicméně určitým čtením mezi řádky jsou negativní charakteristiky jako neplatičství či nepřizpůsobivost v textech asociovány automaticky s Romy. [Křížková; online]

Posledním výzkumem, který bych zde zmínil, je kvalitativní analýza převážně novinových textů a televizních diskuzí ve středoevropských médiích, která proběhla v první polovině 90. let a byla součástí širšího výzkumného projektu.

Na příkladu události v Klatovech z roku 1991, kdy skupina 30 „Neromů“ napadla dvě romské rodiny, Jiří Homoláč ilustruje jeden z možných mediálních diskurzů o Romech. Autor dokazuje, že ani u agenturního zpravodajství ČTK, usilujícího o neutralitu a objektivitu, není vyloučeno expresivní vyjadřování a ve zprávách bývá dán prostor blíže neurčeným informačním zdrojům. Prostor k vyjádření dostává hlavně policejní mluvčí a méně již rodiny, které byly aktéry události. V textech dostává k vyjádření prostor představitel romské organizace, který ale figuruje jako jakýsi „uvážlivý Rom“ a je prostředníkem v komunikaci mezi majoritou a Romy, které uklidňuje a mírní potenciální konflikty. Dle autora se uvedený typ „uvážlivého Roma“ objevuje v podobných zprávách pokaždé a implikuje představu majority, kdy je prostředníka v případě komunikace s „problematickou“ a emotivní minoritou nutně zapotřebí. Média, ale i samotní představitelé romských organizací, pracují hlavně s dále nediferencovanou kategorií Roma. Zajímavé je, že zatímco adjektivum „bílý“ pro označení majority se v českém tisku používá téměř výhradně v uvozovkách u pojmenování Romů jako „snědých“ či „snědé pleti“ se již uvozovky neobjevují. Tato skutečnost je podle Homoláče pravděpodobně důkazem odmítnutí představy, že samotní Romové nás kategorizují jako nediferencovanou skupinu „bílých“. Autor poznamenává, že existuje i jistá zdrženlivost médií označovat podobné útoky na Romy za rasově motivované. Média v těchto případech mnohdy zmiňují zástupné motivy a hledají jiné než rasové pohnutky vysvětlující konání pachatelů. Tento poznatek koresponduje s obdobným poznatkem Teun van Dijkových analýz, který tvrdí, že slovo „rasismus“ je v médiích jistým tabu a diskriminace bývá zmírňována na roveň „neférového jednání“ či dokonce druh „smůly“. [Van Dijk 1991: 220; překlad autor] V referování

médií o útocích na Romy se také často vyskytuje obava z odplaty Romů, kteří by se mohli mstít na většinovém obyvatelstvu. [Homoláč et al; online]

Kapitoly mediálního obrazu Romů a Ukrajinců ilustrovaly na konkrétních výzkumech dosavadní mediální diskurz v dané problematice. Jejich závěry jsou relevantní pro samotnou analýzu textů obsažených v této práci, byť je zaměřena na články bulvárních periodik, které jsou v některých ohledech specifické svou stylistickou formou.

2. Bulvární tisk

Následující kapitola pojednává o bulvárním tisku v poněkud širší perspektivě, klade jistou paralelu mezi tato periodika a médium televize a zmiňuje otázku imperativu zábavy jako charakteristiky současné společnosti.

Od třicátých let 19. století se objevují periodika orientovaná na stále početnější masy čtenářů, které byly většinou šířeny pouličním prodejem ve vysokém nákladu. Nápadná u nich byla grafická úprava, specifický obsah a jeho stylizace oslovující vkus masového čtenáře. V poslední třetině 19. století pak dochází k výraznější expanzi masového tisku [Jirák, Köpplová 2003: 30], jehož dnešním reprezentantem je nejen bulvární tisk. Tato kapitola usiluje o popis bulvárního tisku v širším společenském kontextu, s přihlédnutím k jeho charakteristikám, které jej činí specifickým oproti takzvanému serióznímu tisku (i když je hranice dělicí „seriózní“ od „bulvárního“ v konkurenčním prostředí mediálního trhu mnohdy vágní).

2.1 Současný bulvár jako produkt mcdonaldizace

Současný bulvární tisk lze považovat za jednoho z mnoha potomků procesu mcdonaldizace. Pojem mcdonaldizace zavedl George Ritzer a označuje jím segment modernizačního procesu působící ve čtyřech dimenzích: 1) efektivita 2) vypočitatelnost 3) předvídatelnost 4) kontrola. [srov. Ritzer 1996: 26-28]

Aplikujeme-li tyto čtyři dimenze na bulvární tisk a jeho mediální produkty¹ potom dimenze efektivity, jako optimálního postupu od jednoho kroku k druhému, je nasycena v podobě trivializovaných, zkratkovitých a dekontextualizovaných informací, které může recipient přijímat jen periferně, aniž by vynaložil větší intelektuální úsilí. Vypočitatelnost, neboli kvantifikace vstupů a výstupů, kdy kvantita je ekvivalentem kvality, je zase patrná v denní periodicitě bulváru, kalkulaci vstupů a výstupů – za málo peněz dostanu dostatek informací v podobě množství útržkovitých článků, které nevyžadují při svém vzniku (ani četbě) analytické uvažování a jsou tedy časově nenáročné – recipient má dojem, že svůj hlad po informacích nasytil v krátkém čase bez větší námahy. Předvídatelnost spatříme v určité unifikaci bulvárů, které vypadají víceméně stejně a nabízejí předvídatelný obsah bez rizika nejistoty. A konečně dimenze kontroly charakteristická náhradou humánní technologie za nehumánní, je sycena mechanickou a stereotypní tvorbou mediálních produktů bulváru, které nedávají příliš prostoru ke kontroverzím a jsou zde proto, aby prošly rychle vědomím a zanechaly tam nanejvýš nevýznamnou vzpomínku, která bude druhý den opět revitalizována v nepatrně jiném kontextu, avšak ve stejném stereotypním schématu. Nasycení zmiňovaných dimenzí bulvárnímu tisku zajišťuje masový odbyt, čímž si udržuje poměrně silnou čtenářskou obec, u níž společně s aktéry spoluutváří jejich vkus orientovaný na informace poněkud pokleslejšího charakteru zastírající události, které by mohly být skutečně podstatné.

V mcdonaldizovaném obsahu a formě bulvárního tisku tkví jisté potenciální nebezpečí, pakliže je lidmi bulvární tisk definován jako dostatečný a objektivní zdroj informací a stane-li se jedním z hlavních informačních zdrojů, může zjednodušený symbolický svět, který je bulvárem konstruován, sloužit jako legitimizace demagogických politických kroků, které jsou namířeny například proti minoritám či přistěhovalcům. Člověk sycen informacemi z bulvárního tisku opomíná, že „...chtít se informovat bez vynaložení úsilí je iluzí, která povstala spíše z reklamního mýtu než z občanské mobilizace. Informovat se unavuje, a to je cena, kterou občan platí za právo inteligentně se podílet na demokratickém životě.“ [Ramonet 2003: 219]

¹ Mediálním produktem se rozumí to, co je recipientovi nabídnuto jako „...jednorázově zveřejněný či opakovaně zveřejňovaný celek, popř. součástí tohoto celku, pokud jsou identifikovatelné.“ [Jirák, Köpplová: 119]

Bulvární tisk, a nejen ten, šíří iluzi, že informovat a orientovat se ve světě lze nenamáhavou formou a aniž bychom čas strávený tímto informováním považovali za individuální povinnost, které je třeba něco obětovat. Bulvár ať už záměrně či mimoděk přesvědčuje čtenáře o tom, že je možné informovat se a bavit najednou, kdy je informace prostředkem zábavy a nikoli prostředkem poučení o světě.

2.2 Bulvár, televize a žurnalistické pole

Informace a psaný text jsou v případě bulváru obloženy barevnou mozaikou obrazů, která mu dominuje a dodává textu a jeho obsahu vizuální oporu stimulující emocionální účinek obsahu. V tomto bodě a nejen v něm, existuje jistá paralela mezi bulvárem a médiem televize. Bulvární tisk a médium televize bychom mohli označit za dvě stejnosměrně součinné síly, které jsou součástí žurnalistického pole a které působí směrem k bulvarizaci veřejné komunikace a kultury. Pro pochopení toho, co Pierre Bourdieu nazývá žurnalistickým polem a jehož strukturální účinek považuje za zásadní pro podobu celého pole kulturní produkce, je směrodatná logika sociálních polí a působení jejich vzájemných struktur. Uvnitř žurnalistického pole (působícího svou strukturou jako silové pole na pole ostatní) platí logika, kdy: „Přes tlak sledovanosti působí na televizi tíha ekonomiky a přes vliv televize na svět žurnalistismu se uplatňuje na ostatní noviny, dokonce i na ty „nejčistší“, a na novináře, kteří si postupně nechávají vnutit televizní problémy. A stejným způsobem – prostřednictvím váhy celého žurnalistického pole – tíží všechna pole kulturní produkce.“ [Bourdieu 2002: 51-52]

Právě tíha ekonomiky je podstatným faktorem determinujícím výběr témat masmédií. Obzvláště televize a bulvární tisk vedeni logikou oslovování co nejširší obce konzumentů podřizují tento výběr témat kritériím, mezi které patří i orientace na typ zpráv „černá kronika“. Tato orientace již dávno není jen výsadou bulvárních periodik a získává stále více prostoru v celém žurnalistickém poli. Jejím úskalím však zůstává převaha sentimentu, emocí a působení na základní lidské instinkty nad kritickým a vyváženým rozbohem daného tématu.

Žurnalistické pole, v jehož středu stojí médium televize, je v současnosti hegemonní a jak tvrdí Bourdieu, neměli bychom se spokojit s analýzou aktérů, kteří toto pole spoluutvářejí, ale měli bychom jej vnímat především jako neviditelnou,

anonymní strukturu utvářející samotné žurnalistické pole a působící na ostatní sociální pole. [Ibid.: 51]

Zásadní otázkou v tomto kontextu je pozice médií v sociálně-politickém systému dané společnosti. Další kapitola vztahuje bulvární tisk a médium televize k některým otázkám demokratické společnosti.

2.3 Bulvár, televize a demokracie

Vztáhneme-li podobnost bulváru a televize patrnou v dominanci obrazu nad obsahem, produkci sdělení přizpůsobených širokým masám či v dekontextualizaci událostí k otázkám demokracie a občanské společnosti, která by měla být její esenciální složkou, odhalujeme v bulváru stejně jako v televizi jisté politické nebezpečí, jelikož: „...obraz má jednu zvláštnost – může vyvolat něco, čemu literární kritikové říkají *dojem skutečnosti* – může ukázat a přesvědčit o tom, co ukazuje. Tato evokační síla má mobilizační účinky. Může dát vzniknout myšlenkám nebo představám, ale i skupinám lidí. Každodenní incidenty nebo nehody mohou mít náboj politických, etických implikací, schopných spustit silné city, často negativní – jako rasismus, xenofobii – a prostý fakt přinést o tom zprávu, to record, udělat o tom reportáž, implikuje vždy sociální konstrukci skutečnosti, která dokáže vyvolat sociální efekty mobilizace (nebo demobilizace).“ [Bourdieu 2002: 17] Obraz, který má ve své moci stimulaci emocí skrytých explicitně či implicitně v obsahu sdělení, vytváří s přispěním média televize jakousi novou informační rovnici, kterou lakonicky vyjádřil Ignacio Ramonet: „Jestliže je pravdivá emoce, kterou cítíte při sledování televizních novin, je pravdivá také informace.“ [Ramonet 2003: 29] Bulvární tisk, v jehož sděleních je emocionální náboj přítomen nezakrytě, tak upřednostňuje expresivitu a působení na city jako nejvyšší hodnotu a realitu vyobrazuje právě po vzoru této informační rovnice.

V komplexní a relativizované skutečnosti, kdy je jedinci jediným zdrojem informací bulvární tisk, lépe řečeno bulvarizovaná média v širokém smyslu toho slova, se z jedince může stát pasivní „homo consumens“ konzumující informace a komunikujícím skrze „...*loci communes* (fráze, floskule, otřepané věci, banality)...“, kde je komunikace procesem, který „...nemá jiný obsah než samotný fakt komunikování.“ – zatímco myšlení je svou podstatou podvratné – demontuje přijaté myšlenky a pak dokazuje. [Bourdieu 2002: 25] Pakliže uznáme jednu ze základních

premis demokracie, kterou bychom mohli nazvat poučené porozumění, tedy možnost vědět vše o alternativách k projednávanému a jejich důsledcích [Dahl 2001: 39], zjišťujeme, že je to právě mediální svět, který nám velké množství těchto alternativ zprostředkovává a je tudíž na místě jistá obezřetnost. Obzvlášť v situaci, kdy se televize a bulvární tisk soustřeďují právě na produkci *loci communes* a homogenních, obecně přijatých myšlenek a nedovolují konfrontaci různých alternativ k projednávanému, mohou nepřímo svádět k apatii a pasivitě příjemců. Bulvární tisk, který je v jistých ohledech paralelní televizi, můžeme tedy označit za symbol pasivní demokracie, kdy: „Jednostrannost působení, pasivita příjemců, pocit spoluúčasti a iluze svobodné volby postačí k účinné manipulaci průměrným občanem v podmínkách centralizované masové společnosti.“ [Keller 2005: 83]

Média tedy nemusí vždy nutně obohacovat demokratickou diskuzi a metaforicky řečeno být smysly občanské společnosti, ale mohou také působit kontraproduktivně a podněcovat občanskou pasivitu.

2.4 Informace jako zábava

Nezanedbatelnou roli v synergii televize a bulváru, jež je součástí procesu, který můžeme označit za bulvarizaci kultury a společnosti, sehrává element zábavy. Televize, jejímž kritériem relevantnosti skutečnosti je jakási telegeničnost² skutečnosti a v případě bulváru tomu není jinak – i ten nejbanálnější a nejkratší článek mívá svůj obrazový doprovod a skutečnosti, které se nedají doplnit „atraktivním“ obrazem, se patrně na stránky bulváru ani nedostanou – vnáší do společnosti a veřejné komunikace imperativ zábavy, a to mnohdy nedostatečně reflektovanou a neuvědomovanou formou. Jako riziko tento poznatek vnímá například Neil Postman: „Naše politika, náboženství, zpravodajství, sport, vzdělávání i obchod se proměnily ve stejnorodý doplněk zábavy, aniž by proti tomu veřejnost protestovala nebo to vůbec zaregistrovala. V důsledku toho všeho se pozvolna ocitáme v nebezpečí, že se ubavíme k smrti.“ [Postman 1999: 12] Norma zábavy diktovaná reklamním a zábavním průmyslem má zásadní dopad na informaci a veřejnou komunikaci. Informace definovaná v současnosti jako zboží, u nějž jde

² Pojem užitý Ignaciem Ramonetem, kterým označuje to, že nějaká skutečnost, událost je hodna televizní pozornosti a že lze vyjádřit a zpracovat obrazem takovým způsobem, aby byla pro recipienta atraktivní - „dalo se na ni dívat“.

hlavně o maximalizaci prodeje získává kontury, které mají potenciál oslovit co nejširší publikum. Informace produkované médii, která akcentují jejich zábavní charakter, tak mnohdy ztrácejí výpovědní hodnotu a vazbu na širší kontext a stávají se součástí informačního kaleidoskopu, který utváří elektronické technologie konstruující „...svět-kaleidoskop, v jehož zorném poli se vynořují obrazce, na okamžik se zastaví a hned zase zmizí. Je to svět, který téměř postrádá soudržnost a smysl, svět, který po nás nežadá, ba dokonce nám ani nedovoluje, abychom cokoli podnikli. Svět, který je- tak jako dětský kaleidoskop – přísně samoučelný. A stejně jako kaleidoskop je také nekonečně zábavný.“ [Ibid.: 85] Mediální produkty bulvárního tisku koncipované tak, aby spíše pobavily než informovaly, jsou specifické i využíváním pseudokontextu, který je dle Postmana strukturou sloužící k zajištění relevance a použitelnosti roztržitých informací, jež k našemu životu nemají přirozený vztah. Pseudokontext je prostředkem k použití bezvýznamné informace, jejímž významem a cílem se stává samoučelná zábava. [Ibid.: 84]

3. Lidské vnímání a potřeba kategorizace

Člověku je bytostně vlastní sklon ke kategorizaci a generalizaci jevů i skutečností, které mu nolens volens pomáhají při jeho orientaci v prostředí. Naše vnímání používá svá percepční schémata a kognitivní mapy pro kategorizaci zkušeností do jednotlivých skupin a následné zobecnění na základě vlastností těchto skupin.

Jock Young zavedl pro tendenci kategorizovat druhé pojem *esencializace*. Tento sklon existuje od počátku lidstva samého jako jeho nadčasová charakteristika, avšak není náhodou, že právě moderní a pozdně moderní doba si jej dosti oblíbila. Pro člověka moderní a pozdně moderní doby je dle Younga esencialismus atraktivní, jelikož: „...poskytuje jinak bolestně chybějící ontologickou jistotu, legitimizuje výsady a uctívou podřízenost, které by jinak byly v ostrém rozporu s moderním příslibem univerzálnosti a rovnosti, usnadňuje svalování viny na druhého a umožňuje si do něho projektovat vnitřní strachy a pochybnosti o vlastní schopnosti vyhovět kritériím náležitosti a slušnosti, která člověk hlásá.“ [Young in Bauman 2003: 304]

Esencializace, jako vlastnost a strategie lidského vnímání, se může lehce snoubit s pokušením definovat lidskou společnost na základě etnických podobností a

rozdílů, pro jejichž percepci jsou nám v urbanizované a multikulturní realitě často oporou jen vizuální zkušenost, letmé kontakty a právě média. Nebezpečím takové kategorizace je samý základ etnicity, která, jak píše politolog Donald L. Horowitz: „...se zakládá na mýtu o společných předcích, kteří údajně sdíleli určité vrozené znaky. Etnické skupině jsou tudíž připisovány určité sdílené vlastnosti, z nichž vyplývá pocit příbuznosti.“ [Horowitz in Fredrickson 2003: 109]

Nejen bulvární tisk pak s pomocí znaků tvořících symbolický svět bulváru vytváří charakterem svých mediálních produktů obecné a homogenní kategorie. V rámci symbolického světa, jehož součástí je určité vědění, může být toto vědění „...opětovně stvrzováno pomocí symbolických objektů...a/nebo symbolických činností. Jinými slovy, fyzické objekty a činnosti mohou být využity jako mnemotechnické pomůcky.“ [Berger, Luckmann 1999: 73] Obecný fenomén kriminality tak může být kupříkladu bulvárním tiskem reprezentován jako atribut cizinců či minorit a recipientem pak interpretován jako charakteristika celé této skupiny, kterou bude vnímat homogenně na pozadí stereotypního vnímání.

3.1 Stereotypy

Stereotyp je *esencializaci* blízká sociální kategorizace, napomáhající našim percepčním schémátům vyčlenit a zařadit daný vjem: „Stereotypem se rozumí sociální klasifikace určitých skupin a jejich reprezentace pomocí zjednodušujících, neověřitelných, zobecňujících znaků, jež výslovně (explicitně) či nepřímo (implicitně) představují soubor hodnot, soudů a předpokladů týkajících se chování takových skupin, jejich vlastností, minulosti i vývoje.“ [Jirák, Köpplová 2003: 145]

Od stereotypu odvozený proces stereotypizace určuje rozlišující rysy mezi zobecňujícími kategoriemi a zařazuje do nich jednotlivé poznatky, avšak proces poté působí také zpětně, kdy vlastnosti obecných kategorií, jež nejsou uvnitř dané kategorie diferencovány, jsou projektovány na jednotlivé příslušníky těchto skupin. [Ibid.: 144]

Již jsem zmínil, že člověk často inklinuje k etnickým definicím situací a z tohoto hlediska můžeme stereotypy diferencovat dále na autostereotypy a heterostereotypy, kdy podle Uhlíkové jsou etnické stereotypy charakterizované jako nediferencované zevšeobecnění na celou „cizí“ etnickou skupinu – heterostereotyp a

zároveň etnická skupina, která se vůči „cizí“ vyhraňuje, vnímá sama sebe nediferencovaně – autostereotyp. [Uhlíková in Navrátil 2003: 120]

Zejména v urbánním a anonymizovaném prostředí jsou stereotypy podmínkou a prostředkem orientace člověka mezi bezpočtem lidských identit, s nimiž má často jen minimální osobní zkušenost, a to, co o těchto identitách ví, či tuší, pochází často právě z médií. Pakliže člověk dostatečně nereflektuje tuto skutečnost a není s to kriticky prozírat přes clonu svých stereotypů, stává se do jisté míry slepým a uzavřeným vůči svému okolí, což nikterak nepřidá jeho schopnosti tolerance.

Stereotyp se pak váže i k otázce stigma, který má již negativní konotace a jeho nositele větší či menší měrou v mezilidské interakci diskvalifikuje.

3.2 Stigmatizace

Pojem stigma pochází původně z řečtiny a sloužil k označení tělesného znaku implikujícího morální status označovaného. Erwing Goffman jej potom užívá k označení silně diskreditujícího atributu, kterým může být označen aktér, jehož koherence virtuální sociální identity (tedy té části identity, která vyvstává a je učiněná „pod dojmem“ na základě kategorizace a schématického vnímání člověka) je tímto atributem narušena. [Goffman 2003: 9-10]

Goffman zdůrazňuje, že jde o řeč vzájemných vztahů a nikoli o atributy samé. Podstatnou úlohu sehrává kontext, v němž se proces stigmatizace odehrává a v němž označující „klade“ svou etiketu na označovaného. [Ibid.: 11]

Na procesu stigmatizace jistě participují i média tvořící takové mediální obrazy, které mohou ať už na jednotlivce, či celé skupiny, vrhat světlo diskreditujících atributů. Byť při procesu stigmatizace sehrává podstatnou roli vzájemná relace struktury sociálních vztahů, kontextů a jednotlivých rolí aktéra v osobní interakci s ostatními jedinci, lze v tomto procesu oprávněně uvažovat i o roli médií.

Zdá se, že u osob či skupin, u nichž člověk disponuje věděním pocházejícím pouze z médií, bude jejich dopad poměrně výrazný. Bulvární tisk jako producent stereotypizovaných sdělení, které mívají v případě minorit těžiště v negativních kontextech tak může stigmatizaci těchto minorit napomáhat.

Stigmatizace může mít mnoho funkcí, kdy například: “Stigmatizace osob se špatným morálním profilem může zjevně sloužit jako prostředek formální sociální kontroly. Stigmatizace příslušníků určitých rasových, náboženských a etnických skupin byla zjevně prostředkem odstraňování těchto menšin z různých konkurenčních prostředí.” [Ibid.: 158]

Tato skutečnost se odráží i v bezpočtu různých lidových anekdot či v současných urban legends (moderní ekvivalent starých mýtů a legend), ve kterých bývají mnohdy tematizovány i minority či cizinci a zasazení do kontextů, které je mají nějakým způsobem diskreditovat.

Stigmatizace může být i součástí procesu nazvaným Bergerem a Luckmannem „potlačení“. Účelem „potlačení“ je vytěsnění a marginalizace toho, co stojí mimo rámec přijatelného a žádoucího symbolického světa dané společnosti. „Potlačení realitu všech jevů či výklady všech jevů, které do tohoto symbolického světa nezapadají, *popírá*.“ [Berger, Luckmann 1999: 114] Stigmatizace je tak prostředkem jakéhosi „onálepkování“ těch jedinců či skupin, které, ať už skutečně či domněle, narušují daný symbolický svět. Slouží jak k jejich rozpoznání, tak k jejich diskreditaci. Jak autoři konstatují: „Ohrožení společenských definic reality je zažehnáno tím, že všem definicím existujícím mimo příslušný symbolický svět je přisouzen podřadný ontologický status, v důsledku čehož je oslaben i jejich kognitivní status, jenž pak není brán vážně.“ [Ibid.: 114-115]

Virtuální sociální identitu jedinců či skupin mohou stigmatizací poškodit i média, a to ne nutně na základě relevantních skutečností, které by k této stigmatizaci mohly vést v běžné mezilidské interakci.

4. Cizinec a společnost – problém cizího a xenofobie

Při uvažování o vztahu mezi společností a jedinci či skupinami, které jsou této společnosti nějakým způsobem cizí, je vztah k prostoru „...na jedné straně podmínkou a na druhé straně symbolem vztahů k lidem.“ [Simmel 1997: 26]

Kategorie cizince může být z hlediska obecnosti poměrně široká, nicméně zásadní je vztah k prostoru symbolizující zároveň sociální vzdálenost a vztahy mezi lidmi. Vztah k prostoru zahrnuje vztahy mezi blízkostí a vzdáleností, které mohou vyjadřovat sílu a podobu sociálních vztahů a které tvoří svým způsobem jednotu,

v níž pak „...distance uvnitř tohoto vztahu znamená, že ten, kdo je blízko, je vzdálen, zatímco být cizincem znamená, že ten, kdo je vzdálen, je blízko.“ [Ibid.: 26]

A právě vztah obrazné a prostorové vzdálenosti, který nazvěme vztahem mezi našinci a cizinci, kdy nás prostorová blízkost cizince může určitým způsobem zneklidňovat, jelikož mu jeho výchozí, více či méně jiná kultura dovoluje na nás pohlížet v jiném světle, než v jakém na sebe pohlížíme přirozeně my sami. Tedy ve světle, které mu dovoluje na nás nahlížet jaksi „čistě“ s odstupem, nám může poskytnout částečné vysvětlení strachu z cizího či xenofobie. Cizinec je jakýmsi cizím elementem „hostitelské“ kultury, byť k ní prostorově náleží, který do ní vnáší původem cizí prvky a vlastnosti. Cizinec tak může našince, nolens volens, zneklidňovat, jelikož implicitně narušuje a zpochybňuje svět, který je našinci vlastní.

Pro vztah k cizinci je podstatná sounáležitost společných prvků a charakteristik mezi námi a jím, a to z hlediska toho, nakolik jsou tyto společné prvky obecné a charakteristické pro širší okruh lidí. Jak konstatuje Simmel: „Cizinec je nám blízký, pokud mezi ním a sebou cítíme shodné momenty národního či sociálního, profesního či obecně lidského typu; je nám vzdálený, pokud tyto shodné momenty jeho i nás přesahují a spojují nás s ním jen proto, že obecně spojují velice mnoho lidí.“ [Ibid.: 30]

Postavíme-li do role těchto cizinců v naší společnosti jak Romy, tak Ukrajince, shledáváme, že mezi těmito skupinami, byť je oddělují určité charakteristiky, je jistá podobnost ve vztahu k našinci. Ve vztahu ke zmíněným skupinám se distance mezi námi a jimi zvětšuje právě proto, že ony společné prvky, které bychom mohli nalézt, spojují zároveň mnoho lidí. Užší a specifické společné prvky nacházíme jen neochotně a stěží. Jistou vinu na tom má i uzavřenost české společnosti vůči cizímu obecně.

Mnohé výzkumy usvědčují českou společnost z xenofobie. Xenofobii můžeme definovat jako: „...nedůvěru, averzi a nepřátelství vůči cizincům či něčemu a někomu z vně naší vlastní sociální skupiny, národu, země atd.“ [Orenstein in Burjanek 2001: 54] Například *European Values Study* (EVS) v roce 1999 uvádí, že téměř 40 % respondentů si nepřeje mít Romy za sousedy. I tak je v ČR míra xenofobie v rámci postkomunistických zemí jednou z nejmenších, ale ve srovnání se západními vyspělými zeměmi je pořád dosti vysoká. Xenofobie Čechů vůči romské populaci je oproti ostatním skupinám jednoznačně nejvyšší, což ovšem platí i pro ostatní postkomunistické země a země východní Evropy. [Ibid.: 60-61]

Na takto vysoké míře xenofobie se podepisuje i mediální kultura naší země, která ne vždy působí směrem k pochopení mezi vlastním a cizím a porozuměním tomuto vztahu.

II.

Analýza textů

1 Výzkumná otázka

Ve své práci analyzuji mediální obrazy dvou minorit, které u nás patří k nejpočetnějším, a to Ukrajinců a Romů. Zaměřil jsem se obzvláště na kontextové a slovní stereotypy s ohledem na rozdíly a stigmatizaci v prezentacích obou menšin. Pro komparaci mediálního obrazu jsem vybral tyto dvě minority z důvodu jejich vzájemných charakteristik a vztahu k majoritě, kdy analyzované menšiny na jedné straně spojuje nízký sociální status, manuální práce a přehlížení veřejnosti a na druhé straně je rozděluje různý občanský status, barva pleti a historicko-kulturní kontext. Právě tato skutečnost v kombinaci s faktem, že obě minority jsou v našem kulturním prostředí stigmatizovány, byly východiskem jejich vzájemného srovnání a analýzy. Základní výzkumnou otázkou je: „Jaký je mediální obraz těchto minorit v českém bulvárním tisku, nakolik se sobě podobá z hlediska témat, kontextů a dalších charakteristik a jakým způsobem je prezentován?“

2 Metodika analýzy

Následující část se zabývá popisem zvolené metody výzkumu, výběrem analyzovaného vzorku, jeho charakteristikou a v neposlední řadě vztahem vzorku k populaci.

2.1 Konstrukce mediálního obrazu

S pomocí otevřeného kódování [Hendl 2005: 247-248] byla v člancích rozkryta jednotlivá témata, jevy a charakteristiky tvořící mediální reprezentaci skutečnosti - minorit. Použil jsem zejména kvalitativních postupů v kombinaci s frekvenčními tabulkami ukazujícími jak počet daných témat, tak relativní i absolutní procentuální zastoupení témat a kategorií. Frekvenční tabulky jsou součástí samotného textu a také součástí přílohy I, na kterou v odkazuji. Příloha II, která obsahuje samotné analyzované články, je pro svou velikost k dispozici jen v elektronické verzi této práce. Každý článek jsem považoval za samostatnou jednotku analýzy a přiřadil mu kód, který reprezentuje jeho centrální tematický kontext (viz příloha II). V rámci jednotlivých centrálních kódů jsem poté dimenzionalizoval daná témata, a to podle jejich charakteru. Někdy jsem volil

v obsahové analýze často využívané členění založené na tom, zda byl kontext centrálního tématu pozitivní, negativní či neutrální. Toto rozlišení v sobě obsahuje jistou míru hodnocení a může být problematické, nicméně povaha článků bulvárního tisku mi poměrně jednoznačně umožnila těchto kategorií použít. Na základě výskytu dalších kódů uvnitř článků či celkového vyznění jsem byl s to rozhodnout o příslušnosti k jedné z kategorií. V případě, kdy nebylo možné rozhodnout jednoznačně, byl článek zařazen do kategorie neutrální. V případě kriminality jsem zvolil dělení podle toho, zda byl daný aktér (aktéři) subjektem, objektem či subjektem i objektem kriminality zároveň. Ze základních centrálních témat článků byly spočítány frekvence. Jejich celkový přehled uvádí příloha I. Orientoval jsem se nejen na jednotlivé kontexty a témata článků, ale i další jevy a témata uvnitř samotných článků, které jsem poté dále analyzoval na základě jejich relevance k výzkumné otázce.

2.2 Výběr vzorku a charakteristika mediálních produktů bulvárních periodik

Ve své analýze jsem se omezil pouze na bulvární periodika, byť si uvědomuji, že pro komplexní studium jakéhokoli mediálního obrazu je třeba reflektovat celý mediální svět. Učinil jsem tak proto, abych popsal jen ten segment mediálního světa, který je charakteristický svou širokou čtenářskou obcí³ a obsahovou orientací obracející se k masovému čtenáři. Zde považuji za důležité zmínit, že žurnalistické pole je charakteristické napodobováním svých jednotlivých segmentů, kdy média neustále monitorují ostatní média a přizpůsobují jim v rámci boje o konzumenta své mediální produkty. Ramonet to nazývá mediálním napodobováním a píše o něm, že: „Tato ztřeštěná imitace dotažená až k excesu vlastně vytváří sněhovou kouli a funguje jako jakási autointoxikace: čím více média mluví o nějakém tématu, tím více se kolektivně přesvědčují, že toto téma je nepostradatelné, centrální, hlavní, a že je třeba mu dát ještě více prostoru a věnovat mu ještě více času, více prostředků a více novinářů.“ [Ramonet 2003: 28] Zkoumám-li tedy pouze určitou část mediálního světa, můžou mít takové závěry mnohem větší dosah. Bulvární periodika jsou masovým médiem par excellence, v němž dominuje senzacechtivost, svět celebrit, pokleslá témata, skandály a skandalizace událostí, které získávají na oblibě obzvláště „...v období, kdy dochází k zvýšení blahobytu, šíří se

³ V případě mnou analyzovaných bulvárních deníků je jejich čtenost kolem 2 milionů. Viz http://www.median.cz/docs/MP_2006_4+1Q_zprava.pdf

obecná nespokojenost, která dodává moderní společnosti živnou půdu pro nerealistické názory a vede k žádostivé spotřebě skandálů...“ [Luhman in Jiráček, Köppllová 2003: 31]

Díky této orientaci na masového, a tudíž nenáročného, čtenáře jsou mediální produkty bulvárního tisku významově přímočaré a reprezentace skutečnosti tíhnou k stereotypizaci více, než je tomu u tzv. seriózního tisku. Mediální obraz minorit je tedy v bulvárním tisku metodologicky uchopitelnější. Čtenáři těchto periodik nemusí mít nutně nízké vzdělání a průměrné kulturní potřeby. Dokazuje to například Homoláčův poznatek z analýz černých kronik, v jejichž článcích objevil aluze na klasickou literaturu, film apod. [Homoláč 1998: 41] I tak lze předpokládat, že čtenáři bulvárního tisku mají spíše nižší vzdělání, nechají se lehce svést emocionálním nábojem zpráv a interpretují je na pozadí síly emocí, které se v článku ukrývají. Zároveň se domnívám, že modelový čtenář bulváru tíhne větší měrou k stereotypnímu uvažování a že události, o nichž čte, příliš neklade do širšího kontextu.

Z hlediska možné variability interpretace textů je lze definovat mírou jejich otevřenosti, či uzavřenosti. Pakliže text skýtá vícero možností své interpretace, je textem otevřeným a naopak, skýtá-li méně možností interpretace, je textem uzavřeným. [Jiráček, Köppllová 2003: 147-148] Interpretační vodítka může do textu vkládat autor, nicméně recipient je tím, kdo do textu vkládá smysl a interpretuje jej. Jak zmiňuje Umberto Eco: „Text je zařízení určené k tomu, aby vytvořilo modelového čtenáře. Tento čtenář není tím, kdo dělá „správnou“ hypotézu. Text musí počítat s modelovým čtenářem, který má právo vyzkoušet nekonečně mnoho hypotéz.“ [Eco 2000: 150] Avšak texty bulvárních tiskovin lze označit za uzavřenější, jelikož v nich autor mnohdy podněcuje k určité preferované interpretaci a navádí svou přítomností v textu k „správné“ hypotéze. Stuart Hall v tomto kontextu používá pojmu preferované čtení, čímž označuje představu kýžené interpretace, která se skrývá v textu a je jakousi intencí samotného autora. [Hall in Jiráček, Köppllová 2003: 147-148]

Míra uzavřenosti a otevřenosti textů v bulvárním tisku se různí, ale inklinuje k interpretační uzavřenosti. Pro ilustraci uvádím dva z kratších textů, které reprezentují různou míru interpretační uzavřenosti a otevřenosti:

Romové se poprali

19.7.2007 Aha! str. 06 z domova; (rtg)

PROSTĚJOV – Muž (54) byl včera ráno postřelen do břicha v jednom z prostějovských domů při konfliktu dvou romských rodin. Podle kriminalistů šlo o řešení dlouhodobých konfliktů. Zraněný byl převezen do nemocnice.

Oloupil nevidomou Romku!

9.2.2007 Blesk str. 05 Morava; (op)

BRNO - **Je to ještě člověk? Okradl slepou, invalidní ženu za bílého dne! Tak otřesný případ** útoku na **bezbrannou** Romku (51) řeší brněnská policie. **Hyena napadla** ženu na ulici plné lidí, takže svědků je dost... **Snědý mladý** lupič ve středu obral ženu o peníze, které dostává jako sociální příspěvek za bezmocnost. „Bojím se! Zůstanu teď radši zavřená doma jako pes!“ pláče invalidní důchodkyně. Po mozkové mrtvici navíc špatně chodí. „Srazil mě na zem, vytáhl peněženku, kde jsem měla 3500 korun, a utekl!“ vyličila přepadení žena. Tvrdí, že lupič je slovenský Rom, který prý bere drogy.

Zatímco první článek je strohým konstatováním události bez přílišné invence autora, druhý svou přepjatou expresivitou (v textu jsem ji zvýraznil tučně) cíleně navádí k jednoznačné interpretaci textu a přítomnost autora, který zde vyzývá k preferovanému čtení je více než patrná.

Oba články také ukazují, že míra expresivity může být diametrálně odlišná, i přesto, že se jedná o články z kategorie kriminality.

Zároveň je v druhém textu vidět jakási stylistická ambivalence, vyskytující se v referování o aktérech události. Etnicita v případě oběti je potlačena a jako Romka je označena pouze v začátku textu. Nadále jsou použita zástupná označení typu: „žena, invalidní důchodkyně, přepadená žena“. U pachatele činu jsou pak použity expresivní výrazy, v nichž je pochybováno o jeho lidskosti. Je nazýván hyenou, snědým mladým lupičem, slovenským Romem, který bere drogy. O tomto jevu stylistické ambivalence, který se v analyzovaných textech vyskytuje poměrně často a který bývá spjat s různou mírou akcentování etnicity či národnosti v případě Ukrajinců, se ještě zmíním v kapitole zjištění analýzy.

Články bulvárního tisku jsou specifické svým zaměřením na typ zpráv „černé kroniky“. Jiří Homoláč, který se zabýval analýzou předlistopadových a polistopadových černých kronik, konstatuje, že se liší nejen svým obsahem, ale i „...přítomností implicitního i explicitního hodnocení, ironií až sarkasmem vůči

pachateli i oběti a autorskými komentáři.” [Homoláč 1998: 25] Tato odlišnost se vyskytuje i uvnitř samotných mediálních produktů bulváru, jak jsem popsal výše.

Na pozadí zmíněných skutečností vyvstává předpoklad výběru vzorku, kterým je teze, že recipientovi bulvárního tisku je z důvodu interpretační uzavřenosti článků, normativního a emocionálního náboje článků, časté expresivity a jevu preferovaného čtení nabízena cesta, jak sdělení interpretovat. Stereotypizované mediální obrazy minorit žijících v naší společnosti, které inklinují k negativním vyobrazením, mohou u nedostatečně informovaného či nedostatečně kritického čtenáře působit na subjektivní vnímání této minority a přispívat k upevňování negativních stereotypů, které jej poté ovlivňují v jeho postojích a následném jednání.

K výběru vzorku jsem využil databázi společnosti NEWTON Media a.s a zaměřil jsem se na český bulvární tisk reprezentovaný deníky Blesk, Aha! a Šíp. Analyzované články pokrývají období od 1.1.2006 do 20.8.2007, tedy dobu přibližně 20 měsíců. Články byly vyhledávány na základě těchto klíčových slov: ukrajin*; rom*; cikán*, čímž jsem pokryl možnou gramatickou variabilitu těchto pojmů.

Dalším zadaným požadavkem bylo vyhledání klíčových slov jen v titulcích článků, k čemuž mě vedla skutečnost, že takové články budou mít analyzované minority jako centrální téma. V kontextu této analýzy je vyhledávání z titulků také relevantní díky jevu titulkové xenofobie, který spočívá podle Nekuly v uvádění národnosti či etnické příslušnosti jako směrodatného atributu aktérů článků i tam, kde si to podstata sdělení ani nežadá. [Nekula in Homoláč 1998: 57]

Z vygenerovaných článků pak byly vyřazeny články ze sportu, které jsem nepovažoval za směrodatné, jelikož byly omezeny na prostá konstatování sportovních výsledků a články.

2.3 Předpoklady analýzy

Předpokládal jsem, že mediální obrazy Romů a Ukrajinců budou v bulvárních periodikách jednostranně zaujaté, byť se mezi nimi pravděpodobně objeví obrazy, které se budou vymykat častým stereotypům snad proto, aby působily jako „výjimky potvrzující pravidlo“, a že negativní kontexty budou mít frekventovanější zastoupení než jiné. Co se týče samotných rozdílů v prezentacích obou minorit, očekával jsem, že Romové budou líčeni v kontextech nepřizpůsobivých, nepracujících občanů a

neplatičů nájemného, nemajících smysl pro pořádek, zatímco Ukrajinci budou vydáváni za ilegální, necivilizované až barbarské dělníky se sklony k alkoholismu, brutalitě a výtržnostem.

Jak vyplývá z analýzy samé, předpoklady se nenaplnily v plné míře. Po prvním průchodu daty je citelný základní rozdíl v obrazech obou minorit. Zatímco obraz Ukrajinců je spíše tematicky monolitický, se silně dominantním kódem kriminality, u obrazu Romů nastává jistá změna. Nejenže je obraz Romů tematicky rozmanitější a jeho těžiště není toliko v negativních kontextech jako je tomu u Ukrajinců, ale navíc se v něm objevují prvky, které bychom mohli nazvat apologetikou Romů, či prvky, které vykreslují Romy jako občany hájící svá práva. Nicméně i přesto tihne obraz Romů spíše k negativnímu vykreslení a i tam, kde jsou Romové líčeni v lepším světle, najdeme stylistické prvky, které je spíše zesměšňují či převrací původně pozitivní znění článku opět v negativní.

3 Zjištění analýzy

Následující kapitola pojednává o výsledcích samotné analýzy článků bulvárních periodik. V prvních dvou podkapitolách přiblížím jednotlivé mediální obrazy daných minorit a ve třetí jejich vzájemné srovnání. V některých případech zde odkazuji na přílohu I a II, nicméně pro pochopení základní argumentace není třeba do příloh nahlížet.

3.1 Mediální obraz Ukrajinců

Nalezl jsem celkem čtyři kategorie témat, skrze která jsou Ukrajinci v bulvárním tisku vyobrazováni. Centrálními tématy článků jsou kriminalita, zajímavosti a kuriozity, nehody, Ukrajinci a celebrity. Jak dokazuje následující tabulka, je silně dominantní zejména téma kriminality⁴:

⁴ Viz také příloha I: graf 1 Ukrajinci – četnosti hlavních témat.

Tabulka 1 Ukrajinci – četnosti hlavních témat

Centrální témata	N	%
Kriminalita	16	55,2
Zajímavosti/kuriozity	8	27,5
Nehody	3	10,4
Ukrajinci X celebrity	2	6,9
Σ	29	100,0

Pod kód kriminality jsem řadil všechny články, ve kterých byla centrálním tématem trestná činnost. Uvnitř kategorie jsem dále diferencoval články dle toho, zda byl Ukrajinec či Ukrajinci subjektem, objektem či subjektem i objektem kriminality zároveň. Toto dělení jsem zvolil mimo jiné také proto, že v kategorii, kdy byli Ukrajinci subjektem, bylo patrné akcentování jejich národnosti oproti situaci, kdy vystupovali v jiných kontextech. Použité dělení také vnímám jako směřodonné pro určení charakteru kontextu – tam, kde jsou Ukrajinci subjektem kriminality, se dá říci, že je kontext negativnější než je tomu v případě, kdy jsou jejím objektem.

Jednoznačnou převahu mají články, v nichž jsou Ukrajinci subjektem kriminality, tedy jejími původci.

Tabulka 2 Ukrajinci - kriminalita

Kriminalita	N	Relativní %	Absolutní %
Subjekt	13	81,3	44,8
Objekt	2	12,5	6,9
Subjekt/objekt	1	6,2	3,5
Σ	16	100,0	55,2

Takto vypadá typická dikce článků z kategorie kriminalita – subjekt. Dikce takových článků je nápadná svou vypjatou expresivitou, častým zdůrazňováním a opakováním národnosti, či toho, že pachatel byl cizincem (tyto pasáže jsem opět zvýraznil tučně). Citelný je zde také sarkasmus vůči pachateli.

Šílený Ukrajinec dostal 13 let5.6.2007 Šíp str. 04 Pražský ŠÍP; (*Luboš Kavka*)**Manžele bodal čtvrtmetrovým nožem!**

Nové Město - **To je drzost! Ukrajinec**, který loni v březnu málem ubodal vietnamské manžele v obchodě v Žitné ulici, prý nechtěl vraždit. To tvrdil při včerejším přelíčení u Nejvyššího soudu. Přitom ale obchodníky **probodal čtvrtmetrovým nožem!** Soud jeho báchorce ale neuvěřil. **Násilník** si tak odsedí třináct let v kriminále Trest za dvojnásobný pokus o vraždu včera Nejvyšší soud v Brně potvrdil pro **Ukrajince** (38)...⁵

Co se týče povahy kriminality, nejčastěji jde o násilné trestné činy, ilegální přechody hranic, nedovolený pobyt na území ČR a nelegální podnikání či zaměstnání. Takřka u každého takového článku nechybí důraz na potrestání pachatelů a zmínění sankcí, které za daný čin následovaly. Nejen v rámci kategorie kriminality, pak byl dosti zastoupen jev násilí a agresivity Ukrajinců.

V méně zastoupené kategorii, ve které jsou Ukrajinci objektem kriminality, jsem našel pouhé dva články – v prvním z nich je tématem zavražděný Ukrajinec a ve druhém loupežné přepadení několika Ukrajinců. Díkce těchto článků, již není toliko vypjatá z hlediska expresivity, zřejmě proto, že v nich Ukrajinci figurují jako oběti trestného činu.

Druhým nejsilnějším tématem se ukázaly zajímavosti a kuriozity, do něž spadají články referující o událostech, zajímavostech či kuriózních skutečnostech, které nemají vztah k ostatním exponovaným tématům. Uvnitř této kategorie jsem diferencoval negativní, pozitivní a neutrální kontext na základě výskytu dalších kódů uvnitř článků a celkového vyznění.

Tabulka 3 Ukrajinci – zajímavosti/kuriozity

Zajímavosti/kuriozity	N	Relativní %	Absolutní %
Negativní kontext	4	50	13,7
Pozitivní kontext	3	37,5	10,4
Neutrální kontext	1	12,5	3,4
Σ	8	100,0	27,5

⁵ Uvádím pouze úvodní část celého článku.

Zde je inklinace k negativnímu kontextu článků nezřetelná. V kategorii pozitivního kontextu jsou dva články, kdy prezentování Ukrajinci dosáhli jistého úspěchu, ale ten má spíše kuriózní ráz než aby odkazoval k úctyhodným úspěchům aktérů.

Předposledním tématem jsou nehody, které obsahují jen tři články, kde dva z nich referují o Ukrajincích jako subjektech těchto nehod. A konečně posledním exponovaným tématem jsou Ukrajinci a celebrity obsahující dva články. V jednom Ukrajinci figurují pouze druhořadě jako jakýsi kontrastní prvek k distingovanému manželského páru celebrit, jejichž apartmá se nachází poblíž staveniště, zatímco ve druhém jsou původci násilí na celebritě.⁶

V případech, kde Ukrajinci vystupovali jako subjekty kriminality, bylo patrné nadměrné užití pojmu „Ukrajinec“ a dalších jeho gramatických variací, dále kódu cizost (který byl přiřazován k pojmu „cizinec“ a k jeho variacím), než tomu bylo v článcích s jiným kontextem. Náhodně jsem tedy vybral pět článků s kódem Kriminalita (subjekt) a stejný počet článků s pozitivním kontextem, respektive takových článků, kde Ukrajinci neporušují preskriptivní normy, a uvnitř těchto článků pak spočetl sumu výše zmíněných pojmů. Poměr sumy pojmů ukazuje následující tabulka:

Tabulka 6 Ukrajinci - akcent národnosti

Frekvence užití národnosti a cizosti	N
Kriminalita (subjekt)	15
Pozitivní kontext ⁷	6

Zaměřil jsem se také na charakterizující označení Ukrajinců či jejich vlastností, stojící v textu přímo u označení aktéra. Celkem bylo nalezeno osmnáct charakteristik, jejichž přehled ukazuje tabulka 7 Ukrajinci - charakteristiky (Viz příloha I).

Zdá se, že autoři bulvárních periodik, kteří mnohdy jen parafrázuji zprávy ČTK, někdy zanechají původní neutrální charakteristiky, například v podobě věkového údaje, zatímco jindy sdělení upraví tak, aby více odpovídalo rétorice a

⁶ Viz příloha I: tabulka 4 Ukrajinci – nehody a 5 Ukrajinci – celebrity.

⁷ Pozitivní kontext zkonstruován ze „zajímavosti/kuriozity“ a nehody (objekt).

dikci bulváru. Díky tomu se vedle neutrálních charakteristik objevují jiné, které jsou již hodnotově či citově zabarveny jako například: „Opilec“, „Šílený“, „Vyděšení“, „Černé Ukrajinky“, „Násilník“, „Útočník“, „Nelegální Ukrajinci“. Charakteristiky, které mají již nějaké hodnotové implikace pak mírně převyšují ty neutrální.

Ve dvou textech⁸ byl objeven i určitý náznak xenofobií existujících. Xenofobie zde nebyla přímo explicitní, nicméně v dikci článků bylo patrné, že Ukrajinci (v jednom z nich byli prezentováni v rámci širší kategorie cizinců) jsou vnímáni jako potenciální zdroj nebezpečí pro majoritu. Dikci těchto článků nastiňují výňatky z jednoho z nich (tučně zvýrazněny relevantní části textu)

Nejvíce se u nás zabydlují Ukrajinci!

12.12.2006 Šíp str. 06 Praha; (*Jitka Janoušková*)

Praha – Taky máte pocit, že nás **zaplavuje stále více cizinců?...** **Kupodivu** ale přesto patříme mezi země s relativně nízkým počtem zahraničních obyvatel. Podle nejčerstvější statistiky z konce letošního září je u nás evidováno „**jen**“ (**sic!**, **DM**) 310 000 cizinců, což představuje 2,5 procenta z celkového počtu lidí...V hlavním městě žije největší počet cizinců. K poslednímu dni roku 2005 jich bylo evidováno **téměř devadesát tisíc!**...

Zejména prvky jako formulaci „...zaplavuje stále více cizinců?“, vyjádření údivu nad tím, že i tak jsme zemí s malým procentuálním zastoupením cizinců, slovo „jen“, které bylo autorem článku vloženo do uvozovek, snad aby vyjádřilo, že i tak vnímá tento počet jako alarmující či vykřičník za konstatováním počtu cizinců v Praze, vnímám jako prvky, které mohou vrhat na Ukrajince či cizince negativní světlo a implicitně je označovat za potenciální hrozbu naší společnosti. Na obdobné formulace jako například „Británie zaplavována armádou ilegálních přistěhovalců“ poukazuje ve svých analýzách i Teun van Dijk. Tento titulek zprávy (pocházející z britského bulvárního tisku) imigranty metaforicky prezentuje jako hrozbu, která se demonstruje násilím (armáda může být asociací násilí) a je potenciálním nebezpečím pro danou zemi. Metafora armády může zároveň asociovat organizovanost a masovost „vpádu“ těchto cizinců, kteří bývají často spojováni s porušováním práva a zločinem. [Van Dijk 2000: 42-43; překlad autor]

Podstatnou skutečností, která činí jakékoli mediální produkty vyváženějšími z hlediska objektivit, je velikost prostoru, který dostanou aktéři daných zpráv k dispozici pro své vyjádření. Míst v člancích, kde se vyskytovala výpověď či

⁸ Viz příloha II; články: „Nejvíce se u nás zabydlují Ukrajinci“ a „Ve škole má být ubytovna Ukrajinců“.

parafráze výpovědi Ukrajince či Ukrajinců, bylo minimum, konkrétně čtyři takové výpovědi v celém souboru článků.

Pozornost si také zaslouží to, jakým způsobem jsou ve zprávách koncipovány titulky. Jistým pravidlem je, aby byl titulek co nejvíc šokující, mnohdy jsou silně expresivní, a ne vždy odkazují přímo k hlavnímu obsahu článku – například k článku, kdy se Ukrajinci dopustili násilí na celebritě, avšak toto násilí bylo spíše obranné a vyprovokované podnapilou celebritou, přináleží titulek „Zmlátili ho Ukrajinci!“, který evokuje ofenzivní násilnictví Ukrajinců. Titulky sehrávají ve zprávě zásadní roli a jak konstatuje Teun van Dijk, jsou také důležité: „...v definování etnických událostí. ...obzvláště v pravicovém tisku, je toto definování málokdy pozitivní, občas neutrální a často negativní...Slovní styl titulků (které uvádějí zprávy s negativním kontextem – násilí, ohavný zločin – většinou ve spojitosti s černošskou mládeží) je podle toho dramatický a agresivní.“ [Van Dijk 1991: 69; překlad autor] Obdobně je tomu i v titulcích, uvádějících zprávy o Ukrajincích – pars pro toto: „Ukrajinec nesmí do Čech“; „Staveniště a Ukrajinci!“, „Ukrajinci prchali na rašelině“; „Zavražděný Ukrajinec“; „Ukrajinka utopila kojence!“, „Ukrajinka policisty neoklamala“.

Články se většinou týkají konkrétních jednotlivců, případně malých skupin Ukrajinců a až na některé výjimky nepaušalizují Ukrajince jako minoritu. Jednou z těchto výjimek je článek ironizující ukrajinské dělníky obecně, jehož tématem je kuriózní nehoda při stavbě budovy⁹. Obraz Ukrajinců v bulvárním tisku je spíše obrazem ukrajinských „gastarbajterů“ či Ukrajinců páchajících trestnou činností a rozhodně neobrazem Ukrajinské menšiny v ČR. V analyzovaných článcích nebyl ani jediný, který by alespoň odkazoval k existenci této menšiny v naší společnosti, která je, zdá se, pro bulvární mediální produkty tabu.

Na závěr kapitoly uvádím jeden z krátkých textů, který považuji za ilustrativní z hlediska celkového obrazu Ukrajinců v bulvárním tisku. I přes svůj minimální rozsah obsahuje koncentrovaný počet nalezených kódů (např.: násilí/agresivita, opilost, ilegální pobyt), které byly v celém datovém souboru hojně frekvencované.

⁹ Viz příloha II; článek: „Ukrajinci zazdili jeřáb“.

Ukrajinec praštil tramvajáka do nosu¹⁰
25.10.2005 Šíp str. 01 Titulní strana; (luk)

Praha - Ránu pěstí do nosu dostal řidič noční tramvaje od 21letého Ukrajince, když ho včera v noci na konečné vzbudil. Naštěstí stihl přivolat policisty, kteří násilníka zatkli. Cizinec byl opilý a navíc má v Česku na tři roky zakázaný pobyt.

3.2 Mediální obraz Romů

Články týkající se Romů, byly vyhledávány i na základě klíčového slova „cikán*“. V této souvislosti je třeba zmínit, že výraz cikán, který v současnosti nabývá pejorativního významu, byl bulvárním tiskem ve sledovaném období užíván mnohem méně frekventovaněji než výraz „Rom“, a to konkrétně v poměru 1:5. Odlišnost mezi články, v nichž je užito oslovení „cikán“ a články, kde se užívá pojmu „Rom“, nebyla prokázána. Zdá se, že oba pojmy jsou užívány poměrně volně.

Články o Romech jsou tématicky různorodější, než tomu bylo u Ukrajinců, a mezi nejsilněji zastoupené kontexty patří politika, kriminalita, zajímavosti a kuriozity a v neposlední řadě články, kde byla hlavním tématem občanská aktivita Romů. Podrobněji následující tabulka¹¹:

Tabulka 9 Romové – četnosti hlavních témat

Centrální témata	N	%
Politika	30	25,0
Kriminalita	28	23,3
Zajímavosti/kuriozity	23	19,2
Občanská aktivita Romů	18	15,0
Kultura	9	7,5
Romové X celebrity	5	4,2
Neonacismus	4	3,3
Anketa	3	2,5
Σ	120	100,0

V tématu politiky se vyskytují s jasnou převahou (80 % z celkového počtu tématu politiky) články týkající se starosty Jiřího Čunka a příbuzných témat souvisejících s kauzou vystěhování vsetínských Romů. Mnohem menší zastoupení

¹⁰ Tento článek stojí mimo analyzované období, ale i přesto jsem jej uvedl pro jeho ilustrativní potenciál.

¹¹ Viz také příloha I: graf 2 Romové – četnosti hlavních témat

pak mají články, v nichž je tématem nekorektní postup vůči Romům ze strany politiků a články týkající se integrační politiky minority Romů.¹²

Články o kauze Jiřího Čunka jsou bulvárem prezentovány převážně přes jeho osobu a je zde řešena hlavně bytová otázka a ekonomický faktor problému. Samotná podstata sporu v této kauze bývá někdy pouhou kulisou pro referování o osobě Jiřího Čunka a objevují se tak například i celé články, které vysvětlují jeho averzi k Romům a podobně¹³.

Zdůrazňováno je neplatičství Romů a dezolátní stav domu, z něhož byli vystěhováni. Citelný je jakýsi prezentovaný paternalismus ze strany Jiřího Čunka, který nejlépe chápe, jak řešit „romskou otázku“. Kauza však není přímo vyobrazena v dichotomii špatní Romové versus dobrý Jiří Čunek. Byť chybí komplexnější rozbor tématu, který snad v případě bulvárního tisku ani nelze předpokládat, je zde patrná určitá snaha o širší popis problému z vícero perspektiv zúčastněných.

Silné zastoupení mají, nejen v rámci této kategorie článků, výpovědi samotných zúčastněných Romů či romských organizací, které takřka vždy figurují jako protiváha k názorům a mínění tamější radnice či přímo Jiřího Čunka. Celkový počet nalezených výpovědí samotných Romů či romských organizací ve všech analyzovaných článcích činí šedesát - přepočítáno na celkový počet článků to znamená, že v každém druhém článku, který za dané období vyšel o Romech, jim byl dán prostor k vyjádření. Vyskytly se i články anketního typu, které jsou přímo zaměřené na to, jak daný problém (a nejen v rámci kategorie politika) vidí samotní Romové.¹⁴

Poměrně velká část výpovědí Romů je specifická tím, že vypovídající Romové se blíží zmíněnému stereotypu „uvážlivého Roma“, který objevil ve svých analýzách Jiří Homoláč. Tyto výpovědi jsou jakýmsi výpověďmi „slušných“ Romů, tedy „slušných“ z hlediska toho, jak by je mohla optikou svých hodnot jako „slušné“ vnímat majorita.

Téma kriminality má obdobný charakter jako u mediálního obrazu Ukrajinců. Také zde dominují články, v nichž jsou Romové subjektem kriminality, avšak suma článků, kde jsou subjektem, je jen třikrát vyšší než suma, kde jsou objektem kriminality (v případě Ukrajinců je poměr 13:2):

¹² Viz příloha I: tabulka 10 Romové - politika

¹³ Viz příloha II; články: „Proč nenávidí Čunek cikány“, „Proč nenávidí cikány?“ atd.

¹⁴ Viz příloha II; články: „Romové, co říkáte na školu pro Romy?“, „Roman Demeter: Já nájem platím!“, „Čunek šéfem lidovců? Romům je to fuk...“

Tabulka 11 Romové – kriminalita

Kriminalita	N	Relativní %	Absolutní %
Subjekt	18	64,3	15,0
Objekt	6	21,4	5,0
Subjekt/objekt	4	14,3	3,3
Σ	28	100,0	23,3

Tam, kde byli Romové subjektem kriminality mají jasnou převahu násilné trestné činy a samostatný jev násilí a agresivity má také silné zastoupení i v jiných tématických kategoriích. .

Kategorie článků zajímavosti/kuriozity je nápadná svým ne příliš negativním vyobrazením. I přesto, že negativní kontext zde má nepatrně větší zastoupení než kontext pozitivní, kategorie neutrálního kontextu více než dvakrát převyšuje negativní kontext.¹⁵ Tématicky se většinou jedná o články referující o romské kultuře, tradicích a zvycích či o diskriminaci a hanobení Romů.

Silně zastoupeným tématem byla také občanská aktivita Romů, do něhož spadají články, které líčí Romy jako občany hájící svá práva či podávající trestní oznámení a zároveň popisují činnosti různých romských organizací.¹⁶ Občanská aktivita Romů byla zároveň kódem, který se vyskytoval i v jiných exponovaných tématech článků a to navíc v počtu 11.

Poměrně velké zastoupení mělo i téma kultury, kde přibližně polovina článků tvořily texty v nichž se Romové vyskytují jen okrajově. Figurovali v nich pouze jako role nějakého kulturního produktu, kterou představoval známý herec a podobně. Druhou polovinu článků tvořily texty týkající se romské kultury obecně.¹⁷

Téma Romů a celebrit inklinuje spíše k negativnímu vyobrazení stejně jako tomu bylo u obrazu Ukrajinců. Posledními tématy byl neonacismus, v němž byli Romové líčeni jako jeho oběti a ankety, v nichž měli více prostoru Romové než ostatní aktéři.¹⁸

¹⁵ Viz příloha I: tabulka 12 Romové – zajímavosti/kuriozity

¹⁶ Viz příloha I: tabulka 13 Romové – občanská aktivita

¹⁷ Viz příloha I: tabulka 14 Romové - kultura

¹⁸ Viz příloha I: tabulka 15 Romové – celebrity a tabulka 16 Romové - anketa

Akcentování etnicity Romů v případě kdy jsou původci kriminality zde nebylo tak patrné. Zvolil jsem obdobný postup komparace jako u obrazu Ukrajinců, tedy dvě uměle vytvořené skupiny článků, kde v jedné figurují Romové jako subjekty kriminality čili jako ti, kteří porušují nějakou preskriptivní normu, zatímco ve druhé – Kriminalita (objekt) ne. Zastoupení článků v rámci kódu kriminality mi zde na rozdíl od Ukrajinců umožnilo srovnat články, kde Romové figurují jako subjekt a poté jako objekt kriminality. K pěti článkům Kriminalita (objekt) bylo náhodně vybráno pět článků z Kriminalita (subjekt). Srovnání užití oslovení „Rom“ a „cikán“ v dalších jejich gramatických variacích dopadlo takto:

Tabulka 18 Romové – akcent etnicity

Akcent etnicity	N
Kriminalita - subjekt	11
Kriminalita - objekt	11

Užité charakteristiky stojící v textech u aktérů zobrazuje tabulka 19 Romové - charakteristiky (viz příloha I). Charakteristiky Romů jsou zde více expresivní a jejich konotace jsou spíše negativní. Mnohdy je jejich prostřednictvím paušalizováno na celou romskou populaci a figurují zde časté odkazy na barvu pleti Romů či jejich nepřizpůsobivost. Uvádím některé příklady: „Občan tmavé pleti“; „Snědý Rom“; „Snědý darebák“; „Opilý cikán“; „Romští neplatiči“; „Nepřizpůsobivý“; „Agresivní Romové“; „Zdivočelý“...

Byť jsou tyto charakteristiky hodnotově negativní a pracují, stejně jako většina analyzovaných článků, s jednotvárnou kategorií Romů, tedy vnímají Romy jednoznačně jako etnikum či komunitu, která je uvnitř jednotvárná zatímco navenek se liší a vyhraňuje oproti majoritě, je třeba zmínit, že celkový obraz Romů je v bulvárním tisku poněkud ambivalentní. Zmíněná zjištění to již implikují. Na jedné straně bulvární tisk generalizuje, podává stereotypizovaný obraz Romů jako etnika k jehož každému členu náleží stejné či podobné vlastnosti a na straně druhé se potom často objevují články či úseky článků, které konzistenci takového obrazu narušují.¹⁹ Tyto prvky narušující jednotvárnost a mnohdy negativní obraz Romů se však většinou objevují v samotných výpovědích Romů či romských organizacích, které

¹⁹ Rozpor je patrný například na těchto dvou člancích: viz příloha II, srovnání článků „Proč cikáni neděkují“ a „Roman Demeter: Já nájem platím!“

v člancích dostávají prostor pro svou vlastní obhajobu. Z iniciativy samotných autorů článků se nevyskytují.

Následující citace z různých typů článků tento rozpor ilustruje. První z nich je užitá definice „cikánů“ dle Ottova slovníku naučného v článku z kategorie politika. Další dvě pak výňatkem z anket mezi samotnými Romy:

Chtěla střílet cikány, teď je sama v palbě
19.7.2007 Aha! str. 02 Politika; (bem, ČTK)

„...„O budoucnost se nestarají, o povinnostech nemají pojmu. Čest je jim cizí a zásadám nerozumějí. Cit jejich jest hluboký a žádost neukojitelná... Když cikáni poznáni byli jako lháři, zloději a lotři, počali býti pronásledováni nejdříve ve Španělsku, pak v zemích ostatních. Ve stol. XVI. se jim ulevilo, tu a tam dály se i pokusy učiniti z nich národ usedlý a povznésti je, ale pokusy se nezdařily.“...“

Cikánská ghetta v Česku
22.11.2006 Aha str. 03 Téma; (red)

„...„To, co vidíme v Chánově, je extrém, není to běžný obraz života Romů v České republice. Byli tam sestěhováni lidé, kteří neznali elektřinu, plyn a tak dále,“ řekl Vojtěch Lavička, houslista a člen Občanského sdružení ROMEA....“

Roman Demeter: Já nájem platím!
22.11.2006 Aha! str. 03 Téma; (red)

PRAHA - „Romy nemůžete sestěhovávat do jednoho domu, to není řešení,“ tvrdí Roman Demeter z pražského Žižkova. Vyučený elektrikář a automechanik se s rodinou tísní v jednom bytě s dalšími 14 lidmi. Práci nemá.

Proč Romové žijí v rozbitých domech? Já žiju v čistém bytě a všechno platíme. Já mám bílé sousedy a nemáme problémy, pomáháme si a jsme v klidu. Když dáte ale všechny Romy do jednoho domu, nic se nevyřeší a nezlepší. **Někteří ale neplatí nájem!** Protože nám všem dají na radnici nálepku. Máma měla problém s placením, teď splácí dluh, ale oni s ní do jednoho pytle hodí celou rodinu...

Způsob, jakým se autor článku dotazuje (v textu zvýrazněno tučně) ukazuje generalizovaný přístup autorů článků ke kategorii „Rom“. Jak je vidět ve druhé otázce, svou dikci již upravil, patrně v reakci na dotazovaného.

Když konstatuji, že celkový obraz Romů v bulvárním tisku nemá jednoznačně těžiště v negativnějších kontextech je tomu také proto, že samotní Romové dostávají prostor pro vyjádření nebo proto, že se mezi články často objevují takové, které líčí Romy jako aktivní občany hájící svá práva či takové, které je prezentují z hlediska jejich společné kultury. Na straně autorů je však patrná jistá snaha o to, nedopouštět se přílišných excesů v referování o Romech.

Jev xenofobie se v článcích vyskytuje jen jako atribut výpovědí dotazovaných osob z řad majority, v některých případech jako nekorektní výstup některých politiků či jako atribut útoků na Romy, které měly pravděpodobně rasistický podtext. Někdy se v textech objevuje jistá ironizace Romů, která mívá charakter jako v tomto textu:

Romové žalují

13.7.2007 Aha! str. 02 Politika; (čtk)

PRAHA – Šest romských organizací podá příští týden trestní oznámení na senátorku Lianu Janáčkovou (nez.) za její výroky o Romech. Janáčková to nepovažuje za trestný čin a odstoupit z funkcí nehodlá.

Ironizace a jisté znevážení romské iniciativy je zde vidět ve vztahu mezi titulkem a samotným obsahem článku. Akt žaloby romských organizací je nazván žalováním, nicméně význam samotného titulku zde může asociovat jakési „dětské žalování“.²⁰ Obecně se vyskytla podobná snaha o ironizaci v pěti případech. Koncipování titulků je zde obdobné jako u článků o Ukrajincích a také se zde objevuje určitá kontradikce mezi zněním titulku a jeho obsahem - text „Romové žalují“ je jedním z příkladů). Dalším příkladem je text referující o podání trestního oznámení na celebritu, který je nelogicky uveden titulkem „Napadli ho Romové!“ apod.

Obraz Romů vykazuje tématickou různorodost a není vykreslen jen skrze negativní kontexty. Užití charakteristiky Romů jsou mnohdy hanlivé povahy a odkazují k jejich barvě pleti či „patologickým“ vlastnostem. Častým tématem byla občanská aktivita Romů a zároveň dostávali Romové prostor k vlastnímu vyjádření.

3.3 Komparace mediálních obrazů

Oba mediální obrazy minorit v bulvárním tisku vykazují jistou podobnost, a to zejména v některých společných kontextech skrze které jsou prezentovány. Jedná se zejména o témata kriminality, zajímavostí a kuriozit a celebrit. Dominantním tématem byla v obou případech kriminalita, avšak zatímco u Ukrajinců byla

²⁰ Viz také příloha II; článek: „Romové si pokazili demonstraci“.

stěžejním tématem, u Romů je na druhém místě. Poměr článků, v nichž jsou Ukrajinci subjektem kriminality, jednoznačně převyšuje články, kde jsou jejím objektem. V případě Romů se podobné rozložení prokázalo také, nicméně vyšší zastoupení článků, v nichž byli objektem kriminality, obraz mírně odlišuje.²¹

V případě tématu zajímavosti/kuriozity existuje mezi mediálními obrazy obou minorit jistá podobnost, jelikož u obou je takřka vyvážený poměr mezi negativním a pozitivním kontextem článků. Rozdíl v tomto tématu nalezneme, pakliže srovnáme počet neutrálních kontextů, tedy kontextů do nichž byly řazeny články v situaci, kdy nebylo možné jednoznačně rozhodnout o negativním či pozitivním kontextu. U obrazu Romů je mnohem větší zastoupení této kategorie a převyšuje celkový počet článků negativního a pozitivního kontextu. Obě společné kategorie mediálních obrazů menšin se pak v obecné rovině liší tím, že díky právě zmíněným skutečnostem jsou Ukrajinci vyobrazováni negativněji.

Téma celebrit je spíše marginální, ale u Ukrajinců je opět vychýleno k negativnímu vyobrazení, zatímco u Romů jasně převažuje prezentace, která je pozitivnější.²²

Ukrajince bulvární tisk prezentuje spíše prostřednictvím deviantních jednotlivců či menších skupin a stejně jako u Romů je častý výskyt násilí a agresivity. V článcích se nevyskytuje takřka žádný odkaz na přítomnost ukrajinské menšiny, či jejich komunitního života, který je atributem spíše dříve usazených migrantů. V tomto případě se tedy nedá hovořit o obrazu ukrajinské menšiny, ale spíše o obrazu ukrajinských „gastarbajtrů“ či migrantů. Romové jsou prezentováni jako etnikum a problematická menšina. Stereotyp „problematické a nepřizpůsobivé“ menšiny je narušován hlavně tím, že samotní Romové, a zároveň jejich reprezentace v podobě romských organizací, dostávají prostor pro oponenturu. Napříč kontexty se vykytují výpovědi Romů zejména formou anket či interview. Samotná iniciativa redaktorů, která by usilovala o narušení jakéhosi mediálního mýtu „cikána“, nebyla prokázána, byť autoři/editoři někdy zařazují témata, která mají přiblížit romskou kulturu, jejich občanskou iniciativu, bídu jejich života v osidlech sociálního vyloučení, či jejich konfliktní vztah s majoritou. Tato témata jsou specifická svým popisným charakterem a ze strany autorů absentuje snaha o vysvětlení – ta je ovšem

²¹ Viz příloha I: srovnání tabulek 11 Romové - kriminalita a tabulka 2 Ukrajinci - kriminalita

²² Viz příloha I: tabulky 5 Ukrajinci – celebrity a tabulka 15 Romové - celebrity

patrná ve zmiňovaných výpovědích samotných Romů. Ukrajinci takřka žádný prostor pro vlastní výpověď nedostávají, a pakliže ano, bývá tento prostor minimální.

Tam, kde Ukrajinci jasně porušovali preskriptivní normy, jako tomu je v případě kategorie kriminalita (subjekt), je patrné akcentování jejich národnosti a cizosti. U Romů nebyl tento jev v souvislosti s akcentováním jejich etnicity zaznamenán. Mnohdy je s etnicitou, či národností, aktérů nakládáno na základě toho, zda byl aktér obětí, potom bývá potlačena a autor článku se dikcí přítomnou v textu přiklání na stranu obětí, či zda je aktér pachatelem, případně někým, kdo porušuje společenské normy (ilustrováno viz výše; článek: „Oloupil nevidomou Romku!“). V tomto případě se pak národnost, či etnicita, akcentuje a vzniká dojem, že daná negativní vlastnost nebo jednání je atributem této národnosti popřípadě etnika.

Mediální obraz Romů je tématicky rozmanitější než obraz Ukrajinců a někdy vykazuje takové prvky, které bychom mohli nazvat apologetikou Romů, a to nejen ze strany Romů samotných. Jejich stereotypizovaný obraz bývá narušován některými články a prvky v samotných textech. Prezentování Ukrajinců má jasné těžiště v negativním vyobrazení, zatímco u obrazu Romů tomu tak jednoznačně není.

4 Diskuze a interpretace zjištění

V této kapitole se zmíním o možných rovinách významů znaků, které jsou součástí sociální komunikace a tvoří také mediální sdělení. Druhá část bude věnována diskuzi a interpretaci výsledků analýzy.

Symbolický svět médií odkazuje k sociální skutečnosti, ale zároveň je skutečností svého druhu. Sociální realita je předlohou pro tvorbu mediální skutečnosti, ta je však determinována charakterem, formou a obsahem daného média a je vázána na modelového recipienta.

Mediální skutečnost je tvořena sděleními sestávajícími (stejně jako další formy sociální komunikace) ze znaků, u nichž můžeme rozlišit tři roviny významu – rovinu denotace, konotace a mýtu. Denotativní rovina významu je přímým a doslovným odkazem k označovanému, ke konkrétnímu objektu a k zobecněné představě tohoto objektu. V rovině denotace může mít stejný znak vícero významů. Pro pochopení významu a vztahů mezi znaky je třeba reflektovat i konotativní rovinu

významu, která rozvíjí základní význam znaku. Konotace pak význam rozšiřuje o dimenzi hodnot, postojů a odkazuje také k pocitům, které v člověku daný znak vyvolává. Pakliže se některé konotované významy znaku rozšíří a vznikne o nich společenská shoda, vyjadřují potom dominantní společenské hodnoty a jsou součástí ideologie dané kultury. Roland Barthes potom tyto obecně sdílené a převládající konotované významy, odkazující k obecně platným soudům, nazývá mýty. [Jirák, Köpplová 2003: 134-136] Stručně řečeno je mýtus „...způsob, jak příslušná kultura předvádí abstraktní témata.“ [Ibid., s.136]

Dosavadní zjištění výzkumu mediálního obrazu Ukrajinců v různých periodikách víceméně korespondují s tím, jak jsou vyobrazováni v bulvárním tisku. Zastoupení kriminality v bulváru je však menší, než uvádí zjištění výzkumu, provedeného Multikulturálním centrem, který analyzoval soubor několika celostátních deníků. Procentuálně odpovídá téma kriminality u Ukrajinců v českém bulvárním tisku údaj, který uvádí ve svých analýzách Teun van Dijk, tedy padesáti procentům. Obdobně jako v jiných denících, i v bulvárním tisku se ukázalo, že Ukrajinci v článkách nedostávají téměř žádný prostor k vlastnímu vyjádření. Silným tématem byly zajímavosti/kuriozity, uvnitř kterého byl poměr negativních a pozitivních kontextů přibližně vyrovnan. V analyzovaných textech se vyskytla jakási akcentace národnosti Ukrajinců v případech, kdy byli subjektem kriminality. Ve výzkumech, které jsem měl k dispozici, není přímo tento jev diskutován, avšak svým způsobem souvisí s jevem titulkové xenofobie, kdy je uváděna národnost aktérů, i když to povaha a obsah zprávy nevyžaduje.

Domnívám se, že takováto akcentace národnosti může u recipientů evokovat dojem, že kriminalita, či jiné deviantní chování, je charakteristickým atributem dané skupiny. Obdobně jsou-li Ukrajinci vyobrazeni pouze skrze omezené množství jednotvárných témat, která mají negativní konotace významu, kdy otevřená expresivita bulvárního tisku negativní konotativní rovinu jen umocňuje, a která zároveň neodkazují k širšímu obrazu ukrajinské menšiny, vzniká tak nelibá abstraktní podoba Ukrajince. Tu může konzument vnímat jako, do jisté míry, odpovídající reálné situaci. Stigmatizace, jako proces kladení výrazně diskreditujících atributů na jednotlivce, či celé skupiny, má u mediálního obrazu Ukrajinců, ale i Romů v bulvárním tisku dveře otevřené. Obraz Ukrajinců v bulvárním tisku je obrazem jednotlivců, či malých skupin, kteří jsou prezentováni jako osoby s pochybnou morální kariérou. Dekontextualizace a stereotypní povaha

mediálních produktů bulváru s expresivní dikcí článků podle mého názoru přenáší vlastnosti tohoto obrazu jednotlivců na celou kategorii Ukrajinců jako menšiny. Negativní a schématické vyobrazování Ukrajinců či Romů, jako potenciálně nebezpečné menšiny, tak může být překážkou k jejich integraci.

Přijmeme-li Goffmanovo tvrzení, že v procesu stigmatizace je klíčový kontext, v němž se kladení diskreditujících atributů odehrává, je stigmatizace osob prostřednictvím médií tím nebezpečnější, jelikož stigmatizovaný má jen omezenou možnost své okolí přesvědčit o nelegitimitě svého stigmatu. V mezilidské interakci, která je zatížena stigmatem jednoho z aktérů, dochází k přenosu stigmatu na osoby, jež jsou stigmatizovanému blízké. [Goffman 2003: 42] Z této příčiny možného přenosu stigmatu, se stigmatizovaný může ocitát v jakési sociální izolaci spjaté se společenským zavržením, respektive s apriorním despektem vůči jeho osobě. Mediální stigmatizace, přenášející negativní atributy na celé skupiny, je z hlediska mezilidské (ko)existence choulostivá také z důvodu své vlastní podstaty. Ta je v jistém slova smyslu podobná filozofické podstatě rasismu, kterou vyjádřil Bauman takto: „Člověk je, dříve než jedná. Nic, co udělá, nemůže změnit, co je.“ [Bauman 2003: 103]. Stigma nemusí mít tak totální povahu a obzvláště člověk, který je postižen stigmatem vykonstruovaným mediálně, může své okolí přesvědčit o jeho nepatřičnosti. Nic to ovšem nemění na tom, že k němu může být přistupováno takovým způsobem, který jej může v jeho úsilí o vyvrácení tohoto předsudku demotivovat. Netvrdím, že mezi podobou mediální skutečnosti a jednáním aktérů, kteří tuto skutečnost interpretují, existuje přímá příčinná souvislost. Rozhodně se však lze domnívat, že negativní vyobrazování celých společenských skupin v prostředí, v němž jsou zdrojem mnohého vědění o společnosti média, je jednou z platform pro legitimizaci rétoriky a programu určitých politických sil. Ty mohou využívat zmíněných negativních obrazů cizinců a jiných skupin pro mobilizaci svého politického potenciálu a demagogicky pak vytvářet takové dispozitivity, které se mohou stát prostředkem útlaku daných skupin. I jiné společenské subsystemy jako například trh, může reflektovat xenofobii a strach z přistěhovalců či etnických skupin a přizpůsobovat tomuto strachu svou nabídku. Alarmujícím příkladem sycení poptávky vycházející i z xenofobií postojů je v současnosti německá realitní kancelář nabízející „rasově čisté“ bydlení.²³

²³ Viz: < http://glosy.respekt.cz/Jen-pro-bile.html?f_search_text=n%ECmecko >

K mediální stigmatizaci dochází i v případě obrazu Romů, avšak přítomnost vlastních výpovědí Romů, či romských iniciativ, která narušuje negativitu a stereotypní ráz jejich mediálního obrazu, činí stigmatizaci celé skupiny méně přímočarou. Recipient tak má mnohem více prostoru pro určité narušení mýtu „cikána“ v podobě „zdivočelého neplatiče“ bez morálních imperativů, ohrožujícího svět majority a útočícího na jeho normy a kvality. Zmíněné silné zastoupení článků s tematikou romské kultury, zvyků a tradic, které by za jistých okolností mohlo narušovat negativní stereotypní vyobrazování této menšiny je dle mého názoru poměrně problematické, jelikož spíše stvrzuje recipientovy heterostereotypy v podobě představ o fundamentálních rozdílech mezi většinou a menšinou. Stigmatizace v bulvárním tisku doprovází stereotypní vyobrazování, které se svou mírou u obou obrazů liší.

Domnívám se, že odlišnost mediálního obrazu obou menšin vychází mimo jiné ze statusu, který je jim a celé minoritě v naší společnosti přisuzován. Takzvaná „romská problematika“ (již samotná fráze jakoby implikuje souvislost mezi etnikem, tedy celou skupinou, definovanou skrze stejné charakteristické znaky, a problematickou povahou jejich členů) je v naší společnosti silně medializována a existuje alespoň úsilí o institucionalizovaná řešení. Zároveň je zde poměrně početná občanská platforma zabývající se těmito řešeními. Díky existenci této občanské platformy apod., se rétorika bulváru jaksí mírní na rozdíl od obrazu Ukrajinců, kteří také určitou občanskou platformu mají, nicméně ta je jaksí mediálně neexistující. Zjednodušeně řečeno, o tom, kdo je s to se alespoň částečně bránit se v bulvárním tisku píše o něco vyváženěji a umírněněji na rozdíl od toho, kdo se bránit neumí či nemůže.

Bulvární tisk veden snahou o maximalizaci svého prodeje prodává mimo světa celebrit a tlachů také zprávy typu „černých kronik“, které mají negativní zabarvení. Tato tematická orientace přispívá k vyššímu prodeji a informace, která je zde tržní komoditou usilující o maximalizaci zisku, se stává hlavně prostředkem zábavy, protože zábava „nebolí“ a opět se dobře prodává. Prvek zábavy zde tedy plní roli stimulující prodej a zároveň je garantem toho, že znechutí-li mě „otřesné“ zprávy, jejichž předmětem je například kriminalita zahraničních dělníků, mám jistotu, že se vzápětí alespoň pobavím a neguji tím nepříjemné emoce pohoršení.

Věcnou produkcí zpráv černé kroniky může bulvár přesvědčovat čtenáře o tom, že má ve své moci informování o nejistotě a nebezpečích současné doby a že

právě tyto informace jsou pro konzumenta těmi nejdůležitějšími, chce-li ve „zrádném“ světě přežít. Mimoděk tak může přesvědčovat čtenáře o statu quo, který vyžaduje pevnou ruku státu a policie, a o tom, že čtenář (našinec) stojí na té „správné“ straně. Zde se nám otevírá prostor pro interpretaci bulváru skrze politickou dimenzi, kdy bychom jej mohli zařadit s využitím pravo-levicového politického spektra (byť je v současnosti toto spektrum v určitých ohledech přežitkem) spíše na stranu pravice.

Jsem toho názoru, že akcentování expresivní stylizace a případně etnicity aktérů v člancích bulvárního tisku přispívá, v případě závěrů mé analýzy, k upevňování a vzniku xenofobií postojů, jelikož je recipientovi nabídnuta interpretační linie, kterou nemusí nutně sledovat, nicméně lze se domnívat, že tak činí.

Původci diskutovaných stereotypů jsou z části samotní autoři článků a jejich vlastní heterostereotypy, které o jiných skupinách vzájemně sdílejí. Nebezpečí takových stereotypů, které se autor nesnaží zpochybnit, tkví zejména v tom, že je o zdrojů moci a může tyto své osobní postoje šířit prostřednictvím tisku jako jistou normu. Narazí-li u recipienta na pozitivní odezvu v případě totožnosti vzájemně sdílených stereotypů, definice reality je opět stvrzena a například stereotyp cizinec – kriminalita může být nekriticky a pevně přijat. Samotní autoři působí pod tlakem struktury bulváru, která se orientuje na masový prodej a na to, aby uspokojila jakéhosi modelového recipienta. Tomu přizpůsobuje charakter svých mediálních produktů a selekci témat. Pod vlivem závěrů mé analýzy se dá konstatovat, že autoři jistým způsobem vycházejí vstříc postojům a názorům svých čtenářů. Nevědomě pak mohou autoři prostřednictvím slov vykonávat jakési symbolické násilí, kdy: „Kontrolou toho, jak používají slova, mohou omezit působnost symbolického násilí (...) Symbolické násilí je násilím, které se uskutečňuje v neznalosti a jejím prostřednictvím a provádí se daleko snáze, když ten, kdo ho vykonává, neví o tom, že ho vykonává, a ten kdo je mu vystaven, neví o tom, že je mu vystaven.(...) Novináři, a v tom spočívá jejich odpovědnost, se podílejí na oběhu nevědomých obsahů.“[Ramonet 2003: 84]

Nahlédneme-li nejen na bulvární tisk jako na imanentní součást konzumní kultury, kterou lze považovat za integrální prvek soudobých společností, a uvědomíme-li si, že v něm dochází k líčení „bídy“ současného světa, která na sebe bere často stereotypizovanou a konkrétní podobu, dá se říci, že bulvární tisk

poskytuje kontrastní symbolický svět ke světu symbolické spotřeby a jak konstatuje Bauman: „Svět symbolické spotřeby potřebuje mít podporu v symbolickém útlaku lidí na okraji společnosti.“ [Bauman 2001: 85]

Závěr

Meritem mé práce bylo srovnání mediálního obrazu Romů a Ukrajinců v českém bulvárním tisku. Ukázal jsem, že tento obraz se liší nejen kontexty a tématy, skrze které je prezentován, ale i stylistikou článků a prací autorů s etnicitou sledovaných minorit. Také míra negativity obrazu se ukázala rozdílnou. Směrodatná se zdá být pozice aktérů v kontextu zpráv a jejich občanský status. Expresivita a rétorika autorů závisí na vztahu mezi aktéry článků a podstatou jejich jednání, kdy autoři projevují svou hodnotící iniciativu vzhledem k porušování společenských norem. U obrazu Romů byla patrná jistá snaha o vyváženější prezentování než tomu bylo v případě Ukrajinců, nicméně tato snaha nemusí být nutně úspěšná.

Diskutoval jsem bulvár v širších společenských souvislostech, kdy jej považují za segment mediálního světa, který v součinnosti s médiem televize působí v určitém slova smyslu jako norma pro zbytek mediálního světa. V rámci argumentace mé práce, jsem popsal charakter mediálních produktů bulvárního tisku a interpretoval jeho vztah k recipientovi.

Doufám, že má práce přispěla, alespoň málem, k široké tradici mediálních výzkumů, byť se zabývala jen určitým segmentem mediálního světa. Ten, jak jsem také poukázal, však může být směrodatný pro zbytek spleťtého světa médií.

Obdobné studie mohou částečně vysvětlit vznik některých negativních stereotypů a vzájemné skupinové zášti, která obzvláště v současnosti neztrácí na své atraktivitě a intenzitě. Hledání skupinové sounáležitosti založené na ostrém a odmítavém vyhraňování se vůči ostatním skupinám, může být pro jedince jednou z alternativ v nalézání ztracené identity a jakési ontologické jistoty v nejistém a kaleidoskopickém světě.

Avšak v současnosti by jedinec měl být s to prozívat přes zaslepení sdílené kolektivní identity, aby pod tím, co jej od ostatních rozděluje, spatřil také to, co jej s ostatními spojuje.

Resumé

Tato analýza se zabývala srovnáním mediálního obrazu Romů a Ukrajinců v českém bulvárním tisku. Ukázal jsem, že tento obraz je odlišný stylistickou formou a mírou negativního vyobrazení. Rétorika bulvárního tisku závisí na situaci a kontextu, ve kterých jsou aktéři prezentováni. Tento kontext ovlivňuje způsob, jakým autoři článků pracují s etnicitou minority. Mediální obraz Romů ukázal, že není na první pohled negativním, ale snaha prezentovat je vyváženější, nemusí být úspěšná. Ukrajinci byli prezentováni skrze kriminalitu, násilí, ostatní ilegální činnost a jejich mediální obraz byl jasně negativní. Romové byli prezentováni jako etnikum se stejnými charakteristikami, ale měli příležitost vyjadřovat svůj názor, který narušoval stereotypní vyobrazení.

Summary

The analysis deal with media image of Roma/Gypsies and Ukrainians in Czech tabloids. I showed that this image is different in a stylistic form and the extent of their negative representation. Rhetoric of tabloid depends on a situation and context in which is an actor presented. This context influences the way how authors of articles work with ethnicity of minorities. The media image of Roma demonstrates, that the image needn't be negative at first sight, but the efforts to present them objectively needn't be successful. Ukrainians were presented through crimes, violence, other illegal activities and their media image was clearly negative. Romas were presented as an ethnicity with the same characteristics, but they had an opportunity to present their opinions, which break their stereotypical image.

Použitá literatura

Monografie:

BAUMAN, Zygmunt. *Modernita a holocaust*. Vydání první. Praha: Slon, 2003. ISBN 80-86429-23-7

BAUMAN, Zygmunt. *Svoboda*. Vydání první Praha: Argo, 2001. ISBN 80-7203-432-4

BERGER, Petr L., LUCKMANN, Thomas. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Vydání první. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-85959-46-1

BOURDIEU, Pierre. *O televizi*. Vydání první. Brno: Doplněk, 2002. ISBN: 80-7239-122-4.

- DAHL, Robert. *O demokracii*. Vydání první. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-422-2.
- DAVIDOVÁ, Eva. *Romové a česká společnost: hledání domova, porozumění a vzájemného soužití*. Praha: Ediční středisko ČVUT, 2001.
- ECO, Umberto. *Mysl a smysl: sémiotický pohled na svět*. Praha: Moraviapress a.s., 2000. ISBN 80-86181-36-7
- FREDRICKSON, George M. *Rasismus: stručná historie*. Vydání první. Praha: Jiří Buchal – BB/art, 2003. ISBN 80-7341-124-5
- GOFFMAN, Erwing. *Stigma: poznámky o způsobech zvládnání narušené identity*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. ISBN 80-86429-21-0
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Vydání první. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2.
- HOMOLÁČ, Jiří. *A ta černá kronika!*. Vydání první. Brno: Doplněk, 1998. ISBN 80-7293-015-5
- JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbora. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Vydání první. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7
- KELLER, Jan. *Až na dno blahobytu*. Vydání třetí. Praha: EarthSave, 2005. ISBN 80-903085-7-0
- LEONTIYEVA, Yana, et al. *Menšinová problematika v ČR: komunitní život a reprezentace kolektivních zájmů*. Vydání první. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2006. ISBN 80-7330-098-2
- MOŽNÝ, Ivo. *Česká společnost: nejdůležitější fakta o kvalitě našeho života*. Vydání první. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-624-1
- NAVRÁTIL, Pavel, et al. *Romové v české společnosti: jak se nám spolu žije a jaké má naše soužití vyhlídky*. Vydání první. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-741-8
- POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. Vydání první. Praha: Mladá fronta, 1999. ISBN 80-204-0747-2
- RAMONET, Ignacio. *Tyranie médií*. Vydání první. Praha: Mladá fronta, 2003. ISBN 80-204-1037-6.
- RITZER, George. *Mcdonaldizace společnosti: výzkum měnící se povahy soudobého společenského života*. Vydání první. Praha: Academia, 1996. ISBN 20-200-0571-4

SIMMEL, Georg. *Peníze v moderní kultuře a jiné eseje*. Praha: Slon, 1997. Str. 26. ISBN 80-85850-50-8

Van DIJK, Teun A. *Racism and the press: critical studies in racism and migration*. London: Routledge, 1991. ISBN 0-415-04733-1

Časopisové články:

BURJANEK, Aleš. *Xenophobia among the Czech Population in the Context of Postcommunist Countries and Western Europe*. In: Czech sociological review. Volume 9, numer 1, spring 2001. Praha: Institute of Sociology, Academy of Science of the Czech Republic. ISSN 1210-3861

Van DIJK, T.A. (2000). New(s) racism: a discourse analytical approach. In: Cottle, S. (Ed.), *Ethnic minorities and the media* (pp. 33-50). Buckingham: Open University Press.

Internetové zdroje:

Český statistický úřad. *Oficiální stránky*. [online]
Dostupné z: <[http://www.czso.cz/csu/cizinci.nsf/t/200045D5AC/\\$File/c01t01.pdf](http://www.czso.cz/csu/cizinci.nsf/t/200045D5AC/$File/c01t01.pdf)> [cit. 2008-5-6]

Multikulturní centrum Praha. BITRICH, Tomáš, KOVÁČOVÁ, Petra: *Jak se nepíše o cizincích* [online]
Dostupné z: <http://www.unhcr.cz/dokumenty/Jak_se_ne_pise_o_cizincich.pdf> [cit. 2008-26-3], s. 31-36.

Ústav pro jazyk český AV ČR. KADERKA, Petr, KARHANOVÁ, Kamila: *Obraz cizinců v médiích* [online]
Dostupné z: <http://cizinci.mpsv.cz/files/clanky/121/Obraz_cizincu_v_mediich.pdf> [cit. 2008-26-3], s. 6-7.

Multikulturní centrum Praha. KŘÍŽKOVÁ, Martina a kol.: *Cizinci našinci a média*. [online]
Dostupné z: <http://www.mkc.cz/uploaded/download/Cizinci_nasinci_a_media.pdf> [cit. 2008-3-27], s. 105

HOMOLÁČ, Jiří, KARHANOVÁ Kamila, NEKVAPIL, Jiří (eds): *Obraz Romů v střeoevropských masmédiích po roce 1989*. [online]
Dostupné z: <http://ulug.ff.cuni.cz/projekty/romove/obraz_romu.pdf> [cit. 2008-3-27], s. 63-68

GfK Praha – Median. *Media projekt 2007*. [online]
Dostupné z: <http://www.median.cz/docs/MP_2006_4+1Q_zprava.pdf> [cit. 2008-4-26]

Časopis Respekt. BRDEČKOVÁ, Tereza: *“Jen pro bílé?”*. [online]
Dostupné z: <http://glosy.respekt.cz/Jen-pro-bile.html?f_search_text=n%ECmecko> [cit. 2008-5-17]

Seznam příloh

Příloha I

Příloha II – pouze v elektronické podobě!

Obsah přílohy I

Ukrajinci	58
Frekvenční tabulky	58
Tabulka 1 Ukrajinci – četnosti hlavních témat	58
Graf 1 Ukrajinci – četnosti hlavních témat	59
Tabulka 2 Ukrajinci - kriminalita	59
Tabulka 3 Ukrajinci – zajímavosti/kuriozity	59
Tabulka 4 Ukrajinci - nehody	60
Tabulka 5 Ukrajinci - celebrity	60
Další nalezené kódy	60
Akcent národnosti a kódu „cizost“	60
Charakteristiky	61
Romové/cikáni	62
Frekvenční tabulky	62
Tabulka 9 Romové – četnosti hlavních témat.....	62
Graf 2 Romové – četnosti hlavních témat	63
Tabulka 10 Romové – politika.....	63
Tabulka 11 Romové - kriminalita.....	63
Tabulka 12 Romové – zajímavosti/kuriozity.....	63
Tabulka 13 Romové – občanská aktivita.....	64
Tabulka 14 Romové - kultura	64
Tabulka 15 Romové - celebrity	64
Tabulka 16 Romové - anketa	64
Další nalezené kódy	64
Tabulka 17 Romové – samostatný kód občanská aktivita.....	65
Akcent etnicity	65
Charakteristiky	65
Tabulka 20 Romové – výpovědi.....	65

Ukrajinci

Článků celkem: 29

období 1.1. 2006 – 20.8.2007

Mezi nejobecnější kategorie, které mají v kódování index 1 a které považuji za centrální kontext článku patří:

- Kriminalita
- Zajímavosti/kuriozity
- Nehody
- Ukrajinci X celebrity

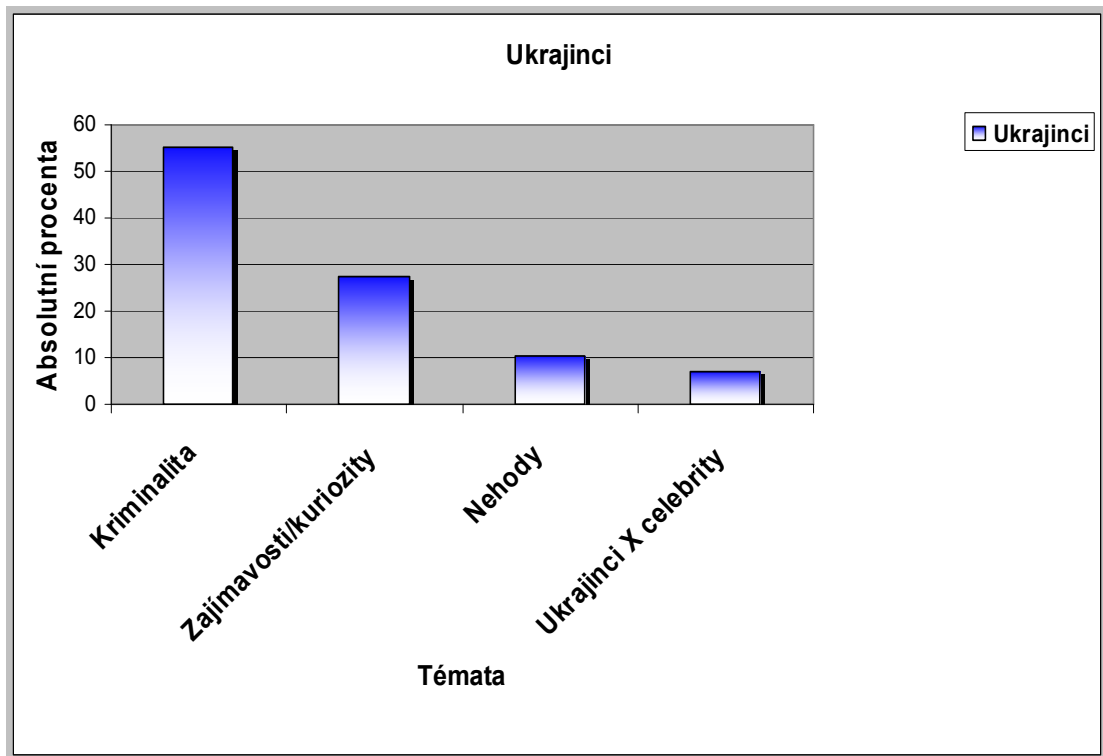
Frekvenční tabulky

Centrální kontext článků:

Tabulka 1 Ukrajinci – četnosti hlavních témat

Kódy témat	N	%
Kriminalita	16	55,2
Zajímavosti/kuriozity	8	27,5
Nehody	3	10,4
Ukrajinci X celebrity	2	6,9
Σ	29	100,0

Graf 1 Ukrajinci – četnosti hlavních témat



Primární dimenzionalizace kódů:

Tabulka 2 Ukrajinci - kriminalita

Kriminalita	N	Relativní %	Absolutní %
Subjekt	13	81,3	44,8
Objekt	2	12,5	6,9
Subjekt/objekt	1	6,2	3,5
Σ	16	100,0	55,2

Tabulka 3 Ukrajinci – zajímavosti/kuriozity

Zajímavosti/kuriozity	N	Relativní %	Absolutní %
Negativní kontext	4	50	13,7
Pozitivní kontext	3	37,5	10,4
Neutrální kontext	1	12,5	3,4
Σ	8	100,0	27,5

Tabulka 4 Ukrajinci - nehody

Nehody	N	Relativní %	Absolutní %
Subjekt	2	66,7	6,9
Objekt	1	33,3	3,5
Σ	3	100,0	10,4

Tabulka 5 Ukrajinci - celebrity

Ukrajinci X celebrity	N	Relativní %	Absolutní %
Negativní kontext	2	100,0	6,9
Pozitivní kontext	0	0	0
Σ	2	100,0	6,9

Další nalezené kódy:

- Alkohol/opilost
- Generalizace
- Recidiva
- Ilegální přechod/pobyt
- Xenofobie
- Vražda/zabití
- Výpověď Ukrajince(ů)
- Ironizace
- Ilegál.podnik./zaměstnání
- Cizost
- Sankce
- Loupež/přepadení
- Expresivita
- Charakteristika
- Násilí/agresivita
- Úspěch
- Zaměstnání
- Množství
- Další aktéři

Akcent národnosti a kódu „cizost“:

Celková suma oslovení „Ukrajín*“ a kódu cizost v člancích s negativním kontextem a pozitivním. Náhodně bylo vybráno 5 článků s kódem „kriminalita subjekt“ (označeny v příloze II modře a indexem 1) a byla vypočítána suma užití „Ukrajín*a kódu cizost, která pak byla srovnána se sumou užití v 5 člancích s pozitivním kontextem (taky označeno modře s indexem 1):

Tabulka 6 Ukrajinci – akcent národnosti

Akcent národnosti a cizosti	N
Kriminalita - subjekt	15
Pozitivní kontext*	6

*Pozitivní kontext zkonstruován (zajímavosti/kuriozity a nehody objekt)

Charakteristiky:

Tabulka 7 Ukrajinci - charakteristiky

Charakteristika*	
„Mladý“	„Násilník“
„Opilý“	„Útočník“
„40letý“	„Občané Ukrajiny“
„Opilec“	„Nelegální Ukrajinci“
„37letý“	„Běženci“
„Šílený“	„Černé Ukrajinky“
„Zavražděný“	„Muž“
„Vyděšení“	„37letý“
„Těhotná žena“	
„Matka“	

Tabulka 8 Ukrajinci - výpovědi

Suma kódu výpověď Ukrajince(ů)	N=4
---------------------------------------	------------

Romové/cikáni

Článků celkem: 120 (cikání 20; Romové 100) období 1.1. 2006 – 20.8.2007

Mezi nejobecnější kategorie, které mají v kódování index 1 a které považuji za centrální kontext článku patří:

- Kriminalita
- Zajímavosti/kuriozity
- Občanská aktivita Romů
- Neonacismus
- Romové X celebrity
- Politika
- Kultura
- Anketa

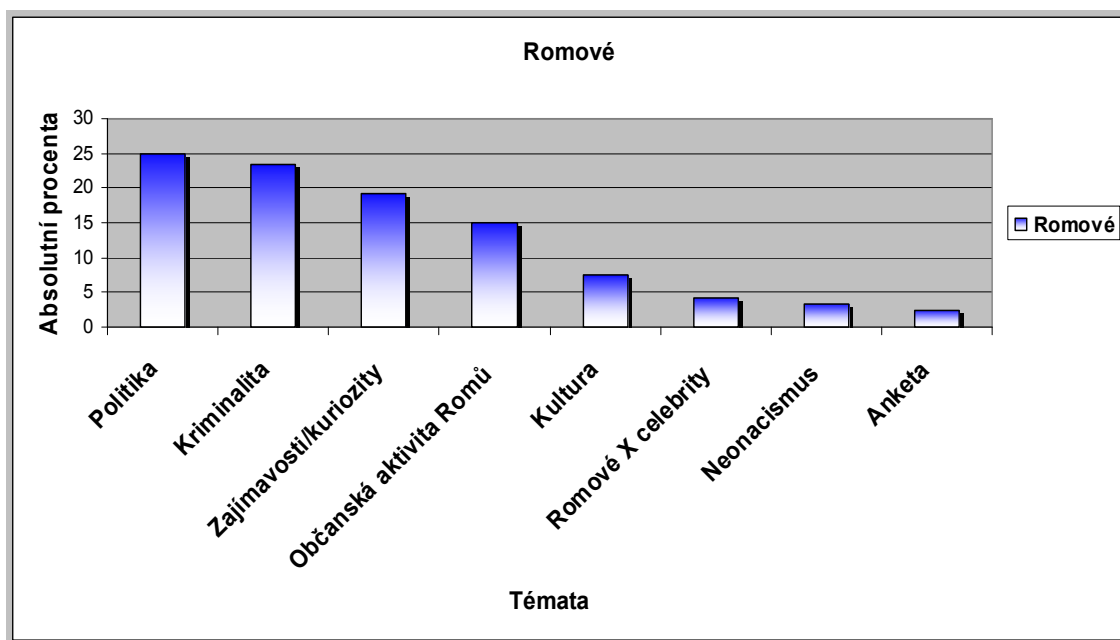
Frekvenční tabulky

Centrální kontext článků:

Tabulka 9 Romové – četnosti hlavních témat

Kódy témat	N	%
Politika	30	25,0
Kriminalita	28	23,3
Zajímavosti/kuriozity	23	19,2
Občanská aktivita Romů	18	15,0
Kultura	9	7,5
Romové X celebrity	5	4,2
Neonacismus	4	3,3
Anketa	3	2,5
Σ	120	100,0

Graf 2 Romové – četnosti hlavních témat



Primární dimenzionalizace kódů:

Tabulka 10 Romové – politika

Politika	N	Relativní %	Absolutní %
Kauza Čunek	24	80,0	20,0
Politicky nekorektní postup vůči Romům	2	6,7	1,7
Integrační politika	4	13,3	3,3
Σ	30	100,0	25

Tabulka 11 Romové - kriminalita

Kriminalita	N	Relativní %	Absolutní %
Subjekt	18	64,3	15,0
Objekt	6	21,4	5,0
Subjekt/objekt	4	14,3	3,3
Σ	28	100,0	23,3

Tabulka 12 Romové – zajímavosti/kuriozity

Zajímavosti/kuriozity	N	Relativní %	Absolutní %
Negativní kontext	6	26,1	5,0
Pozitivní kontext	4	17,4	3,4
Neutrální kontext	13	56,5	10,8
Σ	23	100,0	19,2

Tabulka 13 Romové – občanská aktivita

Občanská aktivita Romů	N	Relativní %	Absolutní %
Trestní oznámení	9	50,0	7,5
Demonstrace/shromáždění	4	22,2	3,3
Činnost romských organizací	5	27,8	4,2
Σ	18	100,0	15

Tabulka 14 Romové - kultura

Kultura	N	Relativní %	Absolutní %
Rom jako role	4	44,4	3,3
Romská kultura	5	55,6	4,2
Σ	9	100,0	7,5

Tabulka 15 Romové - celebrity

Romové X celebrity	N	Relativní %	Absolutní %
Negativní kontext	1	20,0	0,9
Pozitivní kontext	4	80,0	3,3
Σ	5	100,0	4,2

Tabulka 16 Romové - anketa

Anketa*	N	Relativní %	Absolutní %
Odpovídali Romové	2	66,7	1,7
Odpovídali další aktéři	1	33,3	0,8
Σ	3	100,0	2,5

*Tento kód se vyskytnul i uvnitř jiného tématu, kde měli prostor k odpovědi opět Romové.

Další nalezené kódy:

- Rasová diskriminace
- Příjem/soc.dávky
- Ironizace
- Ghettoizace
- Sankce
- Množství
- Další aktéři
- Násilí/agresivita
- Xenofobie
- Charakteristika
- Statistika
- Loupež/přepadení
- Drogy
- Nezaměstnanost
- Neplatičství/exekuce
- Kultura
- Výpověď Roma(ů)
- Prostituce
- Generalizace
- Zdraví/hygiena
- Bydlení
- Občanská aktivita Romů

Tabulka 17 Romové – samostatný kód občanská aktivita

Suma kódu Občanská aktivita Romů*	N=11
--	-------------

*Suma nezahrnuje tento kód jako centrální téma

Akcent etnicity:

V příloze II jsou centrální kódy náhodně vybraných článků k tomuto kroku označeny modře. Byla sledována frekvence užití pojmu „Rom“ či „cikán“ a jejich gramatických variací.

Tabulka 18 Romové – akcent etnicity

Akcent etnicity	N
Kriminalita - subjekt	11
Kriminalita - objekt	11

Charakteristiky:

Tabulka 19 Romové - charakteristiky

Charakteristika	
„Olašský“	„16-ti letý raubíř“
„Kouřící“	„Útočník“ N=2
„Nepřízpůsobivý“ N=4	„Minoritní komunita“
„Občan tmavé pleti“ N=2	„Opilý cikán“
„Snědý Rom“ N=2	„Opilec“
„Romští neplatiči“ N=4	„Snědý darebák“
„Romský spoluobčan“ N=2	„Mladý cikánský výtržník“
„Zdivočelý“	„Lumpové“
„Romští násilníci“	„Romský aktivista“ N=2
„Agresivní Romové“ N=2	

Tabulka 20 Romové – výpovědi

Suma kódu Výpověď Roma(ů)	N=60
----------------------------------	-------------

