

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Alice Krátká

La República Checa: mediální obraz

Diplomová práce

Praha 2014

Autor práce: **Bc. Alice Krátká**

Vedoucí práce: **PhDr. Jan Křeček, Ph.D**

Oponent práce:

Rok obhajoby: **2014**

Hodnocení:

Bibliografický záznam

KRÁTKÁ, Alice. *La República Checa: mediální obraz*. Praha, 2014. 64 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jan Křeček, PhD.

Anotace (abstrakt)

Diplomová práce s názvem *La República Checa: mediální obraz* se zaměřuje na analýzu mediální reprezentace České republiky a jejích aktérů ve španělských tištěných denících El País a La Vanguardia v letech 2011 a 2012. Cílem práce je zjistit, jak tento mediální obraz České republiky ve zkoumaných denících vypadal a jakým způsobem byl konstruován. Prostřednictvím kvantitativní obsahové analýzy tato práce na základě teoretických východisek sleduje, jaký mediální prostor španělské deníky poskytly zprávám o České republice, jakým tématům se v rámci jejího mediálního obrazu věnovaly, jak se v těchto článcích projevovaly zpravodajské hodnoty a jaké zpravodajské zdroje měly největší přístup do zpravodajství referujícím o ČR. Základním předpokladem je, že zpravodajská produkce podléhá určité pravidelnosti a podobu zpravodajství ovlivňuje řada rutinních postupů. Porovnání dvou různých periodik v rámci jedné mediální agendy by mělo přiblížit, co je v tomto směru pro španělská média atraktivní, popřípadě jak se shodují nebo odlišují jejich rutiny v zobrazování ČR.

Abstract

The thesis titled *La República Checa: media image* is focused on the quantitative analysis of media representations of the Czech Republic and its actors in Spanish newspapers El País and La Vanguardia in the period of 2011 and 2012. The main goal of this work is to determine how the media image of the Czech Republic is presented in

this newspapers and how was constructed. Through the quantitative analysis based on the theoretical background determines the media space provided to the news about the Czech Republic by the Spanish newspapers, the topics in which was the media image of the Czech Republic displayed, and the measure of news values and news sources related to the Czech Republic. The basic assumption is a presence of the media routines which influence the media image.

Klíčová slova

Česká republika, kvantitativní obsahová analýza, El País, La Vanguardia, reprezentace, konstrukce reality, zpravodajské rutiny, zpravodajské hodnoty

Keywords

Czech Republic, quantitative content analysis, El País, La Vanguradia, representation, construction of reality, news routines, news values

Rozsah práce: 117 582

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Alice Krátká

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2010

E-mail diplomantky/diplomanta:

kratkalice@email.cz

Studijní obor/forma studia:

Mediální studia/prezenční

Razítko podatelny:

| | | |
|----------------------------|--------------|------------------|
| Univerzita Karlova v Praze | | |
| Fakulta sociálních věd | | |
| Došlo dne: | 17 -01- 2012 | -1- |
| Číslo: | 867 | Študiovní číslo: |
| Přiděleno: | | |

Předpokládaný název práce v češtině:

La República Checa: mediální obraz a role gatekeepera

Předpokládaný název práce v angličtině:

La República Checa: the media image and the role of gatekeeper

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013)

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)

LS 2012/2013

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):

Sledovat obraz České republiky v zahraničním zpravodajství je důležité pro pochopení toho, jak nás vidí ostatní země. Ve své diplomové práci si kladu za cíl za pomoci kvantitativní obsahové analýzy vykreslit základní kontury mediálního obrazu České republiky ve vybraných španělských denících, které zpětně konfrontuji s jeho očekávanou podobou. Na základě teoretických předpokladů vycházejících z principů produkce, výběru a obsahu zpráv se budu věnovat analýze vybraných článků, kterou navíc doplním o výzkum komunikátorů z pohledu gatekeepingu (východiska: mediální obraz vzniká na základě dobře prozkoumaných a popsanych zpravodajských hodnot; důležitou složkou analýzy mediálního obrazu je přitom také výzkum individuálních aktérů, kteří se na jeho produkci podílejí atd.)

Prostřednictvím strukturovaných rozhovorů s pracovníky analyzovaných deníků identifikuji a popíši jejich dispozice, které mají vliv na podobu mediálního obrazu.

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):

- základní cíl: charakterizování mediálního obrazu České republiky ve vybraných španělských denících za dané časové období
- propojení teoretických východisek a analýzy vybraných článků
- zkoumání individuálních dispozic gatekeeperů
- interpretace výsledků analýzy
- zpětné prověření teoretických konceptů

Základní výzkumná otázka/y se bude/ou odvíjet od sledované konstrukce mediálního obrazu a vycházet ze základních principů kvantitativní obsahové analýzy (operacionalizovaných do proměnných sledujících tematické zařazení, četnost, hlavní aktéry atd.) V rámci strukturovaných rozhovorů budu zkoumat především vliv a postavení mediálního pracovníka v daném deníku a jeho předpoklady, které ovlivňují podobu mediálního obrazu.

(Vzhledem k tomu, že Česká republika není Španělsku geograficky ani kulturně blízká, očekávám, že se ve zpravodajství objeví spíše zřídka. Dalším předpokladem je, že mediální obsahy týkající se České republiky budou souviset především s oblastí politických událostí na mezinárodním poli, důležitými politickými osobnostmi a sportem (fotbalem).)

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

1. Úvod
2. Charakteristika analyzovaných deníků
3. Teoretická východiska (mediální obraz, zpravodajské hodnoty, gatekeeping, mediální rutiny, reprezentace reality...)
4. Metodologická východiska
 - popis metody výzkumu a vzorku
 - stanovení výzkumných otázek a hypotézy
5. Analýza
 - kvantitativní obsahová analýza
 - strukturované rozhovory
6. Výsledky analýzy a jejich interpretace
7. Závěr

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):

El País, La Vanguardia a další deníky dle dostupnosti - vybrané časové období (rok 2011, případně i rok 2012)

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Kvantitativní obsahová analýza, strukturované rozhovory

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

KVALE, Steinar. *Doing interview*. Thousand Oaks, CA : Sage Publications, 2007. 157 s. ISBN 978-0-7619-4977-0.

Rozhovor jako významná součást kvalitativního výzkumu. Autor v této knize popisuje teoretický základ a praktickou část vedení rozhovoru. Věnuje se také různým metodám výzkumných rozhovorů a technikám zpracování dat.

LACEY, Nick. *Image and representation : key concepts in media studies*. Houndmills : Palgrave, 1998. 256 s. ISBN 0-333-64436-0.

Tato kniha představuje čtenářům dva nejdůležitější koncepty mediálních studií, kultury a komunikace: mediální jazyk a reprezentaci. Na začátku popisuje základní prvky analýzy mediálního obrazu, včetně zarámování, ukotvení či žánru. Dále zkoumá podíl sémiotiky na pochopení mediálního sdělení.

SEOANE, María C.; SAIZ, María D. *Cuatro siglos de periodismo en España: de los avisos a los periódicos digitales*. Madrid : Alianza Editorial, 2007. 395 s. ISBN 9788420648842.

Historiografie žurnalistiky ve Španělsku od jejího vzniku až do současnosti popisuje tisk jako odraz společnosti a jako nástroj schopný utvářet veřejné mínění. Autoři se věnují postavení španělského tisku na pozadí politických a společenských dějin, ekonomiky, kultury či legislativy.

SHOEMAKER, Pamela J.; VOS, Tim P. *Gatekeeping Theory*. New York : Routledge, 2009. 173 s. ISBN 978-0-415-98139-2.

Publikace poskytuje komplexní pohled na proces gatekeepingu. Autoři integrují množství teoretických konceptů, které se zabývaly procesem výběru informací a událostí do zpravodajství, a přináší nový náhled na teorii gatekeepingu.

SCHULZ, Winfried, et al. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha : Karolinum, 2004. 149 s. ISBN 80-246-0827-8.

Kniha uvádí čtenáře do problematiky politické komunikace a obsahové analýzy masově mediovaných textů. Dále seznamuje s metodami analýzy obsahu mediálních sdělení a vyhodnocování zpravodajství. V praktické části poté uvádí ukázkou použití této metody.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha : Portál, 2006. 192 s. ISBN 80-7367-096-8.

Kniha poskytuje přehled o základních teoriích, které se vztahují k popisu produkce zpráv, a o faktorech, které se podílejí na transformování událostí do zpráv. Podrobněji se zabývá klasickými koncepty mediálních studií, jako jsou zpravodajské hodnoty, gatekeeping a agenda setting, včetně výzkumů, které stály u jejich zrodu.

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

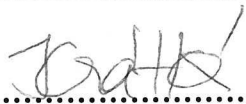
COUFALOVÁ, Kateřina. *Obraz České republiky v týdeníku The Economist, především s důrazem na české předsednictví*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010. 61 s. Vedoucí bakalářské práce: PhDr. Alice Tejkalová.

MICHÁLKOVÁ, Helena. *Mediální krajina ve Španělsku*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií, 2011. 110 s. Vedoucí diplomové práce Doc. PhDr. Barbara Köpplová, CSc.

SERBUSOVÁ, Monika. *Mediální obraz politiky Francie a České republiky*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií, Katedra elektronické kultury a sémiotiky, 2011. 67 s. Vedoucí diplomové práce: PhDr. Zdeněk Zbořil.

Datum / Podpis studenta/ky

17. 1. 2012


.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

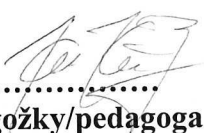
Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

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

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

KŘEČEK JAN
Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

17. 1. 2012

.....
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

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

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Prohlášení

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

V Praze dne ...

Alice Krátká

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala své matce Alici Krátké za podporu, kterou mi při zpracování této diplomové práce poskytla.

Obsah

| | |
|---|-----------|
| ÚVOD..... | 2 |
| 1. TEORETICKÁ ČÁST | 4 |
| 1.1 <i>Mediální obraz a role zpravodajství</i> | 4 |
| 1.1.1 <i>Mediální reprezentace a konstrukce reality.....</i> | 5 |
| 1.1.2 <i>Zpravodajský diskurs</i> | 6 |
| 1.2 <i>Faktory produkce zpravodajských obsahů.....</i> | 9 |
| 1.2.1 <i>Výběr událostí.....</i> | 10 |
| 1.2.2 <i>Zpravodajské hodnoty.....</i> | 11 |
| 1.2.2.1 <i>Determinanty zahraničního zpravodajství.....</i> | 12 |
| 1.2.3 <i>Zpravodajské zdroje.....</i> | 16 |
| 1.2.4 <i>Framing</i> | 18 |
| 2 METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA | 21 |
| 2.1 <i>Cíl výzkumu.....</i> | 21 |
| 2.2 <i>Kvantitativní obsahová analýza.....</i> | 21 |
| 2.3 <i>Formulace výzkumných otázek a hypotéz</i> | 23 |
| 2.4 <i>Definice výběrového souboru a jednotky měření.....</i> | 26 |
| 2.5 <i>Popis sledovaných proměnných.....</i> | 28 |
| 3 VÝSLEDKY ANALÝZY A JEJÍ INTERPRETACE..... | 35 |
| 3.1 <i>Základní údaje o výběrovém souboru</i> | 35 |
| 3.2 <i>Mediální pokrytí.....</i> | 36 |
| 3.3 <i>Tematický kontext</i> | 41 |
| 3.4 <i>Zpravodajské hodnoty.....</i> | 43 |
| 3.5 <i>Zpravodajské zdroje.....</i> | 50 |
| ZÁVĚR | 53 |
| SUMMARY | 55 |
| POUŽITÁ LITERATURA..... | 56 |
| SEZNAM PŘÍLOH..... | 59 |
| PŘÍLOHY | 60 |

Úvod

Zpravodajství, které nám média dennodenně předkládají, pro nás do určité míry představuje spojnicí s celým světem. Hraje tak velmi důležitou roli v našem pohledu na svět. Osobní zkušenost „tváří v tvář“ tak nahrazuje mediální obraz, který ovšem může být stylizován do mnoha podob, které jsou pak předávány dál mezi lidmi navzájem. Z tohoto hlediska je proto zajímavé zkoumat charakteristiku daným mediálních reprezentací. Důležité je si uvědomit, že proces zprostředkování událostí má jisté rutiny, které jej do značné míry ovlivňují.

Cílem této práce je přiblížit podobu mediálního obrazu České republiky z hlediska zpravodajského procesu španělských médií. Základním předpokladem je, že konstrukci mediálního obrazu ovlivňuje řada faktorů, které mají na jeho konečnou podobu značný vliv. Ve své práci se zaměřím konkrétně na dva španělské tištěné deníky El País a La Vanguardia a pokusím se zjistit, jak v letech 2011 a 2012 vypadal jejich mediální obraz České republiky, jinak řečeno jak byla Česká republika v těchto denících reprezentována. Zároveň se pokusím se ukázat, jak se v něm projeví zpravodajské faktory produkce.

Téma jsem si vybrala proto, že mám blízký vztah ke Španělsku a španělštině, kterou se stále snažím zlepšovat. Ve Španělsku jsem často pobývala, jak pracovní, tak i studijně díky programu Erasmus. Z vlastní zkušenosti proto vím, že obraz České republiky je ze strany Španělů dost omezený, někdy až přímo doslova zkrešlený. Zajímalo mě, co všechno se tedy o naší zemi ve španělském tisku skutečně píše, respektive nepíše. Navíc jsem v části zkoumaného časového úseku právě studovala v Barceloně a mohla jsem tak přímou subjektivní zkušeností posoudit, zda se o České republice dozvím z místního tisku dostatečné informace. Tématu mediální reprezentace ČR v zahraničí již bylo věnováno několik diplomových prací, přesto se ho každá z nich pokoušela rozebrat z různých úhlů pohledu. Stejně tak i já se budu snažit přinést nové poznatky. Co se týče konkrétně španělského tisku, jeho zpravodajská produkce ještě nebyla v této podobě zpracována. Výsledky analýzy by proto mohly přispět k rozšíření informací z této oblasti.

V teziích diplomové práce jsem původně uváděla, že se zaměřím na roli individuálních komunikátorů z pohledu gatekeepingu prostřednictvím rozhovorů s pracovníky španělských deníků. Tento cíl jsem musela částečně pozměnit a roli gatekeepera z původního názvu vypustit. V rámci svého pobytu v Barceloně, ale ještě i

nějakou dobu po něm, jsem se snažila zkontaktovat místní redakce prostřednictvím emailů, ve kterých jsem představovala téma své práce a vyslovovala přání setkat se s některým z redaktorů za účelem rozhovoru, případně zda bych mohla zaslat své otázky k zodpovězení písemně. Bohužel se mi nedostalo žádné odpovědi. Po jediném úspěšném telefonickém kontaktu s redakcí La Vanguardia mi bylo přislíbena předání mého kontaktu některému z redaktorů s tím, že se mi ozve, ovšem stejně tak žádná další komunikace neproběhla a moje snaha byla tím pádem bezvýsledná. Rozhodla jsem se proto upustit od výzkumu individuálních komunikátorů z pohledu gatekeepingu, jelikož bez kontaktu s pracovníky španělských deníků jsem nemohla analyzovat jejich konkrétní dispozice, podle kterých rozhodují v redakci o tom, zda se určitá událost týkající se České republiky stane zprávou či nikoliv. Na základě této úpravy jsem se proto zaměřila čistě na mediální obraz ČR ve španělském tisku jako takový, tedy na jeho výslednou podobu. Místo výzkumu tzv. gatekeeperů, jsem se ve své práci zaměřila na rutiny zpravodajské produkce, které bylo možné z konečných mediálních výstupů vysledovat.

Struktura práce je tematicky rozdělena na tři části. První nese název *Teoretická východiska* a je rozdělena na dvě hlavní kapitoly. První z kapitol přibližuje roli mediálního obrazu ve zpravodajství a seznamuje s problematikou mediální reprezentace a konstrukce reality a objasňuje charakteristiku zpravodajského diskursu. Druhá kapitola první části potom rozebírá konkrétní faktory produkce zpravodajských obsahů na pozadí zpravodajských rutin. Od samotného výběru událostí do zpráv se posouvá k takzvaným zpravodajským hodnotám, které ještě více specifikuje s ohledem na zahraniční zpravodajství. Dále se kapitola věnuje zpravodajským zdrojům a framingu neboli rámcování. Druhá tematická část této práce nazvaná *Metodologická východiska* objasňuje postup provedené analýzy. Definuje výzkumný soubor jednotek a popisuje sledované proměnné. Zároveň také stanovuje výzkumné otázky a především hypotézy, ze kterých následná analýza vychází. Třetí část práce *Výsledky analýzy a její interpretace* se věnuje samotné analýze a konfrontuje její výsledky s předem stanovenými hypotézami.

Vzhledem k větší přehlednosti vkládám tabulky a grafy, které se k jednotlivým kapitolám bezprostředně vztahují, přímo do textu. Přílohy na konci práce obsahují doplňující informační grafy, ale především kódovací knihu, podle které analýza probíhala.

1. TEORETICKÁ ČÁST

1.1 Mediální obraz a role zpravodajství

Masová média se stala součástí našeho každodenního života. Jsou pro nás významným a často i jediným poskytovatelem informací. Obsahy mediálních sdělení vytváří mediální obraz, který ovlivňuje náš pohled na svět a pomáhá nám ho pochopit. Skutečnosti, které nemůžeme poznat skrze vlastní bezprostřední zkušenost tak většinou získáváme pouze zprostředkovaně díky médiím. Denis McQuail zdůrazňuje, že média ve své podstatě produkují a distribuují *vědění (knowledge)* v nejširším slova smyslu, pomocí kterého mohou naše zkušenosti se sociálním světem získávat smysl. „Média do značné míry konstituují společenskou realitu a hlavní rysy pro potřeby veřejného, sdíleného společenského života; slouží rovněž jako rozhodující zdroj standardů, modelů a norem“ (McQuail, 2009: 93).

John B. Thompson k tomu dále dodává, že média se stala prostředkem utváření významů a vytvořila tzv. *mediovanou světovost*¹. Z toho vyplývá, že se zároveň také podílejí na tvorbě našich identit. Je tudíž zřejmé, že mediální obraz na nás významně působí a má proto smysl zabývat se analýzou jeho obsahu (Thompson, 2004).

Pro výzkum mediálních obsahů je zásadní vztah mezi mediálním produktem a realitou. Můžeme tak rozlišovat mediální skutečnost, kterou nám nabízejí samotná média, a sociální skutečnost, kterou nám předkládá společnost jako představu o světě. (Jirák, Köpplová, 2009: 286). Mediální obraz, kterým se ve své práci budu zabývat, tedy představuje médii zprostředkovaný obraz *mimomediální*², respektive primární reality. V této souvislosti je nutno zmínit, že mediální obraz, s jehož pomocí se formují naše představy o vnějším světě, nemusí zcela odpovídat primární realitě a může být do jisté míry zkreslený. Tento problém řeší dva rozdílné přístupy k reprezentaci reality v médiích, o nichž bude pojednávat následující kapitola.

¹ „Naše vnímání světa, jenž leží mimo oblast naší osobní zkušenosti, stejně jako chápání našeho vlastního místa na světě jsou stále více utvářeny symbolickými sdělení nabízenými médii“ (Thompson, 2004: 33).

² Studium obsahu médií vychází z tradice, že mimomediální realita je primární a je pro média inspiračním zdrojem (Jirák, Köpplová, 2009: 281).

1.1.1 Mediální reprezentace a konstrukce reality

Reprezentaci reality vysvětluje Irena Reifová (2004) jako uchopování skutečnosti pomocí přirozeného jazyka. Dochází k tzv. *re-representaci*, čili znovuzpřítomnění, kdy je něco minulého nebo nepřítomného přenášeno do přítomnosti. Stuart Hall ve své knize *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (1997) tento proces spojuje s kulturou. V rámci mediální reprezentace je zásadní Hallovo rozlišení *reflektivní* a *konstrukcionistické* teorie reprezentace reality³.

Reflektivní přístup předpokládá, že významy jsou obsaženy ve věcech samých a jazyk (v našem případě média) tyto významy odráží jako zrcadlo. Mediální obraz podle této tradiční teorie zrcadlí předem existující skutečnost. Naopak novější konstrukcionistická teorie počítá s tím, že významy jsou konstruovány až lidmi prostřednictvím znakových systémů. Tento přístup nepopírá existenci materiálního světa, nicméně význam je závislý na jazyku. Masová média tak realitu neodráží, ale nevyhnutelně konstruují (Hall, 1997).

Vztah mezi mediálním sdělením a realitou dále vysvětluje Winfried Schulz na protikladu *ptolemaiovské* a *kopernikovské* logiky. Základem ptolemaiovského pojetí, které odpovídá Hallovo reflexivní teorii, je myšlenka, že média mají za úkol poskytovat co nejpřesnější obraz světa. Přisuzuje jim roli pasivního zprostředkovatele reality. Zároveň však předpokládá, že masová média jsou společnosti cizí a mají schopnost manipulovat s jednotlivci i sociálními skupinami. Schulz v tomto směru chápe masová média jako nástroj zájmových skupin, jehož prostřednictvím mohou ve svůj prospěch kontrolovat obraz světa⁴. Opačný pohled představuje kopernikovské východisko, které odpovídá konstrukcionistické teorii. Tento koncept považuje média za nedílnou součást společnosti, jež se aktivně podílí na tvorbě sociální skutečnosti. Na rozdíl od ptolemaiovské logiky, kde je realita předpokladem komunikace, je realita v kopernikovském pojetí jejím výsledkem. Selektce, strukturovanost či deformace jsou z tohoto hlediska žádoucí aspekty mediální reality. Kromě „objektivně“ existující události totiž mediální konstrukt reality čerpá také z určitých pravidel a zkušeností pro zpracování (Schulz, 2000: 29-32).

Konstrukcionistická teorie reprezentace reality vychází z teorie sociální konstrukce reality, kterou v 60. letech 20. století popisují Peter Berger a Thomas

³ K těmto dvěma teoriím zařadil ještě teorii intencionální.

⁴ V kontextu ptolemaiovské logiky Schulz zmiňuje Gerbnerovu kultivační teorii (1969), teorii mediální závislosti Ball-Rokeachové a DeFleura (1976) a model spirály mlčení Noelle Neumannové (1984).

Luckmann ve své knize *The Social Construction of Reality*. Podle Bergera a Luckmanna dochází k vytváření sociální reality propojováním objektivní danosti a subjektivních interpretací. „Každodenní život se jeví jako realita, kterou si lidé vykládají a jež má pro ně subjektivní význam jako určitý logicky soudržný svět (...) je to také svět, který má svůj původ v jejich myšlenkách a činnostech a který je právě těmito myšlenkami a činnostmi jako reálný udržován“ (Berger, Luckmann, 1999: 25). Hlavní myšlenkou této teorie je konstatování, že realita je sociálně konstruována, jelikož společnost je tvůrcem člověka, který k ní však už přistupuje jako k objektivní realitě, čímž se člověk sám stává tvůrcem společnosti (ibid.: 62). V perspektivě tohoto přístupu masová média prostřednictvím svých mediálních sdělení konstruuji realitu, tedy výše zmiňovanou sociální skutečnost. Mediální obraz tedy nejen, že re-prezentuje, ale přímo konstruuje svět kolem nás, což má na společnost významný vliv.

Sociální konstruktivismus vnesl do mediálních studií zájem o podobu mediálního obrazu. V postmoderní diskuzi o vztahu masových médií a reality, kterou nám nabízejí, se tak základem stala právě konstrukcionistická teorie reprezentace reality. Z tohoto pohledu „skutečnost vzniká až v důsledku definiční schopnosti záznamových soustav skutečnosti (např. masových médií)“ (Reifová, 2004: 108). Jinak řečeno daná skutečnost sama o sobě neexistuje, ale je konstruována až v okamžiku, kdy je definována⁵.

Média se v současnosti stávají jedním z nejzásadnějších konstruktérů každodenního světa. Základním teoretickým východiskem této diplomové práce je proto koncept mediálního obrazu jako konstruktů vzniklého pod vlivem různých faktorů. Jak shrnuje Schulz: „V médiích podávaná skutečnost reprezentuje především stereotypy a předsudky samotných novinářů, jejich profesionální pravidla a politické postoje, nutnost zprávu za každou cenu dodat a požadavky jejího mediálního ztvárnění“ (Schulz, 2000: 29). S tím souvisí otázka, jakou má při utváření mediálního obrazu roli zpravodajství a co utváří zpravodajský diskurs.

1.1.2 Zpravodajský diskurs

V rámci mediálního konstruování má jedno z nejmocnějších postavení zpravodajství. Je přitom důležité si uvědomit, že zprávy, které se tak významně podílejí na konstrukci sociální reality, se odehrávají vždy v určitém společenském kontextu.

Jejich součástí jsou „významy platné v daném diskursu a hodnoty platné v dané ideologii“ (Burton, Jiráček, 2001: 256). Při pohledu na samotný žurnalistický proces zviditelňování událostí Brian McNair upozorňuje, že je „nevyhnutelně selektivní, neúplný a náchylný k předpojatosti a předkládaný obraz událostí nemusí, a zároveň nemůže být úplný“ (McNair, 2004: 55).

Gaye Tuchmanová ve své práci *Making News: A Study in the Construction of Reality* (1978) popisuje zprávy jako „okna do světa“⁶, prostřednictvím kterých můžeme poznat naši společnost, stejně jako ostatní národy a spolu s tím jejich instituce, vedoucí představitelé a životní styl. Záleží ovšem na tom, jaký výhled z okna máme. Zda je okno velké nebo malé, jestli je sklo průhledné či ne, zda okno směřuje do ulice nebo na dvorek apod. Je také důležité, kde při výhledu z okna stojíme. Tuchmanová se proto zaměřuje na způsob, jakým jsou rámce těchto oken vytvářeny. Vnímá noviny jako komplexní organizace, jež podléhají nevyhnutelným procesům. Novináři se neřídí osobními zájmy, ale jsou to odborníci se zájmy profesionálními, které jsou výsledkem organizačních potřeb (Tuchman, 1978: 2).

Lze tedy konstatovat, že zpravodajství si vytváří svůj vlastní diskurs, který je navíc určitým způsobem společensky determinován. Základem zpravodajství jsou fakta a události, které by měly poskytnout různorodé informace, jež jsou pro společnost významné a reflektují rozmanitost myšlení dané společnosti. Zpravodajství by mělo tyto informace pouze tlumočit a vynechat názory novináře (Osvaldová a kol., 2001: 21).

John Hartley v této souvislosti hovoří o zpravodajství jako o neosobní sociální instituci, jež kromě zprostředkování informací zastává také další důležité funkce jako uchování kontinuity existence společnosti, formování konsenzu ve společnosti či funkci korelace⁷. Mimo jiné se zpravodajství podílí na produkci společné identity skrze definování dichotomie *my* a *oni*. Jedná se o opozitní vztah, kde „*my*“ určuje naši kulturu, náš národ apod., zatímco „*oni*“ odpovídá naopak cizím národům a společnostem (Hartley, 1987: 116). V případě mého výzkumu mediálního obrazu České republiky ve španělském tisku se tak „*my*“ vztahuje ke Španělsku a „*oni*“ k České republice. Hartley upozorňuje, že zpravodajský diskurs není určován pouze tím, co zprávy obsahují, ale také tím, co v nich chybí. Tato nepřítomnost je způsobena právě

⁵ Toto tvrzení vychází z teorie definice situace neboli Thomasova teorému.

⁶ „News is a window on the world“ (Tuchman, 1980: 1).

⁷ Tzn. uvádění událostí do souvislostí.

perspektivou *my vs. oni*. Jinak řečeno rozhodovat bude míra, s jakou se daná událost bude dotýkat naší vlastní kultury (Hartley, 1987: 117-118).

Kromě toho, že zpravodajství poskytuje lidem informace, má také jako konstruktér sociální reality „schopnost zviditelňovat věci na veřejnosti a tak jim dodávat důležitost“, přičemž podle Briana McNaira je tato schopnost hlavním účinkem žurnalistiky (McNair, 2004: 54). Tato funkce se nazývá *nastolování témat (agenda-setting)* a vychází z předpokladu, že zpravodajská média určují, co společnost považuje za důležité a co nikoliv⁸. Koncept agenda-setting definoval Maxwell McCombs a Don Shaw ve své studii *The Agenda-Setting Function of Mass Media* (1972) na základě ústředního tvrzení, že „agenda médií nastoluje veřejnou agendu“ (McCombs, 2009: 30). Předmětem mojí práce nebude výzkum toho, jak se pod vlivem mediální agendy utváří agenda španělské veřejnosti, ale je podstatné si uvědomit, že na základě teorie agenda-setting může španělský tisk do značné míry ovlivnit, co si jeho čtenáři budou o České republice myslet či v jakých souvislostech o ní budou přemýšlet. Claes H. de Vreese (2005) dokonce uvádí, že zpravodajské pokrytí zahraničních událostí ovlivňuje veřejné mínění silněji než zprávy o domácích událostech, kdy občané mohou zároveň čerpat z více kontextuálních znalostí.

Z obecného novinářského hlediska by zpravodajství mělo být „přesné, vyvážené, nepředpojaté a poctivé jak při výběru, tak při ztvárnění a následné prezentaci, nestranné, ověřené přinejmenším ze dvou nezávislých zdrojů, aktuální, včasné, jasné a srozumitelné“ (Osvaldová a kol., 2005: 21). Ačkoliv se zpravodajství významně podílí na vykonstruování našeho pohledu na svět, současně nám také říká, „co je z hlediska sociálního systému normativně správné a co je porušením společenských norem (viz např. Hall, 1978) a zároveň jaké sankce po případném porušení norem mohou následovat“ (Trampota, 2006: 10). Díky řadě informací a poznatkům, které produkuje, si můžeme utvářet vlastní názory a přímo kriticky hodnotit různé společenské významy.

S masivním nástupem a rozvojem nových technologií, vedoucím k postupné digitalizaci celého výrobního procesu, docházelo od 80. let 20. století k proměně formy novin i časopisů. Spolu s tím se proměňuje i obsah tištěných médií. Lze konstatovat, že forma ovlivňuje obsah a naopak. Změny v obsahu novin a často s tím spojené formální podobě zapříčinila snaha uspět na trhu vyvolaná silnou konkurencí, komercializace a

⁸ Bernard Cohen (1963) tento jev formuloval takto: „médiá nemusejí být schopna určovat, co si lidé mají myslet, ale jsou úspěšná v určování, o čem mají přemýšlet“ (Cohen cit. dle Trampoty, 2006: 113).

komodifikace, informační přesycenost či proměna životního stylu. Ostrá konkurence tak způsobuje, že seriózní tisk zahrnuje více konzumního a lifestyleového obsahu, zvyšuje počet speciálních příloh, stejně jako velikost a obsah inzerátů a v neposlední řadě má sklony k senzacionalizaci (Čuřík, Burgr, 2012: 121). Mezi konkrétní rysy diskursu ve zpravodajství lze zařadit například používání žánrových formátů, sklon ke standardizaci a opakování vzorců pro vznik mediálního sdělení, tendence k prolínání veřejné a soukromé sféry či například orientace na předpokládané očekávání publika (Reifová, 2004: 47-48).

Vedle toho, jak mediální obraz České republiky ve španělském tisku vypadá, se chci ve své práci zaměřit také na to, co formovalo zpravodajský diskurs španělských deníků. Zpravodajský proces zveřejňování událostí tedy ovlivňuje nejen společenský kontext, ve kterém je obsah zpravodajství vytvářen, ale především podléhá určité pravidelnosti. Ve svém výzkumu proto pokusím ukázat tyto pravidelnosti a faktory produkce, které lze vyčíst z článků o České republice, na jejichž základě byl její vykonstruován mediální obraz.

1.2 Faktory produkce zpravodajských obsahů

„Zprávy nejsou zrcadlem reality. Jsou reprezentací světa a všechny reprezentace jsou selektivní“⁹ (Schudson, 2003: 33).

Vznik zpráv podléhá mnoha různým vlivům, ať už se jedná o samotnou povahu média či o postupy při produkci mediálních sdělení. Novináři se musí potýkat s obrovským množstvím informací, s různými tlaky, například při plnění deadlinů či dodržování prostoru, jež mohou zprávě věnovat apod. Vytvářejí si proto různé „výrobní rutiny čili zažitě způsoby“, jak zpracovávat události, které se stanou zprávami (Burton, Jiráček, 2001: 102). Tyto opakující se postupy jsou přitom pro činnost médií klíčové, jelikož usnadňují jejich výrobu a fungování (Burton, Jiráček, 2001). Trampota uvádí, že „zpravodajské organizace se bez uplatňování určitých rutin nemohou obejít“, avšak silná rutinizace produkce zpráv může mít negativní dopad na zprostředkování neočekávaných a překvapivých zpráv (Trampota, 2009: 57).

Při výzkumu zpravodajství je důležité zkoumat, které podmínky musí událost zahrnovat, aby se stala zprávou, a jaké rysy mají události, které si média vybírají a

⁹ „News is not a mirror of reality. It is a representation of the world, and all representations are selective.“

prodávají jako zprávu, protože nám to pomáhá pochopit, jak média pracují. Je proto třeba zaměřit se na zkoumání funkcí médií týkajících se výběru zpráv. Novinář ve své podstatě není člověk, který zprávy hledá, ale který je vybírá (Gomis, 1997).

1.2.1 Výběr událostí

Základní fází tvorby mediálního obrazu představuje již samotný výběr témat a událostí, které se stanou zprávou. Této otázce se věnuje studium *gatekeepingu*. Gatekeeping neboli „hlídání brány“ označuje proces, při kterém dochází k rozhodování o tom, zda určitá událost „projde branou“, aby se následně stala součástí zpravodajství. První výzkum zkoumající gatekeeping představil v roce 1950 americký sociolog David M. White. Jeho případová studie *The „Gate Keeper“: A Case Study in the Selection of News*¹⁰ zkoumala, na základě kterých kritérií editoři vybírají z velkého množství zpráv ty, které zahrnou do zpravodajství.

McQuail upozorňuje, že představa gatekeepingu je omezená v předpokladu, že „zprávy přilétávají v hotové a neproblematické podobě zpracovaných článků a řadí se u bran média, kde jsou buď přijaty, nebo odvrženy“ (McQuail, 2009: 321). Je přitom zřejmé, že zpravodajský obsah je někdy třeba vyhledat, někdy musí být systematicky naplánován nebo interně vyroben či zkonstruován. „Proces konstrukce, stejně jako výběr zpráv, není nahodilý ani subjektivní“ (ibid.: 321).

Zásadní změnu vnesla do studia gatekeepingu Pamela J. Shoemakerová, která v roce 1991 ve své práci *A New Gatekeeping Model* uvedla, že „gatekeeper není ve výběru událostí zcela svobodný, ale je omezován komunikačními rutinami v rámci organizace, která má své vlastní priority a současně je také neustále ovlivňována tlaky z oblasti mimo organizaci“ (Shoemaker, 1991: 62). Toto zjištění potvrdilo, že proces selekce témat ovlivňuje více faktorů. Pamela J. Shoemakerová a Stephen Reese (1996) později rozlišili celkem pět úrovní vlivů na výsledný obsah mediálního sdělení v tzv. *hierarchickém modelu*: individuální rovina, rovina mediálních rutin, organizační rovina, extramediální rovina a rovina ideologická.

Lze konstatovat, že počáteční studie teorie gatekeepingu se omezovaly na subjektivní osobní rozhodování a nevěnovaly dostatek pozornosti systematickým organizačním vlivům na selekci. Později se tak ukázalo, že při výběru zpráv nutně

¹⁰ Termín „gatekeeper“ ovšem vytvořil již v roce 1948 sociolog Kurt Lewin pro označení „dveřníka“, který otevírá dveře nebo zabraňuje dalšímu šíření informace, jež se k němu dostala.

dochází k určitým rutinním postupům a že pokud jsou za srovnatelných podmínek postaveny zcela odlišné mediální organizace před stejné události, mají sklon postupovat stejně (McQuail, 2009: 319). Podle Jiráka a Köpplové „rutiny představují velmi významný faktor ovlivňující podobu mediálního obsahu, zřetelně významnější, než je osoba komunikátora“ (Jirák, Köpplová, 2007: 130). Stejný přístup zaujímá Michael Schudson, podle nějž jsou primární faktory zkreslení reality organizovány do struktur a rutin shromažďování zpráv. Právě proto, že jsou novináři často pod časovým tlakem a nepracují nahodile, spoléhají se na konvence, rutiny, zvyky a předpoklady o tom, jak, proč a kde získávat zprávy (Schudson, 2003).

Ve své práci vycházím z přístupu, který klade důraz na vliv rutinních postupů při produkci zpráv. Oproti gatekeepingu, jehož pozornost se zaměřuje na samotný proces výběru událostí, se soustředím na konečný mediální obsah zpravodajství, tedy na konkrétní mediální výstupy. Z nich se pokusím vysledovat, které rutiny a faktory nejvíce ovlivnily jejich výběr. Jaké novinářské rutinní postupy budu sledovat, popisují následující kapitoly.

1.2.2 Zpravodajské hodnoty

Aby se událost stala zprávou, musí upoutat dostatečnou pozornost daného novináře. Jinak řečeno, musí být dostatečně „zpravodajsky vděčná“ či „stojící za zveřejnění“ (*newsworthy*)¹¹. Otázku, které okolnosti určují, jaká událost má šanci dostat se do zpráv, řeší koncept zpravodajských hodnot (*news values*)¹², který se vymezil proti představě subjektivního rozhodování jednotlivce.

Zpravodajské hodnoty tak novinářům pomáhají rozlišit, které typy událostí jsou mediálně zajímavé natolik, aby se mohly stát součástí zpravodajského diskursu. Podle Westerstahla a Johanssona (1994) představují zpravodajské hodnoty jeden ze dvou rozhodovacích faktorů, kterými se mediální pracovníci řídí při selekci zpráv. Jedná se o předpokládaný zájem publika, přičemž druhým faktorem je naopak záměr publikum informovat a ovlivnit. V tomto směru zpravodajské hodnoty vytváří poměrně stabilní

¹¹ Při popisu zpravodajsky vděčných událostí, které poutají pozornost médií, pracují mediální studia pojmem „newsworthy“. Vlastnost, kterou tyto zpravodajsky zajímavé události disponují, se nazývá „newsworthiness“.

¹² „Zpravodajské hodnoty označují soubor kritérií, jimiž média poměřují zpravodajskou přijatelnost událostí a zpravodajskou vhodnost jejich zpracování“ (Burton, Jirák, 2003: 248).

rámec ukotvený v základních lidských vlastnostech a struktuře společnosti, zatímco ideologické motivace se mohou v průběhu času měnit.

Termín zpravodajské hodnoty jako první použil Walter Lippmann v roce 1922 ve své knize *Public Opinion* a zařadil mezi ně překvapení, jednoznačnost, prostorovou blízkost, osobní zaujetí a konflikt¹³. Klíčovou práci na toto téma publikovali v roce 1965 norští analytici Johan Galtung a Marie Rugeová. Ve své studii *The Structure of Foreign News* definovali celkem dvanáct faktorů zahraničního zpravodajství v norském tisku, z nichž osm označili za obecně platné a zbývající čtyři za kulturně specifické: 1) frekvence, 2) práh pozornosti, 3) jednoznačnost, 4) význam, 5) souznění, 6) překvapení, 7) kontinuita, 8) variace, 9) vztah k elitním národům, 10) vztah k elitním osobám, 11) *personalizace*, 12) *negativita*¹⁴. Autoři dále definovali hypotézu selekce, podle které má událost šanci stát se zprávou tím vyšší, čím více odpovídá uvedeným kritériím, a hypotézu distorze, čili pokud se již událost ve zprávu promění, budou hodnoty, na základě kterých byla vybrána, zdůrazněny (Galtung, Ruge, 1965).

McNair se domnívá, že zpravodajské hodnoty mohou odrážet morální struktury posedlé elitami, slávou a bohatstvím. „Můžeme-li zpravodajskou hodnotu považovat za vyjádření společenských hodnot, potom zpravodajské hodnoty převažující v liberální demokratické společnosti odkazují ke světu, který je etnocentrický, orientovaný na elity a soustředěný na negativní události“ (McNair, 2004: 81).

1.2.2.1 Determinanty zahraničního zpravodajství

Studie Galtunga a Rugeové se následně stala východiskem pro řadu dalších studií a výzkumů zahraničního zpravodajství, respektive rozhodujících faktorů, které ovlivňují, zda se určitá zahraniční událost dostane do zpravodajství. Karl E. Rosengren (1974) poukázal na to, že „tok a struktura zahraničního zpravodajství jsou zcela zjevně důležitými faktory, které utváří obraz světa v našich myslích“ (Rosengren, 1974: 145). Ve své studii se vyhranil proti psychologickému pojetí Galtunga a Rugeové skrze jejich zpravodajské hodnoty a zdůraznil, že na mediální pokrytí zahraniční události mají také významný vliv ekonomické, politické a sociální charakteristiky dané země. Význam čili

¹³ Výběru zpráv se již v 17. století věnoval německý autor Tobias Peucer či Kaspar Stieler. Ten se v roce 1695 ve své knize *Zeitungs-Lust und Nutz* zmiňuje o faktorech důležitosti, blízkosti, dramatičnosti a negativity jako kritériích pro výběr zpráv (Watson 1998: 117).

¹⁴ 1) frequency, 2) threshold, 3) unambiguity, 4) meaningfulness, 5) consonance, 6) unexpectedness, 7) continuity, 8) composition, 9) reference to elite nations, 10) reference to elite people, 11) reference to persons, 12) reference to something negative

důležitost (importance) a *kulturní blízkost (cultural proximity)* zahraniční události jsou podle Rosengrena koncepty měřitelné pomocí velikosti obyvatelstva, výše HNP, intenzity vzájemného obchodu a geografické vzdálenosti mezi zeměmi (Rosengren, 1974).

Al Hester (1973) vnesl do studia zahraničního zpravodajství pohled mezinárodních vztahů a popsal tak koncept *hierarchie národů* a *kulturní afinity/příbuznosti*¹⁵. Pro hierarchii mezi národy je podle Hestera určující geografická velikost, obyvatelstvo, ekonomický rozvoj a délka existence jakožto svrchovaného státu. Měřítkem kulturní afinity je potom sdílený jazyk, výše migrace mezi národy, míra cestování mezi zeměmi a historické vztahy ve smyslu koloniálního statutu nebo patronátu apod. (Hester, 1973).

Další významný příspěvek nabídla v roce 1994 studie švédského zpravodajství Jörgena Westerstahla a Folke Johanssona *Foreign News: News Values and Ideologies*, ve které autoři zredukovali zpravodajské hodnoty Galtunga a Rugeové na tyto tři faktory: *význam (důležitost)*, *blízkost* a *dramatičnost*¹⁶. Význam (důležitost) měřitelný pomocí velikosti obyvatelstva nebo HNP definují jako národní charakteristiku, blízkost, ve smyslu geografické, obchodní a kulturní, chápou jako vztah mezi národy. Dramatičnost se naopak vztahuje spíše k událostem než ke státům a na prvním místě tuto charakteristiku autoři spojují s negativními zprávami. Vedle těchto tří základních zpravodajských hodnot Westerstahl s Johanssonem definují ještě hodnotu *přístupu* a hodnotu *ideologie*. Přístup označuje možnost získat informace o dané zemi, což může ovlivnit poloha zpravodajských agentur nebo například přítomnost zahraničního zpravodaje. Hodnota ideologie, odkazující k ideologii dané společnosti a národnímu zájmu, může podle autorů „ovlivnit aplikaci zpravodajských hodnot“ (Westerstahl, Johansson, 1994: 75).

V návaznosti na všechny výše uvedené determinanty zahraničního zpravodajství, které jsou spojovány především s určitými národními charakteristikami zemí, je nutné zmínit také Tsan-Kuo Changa a jeho studii *All Countries Not Created Equal to Be News* (1988). Chang v ní rozdělil země do „tří interaktivních sfér nebo zón ekonomických, politických, sociálních a kulturních vztahů: centra, periferii a semiperiferii“ (Chang,

¹⁵ Hierarchy of nations and cultural affinities.

¹⁶ Importance, proximity, drama, access, ideology.

1988: 530). Toto umístění ve světovém systému¹⁷ podle Changa rozhoduje o tom, jaká probíhá komunikace a interakce mezi danými zeměmi. Události, které se udály v zemích „jádra“ světového systému, mají větší šanci dostat se do zpráv, než události ze zemí periferie či semiperiferie (Chang, 1998).

Trampota a Kučerová uvádějí, že „zahraniční zpravodajství a výběr oblastí, o kterých je informováno, jsou do určité míry reflexí mezi-kulturní informační výměny a často souvisí s politickými nebo ekonomickými toky mezi danými geografickými oblastmi“ (Trampota, Kučerová, 2011: 4-5). Výzkum mezinárodních informačních toků začal narůstat především od 80. let 20. století. Tyto studie opakovaně potvrdily, že určité hierarchie a disproporce¹⁸ mezi zeměmi mezinárodního systému ovlivňují „obsah, směr a rozsah informačních toků mezi zeměmi, zejména mezi zeměmi rozvinutými a méně rozvinutými“ (Trampota, Kučerová, 2011: 5).

V rámci výzkumu determinant zahraničního zpravodajství Chang et al. (1987) definoval dva teoretické přístupy: *kontextuální* (*context-oriented*) a *událostní* (*event-oriented*), které přijala řada dalších studií (př. Wu 1998, Chang & Lee 2010). Předpokladem *kontextuálního* přístupu je, že „pokrytí zahraničního zpravodajství je určováno kontextem, jak národním, tak mezinárodním, ve kterém se zpravodajské události přihodily“ (Chang et al., 1987: 400). Tato perspektiva klade důraz na externí faktory, jako jsou „ekonomické vztahy, kulturní podobnost, politický vztah, sociální vzdálenost a geografická blízkost“¹⁹ (ibid.: 400). Lze proto říci, že tento přístup se soustředí na mezinárodní informační toky spojené s určitými interakcemi mezi zeměmi, kde se událost udála a kde byla mediálně pokryta, a můžeme do něj zařadit výše popisované determinanty.

Naopak *událostní* přístup považuje za rozhodující ty faktory, jež jsou neoddělitelně spjaté s danou událostí bez ohledu na kontext. Patří mezi ně atributy, jako „aktuálnost, neočekávanost, lidský zájem, kontinuita nebo odchylka“²⁰ (Chang, 1998: 535). Událostní perspektiva se proto zaměřuje se na to, které typy zahraničních událostí

¹⁷ Chang vychází teorie světového systému Immanuela Wallersteina (1974), kdy centrum či tzv. jádro představují země západního světa. Nerovnosti v mezinárodním informačním toku závislé na umístění ve světovém systému se věnoval také Kim and Barnett (1996).

¹⁸ Disproporce mezi zeměmi mezinárodního informačního systému je důsledkem nerovnoměrných finančních a komunikačních prostředků, kterými země disponují, často v souvislosti s historickým vývojem. Problematikou této nerovnosti se během 70. let zabývala také debata o potřebě světového informačního řádu NWICO (New World Information and Communication Order), kterou na půdě UNESCO organizovala McBrideova komise (Trampota, Kučerová, 2011: 5).

¹⁹ Denis H. Wu (2007) tyto kontextuální faktory rozlišuje do čtyř skupin: 1) ekonomické interakce, 2) přítomnost mezinárodních zpravodajských agentur, 3) rysy země, 4) kulturní a geografická blízkost.

²⁰ „Timeliness, unexpectedness, human interest, continuity or deviance“.

byly vybrány jako zpravodajsky vděčné a které determinanty vedly k tomuto rozhodnutí. Ze stejného přístupu vychází tato práce.

Zásadní přínos pro událostní přístup, ale i pro studium determinant zahraničního zpravodajství obecně, byl výzkum Shoemakerové, Changa, a Brendlingera *Deviance as a Predictor of Newsworthiness: Coverage of International Events in the U.S.* (1986). Autoři zde tradiční zpravodajské hodnoty Galtunga a Rugeové zasadili do širšího teoretického rámce a došli k závěru, že základním a rozhodujícím ukazatelem zpravodajské vděčnosti v amerických médiích je *odchylka (deviance)* dané události. Jedná se o způsob, prostřednictvím kterého média ukazují deviantní neboli abnormální skutečnosti, čímž ve své podstatě říkají, co je normální (Shoemaker et al., 1986). Význam *odchylky* podpořila také následující analýza tří amerických televizních stanic a deníku The New York Times Shoemakerové et al. (1991), která potvrdila, že „čím více je událost deviantní, tím výrazněji bude pokryta“ (Shoemaker et al., 1991: 794). Navíc autoři došli k závěru, že *odchylka* je silnějším předpokladem pro pokrytí zahraniční události než faktory související s charakteristikou mediálně pokryté země.

Odchylku události můžeme rozlišit ve třech úrovních, ačkoliv obecně ji lze definovat jako charakteristiku lidí, myšlenek či událostí, která je staví do odlišné pozice od ostatních. Při výběru zpravodajsky hodnotné události pomocí *odchylky* tak hrají důležitou roli ukazatelé zvláštnosti, neobvyklosti, novosti, konfliktu, či kontroverze, které značí něco odlišného od našeho všedního života. Pokud událost odkazuje k nějakému porušení zákona nebo norem, jedná se o *odchylku normativní*. Příkladem může být nějaký zločin, ale stejně tak i nedodržení kulturních tradic jako je styl oblékání či způsob, jakým lidé pracují. Druhým typem je *odchylka sociální změny*, která charakterizuje událost jako deviantní, pokud v zemi, kde se objevila, ohrožuje nějakým způsobem status quo a mohla by přinést nějakou změnu v sociálním systému. Příkladem mohou být občanské demonstrace a volby. Třetí úroveň představuje *odchylka statistická*, která se projevuje, pokud jsou lidé, myšlenky či události mimo nějaký průměr. Může se tak jednat například o člověka, který přežil několik dní pod troskami způsobenými tsunami, o rekordní sportovní výsledek či o nadměrný déšť v suchých oblastech (Shoemaker, Cohen, 2006).

Vedle faktoru *odchylky* se v událostním přístupu objevil také důraz na sociální signifikaci. Shoemakerová a Cohen došli k přesvědčení, že základní forma, ze které zprávy pocházejí, je vrozený zájem lidí o dva druhy informací – o ty, které jsou určitým způsobem deviantní (viz *odchylka*), a které mají význam pro společnost, tzn., jsou

sociálně signifikantní (Shoemaker, Cohen, 2006: 3). Mezi zpravodajské hodnoty, které zahrnují prvky sociální signifikace, patří význam, dopad nebo důsledek, zájem. Existují čtyři typy sociální signifikace – politická, ekonomická, kulturní, veřejná. Politickou signifikaci najdeme u událostí s potencionálním nebo aktuálním politickým vlivem, jako například činnost vlády, volby, zrušení či schválení zákona apod. Ekonomická signifikace pokrývá události, které ovlivňují například výměnu zboží a služeb, podnikání a obchodování, kurz měny apod. Pokud má zpráva vliv na tradice sociálního systému, týkající se například náboženství, etnicity, jazyka, ale i umění, mluvíme o signifikaci kulturní. Veřejná signifikace odkazuje k událostem, které mají dopad na veřejný blahobyt. Ty se mohou týkat například oblasti zdraví, životního prostředí či přírodních katastrof (Shoemaker, Cohen, 2006).

Ve svém výzkumu budu vycházet primárně z událostního přístupu jako rozhodujícího pro výběr událostí do zpravodajství. Cílem analýzy tak nebude popsat rozdíly mezi pokrytými a nepokrytými zeměmi ve španělském zpravodajství ve smyslu mezinárodního informačního toku, ale chci se soustředit na konečný zpravodajský obsah spjatý s Českou republikou. To znamená, že budu zkoumat atributy spjaté s danou událostí čili událostní faktory.

1.2.3 Zpravodajské zdroje

Zprávy vznikají na základě informací z mnoha různých zdrojů. Řada novinářů nemůže být přítomna u událostí, o kterých píše, a musí tak využívat nejrůznější informační zdroje. Výběr těchto zdrojů se přitom pro novináře může stát jedním z dalších rutinních postupů při zpracovávání událostí, přičemž může také výrazně ovlivnit podobu vyprodukované zprávy. Paul Manning ve své studii *News and News Sources* uvádí, že analýza informačních zdrojů a jejich vztahů se zpravodajskými organizacemi je klíčová pro studium zpravodajství. Je otázkou, zda mají všechny zpravodajské zdroje stejný přístup a schopnost prezentovat své perspektivy nebo zakódovat svá preferovaná témata (Manning, 2001: 1).

Jako jeden z rutinních vlivů na selekci zpráv zkoumala zdroje informací také Gaye Tuchmanová a v roce 1978 přišla s konceptem tzv. „zpravodajských sítí“ (*news net*). Tyto sítě vznikají tak, že si média vytvářejí systematické struktury, do kterých se pravidelně zachytávají zprávy, podobně jako by to byly ryby. Důležitá je hustota těchto sítí. Čím menší oka sítě jsou a čím pevnější jsou její vlákna, tím snáze mohou být

zprávy zachyceny. Podle Tuchmanové se jedná o hierarchický systém, protože o tom, či informace se spíše stane zprávou, rozhoduje postavení ve zpravodajské síti. „Zpravodajská síť vnucuje sociálnímu světu řád, protože umožňuje zpravodajským událostem, aby se vyskytovaly na určitých místech, ale nikoliv na jiných“ (Tuchman, 1978: 23). Autorka uvádí tři předpoklady o zájmech čtenářů, které jsou ve zpravodajské síti ukotveny:

1. Čtenáři se zajímají o události z určitých oblastí.
2. Čtenáři zaměřují na činnosti určitých organizací.
3. Čtenáři se zajímají o specifická témata (ibid.: 25).

Díky síti vytvářené všemi médii si novináři navykli, že „na některých místech stačí, když na důležité informace zcela jednoduše počkají a dočkají se“ (Kunczik, 1995: 137). Události, které splňují očekávání zpravodajské sítě, se mnohem pravděpodobněji stanou součástí aktuálního zpravodajství, nezávisle na tom, zda jsou skutečně důležité (Kunczik, 1995).

Jak uvádí Lutz M. Hagen, většina zpravodajského diskursu vychází ze zdrojů, a proto by jejich zastoupení mělo být různorodé a vyvážené. Ve skutečnosti se ovšem jedná spíše o ideál, jelikož přístup zdrojů do médií je často omezen na zdroje, které jsou mocné, mají vysoký statut nebo efektivně zajišťují public relations (Hagen, 1993: 318). V této souvislosti John Hartley hovoří o tzv. „hlasech s přístupem“ (*accessed voices*): „V rámci každé společnosti existují lidé, kteří mají snadný a privilegovaný přístup ke kanálům masové komunikace: politici, úředníci, průmyslníci, odborníci všeho druhu, vědci a celebrity“ (Hartley, 1990: 42). Masová média musí denně produkovat aktuální zprávy, k čemuž je zapotřebí zajistit stálý tok informací. Potřeba kontinuální produkce zpráv proto způsobuje, že jako zdroje informací jsou vybírány v první řadě takové instituce a osoby, které zaručeně produkují nebo disponují zpravodajsky vděčnými informacemi (Kunczik, 1995: 132).

První empirický výzkum zastoupení zdrojů ve zpravodajských obsazích provedl Leon Sigal. Ve své studii *Reporters and Officials: The Organizations and Politics of Newsmaking* z roku 1973 dospěl k závěru, že ve zpravodajství²¹ dominují „oficiální“ zdroje, mezi které řadí především vládní zdroje, ale také významné instituce jako jsou politické strany a skupiny, vedoucí společnosti, či vzdělávací a zdravotní profese. Tato

²¹ Leon Sigal sledoval zpravodajství deníků The Washington Post a The New York Times a zjistil, že více než polovina informací pochází od americké vlády, čímž určil dominanci „oficiálních“ zdrojů.

dominance je důsledkem toho, že se novináři spoléhají na soubor rutinních komunikačních kanálů. Sigal identifikoval tři základní typy komunikačních kanálů, kterými se informace dostávají do zpravodajství: *rutinní*, *neformální* a *inicované*. Rutinní kanál, který se tedy podílí na většině zpráv, zahrnuje oficiální jednání, veřejné záznamy, tiskové zprávy a konference, a nespontánní události, jako jsou ceremonie a projevy. Neformální toky představují zákulisní jednání, úniky informací, zprávy od jiných novinářů či masmédií. Inicované toky vycházejí z rozhovorů iniciovaných reportéry, z jejich vlastních výzkumů nebo pokrývají spontánní události.

Zastoupením zdrojů v médiích se výrazně zabýval také Herbert Gans ve své studii *Deciding What is News*, v níž shrnul čtyři základní vlastnosti, kterými by měl zdroj disponovat: podnětnost, moc, geografická a sociální blízkost k novinářům a schopnost dodat vhodné informace. Čím mocnější zdroj je, tím snadnější je pro něj přístup do média, jelikož je více dosažitelný a novináři žádaný. Naproti tomu zdroje, které disponují menší mocí, se dostanou do zpráv jen díky neobyčejně dramatické události. Nejdůležitější vlastností zdroje je podle Gansse schopnost poskytnout vhodné informace (Gans, 1980).

Ve svém výzkumu se také zaměřím na informační zdroje, které španělské deníky používaly při tvorbě mediálních sdělení o České republice. Lze předpokládat, že využívání rutinních zdrojů bude v tomto případě výrazné, protože Česká republika je Španělsku geograficky i sociálně vzdálenější, a tak novináři nebudou tak aktivně iniciovat získání vlastních zdrojů, jako by tomu bylo v rámci jejich země.

1.2.4 Framing

Mediální rámcování, tzv. *framing*, patří mezi další rutinní mechanismy mediální konstrukce reality, který se projevuje ve výsledné podobě zpravodajského sdělení. Chceme-li zkoumat mediální obraz České republiky, je také důležité podívat se na to, jakým způsobem španělský tisk témata o České republice zpracovává, jak k nim přistupuje, tedy do jakých zpravodajských rámců je zasazuje. Média totiž „mohou při zpracování určité tematické události některé vlastnosti zdůraznit a jiné potlačit nebo vynechat“ (Trampota, 2006: 122). Je třeba si uvědomit, že proces rámcování usnadňuje novinářům práci, neboť se často musí vypořádat se zdánlivě neomezenou informací a nějakým způsobem ji zpravodajsky uchopit. Používáním rámců tak novináři zlepšují

svojí schopnost zprostředkovat danou informaci. Rámce jim pomůžou rozlišit, jak událost vybranou pro zveřejnění zařadit a podat (Shoemaker, Vos, 2009: 57).

Maxwell McCombs definuje koncept rámcování jako „výběr a zdůraznění konkrétních atributů v mediální agendě, v souvislosti s daným objektem“ (McCombs, 2009: 133). Spolu s tím se prokázalo, že lidé následně také přiřazují různou důležitost atributům osob, veřejných témat i dalších objektů a zasazují je do rámců, v momentě kdy o nich hovoří nebo přemýšlejí (ibid.: 133).

Podle Roberta M. Entmana rámcovat znamená „vybírat některé aspekty vnímané reality tak, aby se zvýšila jejich významnost prosazením definice problému, kauzální interpretace, morálního hodnocení a/nebo návrhu řešení“ (Entman, 1993: 52). Mimo jiné rozdělil zpravodajské rámce do dvou rovin: rovina mentálních procesů zpracování informací a rovina týkající se charakteristiky zpráv. Jinak řečeno, projevy rámcování lze vysledovat jak v obsahu zpravodajství, tak u jeho publika. Rámce spočívají v určitém charakteru zpravodajského vyprávění, které podporuje přemýšlení příjemců o událostech tak, aby jím specificky porozuměli. Jsou utvářeny pomocí hesel, metafor, konceptů, symbolů a vizuálních obrazů. Používáním, opakováním a posilováním těchto slov a obrazů rámce poskytují příjemcům „interpretaci, která je více rozpoznatelná, srozumitelná a zapamatovatelná“. (Entman, 1991: 7). Zjednodušeně lze tedy říci, že framing usnadňuje to, jak publikum přijme a pochopí danou zpravodajskou informaci. Zároveň je ale třeba si uvědomit, že konkrétní rámcování tématu ve zpravodajských médiích může mít stejný efekt na určité sociální skupiny, ale nemusí být přesvědčivé pro všechny publika (McCombs, 2009: 142).

Rámce můžeme rozdělit na *epizodické* a *tematické*²². Epizodický rámeček zobrazuje zpravodajská témata v souvislosti s nějakým konkrétním případem - např. nezaměstnanost ve spojení s konkrétním příběhem nezaměstnaného. Na druhou stranu tematický rámeček prezentuje témata v obecnějším nebo abstraktnějším kontextu - např. nezaměstnanost uvedená na pozadí statistiky dosavadního vývoje nezaměstnanosti (Trampota, 2006: 123). Pokud konfrontujeme toto rozdělení s výzkumem determinantů produkce zahraničního zpravodajství, můžeme epizodické rámce zařadit pod zmiňovaný událostní přístup, zatímco tematické rámce budou odpovídat kontextuální perspektivě.

Holli A. Semetková a Patti M. Valkenburgová (2000) ve své studii *Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News* zkoumaly

²² Jako první toto rozdělení definoval Iyengar v roce 1991.

rámcování evropské politiky ve čtyřech celostátních novinách a třech televizích v Holandsku, přičemž rozlišily pět základních typů rámců: *rámec konfliktu*, *lidského zájmu*, *ekonomického důsledku*, *moralistní* a *odpovědnosti*. Autorky dospěly k závěru, že zpravodajským výstupům dominoval nejvíce rámec *odpovědnosti*, který klade důraz na přisouzení odpovědnosti za daný problém konkrétnímu subjektu. Těchto pět rámců bývá označováno jako tzv. *obecné rámce (generic frames)*, které jsou identifikovatelné napříč různými tématy, některé dokonce i v různém čase a v různých kulturních kontextech. V tomto smyslu je možné říci, že mají základ v teorii zpravodajských hodnot. Opakem jsou tzv. *specifické rámce (issue specific frames)*, které se týkají specifických témat či zpravodajských událostí a umožňují hlubší náhled a pochopení zkoumané události nebo problematiky (de Vreese, 2005).

Framing posouvá analýzu zpravodajství od teorie záměrných „bias“ (stranění), která vysvětluje nepřesnou reprezentaci událostí na základě toho, že novinář sice ví, jak událost ve skutečnosti vypadá, ale zabarví jí tak, aby prosadil určitý politický, ekonomický, nebo ideologický cíl. Zpravodajské příběhy rámcují realitu a je nemožné se rámcování vyhnout. Každý narativní popis skutečnosti nutně představuje některé věci a jiné ne; vědomě nebo nevědomě, každý příběh předpokládá, jak svět funguje, co je důležité a co dává smysl (Schudson, 2003: 34-36). Podle Schudsona framing ukazuje, že rozhodnutí spojená s výrobou zpráv mají mnohem více co dočinění s povahou mediálních organizací a předpoklady zpravodajských profesionálů než individuální bias (Schudson, 2003).

2 METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA

2.1 Cíl výzkumu

Cílem této práce je popsat mediální obraz České republiky předkládaný dvěma španělskými tištěnými deníky El País a La Vanguardia a zjistit, jakým způsobem byl tento obraz konstruován. Základním předpokladem je, že zpravodajský proces zveřejňování událostí podléhá určité pravidelnosti a vznik zpráv tak ovlivňuje řada rutinních postupů. Ve svém výzkumu se pokusím ukázat, jak je v analyzovaném španělském tisku Česká republika reprezentována a jak se v jejím mediálním obrazu projeví určité faktory zpravodajské produkce.

V širším smyslu by tato práce měla přispět k rozšíření poznatků o mediální konstrukci zahraničního zpravodajství ve španělském prostředí. Porovnání dvou různých periodik v rámci jedné mediální agendy by mělo přiblížit, co je v tomto směru pro španělská média atraktivní, popřípadě jak se shodují nebo odlišují jejich rutiny ovlivňující podobu mediálního sdělení.

Ve svém výzkumu budu vycházet primárně z událostního přístupu jako rozhodujícího pro výběr událostí do zpravodajství, což znamená, že se budu soustředit na konečný zpravodajský obsah spjatý s Českou republikou. Jinak řečeno budu zkoumat atributy spjaté s danou událostí čili událostní faktory.

2.2 Kvantitativní obsahová analýza

Vzhledem k cílům této práce jsem jako hlavní výzkumnou metodu zvolila kvantitativní obsahovou analýzu. Ve své práci se soustředím na konečný obsah zpravodajství, tedy na konkrétní mediální výstupy, které španělský tisk vyprodukoval. Pomocí kvantitativní obsahové analýzy lze dobře zkoumat, zda se média snaží reflektovat spektrum rozličných témat, nebo je naopak zajímá jen velmi omezený výběr, přičemž tato metoda se používá i pro řadu dalších kvantifikací mediálních obsahů. Lze díky ní také srovnávat obsah různých médií mezi sebou a odhalovat jejich odlišnosti (Trampota, Vojtěchovská, 2010).

Kvantitativní obsahová analýza je selektivní metoda charakteristická vysokou mírou strukturovanosti. Podle Helmuta Scherera zajišťuje „systematický a intersubjektivně ověřitelný popis komunikačních obsahů, vycházejících z vědecky

podloženého kladení otázek²³ (Scherer, 2004: 29-30). Výhodou této metody je vysoký stupeň ověřitelnosti, jelikož je založená na jasně stanovených pravidlech měření a kvantifikace. Zároveň nám také umožňuje analyzovat velké množství mediovaných obsahů a přesně je znázornit pomocí číselných hodnot, tabulek a grafů. Navíc poskytuje objektivní výsledky, které jsou nezávislé na osobě, která výzkum provádí (ibid.: 29-30).

Kimberly Neuendorfová shrnuje vlastnosti kvantitativní obsahové analýzy a řadí mezi ně validitu, spolehlivost a možnost generalizace dosažených výsledků. V současnosti se jedná o nejrychleji se rozvíjející techniku v oblasti mediálního a komunikačního výzkumu, která je široce aplikovatelná ať už v závislosti na druhu média, žánru či povaze sdělení (Neuendorf, 2002).

Základem této metody je stanovení výzkumných otázek a hypotéz. Následuje definice výběrového souboru, který je východiskem pro konstrukci reprezentativního vzorku. V dalším kroku je nutné zvolit nejmenší jednotku měření, což je jasně ohraničený úsek mediálních obsahů, na kterém budeme analyzovat zvolené proměnné a kategorie. Hlavní část analýzy představuje konstrukce kategorií čili seznamu proměnných, kterých mohou analyzované jednotky nabývat. Jinak řečeno dochází k sestavení tzv. kódovací knihy. Nakonec probíhá samotné kódování obsahů, analýza získaných dat a definice závěrů (Trampota, Vojtěchovská, 2010).

Kvantitativní obsahová analýza má nicméně i určitá omezení. Poskytuje tvrdá data, ale už není schopna nabídnout k nim vysvětlení. Vedle toho se soustřeďuje pouze na počitatelné jevy a realita je redukována do stanovených kategorií, čímž mohou být opomíjeny některé jedinečné vlastnosti zařazovaných prvků (ibid.). McQuail v tomto směru hovoří o „systému kategorií, který je nutně selektivní a potenciálně deformovaný“ (McQuail, 2009: 309).

Metoda kvantitativní obsahové analýzy je pro tuto práci stěžejní, nicméně do interpretace výsledků se pokusím částečně vnést i kvalitativní hodnocení. Zastáncem kombinace těchto dvou přístupů je například Jan Hendl, podle nějž „je rozumné sbírat a analyzovat data pomocí několika metod takovým způsobem, že vzniklá směs nebo kombinace dat a výsledků využívá síly a komplementarity jednotlivých přístupů“ (Hendl, 2005: 62).

²³ Průkopníkem kvantitativní obsahové analýzy je Bernard Berelson, který ji v 50. letech 20. století vymezil jako „výzkumnou techniku pro objektivní, systematický a kvantitativní popis zjevného obsahu komunikace“ (Berelson 1952: 18).

2.3 Formulace výzkumných otázek a hypotéz

Cíl výzkumu této diplomové práce lze zformulovat do následující ústřední výzkumné otázky:

Jaký byl mediální obraz České republiky ve španělském deníku El País a La Vanguardia v letech 2011 a 2012?

Na základě konceptů a tezí popsaných v teoretické části se pokusím tuto ústřední otázku objasnit v souvislosti s tím, jak se do konstrukce mediálního obrazu ČR promítly určité faktory zpravodajské produkce. Nejprve si prostřednictvím níže uvedených výzkumných otázek definuji hypotézy. Ověřením platnosti níže uvedených hypotéz spolu s porovnáním výsledků analýzy mezi oběma deníky získám podklady k zodpovězení ústřední otázky. Shrnutí celého výzkumu bude obsaženo v závěru této práce.

Jak jsem již uvedla v teoretické části, mediální agenda, kterou zpravodajství produkuje, ovlivňuje míru důležitosti jednotlivých témat a událostí. Podle teorie agenda-setting (McCombs, Shaw, 1972) nám tak mediální pokrytí ČR poskytnuté španělskými deníky může přiblížit, jaký význam tato média tématu České republiky připisují. Lze předpokládat, že na základě popsaných rutinních postupů při zpracování událostí bude množství příspěvků týkajících se České republiky v obou denících srovnatelné a že bude kolísat v závislosti na různých událostech.

V analýze mediálního pokrytí budu kromě počtu publikovaných článků, sledovala také rozsah těchto článků a míru pokrytí ČR v jednotlivých příspěvcích. Součástí výzkumu bude rovněž frekvence, s jakou se články v novinách objevovaly, zda je doplňovala nějaká vizuální prezentace odkazující na Českou republiku, či kolik příspěvků ve svém titulku bezprostředně zmiňovalo Českou republiku. To vše by mělo pomoci ukázat, jaký mediální prostor analyzované španělské deníky tématu ČR věnovaly.

Abych mohla popsat, jak mediální obraz České republiky vypadal, zaměřím se ve svém výzkumu mimo jiné na to, prostřednictvím jakých témat byl vykonstruován a kterým z těchto témat španělské deníky připisovaly největší význam. Pomocí analýzy tematické agendy je tak možné posoudit, jak byl španělský tisk při zobrazování ČR

různorodý. Budu se především zajímat o to, zda se hlavní témata příspěvků spojených s Českou republikou budou ve zkoumaném souboru v rámci deníků shodovat. S odkazem na kontextuální přístup ve studiu determinant zahraničního zpravodajství (př. Chang, 1987; Rosengren, 1974; Westerstahl, Johansson, 1994; Chang, 1998) můžeme také předpokládat, že množství článků, které se budou věnovat celé České republice, bude malé²⁴.

Zpravodajské hodnoty patří k základnímu teoretickému východisku mého výzkumu. Jelikož nebylo možné dostat se k samotnému procesu výběru zpráv a zjistit z jakých událostí a témat byla zpravodajská sdělení týkající se České republiky sestavena, zaměřím se v analýze na zpravodajské hodnoty, kterými disponují již vybrané zprávy, jinak řečeno pokusím se ověřit přítomnost či nepřítomnost určitých zpravodajských hodnot událostí a témat, které referovaly o České republice. Podle výsledků tak budu moci do jisté míry přiblížit, nakolik byly události utvářející mediální obraz České republiky ve španělském tisku, zpravodajsky vděčné. Jak uvádí Allan: „Již samotný pohled na titulní strany různých celostátních novin v daném dni ukazuje jasnou podobnost v tom, o jakých událostech se píše. Novináři, stejně jako jejich editoři, se tak během zpracování zpráv uchylují k řadě určitých zpravodajských hodnot“ (Allan, 2010: 71-72).

V návaznosti na událostní přístup, který jsem popsala v kapitole 1.2.2.1, bych se chtěla soustředit na míru odchylky jako rozhodujícího faktoru zpravodajské vděčnosti (Shoemaker et al., 1986). Budu se snažit vysledovat, kolik článků popisovalo Českou republiku ve spojitosti s událostmi či tématy, které narušují normalitu nebo se odchylují od společenských či kulturních norem (viz odchylka v kapitole 2.2.3). Součástí analýzy bylo rovněž rozlišení třech typů odchylky – normativní, sociální změny a statistické, abych mohla určit, která z nich se v příspěvcích dominovala. Druhým rozhodujícím faktorem, který se řadí mezi událostní, je sociální signifikace (Shoemaker, Cohen, 2006). Vedle přítomnosti odchylky se proto budu soustředit na to, zda měly dané články význam pro Španělsko.

Další pozornost ve svém výzkumu budu věnovat zpravodajské hodnotě personalizace, která vychází z poznatku, že události podané jako důsledky jednání

²⁴ Například podle teorie Changa by se Česká republika řadila do zemí tzv. periferie a tyto země mají podle něj menší šanci dostat se do zpráv (Chang, 1998). Důležitost měřitelná podle počtu obyvatelstva, geografické vzdálenosti či např. výše HDP (viz. Rosengren, 1974; Westerstahl, Johansson, 1994) by také řadila Českou republiku mezi země, o kterých se bude méně psát. Pro srovnání: výše HDP v ČR je ..., ve Španělsku to je, počet obyvatel ČR, ve Španělsku...

konkrétních osob, mají větší šanci stát se zprávou než abstraktní strukturní jevy (Kunczik, 1995). Příjemcům zpravodajského sdělení totiž personalizace přináší možnost identifikovat se s konkrétní osobou, o které se v článku píše (Galtung, Ruge, 1965). Lze proto předpokládat, že Česká republika bude ve většině článků prezentována prostřednictvím jejích konkrétních zástupců, nikoliv v rovině České republiky jako celku.

Ve sledovaných příspěvcích budu také zaznamenávat všechny aktéry České republiky, které tyto články zmiňovaly. Zaměřím se přitom cíleně pouze na aktéry ČR bez ohledu na aktéry zahraniční, abych tak mohla nejen změřit, s jakými českými jmény je ČR nejvíce spojována, ale především také to, abych mohla posoudit, jak se v souvislosti s aktéry ČJ projevovala v člancích zpravodajská hodnota *vztah k elitním osobám*.

Jednou z částí výzkumu bude také analýza zdrojů obsažených ve sledovaných člancích jakožto nositelů informací o České republice nebo jejím aktérovi. Zaměřím, v jaké míře byly tyto zdroje ve zpravodajství o ČR zastoupeny. Pomocí výsledků se pokusím vyhodnotit, nakolik byl v produkci zpravodajství o České republice výběr zdrojů rutinní záležitostí, zda byli nositeli informací o ČR citace přímo českých aktérů nebo se jednalo o informační zdroje ze zahraniční. V návaznosti na poznatky Johna Hartelyho a Leona Sigala tak ověřím, v jaké míře španělské deníky pracovaly s tzv. „oficiálními zdroji“ a kdo pro představuje tzv. „hlasy s přístupem“ (viz kapitola 1.2.3). Zvláštní pozornost budu také věnovat zahraničním korespondentům v České republice.

Formulováním níže uvedených výzkumných otázek jsem pro analýzu vybraných článků stanovila následující **hypotézy**:

Jaký mediální prostor poskytly analyzované deníky zprávám o České republice?

- Hypotéza 1: Mediální pokrytí České republiky (v rámci frekvence, využití vizuálu, zmiňování ČR v titulcích a z hlediska míry pokrytí ČR v člancích) bude v deníku El País srovnatelné s deníkem La Vanguardia, přičemž celkové rozložení článků v průběhu času nebude rovnoměrné.
- Hypotéza 2: Většina článků, které se budou plně věnovat tématu ČR, budou z hlediska rozsahu spíše krátké.

Jakým tématům se články týkající České republiky nejvíce věnovaly?

- Hypotéza 3: Míra hlavních témat článků referujících o České republice se bude v analyzovaných denících převážně shodovat, přičemž dominantním tématem ve smyslu četnosti bude celkově sport.

Jak se ve člancích o České republice projevovala role zpravodajských hodnot?

- Hypotéza 4: Události spojené s Českou republikou prezentované v analyzovaných příspěvcích budou v naprosté většině obsahovat zpravodajské hodnoty *odchylka* a *význam* pro Španělsko.
- Hypotéza 5: Ve většině příspěvků bude Česká republika zobrazena prostřednictvím jednání konkrétní osoby, tzn. prostřednictvím *personalizace*.
- Hypotéza 6: Mezi zmiňovanými aktéry České republiky budou ve sledovaných příspěvcích dominovat významné osobnosti ČR a v celkově se tak v příspěvcích bude odrážet zpravodajská hodnota *vztah k elitním osobám*.

Jaké zpravodajské zdroje (nositelé informací) měly největší přístup do zpravodajství o České republice?

- Hypotéza 7: Španělské deníky budou využívat málo citací českých zdrojů. Dominantními zdroji informací o ČR budou oficiální zdroje.

2.4 Definice výběrového souboru a jednotky měření

Podle Scherera probíhá vymezení výběrového souboru, který budeme analyzovat, ve čtyřech rovinách. Prvním krokem je volba médií. Následně je třeba stanovit, jaké obsahy v těchto médiích budou rozebírány. Za třetí se musí určit časové období, ve kterém budeme mediální obsahy analyzovat a poslední rovinu představuje specifikace obsahové jednotky (Scherer, 2004).

Předmětem analýzy jsou v této práci dva španělské celostátní deníky obecného zaměření *El País* a *La Vanguardia*. *El País* jsem zvolila proto, že se jedná o nejrozšířenější celostátní španělský deník, který disponuje průměrným denním nákladem 359 809 výtisků²⁵. *El País* vznikl v roce 1976 a hlavní sídlo jeho redakce se nachází v Madridu, další regionální redakce má pak v Barceloně, Bilbau, Seville,

Valencii a Santiagu de Compostela. Kromě toho má také zastoupení ve Washingtonu, Bruselu a Mexiku. Jeho vlastníkem je mediální skupina PRISA a šéfredaktorem je od roku 2006 Javier Moreno Barber²⁶. Deník *La Vanguardia* je čtvrtým nejrozšířenějším deníkem ve Španělsku s průměrným denním nákladem 180 939 výtisků. Vznikl v roce 1881 a hlavní sídlo jeho redakce je v Barceloně. Zároveň se jedná se o nejčtenější a nejrozšířenější deník v Katalánsku (od roku 2011 vychází paralelně se španělským vydáním i vydání v katalánštině). Jeho vlastníkem je mediální skupina Grupo Godó, šéfredaktorem je José Antich²⁷.

Jako kódovací jednotku analýzy jsem zvolila jeden článek týkající se České republiky či jejích aktérů. V analýze byla navíc zohledněna vizuální složka příspěvků, jako doprovodné fotografie a grafy. Do výběrového souboru byla zařazena všechna vydání zvolených deníků, včetně regionálních mutací a příloh. Pokud se však stejný článek objevil ve více regionálních vydáních, byl do analýzy zahrnut pouze jednou. Články, které byly uveřejněny na titulní straně a pokračovaly na některé z následujících stran, byly považovány za dvě odlišné kódovací jednotky. Do základního výzkumného souboru byly vybrány všechny články v časovém rozmezí dvou let od 1. ledna 2011 do 31. prosince 2012. Výběr a filtrování příspěvků proběhl pomocí digitální databáze ICONOCE díky přístupu do knihovny Fakulty komunikačních věd *Biblioteca de Comunicació i Hemeroteca General* na Universidad Autònoma de Barcelona. V této databázi jsem vyhledala články na základě klíčových slov „*República Checa*“, „*checo*“, „*checa*“²⁸.

Z vybraného vzorku jsem vyloučila informační tabulky či seznamy, jako jsou sportovní výsledky, televizní programy, kurzovní lístky, nebo předpovědi počasí, jestliže nebyly spojené s dalším textem, protože tyto informace by nebyly pro analýzu relevantní. Dále se jednalo o texty, ve kterých klíčová slova označovala jazyk nebo místo narození aktérů, kteří jinak nejsou s Českou republikou spojovány, a ve kterých pouze určovala geografickou polohu nějakého místa mimo ČR (např. nedaleko České republiky, u hranic s Českou republikou) či místo konání určité události v ČR, jejímž prostřednictvím ovšem článek nevypovídal vůbec nic bližšího o České republice jako takové nebo jejím aktérovi (např. článek o španělské princezně Letizii, která odjela

²⁵ Información y control de publicaciones [online]. [cit. 5.1.2014]. Dostupné z www: <<http://www.introl.es/medios-controlados/>>

²⁶ El País [online]. [cit. 5.1.2014]. Dostupné z www: <<http://elpais.com/corporativos/>>.

²⁷ Información y control de publicaciones [online]. [cit. 5.1.2014]. Dostupné z www: <<http://www.introl.es/medios-controlados/>>

relaxovat do Českého Krumlova, který přitom ani okrajově nezmiňoval nic dalšího o Českém Krumlově či České republice; nebo článek o tom, že se nový vůz Seat Toledo začne vyrábět v ČR bez jakýchkoliv dalších informací týkajících se České republiky). Stejně tak jsem nezařazovala do výzkumného souboru jakékoliv příspěvky, které sice obsahovaly klíčové slovo *Česká republika* nebo *český*, ale informace v nich obsažené se nijak dál k ČR nevztahovaly (např. zmínka o tom, že se Nadal utká s českým tenistou Berdychem, aniž by článek jakkoliv dále specifikoval českého hráče; zpráva informující o Německu, které zlepšilo svou obchodní bilanci s ČR bez jiných dalších údajů či podrobností). Další úrovní selekce potom bylo vyřazení článků, ve kterých se Česká republika objevovala pouze jako součást seznamu dalších zemí, jelikož by se tak zpravodajská informace vztahovala ke skupině zemí a nikoliv k České republice jako takové. Vizualní doprovod článků, tedy fotografie, grafy apod., byly do analýzy zahrnuty jako součást výzkumné jednotky pouze v případě, pokud se vztahovaly bezprostředně k České republice nebo jejím aktérům.

Jako období jsem cíleně zvolila rok 2012, protože jsem jeho první polovinu pobývala v Barceloně a zajímalo mě, jestli se při sledování tamního tisku dozvím nějaké zásadní informace o událostech ze své domoviny a nakolik mi budou připadat dostačující. Jelikož období půl roku představovalo z hlediska nízké četnosti článků prezentujících ČR krátký časový úsek pro relevantní výzkum, rozšířila jsem ho o následující půlrok a rok 2011, abych také z výsledků mohla popřípadě vyčíst případné rozdíly v reprezentaci ČR závislé na daném roku.

Vzhledem k počtu článků v základním výběrovém souboru, které splňovaly zvolená kritéria, již nebylo nutné na základě definování vzorku soubor zmenšovat a bylo tak možné prozkoumat kompletní výběrový soubor. Výzkum tak nabyl větší relevantnosti.

2.5 Popis sledovaných proměnných

Na základě stanovených výzkumných otázek a hypotéz a v souladu s výše vymezenou jednotkou analýzy vytvořím proměnné a definuji hodnoty, kterých může daná proměnná nabývat. Při tzv. operacionalizaci neboli konstrukci proměnných, je třeba dbát na to, „*aby měřený znak byl skutečnou konkretizací abstraktně*

²⁸ „Česká republika“, „český“, „česká“ (pozn.: střední rod ve španělském jazyce neexistuje).

pojmenovaného znaku v tématu“ (Scherer, 2004: 44). Jinak řečeno obsahové kategorie jednotlivých proměnných musí být stanoveny tak, aby odpovídaly na to, co chceme skutečně v textu měřit. Pro zjednodušení práce se získanými daty jsou těmto měřitelným hodnotám přiřazeny číselné kódy. Stejně tak je důležité číselně označit jednotlivé jednotky analýzy, aby tak byl možné identifikovat každý příspěvek a popřípadě se k určitému příspěvku vrátit, nebo opravit chyby v kódování. V některých případech je v práci kromě analytických proměnných využito i identifikačních proměnných (ibid.: 42-43). Kompletní a ucelený seznam proměnných s jejich hodnotami a jim přidělenými číselnými kódy ve formě kódovací knihy je součástí příloh této diplomové práce. Na tomto místě bych chtěla vysvětlit jednotlivé proměnné a jejich hodnoty, abych tak jednoznačně vymezila, jak budou analyzované příspěvky kódovány.

1. Deník

Hodnota udává deník, z něhož kódovací jednotka pochází.

2. Datum

Identifikuje den publikace článku.

3. Titulek

Proměnná ukáže, zda je Česká republika nebo její aktér zmíněna v titulku článku.

4. Rozsah článku

Do rozsahu se počítá samotný text článku i jeho titulek. Údaj je kódován v počtu znaků bez mezer a pro větší přehlednost jsou výsledky této proměnné rozděleny do souhrnných segmentů rozsahu: *velmi krátký* (1 – 499 znaků), *krátký* (500 - 1999 znaků), *středně dlouhý* (2000 – 4999 znaků), *dlouhý* (5000– 9999 znaků), *velmi dlouhý* (10 000 znaků a více).

5. Míra pokrytí ČR

Míra pokrytí ČR určuje, nakolik se článek České republice nebo jejímu aktérovi věnoval. Proměnná je rozdělena do pěti kategorií: *celý článek*, *více než 1/2*, *zhruba 1/2*, *méně než 1/2*, *okrajově*.

6. Rubrika

Tato proměnná určuje, zda je článek umístěn na titulní straně či v jaké rubrice se nachází. Hodnota umístění na titulní straně odkazuje k vysoké důležitosti, kterou deník článku přisuzuje. Jestliže měl článek uvedený na titulní straně pokračování na jiné straně (v rubrice), je zakódován jako další jednotka. Pokud byl článek součástí nějaké přílohy, je hodnota kódována názvem dané přílohy. Vzhledem k tomu, že každý deník má rozdílné dělení rubrik, nebude možné jednotlivé rubriky porovnávat mezi deníky navzájem. Pro ucelenou představu o umístění článků jsem na základě předvýzkumu vybrala zastoupené rubriky v jednotlivých denících a kódování tak bude probíhat v rámci každého deníku zvlášť. V rámci deníku El País se jedná o tyto rubriky: *titulní strana*, *zahraniční rubrika (internacional)*, *Španělsko (España)*, *kultura (cultura)*, *ekonomika (economía)*, *sport (deportes)*, *černá kronika/úmrtí (obituarios)*, *názory (opinión)*, *cestování (viajes)*, *regiony*, *příloha*. V deníku La Vanguardia jsem identifikovala následující rubriky: *titulní strana*, *zahraniční rubrika (internacional)*, *politika (política)*, *kultura (cultura)*, *ekonomika (economía)*, *sport (deportes)*, *tendence (tendencias)*, *černá kronika/úmrtí (obituarios)*, *názory (opinión)*, *život (vivir)*, *agenda (agenda)*, *monografický speciál (monográfico especial)*, *příloha*.

7. Vizuální prezentace ČR

Tato proměnná ukazuje, jestli je článek doplněn o vizuální prezentaci České republiky. Vizuální prezentace se přitom musí vztahovat bezprostředně k České republice nebo jejím aktérům. Do vizuální prezentace jsem zařadila fotografie, tabulky, grafy a mapy. Za fotografií nebude považována fotografie autora článku, která slouží jako prezentace redaktora a nemá souvislost s tematikou České republiky. Naopak grafy či informační mapy, ve kterých bude uvedeno více států včetně České republiky, budou kódovány jako přítomná vizuální prezentace, jelikož podávají informace o ČR.

8. Hlavní téma článku

Proměnná identifikuje hlavní téma článků, které se věnují České republice. Na základě předvýzkumu jsem stanovila následující témata, která budu v člancích měřit. Jestliže bude možné v textu určit více témat, bude vybráno vždy jedno ústřední téma.

- 1 – Politika** – Příspěvky o politickém dění, volbách.
- 2 – Ekonomika** – Články z ekonomické sféry, finance a obchod.
- 3 – Kultura a umění** – Články, jejichž tématem je kultura obecně, hudba, film, literatura, divadlo atd.
- 4 – Sport** – Články se sportovní tematikou věnující se např. různým sportovním zápasům, soutěžím, rekordům, ale i osobnostem ze světa sportu.
- 5 – Průmysl a technologie** – Články o automobilech, letectví, informačních a komunikačních technologiích atd.
- 6 – Krimi** – Články o nehodách, krádežích, tragických úmrtích, trestných zločinech a proviněních.
- 7 – Společnost** – Příspěvky o významných osobnostech veřejného života a společenských událostech.
- 8 – Cestování a památky** – Články o pamětihodnostech a destinacích, rady a tipy pro turisty apod.
- 9 – Historie** – Články zabývající se historickými událostmi či historickými výročími.
- 10 – Zdraví** – Články, které se věnují oblasti zdraví, pojednávají např. o různých nemocích, nákazách či způsobu léčení.
- 99 – Jiné** – Příspěvky, jejichž téma neodpovídá žádné z ostatních kategorií.

9. Význam pro Španělsko

Tato proměnná sleduje, zda má obsah příspěvku význam pro Španělsko, zda se ho nějak dotýkala. Ke článku byla přiřazena hodnota *ano*, jestliže se v něm o České republice nebo jejím aktérovi hovořilo v rámci španělského domácího zpravodajství nebo pokud v něm vystupoval španělský aktér. Patří sem také například uvedení českého divadelního představení na španělskou scénu nebo popis sportovního zápasu, ve kterém se proti sobě utkala Česká republika proti Španělsku. Stejně tak jsem jako článek s významem pro Španělsko kódovala zprávu o novém modelu vozu české značky Škoda, jestliže se v ní hovořilo například o tom, kdy bude vůz ve Španělsku k dispozici, či za kolik si ho bude možné ve Španělsku koupit apod. Pokud se v textu psalo o nějaké české osobnosti a nehovořilo se o ní v rámci španělského domácího zpravodajství či v souvislosti se španělským aktérem, je hodnota *ano* kódovaná v případě, že se o

této osobnosti článek zmiňuje jako o následováníhodném příkladu. Proměnná význam pro Španělsko nepřímo sleduje sociální signifikaci (viz kapitola 1.2.2.1).

10. Odchylka

Hodnoty této proměnné byly převzaty od Shoemakerové a Cohena (2006). Její charakteristiku jsem popsala v kapitole 1.2.2.1. Jako články s odchylkou (deviantní), označím ty, které v souvislosti s ČR odkazovaly k něčemu neobvyklému, abnormálnímu, kontroverznímu, či k něčemu odlišnému v návaznosti na tři typy odchylek. Hodnotou *normativní odchylka* budu kódovat ty příspěvky, které popisují ČR či jejího aktéra v rámci události odchýlené od nějakých zvyků, norem či tradic. Může se jednat např. o porušení zákona, ale i o změnu v přístupu a chování, které se odlišuje od běžných společenských, kulturních norem, nebo norem a zvyků v rámci nějakého uskupení (např. v EU). Stejně tak se jedná o zprávu, která informuje čemkoliv jiném, než na co jsou Španělé nebo obecně nějaká skupina navyklí (např. zpráva referující o tom, že se finále Davis Cupu bude hrát na jiném, neobvyklém typu hřiště). Článek bude obsahovat *odchylku sociální změny*, jestliže bude ČR či její aktér zmiňována s odkazem k události či tématu, která se týká změny v sociálním systému, ať už reálné (např. vyslovení nedůvěry vládě, občané ČR se nakazili virem) nebo potencionální (např. hlasování o důvěře vládě, občanům ČR hrozí nakažení virem). Nemusí se přitom jednat pouze o sociální změnu pro ČR, ale i pro jiný stát (např. ČR hlasovala proti uznání Palestiny jako nečlenského pozorovatelského státu OSN – což je zároveň i odchylka normativní). Poslední hodnota, které může tato proměnná nabývat, je *statistická odchylka*, která se v článku projeví, pokud bude ČR nebo její aktér zobrazena jako odchýlená od nějakého průměru, a to jak ve smyslu sportovním (např. skvělý sportovní výsledek, rekord), tak i technologickém (např. nový vůz Škoda s novými technickými parametry), stejně tak ve smyslu ekonomickém (např. nečekaný růst HDP) a podobně. Proměnná může nabývat více hodnot najednou. Příkladem může být článek hovořící o boji proti komunismu v Československu – jedná se o odchylku jak normativní (odchýlení od norem, porušení zákona), tak i sociální změny (boj může ovlivnit změnu sociálního systému).

11. Personalizace

Tato proměnná se zaměřuje na míru zpravodajské hodnoty personalizace v analyzovaných příspěvcích. Ukazuje, zda byla ČR prezentována jako celek nebo prostřednictvím konkrétních osob. Jako personalizované budu identifikovat ty příspěvky, ve kterých bude událost zobrazovaná skrze jednání konkrétních zástupců ČR. Jestliže bude v článku nějaký český aktér pouze zmíněn (např. v nějakém výčtu osob) bez širších souvislostí s danou událostí, nejedná se o personalizaci.

12. Aktér ČR v článku

Proměnná identifikuje jména spojená s ČR, respektive aktéry České republiky, zmíněné v článku. Jedná se konkrétně o osoby, které se narodily, nebo žily v České republice a v článku představují zástupce této země. Do této kategorie jsem nezahrnovala aktéry, které článek zmiňuje pouze jako součást nějakého seznamu či tabulky apod., a osoby mající původ v ČR, ale které zde nežijí a ani nijak tuto zemi nezastupují. Pro zakódování aktéra ČR v článku byly definovány tyto kategorie: *politik, umělec a celebrita, sportovec, modelka, historická postava, lékař, běžný občan ČR, pohádková postava*. Kromě toho jsem zapisovala také konkrétní jména, pokud byla uvedena, abych zjistila, o kterém konkrétním aktérovi ČR se nejvíce psalo. Naměřené hodnoty pomůžou ukázat, jak se v člancích projevuje hodnota „vztah k elitním osobám“ (viz kapitola 1.2.2).

13. Autor článku

Proměnná zaznamenává, jaký je původ článku. Sleduje, zda pochází od tiskové agentury, redakce, zahraničních korespondentů či od čteářů. Prostřednictvím této proměnné chci vysledovat, zda španělské deníky vysílaly do České republiky své zahraniční korespondenty.

14. Zdroj informací / citace

Proměnná sleduje, které zdroje informací o České republice byly v člancích obsaženy. Přesněji řečeno, zda byl v analyzovaných člancích přítomen někdo, kdo se vyjadřoval k České republice nebo jejím aktérům, a o koho se případně jednalo. Za vyjádření budu považovat přímou citaci nebo parafrázi výroku

(nepřímou citaci). Proměnná může nabývat více hodnot najednou a měla by pomoci ukázat, nakolik jsou v mediální agendě ČR španělské deníky závislé na tzv. „oficiálních zdrojích“ a kdo představuje tzv. „hlasy s přístupem“ (viz kapitola 1.2.3). Ve zkoumaném souboru byly definovány následující hodnoty: *státní orgán/člen, oficiální instituce/člen, umělecká instituce/člen, vrcholný sportovec/trenér, celebrita/umělec, odborník, agentura/tisk, redaktor, běžný občan.*

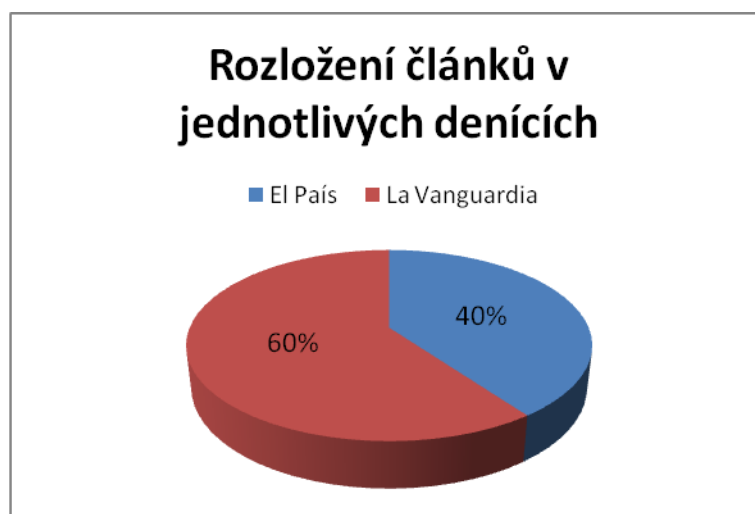
3 VÝSLEDKY ANALÝZY A JEJÍ INTERPRETACE

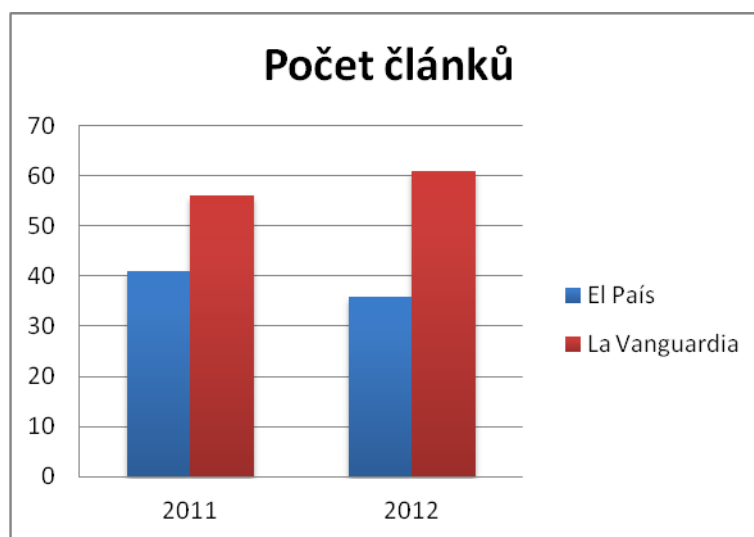
V této kapitole budu prezentovat výsledky kvantitativní obsahové analýzy, které vychází z předem stanovených výzkumných otázek a hypotéz. Výsledky analýzy ukáží, jakých kategorií proměnné ve zkoumaném souboru nabývaly, přičemž tyto získané údaje budou konfrontovány s jednotlivými hypotézami stanovenými v metodologické části, které se tak potvrdí či vyvrátí. Během výzkumu bylo analyzováno celkem 194 příspěvků, které se na základě definice a vymezení výzkumné jednotky (kapitola 2.2.2) věnovaly tématu České republiky. Celkovému shrnutí se bude věnovat samotný závěr diplomové práce.

3.1 Základní údaje o výběrovém souboru

Do výběrového souboru bylo zařazeno celkem 194 příspěvků, z nichž 77 pochází z deníku El País a 117 z deníku La Vanguardia. Jak lze vidět na grafu obr. 3.1.1, deník La Vanguardia pokrýval celkově o 20% více zkoumaných jednotek. V průměru se tématu České republiky věnovaly měsíčně 3 články v deníku El País a 5 článků v deníku La Vanguardia. Co se týče rozdílu mezi měřenými roky, stojí za povšimnutí graf obr. 3.1.2., který ukazuje, že počet příspěvků referujících o České republice v roce 2012 v deníku El País oproti roku 2011 klesl (ze 41 na 36 článků), zatímco v deníku La Vanguardia vzrostl (z 56 na 61). Tato změna v publikování článků s tématem ČR se tak mohla částečně také promítnout do zmiňovaného dvacetiprocentního rozdílu mezi deníky.

Obr. 3.1.1: Rozložení článků referujících o ČR v jednotlivých denících



Obr. 3.1.2: Počet článků referujících o ČR v jednotlivých denících

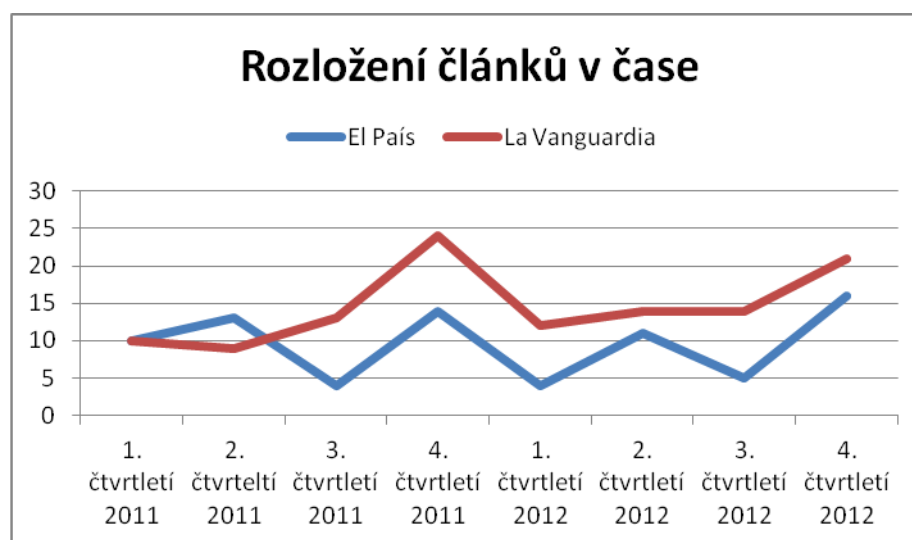
3.2 Mediální pokrytí

Hypotéza 1: Mediální pokrytí České republiky (v rámci frekvence, využití vizuálu, zmiňování ČR v titulcích a z hlediska míry pokrytí ČR v člancích) bude v deníku El País srovnatelné s deníkem La Vanguardia, přičemž celkové rozložení článků v průběhu času nebude rovnoměrné.

Pokud se nejprve podíváme na rozložení příspěvků věnujících se České republice z hlediska průběhu sledovaného období, je z grafu obr. 3.2.1 jasně zřetelné, že **celkový počet článků věnujících se České republice značně kolísal a jejich rozložení nebylo rovnoměrné**, což potvrzuje druhou část hypotézy 1. Zde je nutné upozornit na fakt, že pozornost obou deníků kolísala ve většině výzkumného období stejným směrem a křivka deníku El País tak do velké míry kopíruje křivku deníku La Vanguardia. Změna v počtu publikovaných článků v závislosti na určitých událostech se nejvýrazněji odráží ve dvou bodech. Největší zájem o Českou republiku projevovala španělská média ve čtvrtém čtvrtletí roku 2011 a ve čtvrtém čtvrtletí roku 2012. Tato dvě období představují pro obraz České republiky mediální vrchol. V posledním čtvrtletí roku 2011 se konkrétně jednalo o 14 článků v El País a 24 článků v La Vanguardia. Právě v tomto období dominovalo příspěvkům téma osobnosti Václava Havla, který zemřel 18. prosince a 23. prosince 2011 se konal jeho pohřeb. Zájem o stejné téma dokazuje fakt,

že ze 14 článků se El País v 6 z nich věnoval Václavu Havlovi, La Vanguardia tak činila v 8 článcích z 24. Ve druhém vrcholu, který představovalo poslední čtvrtletí roku 2012, potom El País publikoval 16 článků a La Vanguardia 21 článků, přičemž tento zvýšený zájem korespondoval s finálem tenisového Davis Cupu 2012, které se konalo v Praze a ve kterém Česká republika zvítězila nad Španělskem²⁹. El País se Davis Cupu věnoval v 8 článcích z 16, La Vanguardia potom v 6 článcích z 21. Menší, ale rovněž dobře identifikovatelný nárůst, lze vysledovat také ve druhém čtvrtletí roku 2012, ve kterém se projevil zájem španělských médií o Mistrovství Evropy ve fotbale, které se konalo od 8. června do 1. července, a ve kterém zvítězilo Španělsko³⁰. V této souvislosti psal El País ve druhém čtvrtletí 2012 o České republice v 7 článcích z 11. La Vanguardia o něco méně – ve 4 článcích ze 14.

Obr. 3.2.1: Rozložení článků referujících o ČR v průběhu sledovaného období



V souladu s první částí hypotézy 1 nám současně také **rozložení článků v průběhu času dokazuje, že se sledovaná španělská periodika v mediálním pokrývání ČR převážně shodovala.** Podobnost frekvence závislé na zmíněných událostech určitým způsobem rovněž potvrzuje rutinní postup při zpracování událostí týkajících se ČR. Zde bych ráda upozornila, že tento jev odpovídá definici tzv. *průběžných zpráv (continuing news)*, které zpravodajství produkuje jako „sérii příběhů

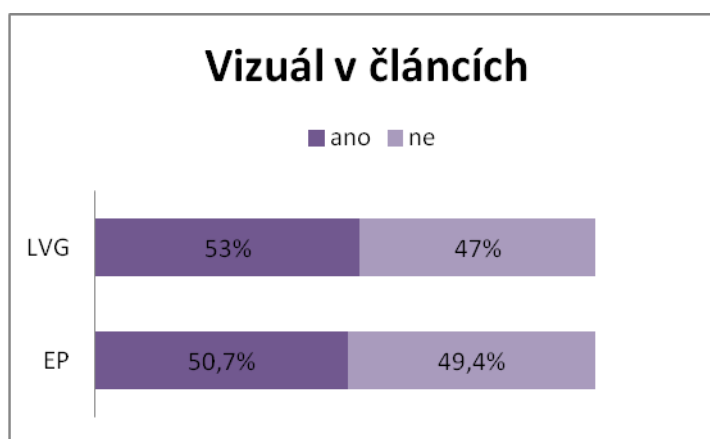
²⁹ Účast Španělska navíc koresponduje se zpravodajskou hodnotou význam, což o to víc podporuje zahrnutí této události do zpravodajství.

³⁰ Opět se jasně projevuje zpravodajská hodnota význam.

na totožné téma, založených na událostech objevujících se během určitého období“ (Tuchman, 1978: 57).

Z výzkumu mediálního pokrytí dále vyplynulo, že **oba španělské deníky v analyzovaném období využily ve svých článcích srovnatelné množství vizuálů** (obr.3.2.2), jež se bezprostředně vztahovaly k České republice či jejímu aktérovi. Toto zjištění je v souladu s první částí hypotézy 1 o srovnatelném mediálním pokrytí. Oba sledované deníky tak téma ČR doprovodily vizuálem ve zhruba polovině z celkového počtu příspěvků (53% v El País, 50,7% v La Vanguardia). Je třeba dodat, že v naprosté většině případů se jednalo o fotografie (88% příspěvků).

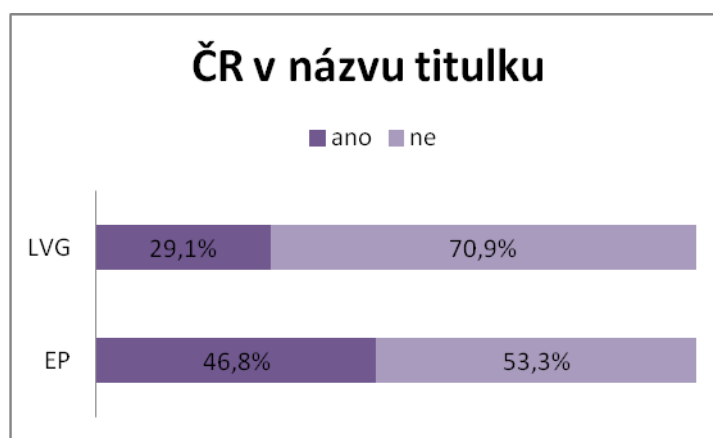
Obr. 3.2.2: Míra využití vizuálu bezprostředně se vztahujícího k ČR nebo jejímu aktérovi v jednotlivých denících (graf)



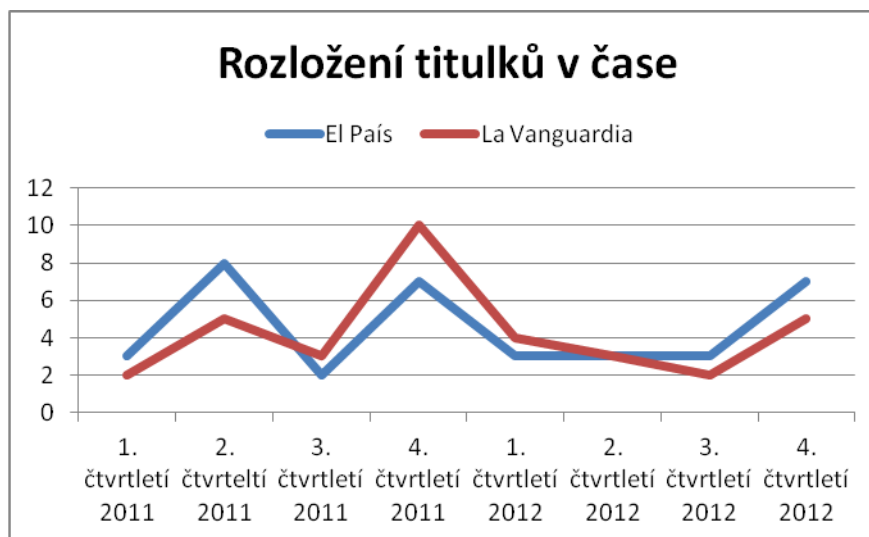
V analýze mediálního pokrytí jsem také sledovala zmínky ČR nebo jejího aktéra v titulcích příspěvků. Z celkového množství analyzovaných článků zmiňovalo bezprostředně ČR nebo jejího aktéra 70 titulků, tedy zhruba 36% zkoumaného souboru. Jak lze vyčíst z grafu obr. 3.2.3 **El País ve svých příspěvcích zahrnul ČR nebo jejího aktéra do titulního nadpisu zhruba v 29% svých článků, na druhou stranu La Vanguardia tak činila mnohem častěji, konkrétně v necelých 47% svých příspěvků.** V tomto ohledu není možné přijmout hypotézu 1 o srovnatelném mediálním pokrytí ČR v rámci deníků. Na druhou stranu měření ukázalo, že z hlediska rozložení článků s tématem ČR v titulcích (graf obr. 3.2.4) křivka deníku El País do značné míry kopíruje křivku deníku La Vanguardia, což srovnatelné mediální pokrytí ČR podporuje. Stejně jako u rozložení článků v průběhu sledovaného období v tomto případě dominují

obě poslední čtvrtletí roku 2011 a 2012 ve spojitosti se zmiňovaným tématem Václava Havla a Davis Cupu. Mimo to je v publikování titulků spojených s ČR rovněž zřetelné druhé čtvrtletí roku 2011, ve kterém se ovšem nijak do titulků nepromítá pouze jedno téma či událost.

Obr. 3.2.3: Míra zmínek České republiky nebo jejího aktéra v titulcích příspěvků (graf)



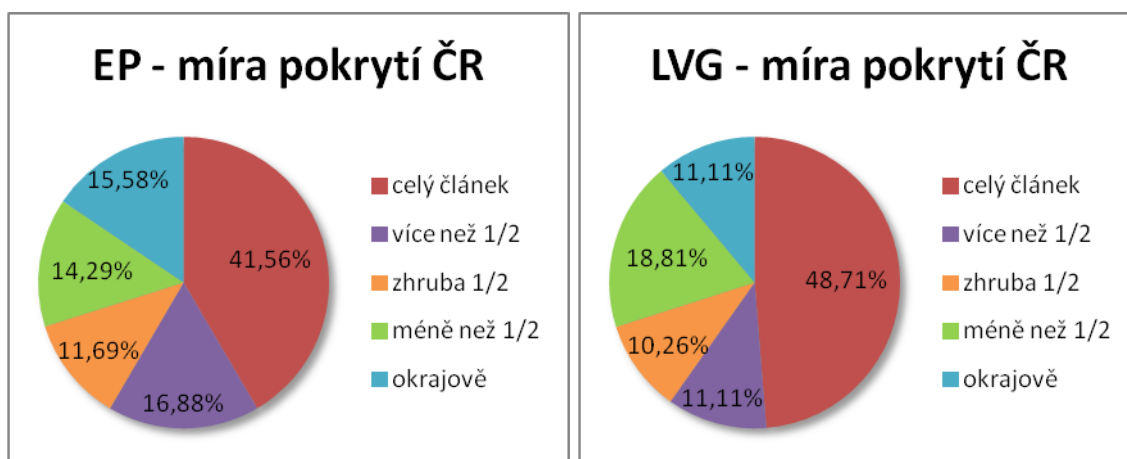
Obr. 3.2.4: Rozložení článků se zmínkou o ČR v titulku v průběhu sledovaného období (graf)



Posledním aspektem, který jsem za účelem porovnání mediálního pokrytí ČR mezi deníky zaznamenávala, byla míra, s jakou bylo téma referující o ČR nebo jejím aktérovi zastoupeno v rámci článku. Z kódování vyplynulo, že dohromady španělský

tisk věnoval celý článek České republice v 89 případech čili v necelé polovině všech příspěvků (45,88%). Následovaly články referující o ČR na méně než polovině (17%), téměř shodně potom byly publikovány články s více než polovinou pokrytí (13,4%) a hovořící o ČR jen okrajově (12,89%), nejmenší zastoupení měly příspěvky pokrývající ČR ve zhruba polovině (10,83%). Při vyhodnocení této míry v rámci obou španělských deníků zvláště, se mezi sledovanými periodiky objevily jisté rozdíly. Zásadní je v tomto směru zmínit, že **La Vanguardia publikovala zhruba o 7% více článků pokrývajících ČR ve svém celém rozsahu (48,71%) než El País (41,56%)**. Naopak články zmiňující ČR jen okrajově se v deníku La Vanguardia objevily zhruba o 4% méně (11,11%) než v případě deníku El País (15,58%).

Obr. 3.2.5: Míra pokrytí ČR v deníku El País a v deníku La Vanguardia (graf)

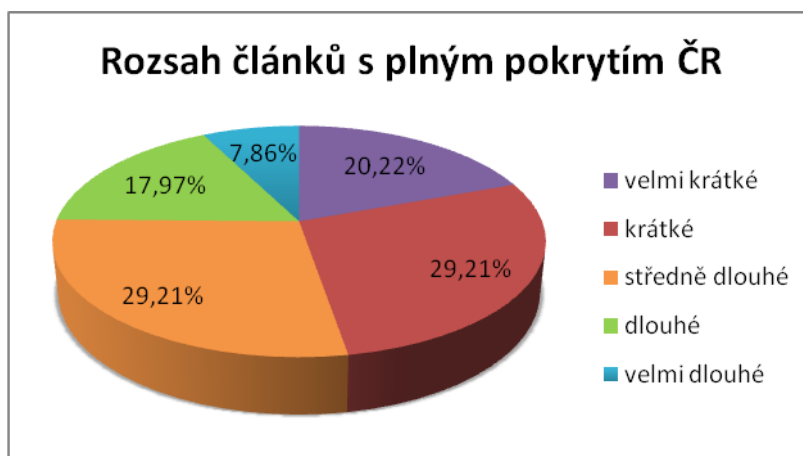


Hypotéza 2: Většina článků, které se budou plně věnovat tématu ČR ve smyslu míry pokrytí, budou z hlediska rozsahu spíše krátké.

Tato hypotéza se na základě zjištěných hodnot potvrdila. Prostřednictvím předem definovaného rozsahu rozděleného do pěti kategorií jsem po zakódování výzkumného souboru ověřila, že **zhruba polovina všech článků věnujících se plně ČR nebo jejímu aktérovi je z hlediska rozsahu spíše krátká**. „Spíše krátká“ v tomto případě zahrnuje všechny příspěvky nabývající rozsahu „velmi krátké“ (1-499 znaků) a „krátké“ (500-1999 znaků). Tento předpoklad splňovalo téměř 50% jednotek. Jak je vidět na grafu obr. 3.2.6 naopak „dlouhé“ (5000-9999 znaků) a „velmi dlouhé“ (10 000 znaků a více) články referující o ČR v plném pokrytí společně odpovídají podílu necelých 26%. V maximálním rozsahu, tzn. „velmi dlouhé“, otiskly

deníky celkem 7 článků referujících o ČR v plné míře, přičemž tři z nich na téma cestování (jeden o Českém ráji, druhý o Olomouci a třetí o Praze), dva se týkaly osobnosti Václava Havla, jeden popisoval nový vůz Škoda Auto), a poslední z nich byl rozhovor s Radkem Štěpánkem. V kategorii „dlouhé“ potom jednoznačně dominovaly články o Václavovi Havlovi v prosinci 2012, kdy zemřel, popisující jeho život a zásluhy, a vedle toho články vychvalující nové modely vozů Škoda.

Obr. 3.2.6: Rozsah článků referujících o ČR v plném pokrytí (graf)



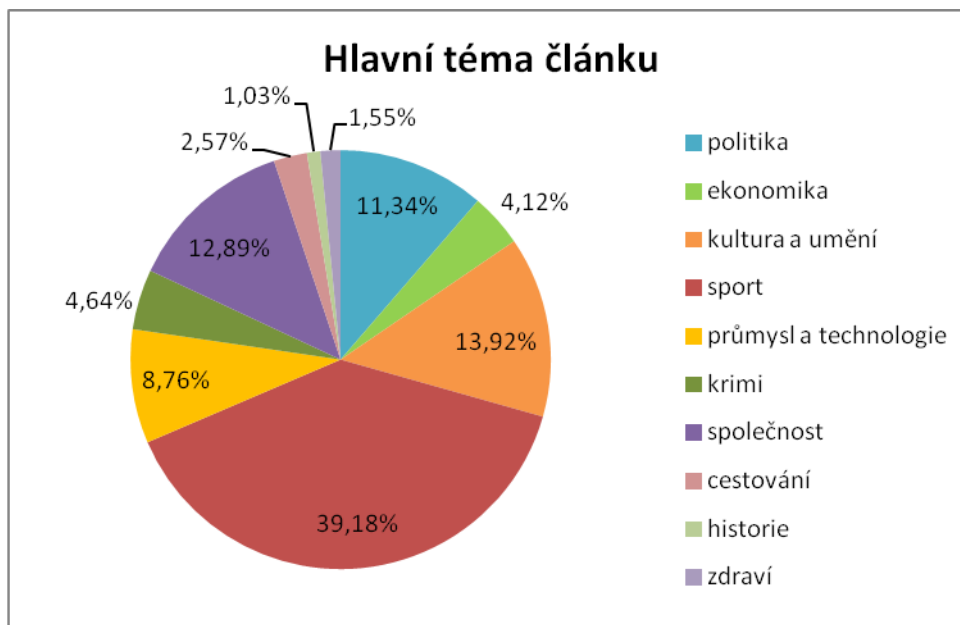
3.3 Tematický kontext

Hypotéza 3: Míra hlavních témat článků referujících o České republice se bude v analyzovaných denících převážně shodovat, přičemž dominantním tématem ve smyslu četnosti bude celkově sport.

Tato hypotéza prokázala, že v souvislosti s Českou republikou španělský tisk jednoznačně nejčastěji psal o sportovních tématech. Z grafu obr. 3.3.1 je patrné, že z celkového počtu všech sledovaných příspěvků sport jako hlavní téma mezi ostatními tématy dominoval, přičemž celkově tak pokrýval téměř 40% všech článků. Na druhém místě potom pozornost deníků upoutalo téma kultura a umění pokrývající zhruba 14% všech sledovaných článků. Třetí místo patří tématu společnost s necelým třináctiprocentním pokrytím, v těsné blízkosti následované politickým tématem ve zhruba jedenáctiprocentním zastoupení. Poslední téma, které analýza naměřila v signifikantním zastoupení, představuje téma průmysl a technologie odpovídající

necelým 9% příspěvků. Ani jedno ze zbytku kódovaných témat nepřesahovalo pětiprocentní hranici zastoupení.

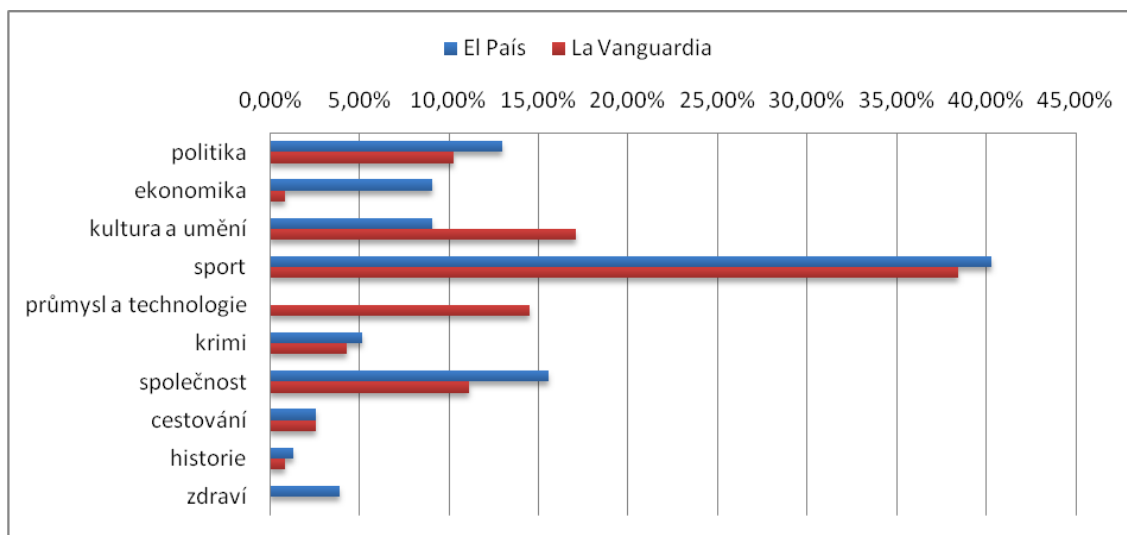
Obr. 3.3.1: Hlavní téma článku v rámci všech sledovaných příspěvků



Z hlediska porovnání míry hlavních témat příspěvků mezi deníky (obr. 3.3.2) nelze hypotézu 3 přijmout. **Rozložení hlavních témat článků se v rámci sledovaných deníků převážně neshoduje.** Na druhou stranu se výzkumem opět potvrdila význačnost sportovních témat v tom smyslu, že sport je jak pro El País, tak pro La Vanguardia při zobrazování ČR nejvíce zpravodajsky vděčným tématem. El País psal o ČR v rámci sportu ve zhruba 40%, podobně potom La Vanguardia v 38%. Zatímco v celkové tematické agendě se na druhém místě umístila kultura a umění, v rámci deníků byl mediální obraz ČR reprezentován na kulturně-uměleckém pozadí z větší části v deníku La Vanguardia, konkrétně v 17%, a naopak u El País pouze v 9%. Markantní rozdíl dále analýza odhalila v tématu ekonomika a průmysl a technologie. V rámci ekonomických témat psal El País o ČR 9% všech sledovaných článků, zatímco La Vanguardia pouze v necelém jednom procentu. S ohledem na naměřené údaje bych především ráda objasnila, proč v celkovém počtu výrazněji figuruje téma průmysl a technologie, kterému se přitom v souvislosti s ČR věnoval pouze deník La Vanguardia. Je to dáno tím, že všechny tyto články informovaly o novém provedení, modelech, či o charakteristikách vozů Škoda Auto, přičemž se nacházely v novinové příloze Motor deníku La Vanguardia. Z jedné strany se může zdát, že zahrnutí této přílohy do

výzkumného souboru částečně výsledky zkresluje, na druhou stranu jsem tuto přílohu považovala za důležitou součást konstrukce mediálního obrazu ČR. Pro výzkum bylo důležité zahrnout všechny součásti španělských novin jakožto tvůrce mediální skutečnosti. Navíc se ukázalo, že deník El País nepublikoval vůbec žádný článek ve spojení se značkou Škoda Auto, což je pro porovnání mediálního obrazu ČR také velice zajímavé zjištění. Ukazuje to, jak může zpravodajství podléhat určitým stereotypům. V tomto směru by jistě bylo zajímavé zjistit, co vedlo novináře publikující články o vozech Škoda Auto k tomuto výběru a zda se při tom nějakým způsobem nepromítla role PR a reklamy³¹.

Obr. 3.3.2: Hlavní téma článku v rámci jednotlivých deníků



3.4 Zpravodajské hodnoty

Hypotéza 4: Události spojené s Českou republikou prezentované v analyzovaných příspěvcích budou v naprosté většině obsahovat zpravodajské hodnoty význam pro Španělsko a odchylna.

Co se týče míry, nakolik měly události a témata referující o ČR význam pro Španělsko, výsledky analýzy hypotézu 4 potvrdily. Jak dokazuje graf obr. 3.4.1,

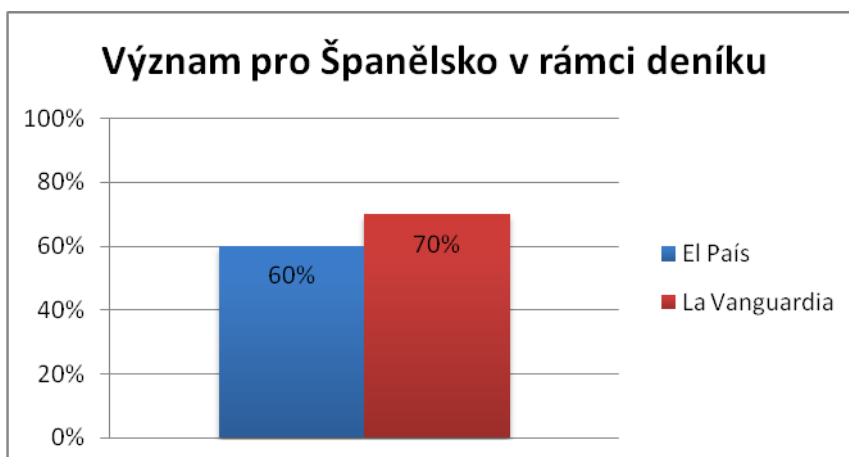
³¹ Navíc mateřskou společností značky Škoda Auto je koncern Volkswagen Group, do kterého patří i španělská automobilka Seat. Tento fakt podporuje význam zpravodajské hodnoty význam pro Španělsko.

zpravodajská hodnota význam byla přítomná celkem v 66% zkoumaného souboru. S ohledem na teorii Shoemakerové a Cohena (2006), podle které je z hlediska událostního přístupu pro zahraniční zpravodajství zásadní důraz na sociální signifikaci, jinak řečeno zda má událost význam pro společnost, lze konstatovat, že se tento faktor ve španělském zpravodajství o ČR potvrdil. Toto tvrzení podporuje i fakt, že faktor významu promítl ve většině článků i v rámci každého deníku zvláště, což dokazuje graf obr. 3.4.2. Jestliže konfrontujeme příspěvky obsahující hodnotu význam s jejich hlavním tématem, dominuje opět téma sportu. Z celkových 128 článků s významem pro Španělsko jich tak 59, tedy téměř polovina (46,1%) zobrazovala ČR v souvislosti se sportem. Zřetelněji se pak hodnota projevila ještě u tématu kultura a umění (14,1%) a u politiky (10,2%). Jasná převaha tématu sport je v tomto pohledu podpořena nejen již zmiňovaným finálem Davis Cupu v poslední čtvrtině roku 2012 a Mistrovstvím Evropy ve fotbale ve druhém čtvrtletí roku 2012, ale spolu s tím také samotnou klasifikací na fotbalové Mistrovství Evropy. Ve sledovaném období totiž český fotbalový klub FC Viktoria Plzeň postoupil do základní skupiny Ligy mistrů, ve které se potom utkal se španělským týmem FC Barcelona. Všechny tyto sportovní události tak byly v článcích referujících o ČR pro Španělsko signifikantní, jelikož se ho týkaly.

Obr. 3.4.1: Přítomnost zpravodajské hodnoty význam pro Španělsko v rámci celého zkoumaného souboru



Obr. 3.4.2: Zastoupení zpravodajské hodnoty význam pro Španělskov jednotlivých denících



Z pohledu zpravodajské hodnoty odchylka se hypotéza 4 potvrdila. **Zpravodajská hodnota odchylka byla přítomná v naprosté většině sledovaných článků.** Česká republika tak byla zobrazována prostřednictvím událostí, témat a lidí, které ji stavěly do určité odlišné či neobvyklé pozice od ostatních. Výzkum zároveň také ukázal, že využití odchylky se v rámci deníků téměř shodovalo. Deník La Vanguardia v rámci svých příspěvků informoval o ČR nebo jejím aktérovi ve spojitosti s nějakou odchylkou v 88 procentech, přičemž deník El País tak činil v 83%.

Obr. 3.4.3: Zastoupení zpravodajské hodnoty odchylka v celkovém počtu všech příspěvků



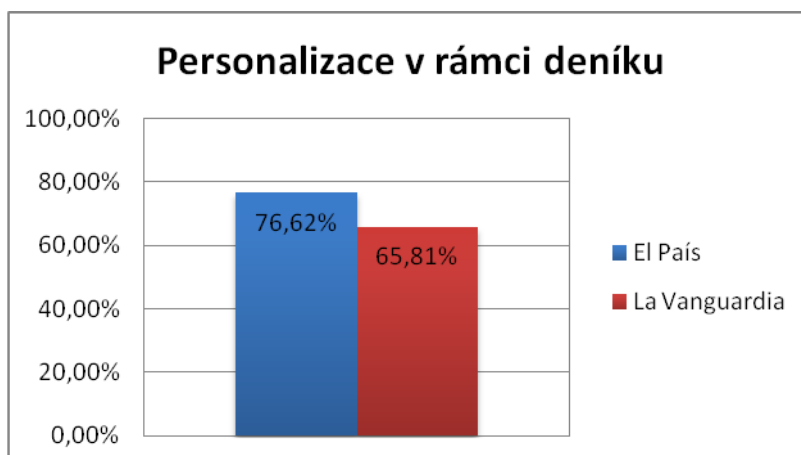
Hypotéza 5: Ve většině příspěvků bude Česká republika zobrazena prostřednictvím jednání konkrétní osoby, tzn. prostřednictvím *personalizace*.

Na základě provedené analýzy můžeme hypotézu 5 přijmout. Výzkum odhalil, že personalizace představovala v článcích velice významnou roli (viz obr. 3.4.4) **Celkově se personalizované události objevily ve 136 případech (70% z celkového počtu článků), tedy ve většině příspěvků.** Mediální obraz ČR tak španělský tisk zprostředkovával především prostřednictvím významných českých osobností (tomuto zastoupení se podrobněji věnuje následující hypotéza). Jak lze vyčíst z grafu obr. 3.4.5, důraz na personalizaci kladl deník El País o 10 % větší než La Vanguardia. Naměřená hodnota personalizace potvrdila, že španělské deníky rádi přinášejí zpravodajství o ČR na základě osob, skrze které se španělští čtenáři mohou lépe s danou zprávou identifikovat, a nikoliv na základě České republiky jako takové. Z výsledků je tedy partné, že personalizace zahraničního zpravodajství je pro španělský tisk zpravodajsky hodnotnou záležitostí. S ohledem na hlavní téma článku lze konstatovat, že nejvíce byla personalizací vyobrazena sportovní témata, konkrétně se jednalo přesně o polovinu z personalizovaných příspěvků (je ovšem nutné brát v potaz celkovou převahu sportovního tématu). Důvodem je to, že naprostá většina sportovních článků popisovala konkrétní sportovní zápasy a zaměřovala se při tom na samotné hráče, ať už v minulosti ve smyslu, jak hráli či kdo byl strůjcem výhry apod., tak i ve smyslu budoucnosti, jak trénují na utkání či jak se trenér chopil tvrdé přípravy.

Obr. 3.4.4: Zastoupení zpravodajské hodnoty personalizace České republiky v celkovém počtu příspěvků

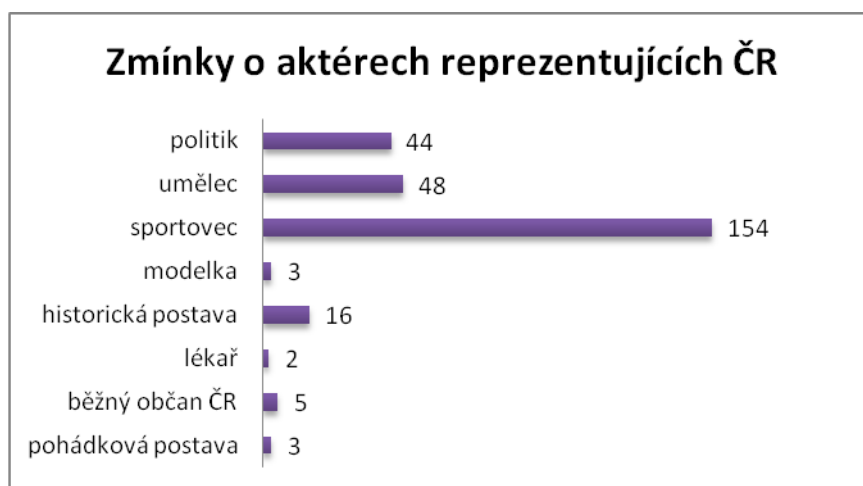


Obr. 3.4.5: Míra zobrazení ČR prostřednictvím personalizace v jednotlivých denících



Hypotéza 6: Mezi zmiňovanými aktéry České republiky budou ve sledovaných příspěvcích dominovat významné osobnosti ČR a v celkově se tak v příspěvcích bude výrazně odrážet zpravodajská hodnota vztah k elitním osobám.

Z kódování vyplynulo, že se celkově ve 194 zkoumaných příspěvcích psalo o 335 aktérech ČR. Z grafu obr. 3.4.6 je jasně vidět, že zdaleka **nejčastěji byli v příspěvcích zastoupeni sportovci, dohromady se jednalo o 154 zmínek, což představuje zhruba polovinu zastoupení (46%) všech aktérů reprezentujících ČR.** Následovaly umělci se 48 zmínkami (14% z aktérů). Třetí nejvíce zmiňovaní aktéři byli politici, kteří se svými 44 zmínkami (13%) patří poslední výrazně reprezentované skupině aktérů ČR. V 16 případech se v článcích objevila historická postava, v 5 případech běžný občan ČR, třikrát byla zmíněna modelka a stejně tak pohádková postava. Pouze dvakrát potom článek zmiňoval osobu českého lékaře.

Obr. 3.4.6: Počet zmínek o jednotlivých aktérech reprezentujících ČR

Mezi první tři nejvíce reprezentované sportovce přitom patří fotbalisté Tomáš Berdych a Petr Čech s 11 zmínkami (7% z celkové počtu zmíněných sportovců), tenista Radek Štěpánek s 10 zmínkami (6,5%) a tenista Ivan Lendl s 6 zmínkami (4%). Druhá nejvíce zastoupená skupina, umělci, byla na prvním místě reprezentována spisovatelem Milanem Kunderou v 5 článcích (10,4% z celkového počtu zmíněných umělců), dále pak spisovatelem Franzem Kafkou ve 4 článcích (8,3%), a na třetím místě skladatelem Antonínem Dvořákem ve 3 článcích (6,25%). U politiků jednoznačně dominovala osobnost Václava Havla ve 21 příspěvcích (47% z celkového počtu zmíněných politiků), následovaná Miroslavem Topolánkem ve 4 příspěvcích (9%) a Petrem Nečasem se 3 zmínkami (6,8%). Za povšimnutí stojí zajímavý fakt, že se do jednoho příspěvku v souvislosti s ČR promítla pohádková postava Popelky, když La Vanguardia psala o chystaném fotbalovém zápase, ve kterém se později utkala FC Barcelona s Viktorií Plzeň, přičemž Viktorii Plzeň přirovnala právě k Popelce³².

Z naměřených výsledků lze dále vyčíst, že **téměř všichni zmiňovaní aktéři ČR byli zastoupeni významnými českými osobnostmi, které lze považovat za tzv. elitní**, čímž se první část hypotézy 6 potvrdila. Tabulka obr. 3.4.7 ukazuje, že se jednalo o zastoupení zhruba 97% elitních osob vůči 3% ostatních. Mezi elitní osoby jsem zařadila všechny zmiňované politiky, umělce, sportovce, modelky a historické postavy, jelikož se o nich ve všech případech hovořilo jako o veřejně známých osobnostech.

³² LÓPEZ, A. Respeto para la cenicienta. La Vanguardia. 19. 10. 2011, s. 8.

Obr. 3.4.7: Četnost a procentuální zastoupení elitních osob v rámci zmiňovaných aktérů ČR

| Zastoupení elitních osob u zmiňovaných aktérů ČR | | |
|--|-----|--------|
| elitní | 325 | 97,02% |
| ostatní | 10 | 2,98% |
| celkem | 335 | 100% |

Pokud zohledníme zpravodajskou hodnotu *vztah k elitním osobám* v rámci celého výzkumného souboru, data grafu obr. 3.4.8 dokazují, že byla přítomna ve většině všech příspěvků, konkrétně v 69% (134 článků z celkových 194), což potvrzuje druhou část hypotézy 6. Zde je nutné brát v úvahu fakt, že přestože mohl článek odkazovat k osobám nespádajících do tzv. elitních, mohl současně hovořit i o osobách elitních, čímž se četnost zpravodajské hodnoty zvýšila. Jediné dva články, které psaly čistě o neznámých osobnostech ČR, byly oba z deníku La Vanguardia. První z nich informoval o nálezu mrtvého Čecha ve španělském kanálu Seróa v Segría, který se tam utopil³³, druhý z nich hovořil o českém hasiči, který žije už pět měsíců bez srdce napojený na přístroje a čeká na transplantaci³⁴. Z hlediska míry využití zpravodajské hodnoty vztah k elitním osobám ČR v rámci jednotlivých deníků navíc graf přílohy č. ukazuje, že příspěvky obou španělských deníků obsahovaly tuto hodnotu v podobném rozsahu (El País v míře 76,62%, La Vanguardia v míře 64,10%).

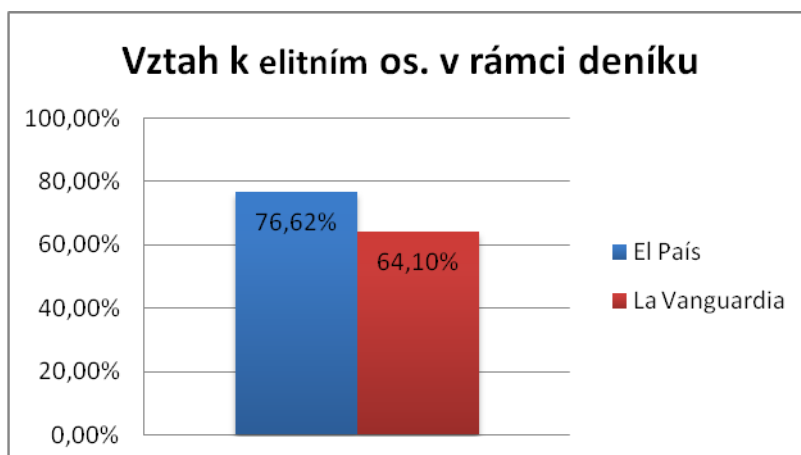
Obr. 3.4.8: Zastoupení zpravodajské hodnoty vztah k elitním osobám České republiky v celkovém počtu příspěvků



³³ RICO, J. Segundo cadáver en el canal de Seròs. La Vanguardia. 20. 8. 2011, s. 4.

³⁴ EFE. Sobrevivir sin pulso. La Vanguardia. 31. 8. 2012, s. 22.

Obr. 3.4.9: Míra zpravodajské hodnoty vztah k elitním osobám ČR v jednotlivých denících (graf)



Hypotéza 6 se tedy z naměřených výsledků potvrdila a současně ukázala, že zpravodajská hodnota vztah k elitním osobám hrála v analyzovaných příspěvcích velkou roli. Ukázalo se, že při zobrazování České republiky byla pro deník El País stejně jako pro deník La Vanguardia událost podpořená přítomností významné české osobnosti důležitá. Koncept odkazování k elitním osobám se přitom opírá o skutečnost, že vysokou zpravodajskou hodnotu mají události, které se dotýkají jednání významných osob. Předpokládá se, „že jsou důležitější než běžné aktivity obyčejných lidí – že ovlivňují naše životy“ (Hartley, 1982: 78).

3.5 Zpravodajské zdroje

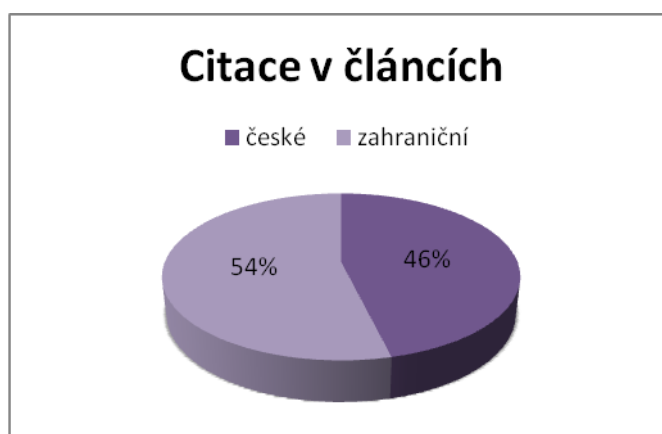
Hypotéza 7: Španělské deníky budou využívat málo citací českých zdrojů. Dominantními zdroji informací o ČR budou oficiální zdroje.

První část hypotézy se do určité míry potvrdila. **Z celkového počtu 194 článků použil španělský tisk alespoň jednu citaci od českého zdroje pouze v 60 případech (30,92%), tedy v necelé třetině publikovaných článků.** Tento fakt může vypovídat o tom, že při zobrazování České republiky nejsou pro španělský tisk zdroje tak zvané „z místa dění“ až tak důležité. Jinak řečeno v terminologii Gay Tuchmanové, zpravodajská síť španělských deníků nebyla v České republice tak hustá, aby informace od českých zdrojů zachytila (Tuchman, 1978). Podle Trampoty tím dokonce může docházet

k pomyslnému umlčení těchto zdrojů (Trampota, 2006). Vedle toho lze ovšem z naměřených údajů také vysledovat, že pokud se objevily události, které splňovaly předpoklady o zájmech čtenářů zakotvené ve zpravodajské síti (viz kapitola 1.2.3), španělské deníky neváhaly vyslat do víru dění své speciální korespondenty. Během Davis Cupu v listopadu 2012 konaném v Praze tak El País publikoval 8 příspěvků Juana José Matea z Prahy a La Vanguardia 4 články od svého redaktora Dagoberta Escorcía.

Jestliže vezmeme v úvahu celkový poměr rozložení českých a zahraničních citovaných zdrojů referujících o ČR (graf obr. 3.5.1), nelze brát první část hypotézy za potvrzenou, protože v článcích, které obsahovaly citaci, jich média použila více než polovinu českých (54%) a méně než polovinu zahraničních (46%).

Obr. 3.5.1: Rozložení českých a zahraničních citovaných zdrojů referujících o ČR ve všech analyzovaných článcích



Z hlediska rozložení počtu využívaných zdrojů mezi oběma deníky se El País a La Vanguardia liší, jelikož El País průměrně uváděl více než jednou tolik citací na jeden článek než La Vanguardia. Z výsledků vyplynulo, že El País v průměru citoval 1,09 zdroje na článek, zatímco La Vanguardia pouze 0,41 zdroje na článek.

Co se týče konkrétních typů citovaných zdrojů, je z výsledků tabulky 3.5.2 patrné, že největší prostor pro vyjádření o České republice dostali významní sportovci či trenéři, dohromady pokrývali kolem 35% všech zmíněných citací. Mezi české nositele informací se tak zařadil čtyřikrát Tomáš Berdych a dvakrát Radek Štěpánek, více byli v této skupině zastoupeny zahraniční zdroje, z nichž se ve všech případech jednalo o španělské (trenér španělské fotbalové reprezentace Vicente Del Bosque, tenisový trenér Àlex Corretja a tenista David Ferrer). Významný podíl v typech citovaných zdrojů měly dále státní orgány či jejich úředníci a zaměstnanci (22%), následovaní vyjádřeními od

oficiálních institucí a jejich členů (15%). Pětiprocentní hranici zastoupení přesáhly celebrity spolu s odborníky, přičemž ostatní citované zdroje nezaujmají ani pět procent z celkového počtu odcitovaných zdrojů ve všech článcích. Důležitým poznatkem je s ohledem na zastoupené zdroje informací o ČR je fakt, že tzv. **oficiální zdroje jsou dominantní, ale nezaujmají většinu**. Podle zmiňovaného Leona Sigala (viz kapitola 1.2.3), který dospěl k závěru, že oficiální zdroje ve zpravodajství dominují, což dokazuje spoléhání novinářů na soubor rutinních komunikačních kanálů (Sigal, 1973), řadím mezi oficiální zdroje tyto: státní orgány a jejich zástupce, oficiální a umělecké instituce včetně jejich členů a odborníky. Ti spolu dohromady v analýze představují zhruba 49%. Na druhou stranu se jasně ukázalo, kdo pro španělské deníky představuje tzv. hlasy s přístupem – z celkového počtu 132 citací se ve 47 případech jednalo o významné sportovce či trenéry, což není vzhledem k dominanci sportu jakožto hlavního tématu článků nijak překvapivé. Z rozpoznávaných zdrojů ve sledovaných článcích lze za jakési neformální zdroje považovat vyjádření běžného občana a redaktora³⁵, kteří společně zaujmají pouhých čtyři a půl procenta ze všech citovaných zdrojů.

Obr. 3.5.2: Typy citovaných zdrojů referujících o ČR ve všech analyzovaných článcích

| Typy citací | české | zahraniční | celkem | četnost (%) |
|---------------------------|-------|------------|--------|-------------|
| státní orgán/člen | 19 | 10 | 29 | 21,97% |
| oficiální instituce/člen | 3 | 17 | 20 | 15,15% |
| umělecká instituce/člen | 0 | 6 | 6 | 4,55% |
| významný sportovec/trenér | 21 | 26 | 47 | 35,61% |
| celebrita/umělec | 9 | 0 | 9 | 6,81% |
| odborník | 4 | 6 | 10 | 7,58% |
| agentura/tisk | 1 | 4 | 5 | 3,79% |
| redaktor | 0 | 3 | 3 | 2,27% |
| běžný občan | 2 | 1 | 3 | 2,27% |
| celkem | 61 | 71 | 132 | 100% |

³⁵ Citace redaktora v rámci této analýzy představuje poznatek či svědectví z osobního setkání novináře

Závěr

Cílem předkládané diplomové práce bylo analyzovat mediální obraz České republiky ve španělských denících El País a La Vanguardia v období roku 2011 a 2012. V obou případech se jedná o celostátní noviny obecného zaměření. Prostřednictvím kvantitativní obsahové analýzy byl prozkoumán celý výzkumný soubor, který představoval 194 článků referujících o České republice nebo jejím aktérovi. Předmětem zájmu byla ústřední otázka: *Jaký byl mediální obraz České republiky ve španělském deníku El País a La Vanguardia v letech 2011 a 2012?*

Abych mohla na tuto otázku odpovědět, formulovala jsem v teoretické části práce východiska, jejichž těžiště spočívalo v konstrukcionistické teorii reprezentace reality, podle které masová média realitu neodráží, ale nevyhnutelně konstruuji (Hall, 1997), a ve faktorech produkce zpravodajských obsahů. Od samotného principu výběru událostí do zpráv (gatekeepingu) jsem se dostala ke zpravodajským hodnotám, zdrojům a principu rámcování témat, přičemž základním předpokladem výzkumu se stala myšlenka, že zpravodajská produkce podléhá určité pravidelnosti a podobu mediálního obrazu tak ovlivňuje řada rutinních postupů.

Na základě těchto teoretických předpokladů jsem provedla kvantitativní obsahovou analýzu, která sledovala, jaký mediální prostor španělské deníky poskytly zprávám o České republice, jakým tématům se v rámci jejího mediálního obrazu věnovaly, jak se v těchto člancích projevovaly zpravodajské hodnoty a jaké zpravodajské zdroje měly největší přístup do zpravodajství referujícím o ČR. Zajímalo mne, co je v rámci mediálního obrazu ČR pro španělská média atraktivní.

Z hlediska mediálního pokrytí analýza ukázala, že zájem španělských novin o téma ČR v průběhu zkoumaného období víceméně shodně kolísal a rozložení článků nebylo rovnoměrné. Největší pozornost oba deníky shodně věnovaly v souvislosti s ČR dvěma událostem – smrti Václava Havla a finále Davis Cupu. Celkově potom španělský tisk zobrazoval ČR nejvíce v souvislosti se sportovním tématem, které jednoznačně dominovalo i u každého deníku zvlášť.

Míra sledovaných zpravodajských hodnot v člancích ukázala, že jak El País, tak i La Vanguardia kladly velký důraz na odchylku a význam, čímž se potvrdila teorie o

s aktérem článku, o němž psal.

zahraničních zpravodajských hodnotách Shoemakerové a Cohena (2006), podle které jsou pro zahraniční zpravodajství tyto dvě hodnoty rozhodujícím faktorem zpravodajské vděčnosti. Stejně tak se v mediálním obrazu ČR silně promítlo zastoupení zpravodajské hodnoty personalizace a vztah k elitním osobám. Výzkum ukázal, že španělské deníky prezentovaly Českou republiku nejčastěji prostřednictvím významných českých osobností. Jednalo se přitom nejvíce sportovce v čele s Tomášem Berdychem a Petrem Čechem, což znamená, že pro španělský tisk představují čeští sportovci nejvýraznější „elity“ České republiky.

Co se týče využití zpravodajských zdrojů, které informovaly o ČR, z výsledků vyplynulo, že ani jeden ze sledovaných deníků nekladl důraz na využití citací od českých zdrojů, a pokud se tak stalo, měli největší přístup do zpravodajství čeští sportovci.

Analýza mediálního obrazu ČR v deníku El País a La Vanguardia jasně ukázala, že Česká republika je v mnoha ohledech spojována nejvýrazněji se sportem. Sportovní téma bylo pro oba španělské deníky nejvíce zpravodajsky vděčné z hlediska všech měřených hodnot – projevilo se dominantně jak v rámci mediálního pokrytí, tak v rámci zpravodajských hodnot i ve využití zdrojů. Současně se také díky porovnání mezi deníky potvrdil předpoklad, že faktory zpravodajské produkce měly na mediální obraz ČR v rámci deníků velmi podobný vliv, na jejichž základě byl vykonstruován.

Summary

The aim of this thesis was to analyze the media image of the Czech Republic in the Spanish newspapers El País and La Vanguardia in the period of 2011 and 2012. In both cases, the national newspaper of general orientation. Through content analysis was explored the whole sample, which represented about 194 articles referring the Czech Republic or its actors. Focus has been the central question: What was the media image of the Czech Republic in the Spanish newspaper El País and La Vanguardia in the period of 2011 and 2012.

In terms of media coverage this analysis showed that interest of the Spanish newspaper in the subject of the Czech Republic during the period under review, was almost similar, the distribution of the articles was not steady. The greatest attention both dailies consistently was focused on two events - the death of Vaclav Havel and the Davis Cup final. Overall, then Spanish press write about the Czech Republic most frequently in connection with a sports theme that dominated in both journals.

The extent of the observed news values in the articles showed that both El País, La Vanguardia placed great emphasis on deviance and social significance confirmed the theory of Shoemaker and Cohen (2006), which claim that these are two crucial factors of news worthy. The measure of reference to elite people and reference to persons was also very high. The Czech Republic was presented mostly through the Czech important personalities. The most mentioned were Tomas Berdych and Petr Cech, which means that the Spanish press considers the Czech sportsman to the elite of the Czech Republic.

Použitá literatura

Knihy:

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. *Sociální konstrukce reality : Pojednání o sociologii vědění*. Brno : Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999.

BURTON, Graeme; JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Brno : Barrister & Principal, 2001. 392 s. ISBN 80-85947-67-6.

CORBIN, Juliet; STRAUSS, Anselm. *Základy kvalitativního výzkumu : Postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice : Albert, 1999. 196 s. ISBN 80-85834-60-X.

ČUŘÍK, Jaroslav. *Nové trendy v médiích I : Online a tištěná média*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2012. 240 s. ISBN 978-80-210-5825-5.

DE VREESE, Claes H. *Framing Europe : television news and European integration*. Amsterdam : Het Spinhuis, 2005. 232 s. ISBN 90-5589-234-3.

FOWLER, Roger. *Language in the News : Discourse and Ideology in the Press*. London and New York : Routledge, 1991. 272 s. ISBN 0415014190.

GANS, Herbert. *Deciding What is News: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Pantheon Books, 1980.

HALL, Stuart. *Representation : Cultural Representations and Signifying Practices*. London, Thousand Oaks, New Delhi : Sage Publications & Open University Press, 1997. 402 s. ISBN 0-7619-5432-5.

HARTLEY, John. *Understanding News*. New edition edition. London : Routledge, 1982. 224 s. ISBN 0415039339.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Vyd. 1. Praha : Portál, 2005, 407 s. ISBN 8073670402.

JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Vyd. 1. Praha : Portál, 2009. 416 s. ISBN 978-80-7367-466-3.

KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1995. 307 s. ISBN 80-7184-134-X.

MANNING, Paul. *News and News Sources*. Sage Publications, 2001. ISBN 0-7619-5797-9.

MCCOMBS, Maxwell. *Agenda setting. Nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. 1. vyd. Praha : Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.

MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Praha : Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6.

- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vydání, rozšířené a přepracované. Praha: Portál, 2009. 630 s. ISBN 978-80-7367-574-5.
- NEUENDORF, Kimberly A. *The content analysis guidebook*. 1st ed. Thousand Oaks : Sage Publications, 2002. 301 s. ISBN 0761919783.
- OSVALDOVÁ, Barbora, et al. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Praha : Libri, 2001. 240 s. ISBN 80-7277-108-6.
- REIFOVÁ, Irena, et. al. *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7.
- SIGAL, Leon V. *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*. Lexington, MA: D.C. Heath and Company. 1973.
- SHOEMAKER, Pamela J., COHEN, Akiba A. *News around the world: content, practitioners, and the public*. New York : Routledge, 2006. 409 s. ISBN 0415975069.
- SHOEMAKER, Pamela J., VOS, Tim. *Gatekeeping Theory*. Routledge, 2009. ISBN 0-415-98139-5.
- SCHULZ, Winfried, et al. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3. vyd. Praha : Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4.
- TANKARD, James W. *The Empirical Approach to the Study of Media Framing*. In Reese, S.D. - Gandy, O.H. - Grant, A.E.: *Framing Public Life*. London : Lawrence Erlbaum Associates, 2001. s. 95-106.
- THOMPSON, John B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. Praha. Karolinum, 2004. 219 s. ISBN 80-246-0652-6.
- TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha : Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8.
- TRAMPOTA, Tomáš; VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha : Portál, 2010. 296 s. ISBN 978-80-7367-683-4.
- TUCHMAN, Gay. *Making News : A Study in the Construction of Reality*. London : Collier Macmillian Publishers, 1978. ISBN 0-02-932960-4.
- WHITE, Daniel M. The „Gate Keeper“: A Case Study in the Selection of News. In Berkowitz, D. (ed.), *Social meanings of news: a text-reader*. London : SAGE, 1997.

Články:

ENTMAN, R. Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents. *Journal of Communication*, 1991, 41(4), s. 6-27.

ENTMAN, R. Framing Toward the Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 1993, 43 (4), s. 51-58.

GALTUNG, J.; RUGE, M.H. The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Foreign Newspapers. *Journal of International Peace Research*. 1965, 2. s. 64 –91.

HAGEN, L. Opportune witnesses: an analysis of balance in the selection of sources and arguments in the leading german newspapers coverage of the census issue. *European Journal of Communication*, 1993, 8, s. 317-343.

HESTER, Al. Theoretical Considerations in Predicting Volume and Direction of International Information Flow. *International Communication Gazette*, 1973, 19, s. 239-247.

CHANG, Tsan- Kuo. All Countries Not Created Equal to Be News. World System and International Communication. *Communication Research*, 1998, 25(5), s. 528—563.

VALKENBURG, P.M.; SEMETKO, H. Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 2000, 50(2), s.93-109.

WESTERSTÅHL, Jörgen; JOHANSSON, Folke. Foreign News: News Values and Ideologies. *European Journal of Communication* . 1994, 9, 1, s. 71 – 89.

WU, Denis H. A Brave New World for International News? Exploring the Determinants of the Coverage of Foreign Nations on US Websites. *International Communication Gazette*. 2007, 69(6), s. 539–551.

Web:

El País [online]. [cit. 5.1.2014]. Dostupné z www: <<http://elpais.com/corporativos/>>.

Información y control de publicaciones [online]. [cit. 5.1.2014]. Dostupné z www: <<http://www.introl.es/medios-controlados/>>

Seznam příloh

Příloha č. 1: Logo deníku El País (obrázek)

Příloha č. 2: Logo deníku La Vanguardia (obrázek)

**Příloha č. 3: Čtenost španělských deníků obecného zaměření v roce 2011 a 2012
(graf)**

Příloha č. 4: Celková čtenost všech španělských deníků (graf)

Příloha č. 5: Kódovací kniha kvantitativní obsahové analýzy

Přílohy

Příloha č. 1: Logo deníku El País (obrázek)



Zdroj: Wikimedia Commons

Dostupné z www: <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:El_Pais_logo_2007.svg>.

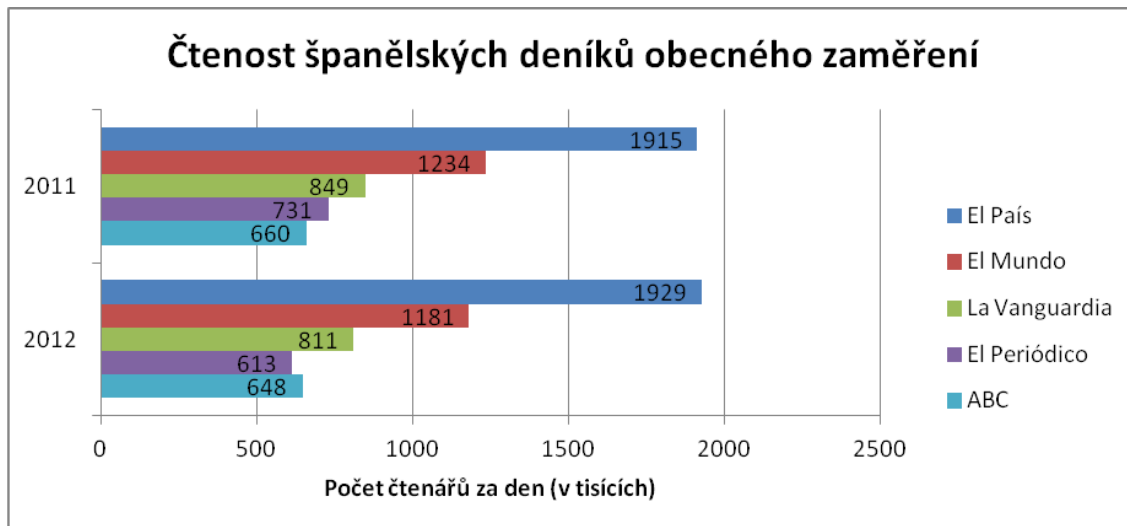
Příloha č. 2: Logo deníku La Vanguardia (obrázek)



Zdroj: Wikipedia

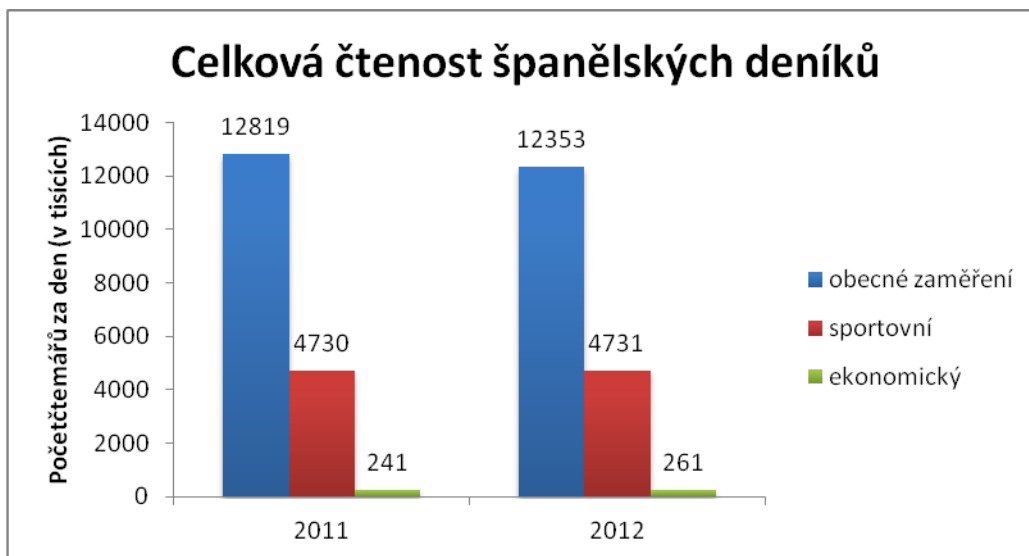
Dostupné z www: <http://fr.wikipedia.org/wiki/Fichier:La_Vanguardia-logo.jpg>.

Příloha č. 3: Čtenost španělských deníků obecného zaměření v roce 2011 a 2012 (graf)



Zdroj: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)

<http://aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>

Příloha č. 4: Celková čtenost všech španělských deníků (graf)

Zdroj: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)

<http://aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>

Příloha č. 4: Kódovací kniha kvantitativní obsahové analýzy

Číslo příspěvku

1. Deník

- 1 – El País
- 2 – La Vanguardia

2. Datum**3. Název titulku****4. Rozsah článku**

- 1 – velmi krátký (1 – 499 znaků)
- 2 – krátký (500 - 1999 znaků)
- 3 – středně dlouhý (2000 – 4999 znaků),
- 4 – dlouhý (5000– 9999 znaků)
- 5 – velmi dlouhý (10 000 znaků a více)

5. Míra pokrytí ČR

- 1 – celý článek o ČR
- 2 – více než ½
- 3 – zhruba ½
- 4 – okrajově

6. Umístění článku - rubrika

6a. Rubriky El País:

- 1 – titulní strana
- 2 – zahraniční rubrika (internacional)
- 3 – Španělsko (España)
- 4 – kultura (cultura)
- 5 – ekonomika (economía)
- 6 – sport (deportes)
- 7 – černá kronika (obituarios)
- 8 – názory (opinión)
- 9 – společnost (sociedad)
- 10 – regionální příloha
- 11 – ostatní přílohy
- 99 – jiné

6b. Rubriky La Vanguardia:

- 1 – titulní strana
- 2 – zahraniční rubrika (internacional)
- 3 – politika (política)
- 4 – kultura (cultura)
- 5 – ekonomika (economía)
- 6 – sport (deportes)
- 7 – tendence (tendencias)
- 8 – černá kronika (obituarios)
- 9 – názory (opinión)
- 10 – život (vivir)
- 11 – agenda (agenda)
- 12 – monografický speciál (monográfico especial)
- 13 – příloha
- 99 – jiné

7. Vizuální prezentace ČR

- 0 – není
- 1 – fotografie
- 2 – tabulka
- 3 – graf
- 4 – mapa
- 5 – kombinace (*konkrétně*)

8. Hlavní téma článku

- 1 – Politika
- 2 – Ekonomika
- 3 – Kultura a umění
- 4 – Sport
- 5 – Průmysl a technologie
- 6 – Krimi
- 7 – Společnost
- 8 – Cestování

- 9 – Historie
- 10 – Zdraví
- 99 – Jiné

9. Význam pro Španělsko

- 1 – ano
- 2 – ne

10. Odchylka

- 1 – ano
- 2 – ne

11. Pokud článek obsahuje odchylku, jedná se o

- 1 – normativní
- 2 – sociální změny
- 3 – statistická
- 4 – kombinace (*konkrétně*)

12. Aktér ČR v článku

- 0 – není
- 1 – politik
- 2 – umělec a celebrita
- 3 – sportovec
- 4 – modelka
- 5 – historická postava
- 6 – lékař
- 7 – běžný občan ČR
- 8 – pohádková postava
- 9 – kombinace (*konkrétně*)

13. Personalizace

- 1 – ano
- 2 – ne

14. Autor článku

- 0 – neuveden
- 1 – redakce
- 2 – agentura
- 3 – zahraniční korespondent
- 4 – čtenář
- 99 – jiný

15. Jméno, pokud je uvedeno**16. Zdroj informací**

- 0 – neuveden
- 1 – český
- 2 – zahraniční
- 3 – kombinace (*konkrétně*)

17. Pokud je někdo citováno, jedná se o

- 1 – státní orgán/člen
- 2 - oficiální instituce/člen
- 3 - umělecká instituce/člen
- 4 - významný sportovec/trenér
- 5 – celebrita/umělec
- 6 - odborník
- 7 - agentura/tisk
- 8 - redaktor
- 9 - běžný občan