

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

**Vizuální reprezentace uprchlické krize v českých online  
médiích**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Daniela Brodčová

Studijní program: Žurnalistika

Vedoucí práce: doc. Mgr. MgA. Filip Láb, Ph.D.

Rok obhajoby: 2018

## **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 10. 5. 2018

Daniela Brodčová

## **Bibliografický záznam**

BRODCOVÁ, Karel. *Vizuální reprezentace uprchlické krize v českých online médiích*. Praha, 2018. 132 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra Žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce doc. Mgr. MgA. Filip Láb, Ph.D.

**Rozsah práce:** 184 925 znaků s mezerami (bez abstraktu a příloh)

## **Anotace**

Diplomová práce se zabývá tématem uprchlické krize a její vizuální reprezentace v českých online médiích. V úvodní části představuje příčiny, průběh a širší kontext krize, zaměřuje se přitom i na její odraz v české společnosti. Kromě toho se práce věnuje otázkám mediální reprezentace a definuje základní teorie s ní spojené. Popisuje například problematiku stereotypizace, seznamuje s principy rámcování či gatekeepingu v médiích. Poznatky přitom vždy vztahuje na oblast vizuální komunikace. Mimo to se text zabývá rolí fotožurnalistiky při tvorbě zpravodajských obsahů, definuje její podstatu i proměny spojené s příchodem digitální éry. Neopomíjí však ani redakční rutiny související s produkcí fotografických materiálů v médiích, uvádí organizační specifika této práce a popisuje postup, kterým snímky prochází, než se dostanou k recipientům. Součástí diplomové práce je také obrazová obsahová analýza serverů iDNES.cz a Blesk.cz, která nabízí podrobnější náhled na způsoby vizuální reprezentace uprchlické krize v českých online médiích. Její součástí je přitom nejen prezentace výsledků v rámci jednotlivých portálů, ale i porovnání s přihlédnutím k jejich rozdílnému charakteru. Prakticky zaměřenou část diplomové práce zakončují rozhovory s editory zkoumaných médií, jejichž účelem je doplnit celkový obraz analyzované problematiky a zprostředkovat náhled na základní produkční principy, které vizuální reprezentaci uprchlické krize v českých online médiích formují.

## **Annotation**

The diploma thesis is focused on the European refugee crisis and its visual representation in Czech online media. The first part of the thesis introduces causes, development and wider context of the crisis, focusing on its reflection in Czech society. In addition, the thesis analyzes issues of media representation and defines main theories covering the issue. The thesis also describes other concepts of media studies, such as stereotyping or agenda setting. Moreover, it explains the principles of framing and gatekeeping in the media. All mentioned theories are applied on the field of visual communication. On top of that, the thesis focuses on the importance of photojournalism in the production of news content, defines its essence and changes which occurred after the

adaptation of the digital technologies in the media.

The next part of the thesis provides information about editorial routines associated with the production of photographic materials in the media and the organizational specifics of the work. The analytical part of the thesis subsequently provides an image content analysis of the czech news websites iDNES.cz and Blesk.cz. The purpose of the analysis is to state detailed overview of the ways of visual representation of the refugee crisis in the czech online media. The final part of the diploma thesis is composed of interviews with editors who work in researched media. The main purpose of the interviews is to complete the overall picture of the analyzed issues and to provide insight into the basic production principles that form the visual representation of the refugee crisis in the czech online media.

## **Klíčová slova**

vizuální reprezentace, online média, uprchlická krize, Evropská migrační krize, fotožurnalistika, Blesk.cz, iDNES.cz

## **Keywords**

Visual representation, online media, refugee crisis, European migrant crisis  
photojournalism, Blesk.cz, iDNES.cz

## **Title/název práce**

**Visual representation of refugee crisis in czech online media**

**Vizuální reprezentace uprchlické krize v českých online médiích**

### **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala docentu Filipu Lábovi za jeho odborné vedení práce a cenné rady. Poděkování patří také mým rodičům, kteří mě po celou dobu studia podporovali a nikdy ve mě nepřestali věřit.

# Obsah

Úvod.....	1
1. Migrace a uprchlictví .....	4
1.1 Vymezení základní terminologie .....	4
1.2 Evropa a migrace – moderní dějiny .....	8
1.3 Evropská migrační krize .....	11
1.3.1 Příčiny .....	11
1.3.2 Průběh .....	13
1.3.3 Reakce v české politice a společnosti.....	18
2 Reprezentace reality .....	22
2.1 Média jako aktér reprezentace .....	23
2.2 Reprezentace sociálních skupin .....	24
2.3 Přístupy k reprezentaci reality .....	25
2.4 Vizuální reprezentace .....	27
2.5 Stereotypizace.....	28
2.5.1 Vizuální stereotypizace .....	30
2.6 Agenda setting .....	32
2.6.1 Vizuální agenda setting .....	34
2.7 Rámcování .....	36
2.7.1 Vizuální rámcování .....	38
2.8 Gatekeeping .....	40
2.8.1 Zpravodajské hodnoty .....	43
2.8.2 Vizuální gatekeeping.....	44
2.9 Vizuální kultura .....	46
2.9.1 Význam a role recipientů .....	47
3 Fotožurnalistika.....	48
3.1 Zpravodajská fotografie.....	50
3.1.1 Druhy zpravodajské fotografie .....	51
3.2 Proměny fotožurnalistiky v digitální éře .....	52
3.3 Práce s vizuálními materiály v rámci redakčních rutin .....	53
4 Vizuální reprezentace uprchlické krize: obsahová analýza serverů iDNES.cz a Blesk.cz .....	55
4.1 Charakteristika zkoumaných médií .....	55
4.1.1 iDNES.cz.....	55
4.1.2 Blesk.cz.....	56
4.2 Výzkum vizuálních materiálů .....	57
4.3 Metodologie.....	58
4.3.1 Obsahová analýza.....	58
4.3.2 Obrazová obsahová analýza .....	59

4.4	Stanovení výzkumných otázek a hypotéz .....	60
4.5	Vymezení zkoumaného materiálu .....	61
4.6	Základní kódovací jednotka.....	61
4.7	Stanovení a popis proměnných .....	62
4.8	Kódovací kniha.....	68
4.9	Operacionalizace .....	69
4.10	Analýza a grafická prezentace výsledků – iDNES.cz.....	70
4.11	Analýza a grafická prezentace výsledků – Blesk.cz .....	83
4.12	Výsledky obsahové analýzy a komparace iDNES.cz a Blesk.cz .....	95
5	Fotografie v online médiích: rozhovory s editory iDNES.cz a Blesk.cz.....	97
5.1	Rozhovor s Jiřím Benákem (obrazový editor iDNES.cz).....	97
5.2	Rozhovor s Janem Kálalem (editor Blesk.cz).....	100
5.3	Závěr.....	103
5.4	Summary.....	104
5.5	Použitá literatura.....	105
5.6	Ostatní použité zdroje.....	109
5.7	Seznam příloh.....	117



## Úvod

V jednotlivých etapách světových dějin docházelo k migraci osob mezi státy i kontinenty ve vyšší či nižší míře pravidelně. Ve vztahu k současnosti a vývoji posledních několika let ovšem můžeme v migračních trendech zaznamenat dramatické změny. Ty započaly už v roce 2011. Tehdy Úřad vysokého komisaře OSN pro uprchlíky (UNHCR) zaznamenal rapidní nárůst počtu osob, které byly nuceny opustit své domovy. Z celkových 42 milionů přemístěných lidí, které úřad evidoval v tomto roce, se jejich množství zvýšilo až na rekordních 65 milionů v roce 2015. Čísla přitom dalece přesáhla počet migrantů a uprchlíků, které ve 20. století z domovů vyhnaly dopady 2. světové války.<sup>1</sup> Globální migrační vývoj se přibližně v roce 2014 začal výrazně projevovat také na evropském kontinentu. S postupnou expanzí problémů spojených s masivním nárůstem příchozích migrantů a uprchlíků i s přihlédnutím k tragickým nehodám na migračních trasách se začalo o dění hovořit jako o Evropské migrační krizi. Ta se přitom naplno projevila o rok později, kdy na kontinentu vyhledávalo útočiště přes milion nově příchozích osob.<sup>2</sup>

Česká a zahraniční média veškeré aktuální dění spojené s migrační krizí aktivně zpravodajsky pokrývala. K jejich recipientům se každý den dostávaly zprávy o vývoji na jednotlivých migračních trasách, které doprovázela očitá svědectví, vyjádření politiků i reportáže z uprchlických táborů. Součástí mediálního pokrývání uprchlické krize přitom byly také vizuální materiály, které jsou zcela klíčovou složkou autentického zpravodajského zprostředkování událostí. A právě touto sférou mediální reprezentace uprchlické krize se diplomová práce zabývá.

Téma je studováno prostřednictvím čtyř hlavních oblastí. Nejprve je představen samotný fenomén uprchlické krize, který je zasazen do širšího společensko-politického rámce. Definovány jsou příčiny krize, její průběh i události s ní spojené. Kromě toho se text věnuje reakcím v české společnosti, které nárůst migrace směrem do Evropy vyvolal.

---

<sup>1</sup> Global Trends: Forced Displacement in 2015 [online]. 2016 [cit. 2017-11-15]. Dostupné z: <http://www.unhcr.org/statistics/unhcrstats/576408cd7/unhcr-global-trends-2015.html>

<sup>2</sup> tamtéž

Následně je téma prozkoumáno z hlediska teorií spojených s mediální reprezentací reality a s přístupy, které se zabývají procesem formování zpravodajských obsahů. Prostor je věnován také principům stereotypizace, nastolování témat (agenda settingu), rámcování či gatekeepingu. Vždy je přitom kladen důraz na uplatnění zmíněných teorií v oblasti vizuální komunikace.

Text poté plynule přechází k prostudování praktických aspektů vizuální reprezentace v médiích, vymezuje oblast fotožurnalistiky i její proměny s nástupem digitálních technologií. Věnuje se však i redakčním rutinám, které práci s fotografií provází. Teoretické vymezení studovaného tématu následně prohlubuje analytická část. Prostřednictvím obrazové obsahové analýzy je prozkoumán stanovený vzorek fotografické produkce vybraných českých online médií, která v počátcích uprchlické krize sloužila k její vizuální reprezentaci. Praktickou část zakončují rozhovory s pracovníky těchto médií.

Cílem diplomové práce je poskytnout ucelený pohled na jeden z významných aspektů mediálního pokrývání uprchlické krize, tedy její vizuální reprezentaci. Zaměřuje se přitom na oblast online médií a její specifika. Současně text vymezené téma ukotvuje v širším společenském a politickém kontextu, seznamuje s jeho hlavními charakteristikami a poskytuje východiska pro další zkoumání dané problematiky.

#### *Poznámka ke změnám ve vztahu k tezím*

Při zpracování diplomové práce došlo k některým dílčím změnám ve vztahu k předem stanoveným tezím. Předně byla významně rozšířena a obohacena teoretická část textu. K první části přibyla kapitola věnující se odrazu uprchlické krize v české společnosti a politice. Dále přibyla vymezení některých klíčových konceptů, které se soustředí na oblast reprezentace reality v médiích. Po prozkoumání analyzovaného materiálu byly provedeny změny také v praktické části práce. Vzhledem k intenzitě produkce online médií a vývoji zkoumaného fenoménu bylo studované období upraveno na dva měsíce (květen a červen roku 2015). V této době se z uprchlické krize v Česku stávalo celospolečenské téma. Došlo také ke změně charakteru rozhovorů s editory. Jako vhodnější nástroj

k prozkoumání přístupu k práci s fotografiemi v rámci jednotlivých médií byla zvolena metoda polostrukturovaného rozhovoru místo rozhovoru hloubkového. Kromě toho byla struktura práce rozšířena o segment věnující se fotožurnalistice. Veškeré provedené změny vycházely z hlubšího poznání zkoumaného tématu a byly provedeny s cílem diplomovou práci zkvalitnit.

# 1. Migrace a uprchlictví

## 1.1 Vymezení základní terminologie

Pro přehlednější a srozumitelnější přístup k tématům spojených s Evropskou migrační krizí, jež se okolo roku 2015 stala jedním ze středobodů politických debat i diskuzí v širší veřejné sféře, je nejprve třeba definovat některé z pojmů, které jsou s danou problematikou spjaty. Jedním z prvních problémů, s nimiž se můžeme setkat je nejasná terminologie samotného studovaného fenoménu. Média, odborná veřejnost i politické a sociálně-právní instituce jej označují jako „migrační krizi“ i jako „uprchlickou krizi.“ Oběma termíny přitom míní totéž a užívají je synonymně. Následující text tedy v souladu se zavedeným označováním operuje s oběma termíny jako se synonymy. Je však nutné podotknout, že mezi pojmy „migrace“ (případně „migrant“) a „uprchlictví“ (případně „uprchlík“) je zásadní významový rozdíl, který s sebou nese různé konsekvence.

### Migrace

Při snaze vymezit, co je migrace a jaká má specifika, se nesetkáváme s jedinou univerzální a komplexní definicí. Lze však vycházet z několika více či méně specifických formulací. Například české ministerstvo vnitra ji chápe jako „přesun jednotlivců i skupin v prostoru, který je spolu s porodností a úmrtností klíčovým prvkem v procesu populačního vývoje a výrazně ovlivňuje společenské a kulturní změny obyvatel na všech úrovních.“<sup>3</sup> Velmi širokou definici termínu migrace nabízí Mezinárodní organizace pro migraci (IOM), podle které jde o pohyb osoby či skupiny lidí napříč mezinárodní hranicí či uvnitř jediného státu. Podle organizace jde o „přesun lidí bez ohledu na jeho délku, podobu a příčiny. A to včetně migrace uprchlíků, přemístěných osob, ekonomických migrantů a lidí stěhujících se z jiných důvodů – například za účelem sloučení rodiny.“<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Terminologický slovník [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/terminologicky-slovník.aspx>

<sup>4</sup> Key Migration Terms [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z: <https://www.iom.int/key-migration-terms>

## Migrant

Organizace spojených národů (dále jen OSN) považuje migranty za osoby pobývající mimo zemi svého původu po delší dobu než jeden rok. Nezabývá se ale důvody, kvůli kterým lidé svou zemi původu opustili. Jako migranty označuje i sezónní pracovníky.<sup>5</sup> Úřad vysokého komisaře pro uprchlíky dále specifikuje migranty jako osoby, které se rozhodly k přestěhování – nikoliv kvůli přímému ohrožení perzekucemi či smrtí, ale především kvůli snaze o zlepšení kvality svého života, ať už vyhledáním pracovních příležitostí, vzdělání či spojení s rodinnými příslušníky. Na rozdíl od uprchlíků, kteří se nemohou bezpečně vrátit domů, migrantům je v případě opětovného návratu do vlasti garantována ochrana ze strany místní vlády.<sup>6</sup>

## Uprchlík

Uprchlíci jsou z pohledu práva zvláštní skupinou osob, která je přesně definována. Z této definice je jim také garantována mezinárodní ochrana. Tuto ochranu upravují zejména dvě základní listiny – Úmluva o právním postavení uprchlíků, kterou mezinárodní společenství formulovalo v roce 1951, a Protokolem týkajícím se právního postavení uprchlíků z roku 1967. Uprchlíkem je podle nich osoba, která se nachází „*mimo svou vlast a má oprávněné obavy před pronásledováním z důvodů rasových, náboženských, národnostních nebo z důvodů příslušnosti k určitým společenským vrstvám nebo i zastávání určitých politických názorů, je neschopna přijmout, nebo vzhledem ke shora uvedeným obavám, odmítá ochranu své vlasti (...)*”<sup>7</sup> Zásady stanovené mezinárodní právní ochranou uprchlíků vznikly na pomoc lidem v obzvláště tíživé situaci, kteří se nemohou spolehnout na ochranu ze strany svého státu.

## Azyl

Azyl v českém prostředí chápeme jako ochranný pobyt, který stát poskytuje státnímu příslušníkovi třetí země nebo osobě bez státní příslušnosti v souvislosti s jejím

---

<sup>5</sup> Základní terminologie k problematice migrace a uprchlictví. [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z: [https://www.amnesty.cz/migrace/terminologie?utm\\_source=cpc&gclid=CjwKCAiAhMLSBRBJEiwAIFrsTli5P](https://www.amnesty.cz/migrace/terminologie?utm_source=cpc&gclid=CjwKCAiAhMLSBRBJEiwAIFrsTli5P)

<sup>6</sup> UNHCR viewpoint: ‘Refugee’ or ‘migrant’ – Which is right? [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z: <http://www.unhcr.org/news/latest/2016/7/55df0e556/unhcr-viewpoint-refugee-migrant-right.html>

<sup>7</sup> Úmluva o právním postavení uprchlíků [online]. [cit. 2017-12-16]. Dostupné z: <http://www.osn.cz/wp-content/uploads/2015/03/uprchlici.pdf>

pronásledováním, a to zpravidla z politických důvodů.<sup>8</sup> Azyl může být v České republice odepřen tomu, kdo jednal v rozporu se základními lidskými právy a svobodami.<sup>9</sup>

### **Azylant**

Cizinec, kterému je v Česku přiřazen status uprchlíka, má právo zde pobývat a je označován jako azylant.<sup>10</sup> Jednotlivé aspekty jeho pobytu zde jsou přitom ošetřeny především Zákonem o azylu. Ten stanovuje důvody k jeho udělení, kterými jsou například pronásledování za uplatňování politických práv a svobod z důvodu rasy, pohlaví, náboženství, národnosti, příslušnosti k určité sociální skupině nebo pro zastávání určitých politických názorů ve státě, jehož občanství žadatel o azyl má, nebo ve státě jeho posledního trvalého bydliště. Dalším důvodem udělení mezinárodní ochrany je sloučení s rodinným příslušníkem (manželem, nezletilým dítětem nebo v případě nezletilého dítěte s rodičem), kterému již byl azyl udělen. Dalším předpokladem mohou být i takzvané humanitární důvody. Na humanitární azyl se však nevztahuje právní nárok a je čistě na uvážení ministerstva vnitra, komu jej udělí a z jakých důvodů.<sup>11</sup>

### **Doplňková ochrana**

Jde o nižší formu mezinárodní ochrany, jež se uděluje cizincům, kteří sice nesplňují podmínky pro udělení azylu, ale prokázali, že by jim v případě návratu do vlasti hrozilo nebezpečí (trest smrti, mučení nebo nelidské či ponižující zacházení). Uděluje se i v případě, že by vycestování osob bylo v rozporu s mezinárodními závazky České republiky. Doplnková ochrana je udělována na dobu určitou (většinou jeden rok). Poté je přezkoumáváno, zda trvají důvody, pro které byla udělena. V případě, že důvody netrvají, končí platnost mezinárodní ochrany a daná osoba se musí vrátit zpět do vlasti.<sup>12</sup>

### **Dublnský systém**

Dublnský systém je mechanismem, pomocí kterého je v rámci členských států

---

<sup>8</sup> Terminologický slovník [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z:

<http://www.mvcr.cz/clanek/terminologicky-slovník.aspx>

<sup>9</sup> Azyl a uprchlictví [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z: <https://www.epravo.cz/top/clanky/azyl-a-uprchlictvi-16414.html>

<sup>10</sup> Terminologický slovník [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z:

<http://www.mvcr.cz/clanek/terminologicky-slovník.aspx>

<sup>11</sup> Základní terminologie k problematice migrace a uprchlictví [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z: <https://goo.gl/NHvao3>

<sup>12</sup> Terminologický slovník [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z:

<http://www.mvcr.cz/clanek/terminologicky-slovník.aspx>

Evropské unie, Norska, Islandu, Lichtenštejska a Švýcarska určován jediný stát, který se bude zabývat žádostí cizince o mezinárodní ochranu, a také ve věci rozhodne. Cílem je eliminovat jev zvaný „*asylum shopping*“, kdy je řízení o žádosti cizince vedeno současně nebo postupně několika členskými státy EU.<sup>13</sup>

## **UNHCR**

Úřad vysokého komisaře OSN pro uprchlíky (UNHCR) vznikl po 2. světové válce, aby pomáhal evropským uprchlíkům, které ozbrojený konflikt vyhnal z jejich domovů. Organizaci zřízené 14. prosince 1950 byl původně svěřen tříletý mandát, aby dokončila svou práci, poté měla zaniknout. Problém uprchlictví ovšem nevyzidel, a tak instituce funguje nadále.<sup>14</sup> Věnuje se přitom nejen uprchlíkům, ale všem lidem, kteří žádají o azyl, osobám bez státní příslušnosti i lidem takzvaně vnitřně přesídleným (k jejichž nucenému opuštění domova došlo v rámci jediného státu). Zasazuje se o dodržování mezinárodních dohod o ochraně uprchlíků, monitoruje situaci i vývoj uprchlictví a zajišťuje lékařskou a sociální péči.<sup>15</sup>

## **Frontex**

Frontex (Evropská agentura pro pohraniční a pobřežní stráž) je organizací, která od roku 2004 pomáhá státům EU a zemím přidruženým k Schengenu se správou vnějších hranic. Přispívá rovněž k harmonizaci hraničních kontrol v celé Evropské unii. Agentura zprostředkovává spolupráci mezi pohraničními orgány jednotlivých zemí EU a poskytuje také technickou podporu a odborné znalosti. Agentura sídlí ve Varšavě a mezi její konkrétní úkoly patří analýza rizik, pozemní, námořní či vzdušné operace a navracení migrantů. Frontex nicméně nedisponuje vlastním vybavením a pohraniční stráží, působí spíše jako koordinátor. Při operacích tak spoléhá na jednotlivé státy Evropské unie, které jí dané prostředky poskytují. Posláním Frontex je zejména rozvíjet a sdílet osvědčené postupy mezi pohraničními státy EU a zeměmi přidruženými k Schengenu.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Dublinský systém [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/dublinsky-system.aspx>

<sup>14</sup> Historie UNHCR: Celosvětová humanitární organizace se skromným původem [online]. [cit. 2017-12-16]. Dostupné z: <http://www.unhcr.org/cz/234-czo-nashistorie-unhcr-html.html>

<sup>15</sup> The UN Refugee Agency: About us [online]. [cit. 2017-11-16]. Dostupné z: <http://www.unhcr.org/about-us.html>

<sup>16</sup> Evropská agentura pro pohraniční a pobřežní stráž (Frontex) [online]. [cit. 2017-12-16]. Dostupné z: [https://europa.eu/european-union/about-eu/agencies/frontex\\_cs](https://europa.eu/european-union/about-eu/agencies/frontex_cs)

## Migrační politika

Účelem migrační politiky je přímá i nepřímá regulace pohybu lidí přes mezinárodní hranice. Jde v podstatě o pravidla, která upravují jejich pobyt na území států, které nejsou jejich vlastní. Migrační politika má ve svém důsledku regulovat legální migraci, a naopak zabránit migraci nelegální. Mezi její nástroje patří vydávání víz a pasů, udělování azylu či ostraha hranic.<sup>17</sup>

### 1.2 Evropa a migrace – moderní dějiny

Dějiny Evropy byly doslova formovány migrací, která v souvislosti s ekonomickým rozvojem, válečnými konflikty či demografickými změnami pravidelně měnila svůj charakter. Ve spojitosti s tím se proměňovala také migrační politika jednotlivých evropských zemí, postoj obyvatel k nově příchozím i přístupy k jejich integraci do společnosti. Ačkoliv se tato odborná práce zabývá fenoménem současné migrační krize, nelze při zpracování tématu opomenout moderní vývoj evropské azylové politiky a unijní legislativy, která danou problematiku ošetřuje a je pro pochopení dnešního přístupu k migraci klíčová.

Společný postup v těchto otázkách se na kontinentu začal budovat ještě před vznikem Evropské unie, a to zejména ve druhé polovině minulého století. Významným milníkem bylo například podepsání **Schengenské dohody** v roce 1985 (nejdříve pouze mezi zeměmi Beneluxu, Francií a Německem) či přijetí **Jednotného evropského aktu**. Oba dokumenty byly základní platformou pro budování společného evropského trhu a volného pohybu lidí. Především uzavření Schengenské dohody znamenalo pro dosavadní pojetí migrační politiky v Evropě výraznou změnu. Jednotlivé země do té doby ponechávaly otázky ochrany vlastních hranic, azylu i uprchlictví zcela ve své kompetenci. Postupně však mezi státy došlo k rušení vnitřních hranic a převedení souvisejících témat na nadnárodní úroveň.<sup>18</sup> Další významnou iniciativou byl vznik **Dublinkého systému** v roce

---

<sup>17</sup> BARŠOVÁ, Andrea a Pavel BARŠA. *Přistěhovalectví a liberální stát: imigrační a integrační politiky v USA, západní Evropě a Česku*. Brno: Masarykova univerzita, Mezinárodní politologický ústav, 2005. ISBN 80-210-3875-6, s.6

<sup>18</sup> KOMÍNKOVÁ, Magda. Jak se vyvíjela azylová politika EU před migrační krizí. [online]. 2016 [cit. 2017-12-20]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/9260/27321/clanek/jak-se-vyvijela-azylova-politika-eu-pred-migracni-krizi/>



1990. Jeho vytvoření podnítl zvyšující se počet žadatelů o azyl, ale i samotná existence evropského prostoru bez vnitřních hranic, která si žádala ukotvení pravidel stanovujících příslušnost států k jednotlivým žádostem. Úmluva o vzniku Dublinského systému vstoupila v platnost v roce 1997.<sup>19</sup>

Mezitím však začal zcela novou kapitolu v dějinách evropské integrace jiný významný dokument. **Maastrichtská smlouva** (někdy též označovaná jako Smlouva o Evropské unii) podepsaná v roce 1992, která de facto posunula evropský integrační proces na vyšší úroveň a položila základy spolupráce v rámci Evropské unie. Kooperaci členských zemí dokument rozšířil o nové oblasti a vzniklou strukturu definoval ve třech pilířích. Záležitosti spojené s migrační a azylovou politikou ošetřovala Maastrichtská smlouva především v rámci třetího pilíře – měly být projednávány mezivládně a samotná EU do nich směla zasahovat pouze minimálně. Nastavená pravidla spolupráce nicméně nevyhovovala všem členským státům. V novém ustavujícím dokumentu, takzvané **Amsterodamské smlouvě** (podepsané v roce 1997), se proto otázky azylu přesunuly do prvního pilíře. Evropská unie tak v této oblasti získala mnohonásobně větší kompetence a začala naplno rozvíjet koncept společného azylového systému (CEAS).<sup>20</sup> Otázky azylu a migrace však ani touto smlouvou nebyly zcela vyřešeny. V roce 1999 proto zasedala **Evropská rada v Tampere**, kde zástupci členských států jednali o vytvoření společného prostoru, ve kterém by pro žadatele o azyl platily stejné svobody a zásady bezpečnosti i práva. Předmětem diskuzí byly i podmínky společného azylového řízení a cíl zajistit všem azylantům stejné zacházení.<sup>21</sup>

Pomoci v tomto smyslu měly i další instituce. Jmenovat lze například Evropský policejní úřad **EUROPOL** napomáhající v boji proti nelegální migraci, **informační síť ICONet** sloužící k výměně dat či **informační systém EURODAC**, který vznikl v roce 2001 za účelem uplatňování Dublinské úmluvy. Jeho hlavním úkolem je porovnávat otisky prstů žadatelů o azyl s otisky ilegálních přistěhovalců. Za účelem posílení ochrany vnější

---

<sup>19</sup> Migrace – historický přehled [online]. [cit. 2017-12-20]. Dostupné z: [https://ec.europa.eu/czech-republic/news/migrace/migrace\\_historicky\\_prehled\\_cs](https://ec.europa.eu/czech-republic/news/migrace/migrace_historicky_prehled_cs)

<sup>20</sup> Maastrichtská smlouva a Amsterodamská smlouva [online]. [cit. 2017-01-02]. Dostupné z: [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/cs/displayFtu.html?ftuld=FTU\\_1.1.3.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/cs/displayFtu.html?ftuld=FTU_1.1.3.html)

<sup>21</sup> KOMÍNKOVÁ, Magda. Jak se vyvíjela azylová politika EU před migrační krizí [online]. 2016 [cit. 2017-12-20]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/9260/27321/clanek/jak-se-vyvijela-azylova-politika-eu-pred-migracni-krizi/>

hranice Schengenu vznikla také evropská agentura **Frontex**.<sup>22</sup>

Pokračovala však i jednání o společném azylovém řízení a s ním spojených otázkách. Na schůzi v Tampere navázal summit v nizozemském Haagu, který se konal v listopadu 2004. Priority takzvaného **Haagského programu** z části odrážely situaci na globální i evropské politické scéně po teroristickém útoku 11. září 2001 a útoku v Madridu z března 2004. Zástupci jednotlivých zemí tak řešili nejen otázky svobod a práva, ale i bezpečnosti a boje proti terorismu. Program se zabýval justiční a policejní kooperací, řešil ale i témata ekonomické migrace. Haagský program deklaroval, že členským státům EU zůstává právo rozhodovat o počtu pracovních migrantů na svých územích. Stanovil také orientaci na partnerství s třetími zeměmi s důrazem na informovanost o legální migraci, ale i na rozvojovou a humanitární pomoc. Kromě toho byla v roce 2007 navržena revize stávající úpravy smlouvy vycházející z Dublinských dohod (Dublin II) a byla zformulována pravidla Dublinu III.<sup>23</sup>

Mimo tyto dokumenty hrála při formování evropského přístupu k azylu významnou roli také **Lisabonská smlouva** vytvořená v roce 2007. Tento dokument rozšířil pravomoci EU v dané oblasti a konkrétněji definoval prvky společného azylového systému. Tomu se následně ještě zevrubněji věnoval takzvaný **Stockholmský program**. Iniciativa, která pro období mezi lety 2010 a 2014 nahradila předchozí plán zformovaný v Haagu. Stockholmský program zdůrazňoval význam boje proti organizovanému zločinu a stanovil cíl vytvořit plnohodnotně fungující jednotný azylový systém do roku 2012. Na jeho podobě však dodnes nepanuje v rámci EU shoda, do rozvoje navíc citelně zasáhla právě migrační krize, které se věnuje následující text. Objevily se také návrhy, jak azylový systém celkově přenastavit.<sup>24</sup>

*„Od roku 2015 přichází do Evropy statisíce lidí prchajících před válkou nebo pronásledováním. Náš společný azylový systém nebyl ovšem stavěn na takový nápor žadatelů o azyl. Proto je v rámci řešení uprchlické krize pro Evropskou unii prioritou ho*

---

<sup>22</sup> Migrace – historický přehled [online]. [cit. 2017-12-20]. Dostupné z: [https://ec.europa.eu/czech-republic/news/migrace/migrace\\_historicky\\_prehled\\_cs](https://ec.europa.eu/czech-republic/news/migrace/migrace_historicky_prehled_cs)

<sup>23</sup> tamtéž

<sup>24</sup> KOMÍNKOVÁ, Magda. Jak se vyvíjela azylová politika EU před migrační krizí [online]. 2016 [cit. 2017-12-20]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/9260/27321/clanek/jak-se-vyvijela-azylova-politika-eu-pred-migracni-krizi/>

*reformovat tak, aby všechny členské země přijaly odpovědnost,*<sup>25</sup> uvádí ve své tiskové zprávě Evropský parlament. V dubnu 2016 Evropská komise navrhla, aby se jednotlivé členské státy EU „*spravedlivým mechanismem dělily o odpovědnost za uprchlíky, přičemž by se mělo zohlednit jejich bohatství a populace.*“<sup>26</sup>

## 1.3 Evropská migrační krize

### 1.3.1 Příčiny

Kořeny Evropské migrační krize nelze hledat pouze v jediné události či politickém rozhodnutí. Odborníci obvykle hovoří o několika faktorech, které se na jejím vzniku podílely. Podobně nelze počátek krize přesně časově vymezit, jde spíše o souběh událostí, které eskalovaly v roce 2015. Počet nelegálních přechodů do Evropské unie se však začal dramaticky zvyšovat již o několik let dříve. Dosavadní migrační trendy tehdy změnil zejména politické otřesy na Blízkém východě a v Africe. V reakci na řadu revolucí v arabských zemích, které známe také pod názvem Arabské jaro, k břehům italského ostrova Lampedusa začaly připlouvat tisíce Tunisánů, které později doplnili obyvatelé dalších (zejména subsaharských) zemí. Mnozí z nich přitom doposud přebývali například v Libyi, kterou se po svržení vlády Muammara Kaddáfího a v nastalé nejisté politické situaci rozhodli opustit.<sup>27</sup>

Nebyla to však pouze tato oblast, ze které lidé odcházeli. Jak připomíná UNHCR, v roce 2015 bylo na světě přibližně 60 milionů lidí, kteří museli opustit své domovy. Nejčastěji z důvodu probíhajících válečných konfliktů, občanských válek, perzekucí či kvůli klimatickým změnám.<sup>28</sup> Významnou část z tohoto celkového počtu (přes 5 milionů osob) přitom tvořili Syřané prchající před občanskou válkou, která se v jejich zemi

---

<sup>25</sup> Jak zlepšit společný evropský azylový systém [online]. 2017 [cit. 2017-12-20]. Dostupné z: <http://www.europarl.europa.eu/news/cs/headlines/society/20170627STO78418/jak-zlepsit-spolecny-evropsky-azylovy-system>

<sup>26</sup> tamtéž

<sup>27</sup> PARK, J. Europe's migration Crisis [online]. 2015 [cit. 2017-12-20]. Dostupné z: [https://www.pravo.unizg.hr/\\_download/repository/semiunar\\_migrants.docx](https://www.pravo.unizg.hr/_download/repository/semiunar_migrants.docx)

<sup>28</sup> METCALFE-HOUGH, Victoria. The migration crisis? Facts, challenges and possible solutions [online]. 2015 [cit. 2018-01-02]. Dostupné z: <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/9913.pdf>

rozpoutala v roce 2011.<sup>29</sup> Mezinárodní organizace pro migraci (IOM) odhaduje, že se za prvních devět měsíců roku 2015 přes moře do Evropy dostalo 464 tisíc migrantů a uprchlíků. Syřané přitom tvořili nejpočetnější skupinu (39 %). Před konflikty ale prchali i Afghánci, kteří podle IOM v daném období tvořili 11 procent z příchozích osob, následováni Eritrejci, které z domovů nejčastěji vyháněl místní represivní režim. Špatná bezpečnostní a politická situace, ekonomické strádání, působení teroristických organizací jako je Boko Haram či takzvaný Islámský stát, hlad a chudoba přiměly k migraci také mnoho Iráčanů, Nigerijců, Pákistánců, Somálců a Súdánců.<sup>30</sup>

Pro mnoho uprchlíků z Blízkého východu a dalších oblastí bylo však velmi obtížné integrovat se či alespoň získat bezpečný azyl v sousedních zemích. To je také jedním z důvodů, proč mnozí z nich vyhledali azyl v Evropě – v zemích, které jim dle mezinárodní úmluvy o právech uprchlíka garantují ochranu.<sup>31</sup> Příkladem jsou i již zmiňovaní syrští uprchlíci. Dočasnými domovy se pro více než milion z nich stal například Libanon, čtyřmiliónový stát na východ od válkou zmítané Sýrie, Turecko (kam se odebralo dokonce přes tři milióny Syřanů) či Jordánsko<sup>32</sup>. Tyto země však velké množství příchozích doslova zahltilo. Některé proto začaly své hranice uzavírat, zavedly pobytové restriktce či imigrantům zakázaly vstup na pracovní trh. Například Turecko syrským utečencům negarantuje právo získat práci, protože se samo potýká s vyšší mírou nezaměstnanosti.

Důsledkem je napětí mezi uprchlíky a místními obyvateli. Ti kritizují například to, že jsou načerno zaměstnávání Syřané ochotní pracovat za nižší mzdy než Turci. Snižují tak podle nich cenu práce v zemi. Sociální problémy způsobené vysokým počtem příchozích uprchlíků a migrantů tak tureckou vládu přiměly jednat například o vyšší ochraně hranic.<sup>33</sup> Problémy přitom narůstají společně s prodlužující se válkou v Sýrii. Čím více se syrský konflikt prohlubuje, tím více lidí rezignuje na ideu brzkého návratu do vlasti a přemýšlí o

---

<sup>29</sup> 10 Otázek a odpovědí – Migrační krize [online]. [cit. 2018-01-02]. Dostupné z:

<https://www.amnesty.cz/migrace/migrace-myty-a-fakta>

<sup>30</sup> PARK, J. Europe's migration Crisis [online]. 2015 [cit. 2018-01-02]. Dostupné z:

[https://www.pravo.unizg.hr/\\_download/repository/semiunar\\_migrants.docx](https://www.pravo.unizg.hr/_download/repository/semiunar_migrants.docx)

<sup>31</sup> METCALFE-HOUGH, Victoria. The migration crisis? Facts, challenges and possible solutions [online]. 2015 [cit. 2018-01-02]. Dostupné z: <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/9913.pdf>

<sup>32</sup> UNHCR. Syria Regional Refugee Response [online]. [cit. 2018-01-02]. Dostupné z:

<http://data.unhcr.org/syrianrefugees/country.php?id=224>

<sup>33</sup> METCALFE-HOUGH, Victoria. The migration crisis? Facts, challenges and possible solutions [online]. 2015 [cit. 2018-01-02]. Dostupné z: <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/9913.pdf>

vyhledání dlouhodobé sociální jistoty a zlepšení ekonomické situace.

### 1.3.2 Průběh

Jak již bylo zmíněno, z přibližně 60 milionů lidí, kteří byli v globálním měřítku v roce 2015 donuceni k upuštění domova, se jich více než milion rozhodl vyhledat útočiště v Evropě. Tisíce z nich následně při této cestě zahynuly, a to nejčastěji při snaze přeplout Středozemní moře.<sup>34</sup> Právě na oblast středomoří se i kvůli množícím se katastrofám zpočátku soustředila většina pozornosti médií, evropských politiků i mezinárodních organizací. Cesta, kterou k přesunu do Evropy začali uprchlíci a migranti využívat, se nazývá Středomořská migrační trasa. Její počátek leží na severoafrickém pobřeží odkud cesta pokračuje přes Středozemní moře do Itálie.<sup>35</sup> Z těchto míst následně lidé odchází do Německa, Rakouska, Francie a dalších evropských zemí. Jde přitom zejména o migranty a uprchlíky pocházející z afrických států.<sup>36</sup>

Zájem o putování přes Středozemní moře mezi lety 2014 a 2015 postupně opadal,<sup>37</sup> celkově se ale během léta roku 2015 počet příchozích osob do Evropy zdvojnásobil. Více lidí totiž začalo k cestě na kontinent využívat takzvanou Balkánskou trasu. Ta začíná v Turecku a pokračuje přes Egejské moře až do Řecka, odkud lidé putují oblastí Balkánu dále do Evropy. Určité změny do zavedené trasy přineslo postavení plotu na maďarských hranicích na podzim 2015. Plot však migraci nezastavil, pouze ji přesměroval na Chorvatsko a Slovinsko.<sup>38</sup> Celkem Balkánskou trasu v roce 2015 využilo 760 tisíc lidí, původem zejména z Afghánistánu, Sýrie, Iráku či Pákistánu.<sup>39</sup>

---

<sup>34</sup> Migrant crisis: Migration to Europe explained in seven charts [online]. [cit. 2018-01-02]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/world-europe-34131911>

<sup>35</sup> Migrační krize 2015: 894.000 uprchlíků a nejednotný postoj zemí EU [online]. [cit. 2016-04-05]. Dostupné z: <http://www.romea.cz/cz/zpravodajstvi/migracni-krize-2015-894-000-uprchliku-a-nejednotny-postoj-zemi-eu>

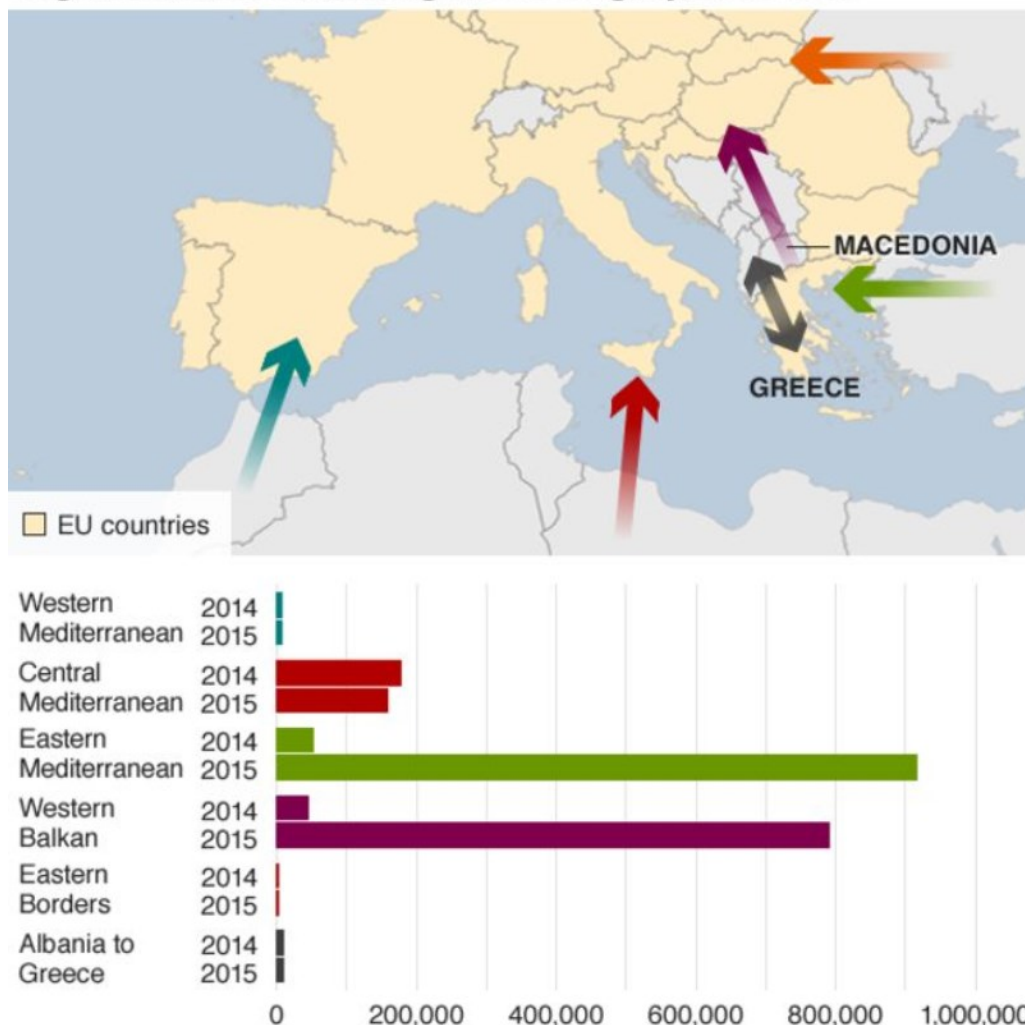
<sup>36</sup> Central Mediterranean Route [online]. [cit. 2016-12-20]. Dostupné z: <http://frontex.europa.eu/trends-and-routes/central-mediterranean-route/>

<sup>37</sup> tamtéž

<sup>38</sup> Migrační krize 2015: 894.000 uprchlíků a nejednotný postoj zemí EU. [online]. [cit. 2016-04-05]. Dostupné z: <http://www.romea.cz/cz/zpravodajstvi/migracni-krize-2015-894-000-uprchliku-a-nejednotny-postoj-zemi-eu>

<sup>39</sup> Western Balkan Route. [online]. [cit. 2016-04-05]. Dostupné z: <http://frontex.europa.eu/trends-and-routes/western-balkan-route/>

### Migrants detected entering the EU illegally, 2014-2015



Obrázek 1: Mapa migračních tras, zdroj [bbc.com](http://bbc.com)

Ještě o rok dříve přitom celkově na evropský kontinent zamířilo „pouze“ 216 054 osob.<sup>40</sup> Nově příchozích ale rapidně přibývalo a situace si žádala řešení ze strany vedení Evropské unie. Ta vývoj oficiálně označila jako krizi 23. dubna 2015 – tehdy se představitelé unie v reakci na množící se tragické nehody ve Středozemním moři sešli na mimořádné schůzi, na které problém pojmenovali a jednali o jeho možných řešeních.<sup>41</sup>

Kromě humanitárních aspektů krize selhával v nejvíce exponovaných zemích i systém registrací žádostí o azyl dle pravidel Dublinských dohod.<sup>42</sup> Napětí vzrůstalo také na

<sup>40</sup> tamtéž

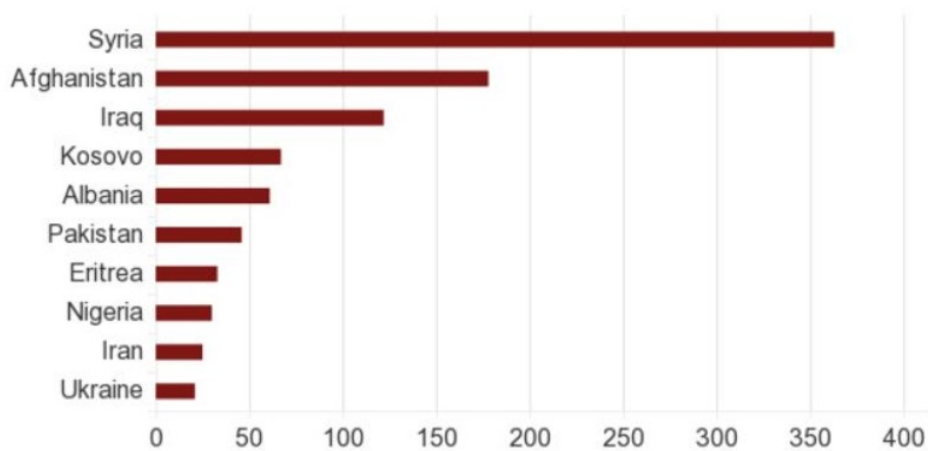
<sup>41</sup> Special meeting of the European Council, 23/04/2015. [online]. [cit. 2016-04-05]. Dostupné z: <http://www.consilium.europa.eu/en/meetings/european-council/2015/04/23/>

<sup>42</sup> Dublinský systém. [online]. 2017 [cit. 2018-01-02]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/dublinsky-system.aspx>

politické úrovni uvnitř Evropské unie, a to především kvůli už zmiňované nerovnoměrné zátěži, jež byla na jednotlivé členské státy vyvíjena. Největší problémy v tomto směru zaznamenaly zejména Itálie, Řecko, Švédsko či Německo. Naopak do střeoevropských států včetně České republiky či Slovenska přicházelo běženců o poznání méně (pro srovnání: o mezinárodní ochranu v Česku za rok 2015 požádalo 1 525 osob.<sup>43</sup> Německo v témže roce řešilo téměř půl milionu žádostí o azyl.<sup>44</sup>

### Top 10 origins of people applying for asylum in the EU

First-time applications in 2015, in thousands



Source: Eurostat

Obrázek 2: Počet žadatelů o azyl v EU v roce 2015

Toto nerovnoměrné zatížení států EU měl řešit systém povinných migračních kvót, podle kterých by byli uprchlíci a migranti jednotlivým členským zemím unie přiřazeni.<sup>45</sup> Ovšem prakticky ihned poté, co v dubnu 2015 Evropská komise navrhla zavedení tohoto systému, budilo téma u některých představitelů členských států velmi rozporuplné a odmítavé reakce. Zatímco země, do kterých proudilo nejvíce uprchlíků a migrantů, byly pro zavedení kvót, jiné je striktně odmítaly. Společný odmítavý postoj zastávaly zejména státy takzvané Visegrádské čtyřky, tedy Polsko, Česko, Maďarsko a Slovensko.<sup>46</sup>

<sup>43</sup> 10 Otázek a odpovědí – Migrační krize. [online]. [cit. 2018-01-02]. Dostupné z: <https://www.amnesty.cz/migrace/migrace-myty-a-fakta>

<sup>44</sup> Migrant crisis: Migration to Europe explained in seven charts. [online]. [cit. 2018-01-02]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/world-europe-34131911>

<sup>45</sup> Managing migration better in all aspects: A European Agenda on Migration. [online]. 2015 [cit. 2018-01-05]. Dostupné z: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-15-4956\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4956_en.htm)

<sup>46</sup> Many EU countries say “no” to immigration quotas. [online]. 2015 [cit. 2018-01-20]. Dostupné z: <https://www.euractiv.com/section/justice-home-affairs/news/many-eu-countries-say-no-to-immigration->

Podle prvního návrhu kvót mělo být mezi státy EU rozděleno okolo 40 tisíc běženců z Řecka a Itálie. Dalších 20 tisíc osob mělo být přesunuto z jordánských či kurdských uprchlických táborů.<sup>47</sup> Ještě v červnu 2015 ale byly kvóty při jednání Evropského parlamentu odmítnuty. Unijní státy mezi sebe následně měly uprchlíky přerozdělit na dobrovolné bázi. Ani tuto iniciativu se však nepodařilo uskutečnit. Stejně jako takzvanou druhou verzi uprchlických kvót. Ačkoliv byla přijata Radou EU, nepodařilo se ji naplnit. Slovensko a Maďarsko dokonce proti rozhodnutí podaly žalobu k Evropskému soudnímu dvoru (ten ji následně v září 2017 zamítl).<sup>48</sup>

Přestože plán počítal s přesunem až 160 tisíc lidí s nárokem na mezinárodní ochranu, unijní státy z Řecka a Itálie přijaly jen o něco více než 32 tisíc osob. Vláda tehdejšího českého premiéra Bohuslava Sobotky přitom dlouhodobě deklarovala, že se do programu kvót nemíní zapojit. Česko tak dohromady přijalo pouze 12 lidí. Žalobou následně reagovala Evropská komise – k soudnímu dvoru Evropské unie v lednu 2018 poslala nejen Česko, ale i Maďarsko a Polsko.<sup>49</sup>

---

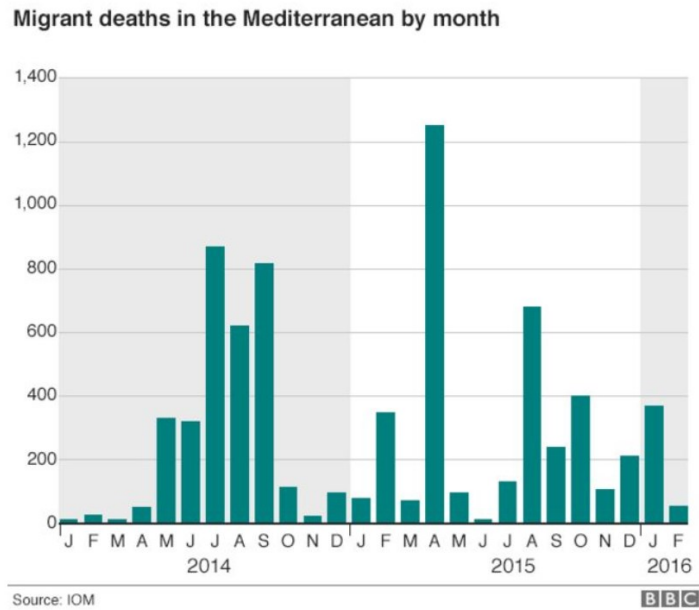
quotas

<sup>47</sup> First measures under the European Agenda on Migration: Questions and Answers. [online]. 2015 [cit. 2018-01-20]. Dostupné z: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-15-5038\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-15-5038_en.htm)

<sup>48</sup> RANKIN, Jennifer. EU court dismisses complaints by Hungary and Slovakia over refugee quotas [online]. 2017 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/world/2017/sep/06/eu-court-dismisses-complaints-by-hungary-and-slovakia-over-refugees>

<sup>49</sup> Za odmítání uprchlických kvót před evropský soud. Komise poslala žalobu na Česko, Maďarsko a Polsko [online]. 2018 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/uprchlici-kvoty-madarsko-polsko-cesko-evropsky-soud-komise\\_1801040928\\_sam](https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/uprchlici-kvoty-madarsko-polsko-cesko-evropsky-soud-komise_1801040928_sam)





Obrázek 3: Počty úmrtí uprchlíků a migrantů ve Středozemním moři, zdroj: IOM, BBC

Jak ale potvrdila Mezinárodní organizace pro migraci (IOM) a statistiky UNHCR, spíše než jednání o kvótách, byla pro vývoj krize zásadní migrační dohoda mezi EU a Tureckem z 18. března 2016.<sup>50</sup> Představitelé obou subjektů ji uzavřeli za účelem ukončení příchodů migrantů a uprchlíků, kteří právě Turecko využívali jako jednu z přestupních stanic při cestě do Evropy. Téměř ihned poté, co dohoda nabyla účinnosti, tedy 20. března 2016, došlo k uzavření Balkánské migrační trasy a ke snížení počtu příchozích.<sup>51</sup> Kromě zastavení proudu migrantů dohoda obsahovala i body zavazující k finanční podpoře pro Turecko ve výši 3 miliard eur, zabezpečení bezvízového přístupu Turků do Schengenu či oživení rozhovorů s Tureckem ohledně jeho vstupu do EU. Nejen kvůli těmto bodům se dohoda setkala s kritikou. Nesouhlas s ní vyjádřili i představitelé Evropského parlamentu, podle kterých při jejím vyjednávání nebyly dodrženy postupy předepsané právem EU. S protesty se připojily také humanitární a lidskoprávní organizace včetně UNHCR, podle kterých došlo k potlačení práv žadatelů o azyl.<sup>52</sup>

Oblastní ředitel Mezinárodního záchranného výboru v Řecku Panos Navrozidis například uvedl, že „dohoda hraje ruletu s osudy těch nejzranitelnějších. Pro ty, kteří to

<sup>50</sup> NOVÁK, Martin. Uprchlíká krize v Evropě skončila. Letos přijde čtvrtina uprchlíků z roku 2015, celosvětově 0,5 % [online]. 2017 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/letos-prijde-do-evropy-jen-ctvrt-milionu-uprchliku-ubyvaji/r~3a74701203e711e7b0800025900fea04/?redirected=1518612997>

<sup>51</sup> EK: Dohoda s Tureckem má rok po uzavření hmatatelné výsledky [online]. 2017 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/ek-dohoda-s-tureckem-ma-rok-po-uzavreni-hmatatelne-vysledky/1462461>

<sup>52</sup> tamtéž

*potřebují nejvíce, se vyhledání azylu v Evropě stalo zcela neproveditelné.*<sup>53</sup>

Počet běženců směřujících do Evropy se i nadále snižuje, do Německa jich během roku 2016 přišlo o dvě třetiny méně než o rok dříve. V kontextu celé EU se čísla pohybují okolo 370 tisíc lidí, což je oproti stavu z roku 2015 znatelný rozdíl. Trend přitom podle odhadů pokračoval i v roce 2017.<sup>54</sup> Osud Migrační dohody mezi EU a Tureckem je nicméně nejistý. Ankara v čele s prezidentem Erdoganem unii kritizuje za nedodržování smluvených závazků a opakovaně vyhrožuje vypovězením dohody.<sup>55</sup> Vztahy obou stran se zhoršily i v souvislosti s pokusem o puč v Turecku a následnými represemi v zemi, EU upozorňuje na nedodržování lidských práv a na posun turecké vlády k autoritářství.<sup>56</sup>

### **1.3.3 Reakce v české politice a společnosti**

Do České republiky v rámci migrační krize nadprůměrný počet uprchlíků a migrantů nepřišel, zemí také nevedla žádná z hlavních tranzitních tras.<sup>57</sup> V roce 2015 zde o mezinárodní ochranu požádalo 1 525 lidí a o rok později počet žadatelů klesl na 1 478 lidí – azyl republika udělila 148 žadatelům, přibližně dalším 300 byla udělena doplňková ochrana. Nejvíce žádostí přitom pocházelo od obyvatel Ukrajiny (přes 500 žádostí), Iráku (158 žádostí) a Kuby (85 žádostí), následovali žadatelé ze Sýrie, Vietnamu či Ruska. Tato čísla však nejsou v rámci novodobé historie Česka rekordní.<sup>58</sup>

Organizace Člověk v tísni například upozornila, že mnohem větší nápor žadatelů

---

<sup>53</sup>EU-Turkey deal makes seeking refuge in Europe “mission impossible” for most vulnerable. [online]. 2017 [cit. 2018-01-20]. Dostupné z: <https://www.rescue-uk.org/press-release/eu-turkey-deal-makes-seeking-refuge-europe-mission-impossible-most-vulnerable>

<sup>54</sup> Regional Refugee and Migrant Response Plan For Europe [online]. 2016 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: <http://www.unhcr.org/partners/donors/589497d07/2017-regional-refugee-migrant-response-plan-europe-january-december-2017.html>

<sup>55</sup> Erdogan opět hrozí neplněním migrační dohody, nezruší-li EU víza [online]. 2016 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: [https://www.denik.cz/ze\\_sveta/erdogan-opet-hrozi-neplnenim-migracni-dohody-nezrusi-li-eu-viza-20160808.html](https://www.denik.cz/ze_sveta/erdogan-opet-hrozi-neplnenim-migracni-dohody-nezrusi-li-eu-viza-20160808.html)

<sup>56</sup> Dění v Turecku je znepokojivé, kritizuje EU. Nepřijatelné, odpovídá Ankara [online]. 2016 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: [https://zpravy.idnes.cz/eu-turecko-kritika-omezovani-svobody-demokracie-f64-zahranicni.aspx?c=A161108\\_153535\\_zahranicni\\_ane](https://zpravy.idnes.cz/eu-turecko-kritika-omezovani-svobody-demokracie-f64-zahranicni.aspx?c=A161108_153535_zahranicni_ane)

<sup>57</sup> WITHNALL, Adam. EU migrant crisis: Map shows how road to Europe represents danger at every turn for refugee families [online]. 2015 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/eu-migrant-crisis-map-shows-how-road-to-europe-represents-danger-at-every-turn-for-desperate-10471125.html>

<sup>58</sup> Migrace v číslech [online]. 2017 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: <https://www.clovekvtisni.cz/co-delame/migrace-v-souvislostech/migracni-statistiky-4518gp>

zažila Česká republika v průběhu 90. let, kdy zde o azyl žádali občané bývalé Jugoslávie. Většina z těchto uprchlíků se po ukončení konfliktu v jejich domovině vrátila zpět. Nejvíce lidí pak v ČR vyhledávalo útočiště na přelomu let 2003 a 2004, šlo o téměř 16 tisíc lidí z Kavkazské oblasti, necelá 2 % z nich azyl získala. Od té doby však počet osob, které v Česku útočiště vyhledávají, klesá. Nic na tomto trendu nezměnila ani uprchlická krize.<sup>59</sup>

Navzdory tomuto faktu se však i v České republice migrační vlna změnila v rezonující téma s dopadem na politické dění i veřejné mínění. Krize a s ní spojené vymezování se vůči muslimům či Evropské unii se staly hlavní agendou nově vznikajících či déle existujících politických hnutí. Některá z nich lze přitom označit jako extremistická. Významnou roli v jejich formování a dalším fungování hrály mimo jiné i sociální sítě, které členové jednotlivých subjektů užívají ke vzájemné komunikaci a propagování protiimigračních postojů.<sup>60</sup> Jak vyplývá ze zprávy ministerstva vnitra, pracovala s protiimigrační a islamofobní agendou krajně pravicová i krajně levicová politická scéna. Ministerstvo však konstatuje, že tradiční pravicoví extremisté, jako například členové Dělnické strany sociální spravedlnosti, tímto tématem mnoho potenciálních příznivců neoslovili. „*Samotná DSSS a další tradiční pravicově extremistické subjekty z hlediska islamofobie promeškaly vhodný okamžik, navíc se na ní začaly profilovat v době, kdy už jejich potenciál byl do značné míry vyčerpán. Hlavní slovo v tomto tématu získala nová populistická uskupení akcentující směr nacionalismu a xenofobie.*“<sup>61</sup>

Nejvýznamnější formací byla v tomto ohledu iniciativa Islám v ČR nechceme (IVČRN), za jímž vznikem stál mimo jiné jihočeský entomolog Martin Konvička. Iniciativa vznikla už v roce 2009 na sociální síti Facebook, kde fungovala na bázi diskuzního fóra. Členové usilovali především o postavení islámu v Česku mimo zákon, a to včetně zákazu nošení burky na veřejnosti a dalších zvyklostí spojených s tímto náboženstvím. V roce 2014 se počet členů facebookové skupiny příznivců IVČRN dostal přes 100 tisíc. O rok později Facebook stránku krátkodobě zablokoval za podněcování nenávisti a šíření xenofobie – po přibližně půlročním opětovném fungování ji pak zablokoval definitivně. Martin Konvička však mezitím založil spolek Blok proti islámu,

---

<sup>59</sup> tamtéž

<sup>60</sup> Zpráva o extremismu na území České republiky 2015 [online]. 2016 [cit. 2017-11-15]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/extremismus-vyrocní-zpravy-o-extremismu-a-strategie-boje-proti-extremismu.aspx>

<sup>61</sup> tamtéž

který měl být podle jeho slov politickou nadstavbou IVČRN. Společně s ním v čele tohoto hnutí stanula také bývalá poslankyně ČSSD Jana Volfová či sociolog Petr Hampl. Hnutí organizovalo demonstrace a zúčastnilo se veřejných manifestací (na akci na pražském Albertově připomínající události 17. listopadu 1989 dokonce po boku Konvičky vystoupil i tehdejší prezident Miloš Zeman<sup>62</sup>) a dále šířilo protiislámskou agendu.

Konvičkova iniciativa navázala mimo jiné i spolupráci s politickou stranou Úsvit – Národní koalice, se kterou se ale následně rozešla kvůli údajným finančním sporům. Nakonec se uskupení koncem května 2016 rozpustilo a jeho předseda vytvořil nové hnutí, tentokrát s názvem Iniciativa Martina Konvičky. Později na sebe mediálně upozornil například akcí na pražském Staroměstském náměstí, kam se svými společníky vjel na velbloudu a s vojenským džípem. Podle Konvičky mělo jít o imitovanou islamistickou okupaci. Událost následně policie řešila jako šíření poplašné zprávy. Nebylo to přitom poprvé, kdy se Martin Konvička dostal do konfliktu s policií. Už v listopadu 2015 byl obviněn z podněcování nenávisti v souvislosti se svými komentáři na sociálních sítích.<sup>63</sup>

Migrace se nicméně řešila v rámci celého českého politického spektra. Na rozdíl od jiných témat se politické strany v Česku v názorech na migrační krizi většinou shodovaly. Odmítaly povinné kvóty na přerozdělování uprchlíků, chtěly posílit bezpečnost vnější hranice Schengenu a zdůrazňovaly potřebu řešit problémy přímo v zemích, odkud lidé do Evropy přicházejí.<sup>64</sup>

Migrace v roce 2015 také eskalovala napětí mezi prezidentem České republiky Milošem Zemanem a tehdejším sociálnědemokratickým premiérem Bohuslavem Sobotkou. Předseda vlády prezidenta kritizoval například za výše zmiňované vystoupení po boku Martina Konvičky. *„Nejvyšší ústavní činitel země, která má hlubokou humanistickou a demokratickou tradici, by neměl vystupovat na shromáždění xenofobní sekty, které bylo naplněno šířením intenzivní nenávisti,“* řekl v listopadu 2017 Sobotka.<sup>65</sup> Miloš Zeman

---

<sup>62</sup> Konvičku neznám, na Albertově jsem ho viděl poprvé, tvrdí Zeman [online]. 2015 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: [https://zpravy.idnes.cz/rozhovor-s-milosem-zemanem-konvicka-dvg-/domaci.aspx?c=A151125\\_180317\\_domaci\\_pku](https://zpravy.idnes.cz/rozhovor-s-milosem-zemanem-konvicka-dvg-/domaci.aspx?c=A151125_180317_domaci_pku)

<sup>63</sup> Konvička obviněn z podněcování k nenávisti [online]. 2015 [cit. 2018-05-11]. Dostupné z: [https://www.tyden.cz/rubriky/domaci/konvicka-obvinen-z-podnecovani-k-nenavisti\\_363450.html](https://www.tyden.cz/rubriky/domaci/konvicka-obvinen-z-podnecovani-k-nenavisti_363450.html)

<sup>64</sup> Migrace: Jaké plány mají po volbách politické strany? [online]. 2017 [cit. 2018-02-05]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/zpravy/434657-migrace-jake-plany-maji-po-volbach-politicke-strany/>

<sup>65</sup> Sobotka: Zeman by neměl vystupovat na akci xenofobní sekty [online]. 2015 [cit. 2018-02-05]. Dostupné

následně uvedl, že Bohuslav Sobotka svým postojem k uprchlické krizi ohrožuje bezpečnost České republiky. Reagoval tak na premiérova slova o tom, že nebezpečí představují teroristé, nikoliv uprchlíci. Podle Zemana je takový postoj pro ČR nebezpečný. „*Svou váhavostí, svou nerozhodností a řadou dalších zdánlivě smířlivých a zdánlivě humanistických gest, která podle mého názoru nedoceňují reálné nebezpečí, protože já na rozdíl od něj pokládám migrační krizi za organizovanou invazi,*“ řekl v listopadu 2015 prezident.<sup>66</sup>

Odhlédneme-li od politické reakce na uprchlickou krizi a zaměříme-li se na postoj obyvatel České republiky, můžeme pozorovat, že se veřejné mínění v závislosti na vývoji migrace do Evropy měnilo jen minimálně. Dle průzkumu agentury Median z října roku 2015 by utečence na evropské území nepustilo 70 % Čechů, 36 % pak zcela odmítlo, aby se tuzemské úřady o část uprchlíků postaraly, spíše proti bylo 28 % respondentů. Téměř polovina respondentů také uvedla, že odmítá evropské kvóty na přerozdělování uprchlíků.<sup>67</sup> Z podobného průzkumu, tentokrát sestaveném v říjnu 2017 Centrem pro výzkum veřejného mínění, vyplynulo, že 70 % Čechů nechce, aby vláda obyvatele ze zemí postižených válečnými konflikty přijímala. Proti migračním kvótám byly čtyři pětiny obyvatel.<sup>68</sup>

---

z: <http://zpravy.e15.cz/domaci/politika/sobotka-zeman-by-nemel-vystupovat-na-akci-xenofobni-sekty-1247614>

<sup>66</sup> Zeman: Zdánlivě humanistická gesta Sobotky ohrožují bezpečnost země [online]. 2015 [cit. 2018-02-05]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/domaci/politika/zeman-zdanlive-humanisticka-gesta-sobotky-ohrozuj-bezpecnost-zeme-1249393>

<sup>67</sup> Průzkum: Češi by nejraději zavřeli evropské hranice. S uprchlíky přitom umí být solidární [online]. 2015 [cit. 2018-02-05]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/1614072-pruzkum-cesi-nejradeji-zavreli-evropske-hranice-s-uprchliky-pritom-umi-byt-solidarni>

<sup>68</sup> Proti přijímání uprchlíků je téměř 70 procent Čechů, ukázal průzkum [online]. 2017 [cit. 2018-02-05]. Dostupné z: [https://zpravy.idnes.cz/pruzkum-cvmm-centrum-pro-vyzkum-verejneho-mineni-uprchlici-kvoty-1dy-/domaci.aspx?c=A171214\\_135057\\_domaci\\_mpl](https://zpravy.idnes.cz/pruzkum-cvmm-centrum-pro-vyzkum-verejneho-mineni-uprchlici-kvoty-1dy-/domaci.aspx?c=A171214_135057_domaci_mpl)

## 2 Reprezentace reality

Jak již bylo naznačeno v předchozí kapitole, uprchlická krize se v roce 2015 stala jedním z hlavních témat zpravodajské agendy českých i zahraničních médií. Pro pochopení, jakým způsobem se tato média podílela na formování představ svých recipientů o této události, je třeba zaměřit se na komplexní teoretický systém věnující se mediální reprezentaci reality a na samotnou roli médií ve společnosti. Právě těmito tématy se zabývají následující kapitoly. V některých aspektech se přitom v tomto směru soustřeďují zejména na rozbor vizuálních materiálů a jeho specifika.

Média a specifický typ sociální komunikace, na jejíž realizaci se podílejí, představují významnou podobu politického i kulturního života současných společností. Jejich základní funkci Köpplová a Jiráková vymezují zprostředkováním sdělení. Mezi komunikační média přitom můžeme zařadit i prostředky snažící se o záznam a přenos informací, ať už jde o obrazové materiály, písmo, tisk a nejrůznější prostředky mechanického, analogového či digitálního nahrávání.<sup>69</sup>

Především však média na základě daných pravidel podávají svědectví o světě, s nímž recipienti nemusí mít osobní zkušenost. *„Každé mediální sdělení se nějakým způsobem vztahuje k mimomediálním skutečnostem – jednak: využívá prvků ze smyslově vnímatelného světa, který nás fyzicky obklopuje a jednak prostřednictvím těchto prvků představuje svět soudů a představ a sociálních vztahů, v němž žijeme, využívá představy, které o tomto světě sdílíme s dalšími příslušníky naší společnosti.“*<sup>70</sup>

Právě vztah k dané společnosti je při zkoumání reprezentace uprchlické krize v kontextu českých médií klíčový, a to i s přihlédnutím k informacím uvedeným v následujících kapitolách. K mediálnímu sdělení je totiž třeba přistupovat jako k určité platformě, která je *„nositelem ideologie (tj. souboru idejí) platné v dané době a dané společnosti.“*<sup>71</sup> Znalost této ideologie, jež operuje v kontextu dané reality nám napomáhá k celkovému porozumění mediálním produktům a jejich podobě. Köpplová a Jiráková dále

---

<sup>69</sup> JIRÁK, Jan a BARBARA KÖPPOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-717-8697-7. s. 15-17

<sup>70</sup> tamtéž, s. 138

<sup>71</sup> tamtéž, s. 140

připomínají, že vztah mezi produkty a společnostmi není nahodilý a vyvíjí se v souladu s dynamikou sociálních vazeb a dějů. „*Mediální skutečnost*“ a „*skutečnost sociální*“ se neustále vytváří, potvrzují, opravují, vzájemně ovlivňují a doplňují. Vyrůstají přitom na kulturně i historicky definovaném podkladu a lze je označit jako sociálně určené konstrukce reality, jejichž podoba je do značné míry formována přeměnou konkrétních sdělení v příslušné abstraktní hodnoty, postoje a soudy. Jako reprezentaci skutečnosti přitom považujeme taková mediální sdělení, která odpovídají ideologiím dané společnosti.<sup>72</sup>

## 2.1 Média jako aktér reprezentace

V mediálním kontextu můžeme reprezentaci reality vnímat jako dva doplňující se jevy. První z nich je samotným předváděním určité podoby světa, jak ho známe a jsme schopni akceptovat skrze mediální produkty. Druhým je fakt, že jsou v tomto procesu abstraktním (ideologickým) pojmům přiřazovány konkrétní podoby.<sup>73</sup> O tomto vztahu hovoří i Croteau a Hoynes, kteří ideologii v kontextu mediální produkce označují jako systém významů. Ten pomáhá definovat a vysvětlovat svět, o němž vynáší hodnotové soudy. Představuje přitom nejen pohled na společnost tvarovanou médii, ale i způsoby, jimiž je formována. „*Když zkoumáme ideologii médií, nezajímáme se ani tolik o specifické obsahy v jednotlivých novinách, filmu nebo písni, ale o širší systém významů, jehož jsou součástí.*“<sup>74</sup>

Reprezentace však může mít vícero podob. Ve studii *Taking Popular Television Seriously* je rozdělil a popsal Richard Dyer. Ten rozlišením určitých specifik stanovil čtyři výklady tohoto termínu. Zajímal se například o podíl podavatele sdělení na celkovém procesu či roli příjemce na jeho interpretaci. Podle Dyera lze první podobu nazvat *re-reprezentací*. Odkazuje podle něj ke zvyklostem, které se při zobrazení světa užívají. Dále rozlišuje takzvanou *reprezentativnost* (čili typizaci). Tento výklad se zaměřuje na to, které re-reprezentace osob mediální produkce užívá k předvádění různých sociálních skupin. Připomíná například častou typizaci přistěhovalec z Asie coby obchodníka na tržišti. Třetí

---

<sup>72</sup> tamtéž, s. 140

<sup>73</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2.*, přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. s. 271

<sup>74</sup> CROTEAU, David. a William. HOYNES. *Media society: industries, images, and audiences.* 3rd ed. Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press, 2003. ISBN 07-619-8773-8. s. 159

kategorií jsou dle Dyera *postoje zastoupené v předvedení*. Popisuje je jako faktory ovlivňující finální reprezentaci. Upozorňuje například na témata spojená s genderem a jejich předvádění v souvislosti s převahou mužů ve vedeních mediálních organizací. Jako poslední aspekt Richard Dyer popisuje *postoje interpretovatelné v předvedení*, které pracují s dopadem reprezentace na příjemce sdělení a jejich představou o tom, co je jim touto cestou překládáno.<sup>75</sup>

Podle Michaela Pickeringa se reprezentace skládají ze slov a obrazů, které zastupují různé sociální skupiny a kategorie. Současně přitom poskytují prostor pro jejich popis i přemýšlení o jejich povaze. Stejně tak mohou ovlivnit, jak členové daných skupin vnímají sami sebe a jak prožívají okolní sociální svět. „*Reprezentace mají moc vybírat, upravovat a přiřazovat různé priority, postoje a myšlenky o lidech. Některé upřednostňují, drammatizují, idealizují nebo démonizují, zatímco ostatním přisuzují pouze okrajovou pozornost, ti mají v prezentaci jen malou aktivní roli či zúženou a negativní image.*“<sup>76</sup>

## 2.2 Reprezentace sociálních skupin

Kromě výše zmíněného můžeme v médiích pozorovat jistá specifika, zaměříme-li se na reprezentace lidí a sociálních skupin. Podle některých teorií média svým příjemcům doslova organizují chápání jednotlivých kategorií osob a také opatřují nástroje k takové kategorizaci. „*Tyto kategorie se stávají součástí myšlenkových procesů, jež slouží k posuzování lidí v reálném světě, stejně jako v médiích. Takové kategorie se někdy označují metaforickým výrazem kognitivní síta.*“<sup>77</sup> Podle Burtona a Jiráka je třeba tato síta zrekonstruovat z určitých elementů reprezentace, mezi které patří například fyzický zjev. Typizace však využívá i dalších nástrojů, jako je věk, etnikum či povolání. Roli nicméně hrají i samotná média a jejich povaha.<sup>78</sup>

Reprezentace sociálních skupin (a nejen jich) zprostředkovává svým příjemcům

---

<sup>75</sup> BURTON, Graeme. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. Studium (Barrister & Principal). ISBN 80-85947-67-6. s. 193-195

<sup>76</sup> PICKERING, Michael. *Stereotyping: the politics of representation*. New York: Palgrave, 2001. ISBN 0-333-77210-5. s. 3

<sup>77</sup> BURTON, Graeme. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. Studium (Barrister & Principal). ISBN 80-85947-67-6. s. 199

<sup>78</sup> tamtéž, 200



prostor pro vytvoření hodnotových soudů, což je ve výsledku součástí jejího významu. Zároveň způsob, jakým se média staví k reprezentaci určité skupiny lidí, vypovídá o kultuře, v níž působí, stejně jako o kultuře reprezentovaných osob. Při jejím zkoumání se musíme zaměřit nejen na použité výrazové prostředky, ale i na to, do jaké míry konstruuji reprezentativnost daného tématu. Ptáme se však i na to, proč je téma reprezentováno právě takovým způsobem či zda má někdo na takové reprezentaci zájem a co přesně reprezentace o tématu vypovídá.<sup>79</sup> Reprezentace je nicméně komplexní záležitostí. V případě, dotýká-li se zobrazování výrazně odlišných skupin lidí, zapojuje se do ní vícero faktorů – pocity, postoje a emoce.<sup>80</sup>

Croteau a Hoynes v této souvislosti připomínají nevyváženost mezi mediálními obsahy a „skutečným světem,“ který jimi není ve své komplexnosti reflektován. „Dopad médií přitom může hrát tím významnější roli, čím více se jejich obsah rozchází s realitou.“<sup>81</sup> Odborníci připomínají, že ačkoliv reprezentace není přesným odrazem reality, recipienti ji takto často vnímají. Reprezentace jsou přitom výsledkem procesů a selekcí, které způsobují, že jsou některé aspekty reality zvýrazněny a jiné potlačeny. V podstatě takto všechny reprezentace „re-prezentují“ sociální svět způsobem, který je neúplný a zúžený. Můžeme dokonce tvrdit, že se média obvykle ani nesnaží reálný svět zcela reflektovat. Autoři navíc dodávají, že samotný pojem „realita“ může být problematický. „V době, kdy sociologové učí o sociální konstrukci reality a postmodernisté zpochybňují samotnou existenci poznatelné reality, se koncept reálného světa může zdát jen jako jakýsi přežitý artefakt.“ Souhlasí přitom s perspektivou sociálních strukturalistů (viz dále), podle níž žádná reprezentace reality nemůže být zcela pravdivou a reálnou. A to právě z toho důvodu, že události a děje rámuje a vybírá, které komponenty mnohostranné reality zaznamená a které upozadí.<sup>82</sup>

### 2.3 Přístupy k reprezentaci reality

Reprezentaci reality se ve své knize *Representation: Cultural Representations and*

---

<sup>79</sup> BURTON, Graeme. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. Studium (Barrister & Principal). ISBN 80-85947-67-6. s. 201 a 205

<sup>80</sup> HALL, Stuart. *Representation: cultural representations and signifying practices*. Thousand Oaks, Calif.: Sage in association with the Open University, 1997. ISBN 07-619-5431-7. s. 226

<sup>81</sup> CROTEAU, David. a William. HOYNES. *Media society: industries, images, and audiences*. 3rd ed. Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press, 2003. ISBN 07-619-8773-8. s. 196

<sup>82</sup> tamtéž, s. 197

*Signifying Practices* věnuje teoretik kulturních studií, sociolog a představitel Birgminghamské školy Stuart Hall. Hall své úvahy začíná vymezením jazyka (language) coby média, ve kterém světě okolo nás přisuzujeme významy. Jazyk tak podle něj sám o sobě funguje jako reprezentační systém. „*V jazyce používáme znaky a symboly – ať už jsou jimi zvuky, napsaná slova, obrazy, noty nebo objekty – užíváme je, abychom ostatním zprostředkovali naše koncepty, nápady či pocity.*“<sup>83</sup> Dějům a věcem okolo nás dáváme význam tím, že je integrujeme do svého běžného života, zároveň je však dle Halla naplňujeme významem i tím, jak je reprezentujeme – slovy, kterými je popisujeme, příběhy, které o nich vyprávíme, obrazy, které produkujeme, emocemi, se kterými je spojujeme, způsoby, kterými je klasifikujeme i hodnotami, které jim přisuzujeme. Reprezentaci pak teoretik definuje jako produkci významů jednotlivých konceptů v naší mysli právě skrze jazyk. Je podle něj spojením mezi koncepty a jazykem, které nám umožňuje odkazovat buď k „*reálnému*“ světu objektů, lidí a událostí či imaginárnímu světu fiktivních objektů, lidí a událostí.<sup>84</sup>

Hall dále vymezuje tři přístupy ke zkoumání způsobu, kterým je jazyk užíván k reprezentaci světa. Hovoří o teorii *reflexivní, intencionální a konstruktivistické*. Reflexivní pojetí reprezentace reality předpokládá existenci pozitivní reality, přičemž význam spočívá v daném subjektu, osobnosti, myšlence či události v rámci reálného světa. Jazyk funguje jako zrcadlo, které tento význam odráží. Intencionální přístup naopak předkládá, že je to sám mluvčí či autor, kdo daným fenoménům ukládá svůj vlastní unikátní význam skrze jazyk. Slova tedy znamenají to, co autor chce, aby znamenala. Hall nicméně upozorňuje, že naše soukromé záměrné významy musí podléhat pravidlům, kódům a konvencím jazyka, aby jim mohlo být porozuměno a mohly být sdíleny. Pokud jde o konstruktivistický přístup, Hall tvrdí, že ani věci ani individuální uživatelé jazyka význam nestanovují. Naopak jej konstruujeme my sami coby příjemci – využitím konceptů a znaků. „*Význam nespočívá v objektu, osobě či věci, ani ve slově. Je konstruován systémem reprezentace. Jsme to my, kdo ho formuje.*“<sup>85</sup>

Konstruktivistický přístup reprezentují zejména dva nejvýznamnější modely, prvním

---

<sup>83</sup> HALL, Stuart. *Representation: cultural representations and signifying practices*. Thousand Oaks, Calif.: Sage in association with the Open University, 1997. ISBN 07-619-5431-7. s. 1

<sup>84</sup> tamtéž, s.3-19

<sup>85</sup> tamtéž, s. 21

je sémiotický, jenž byl ovlivněn zejména švýcarským lingvistou Ferdinandem de Saussurem, druhým je pak model diskurzivní, který je spojován s francouzským filozofem a historikem Michelelem Foucaultem. Sociologické základy konstruktivistického přístupu pak rozvíjeli zejména Thomas Luckmann a Peter L. Berger, podle kterých je sociální konstruování reality a vědění stále probíhajícím procesem. Význam přitom není něčím, co může být přesně určeno. Přirovnávají ho k „neustálému problikávání“ (*constant flickering*).<sup>86</sup> „Čtení textů (včetně těch vizuálních, jako jsou fotografie) je spíše stopováním tohoto blikání než počítáním korálek na náhrdelníku,“ dodávají.<sup>87</sup>

Berger s Luckmannem ve své knize Sociální konstrukce reality definují realitu jako „vlastnost náležící jevům, kterým přisuzujeme existenci nezávislou na naší vlastní vůli.“<sup>88</sup> Hovoří přitom o existenci množství realit, kterým je pouze jediná nadřazena (realita par excellence). Nemůže však existovat bez neustálé interakce a komunikace.<sup>89</sup> „Vztah mezi člověkem-tvůrcem a sociálním světem – jeho výtvořem je ve své podstatě dialektický. Člověk a jeho sociální svět vstupují do vzájemné interakce. Výtvoř zpětně ovlivňuje svého tvůrce.“<sup>90</sup>

## 2.4 Vizuální reprezentace

Jak zmiňuje Stuart Hall, jazykem, který k reprezentaci reality užíváme, mohou být i obrazové materiály. Výše uvedené teorie se tak na ně vztahují stejnou měrou, jako na ostatní formy mediální komunikace. Hall nicméně upozorňuje, že ve vizuálních materiálech neexistuje pouze jeden „správný“ význam. Postihnout a zafixovat jediný je však přesně to, o co se reprezentace snaží – vybírá jediný význam, který privileguje před ostatními. Proto, zabýváme-li se vizuální reprezentací, měli bychom si všimnout, který význam daný materiál preferuje a akcentuje. Hall také s odkazem na Rolanda Barthesa připomíná roli popisku či titulku, který se k obrazům často připojuje. V mnoha případech je to právě slovní doprovod, co z obrazu vybírá jediný význam, který příjemci sdělení

<sup>86</sup> LANGTON, Loup. *Photojournalism and today's news: creating visual reality*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2009. ISBN 978-1-4051-7897-6. s. 75

<sup>87</sup> EAGLETON, Terry. *Literary theory: an introduction*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2008. ISBN 9780816654475. s. 128

<sup>88</sup> BERGER, Peter L. a Thomas LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-859-5946-1. s. 9

<sup>89</sup> tamtéž, s. 27-29

<sup>90</sup> tamtéž, s. 64

prezentuje jako dominantní. Význam v takovém případě neleží čistě v obrazu samotném, ale ve spojení obrazu a textu. „*Dva diskurzy – diskurz psaného jazyka a diskurz fotografie tak produkují a význam ukotvují.*“<sup>91</sup> Hall nicméně připomíná, že sdělení může být každým příjemcem čteno jiným způsobem.

Sturkenová a Cartwrightová ve své publikaci *Vizuální kultura* obrazovou reprezentaci definují pomocí její funkce. Podle nich jde o koncept, který používá jazyk a obraz ke zprostředkování významu okolního světa. Slovem chápeme, popisujeme a definujeme, jak svět vnímáme – a podobně je tomu u vizuálních materiálů. Systémy reprezentace jsou takto využívány jak v malířství, kresbě či fotografii, tak ve filmu, televizi i digitálních médiích.<sup>92</sup>

Jak nicméně k problematice opět dodává Stuart Hall, obrazy můžeme „číst“ mnoha způsoby – v kontextu, proti sobě či ve spojení s jinými. Pokaždé přitom nabývají na významech. „*Jinými slovy, obrazové materiály ve své podstatě nenesou význam sami o sobě, nýbrž je akumulují, získávají je v porovnání jednoho s druhým. To vše napříč různými texty a médii.*“<sup>93</sup> Podle Halla se určité reprezentace, figury a praktiky v jednotlivých kulturách a v různých variacích neustále opakují. Akumulaci významů a vzájemné odkazování jeden k druhému, či jejich pozměňování vzhledem ke kontextu pak nazýváme intertextualitou.<sup>94</sup>

## 2.5 Stereotypizace

Pro mediovaná sdělení platí, že mohou vyjadřovat různé obecnější soudy, představy, hodnoty či předsudky, které existují v dané kultuře či společnosti. Právě takové ustálené hodnotící soudy můžeme označit jako stereotypy. Jiráček s Köpplovou je doslova pojmenovávají jako „*sociální mechanismy regulující vnímání a hodnocení určitých skupin jevů, ovlivňující názory, mínění, postoje a názory. Pojem stereotyp je v sociologii obvykle*

<sup>91</sup> HALL, Stuart. *Representation: cultural representations and signifying practices*. Thousand Oaks, Calif.: Sage in association with the Open University, 1997. ISBN 07-619-5431-7. s. 228

<sup>92</sup> TURKEN, Marita a Lisa CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-556-1. s. 22

<sup>93</sup> HALL, Stuart. *Representation: cultural representations and signifying practices*. Thousand Oaks, Calif.: Sage in association with the Open University, 1997. ISBN 07-619-5431-7. s. 232

<sup>94</sup> tamtéž

*používán pro označení ustrnulého vztahu k sociálním, rasovým, národnostním apod. skupinám.*“<sup>95</sup> Zejména v případě, kdy reprezentovaný fenomén či obraz sociální skupiny příjemci mediálního sdělení nemohou srovnat s žádnou osobní zkušeností, mají tendenci spoléhat na reprezentaci a pojmát ji jako skutečnost.

Právě takto se za podpory médií vytváří a dále upevňují stereotypy. Jde ve své podstatě o sociální klasifikace určitých skupin a jejich reprezentace pomocí zjednodušujících, neověřitelných a zobecňujících znaků, které buď explicitně či implicitně představují soubor hodnot a předpokladů o jejich chování, vlastnostech či vývoji. V průběhu stereotypizace třídíme sociální skupiny, ale i jevy a události do zobecňujících kategorií, pozornost přitom věnujeme jen jejich specifickým rysům. Vše ostatní opomíjíme. Stereotypy jsou tak předpokladem pro vznik předsudků a odsouzení. Představují také dané vztahy ve společnosti, v níž jsou aplikovány, a naznačují skryté konflikty. V českém prostředí se užívá například stereotyp „o nepřizpůsobivých Romech“ či „hloupých blondýnách.“<sup>96</sup>

Podle Pickeringa je při zkoumání stereotypizace důležité nejen to, jak je v dané kultuře určitá skupina reprezentována a jaké důsledky tento proces má. Podstatná je podle něj i otázka toho, jak se stereotypy vztahují k jednotlivým konceptům toho, co je považováno za „přirozené“ a „normální“, i jak vytváří a udržují běžně sdílenou představu o patřičných hranicích toho, co je přijímáno jako legitimní a správné.<sup>97</sup> Pickering také připomíná, že určitý způsob „přemýšlení v kategoriích“ je v podstatě nezbytnou cestou k organizaci světa uvnitř naší mysli, k vytváření mentálních map i k navazování sociálních kontaktů a interakcí. Neměli bychom však tyto kategorie zaměňovat právě za stereotypy. Kategorie totiž podle něj na rozdíl od stereotypů netvoří pevně fixované struktury a mohou být flexibilní. „Stereotypy obvykle považujeme za nepřesné kvůli tomu, jak sociální skupinu či kategorii reprezentují jako homogenní. Určité formy chování, dispozic či sklonů jsou izolovány, vytrženy z kontextu a přiřazeny každému, kdo je s danou skupinou či kategorií spojen.“<sup>98</sup>

---

<sup>95</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. s. 280-281

<sup>96</sup> tamtéž

<sup>97</sup> PICKERING, Michael. *Stereotyping: the politics of representation*. New York: Palgrave, 2001. ISBN 0-333-77210-5. s. 5

<sup>98</sup> tamtéž, s. 4

Podle Waltera Lippmanna, zakladatele moderní kritického přístupu ke stereotypizaci, zahrnují stereotypy zcela očividnou ztrátu individualizovaného porozumění lidem, ať už jde o cizince či příslušníky jiné sociální třídy a komunity. Kromě toho v nich však Lippmann pozoroval i snahu dát rozmanitým jevům okolo nás nějaký smysl a řád.<sup>99</sup> „Většinou nepostupujeme tak, že bychom se napřed podívali a potom definovali, ale naopak. Napřed definujeme a potom se díváme. Z velkého kvetoucího a bzučícího zmatku vnějšího světa si vybíráme, co už pro nás naše kultura definovala, a máme skon vnímat vybrané ve formě stereotypu vytvořeného pro nás naší kulturou.“<sup>100</sup> Lippmann ve své knize Veřejné mínění už na počátku 20. let minulého století definoval, jak velký vliv má na naše vnímání fakt, že se o světě dozvídáme dříve, než ho vidíme a většinu věcí posuzujeme ještě předtím, než s nimi máme jakoukoliv přímou zkušenost. Předem sestavené soudy následně značně ovlivňují naše vnímání.

Kromě toho Lippmann chápal koncept stereotypů jako formu obrany našeho vlastního postavení ve společnosti. Reprezentují totiž podobu světa, na který jsme se sami adaptovali – vše v nich má své místo a nacházíme zde reakce, se kterými můžeme počítat. Svět stereotypů pro nás tak představuje „*důvěrně známé útočiště*“, které nechceme ohrozit.<sup>101</sup>

### 2.5.1 Vizuální stereotypizace

Stereotypy existují ve všech formách mediálních obsahů, včetně vizuálních – můžeme je tedy pozorovat a zkoumat například i ve zpravodajských fotografiích. Podle Waltera Lippmanna dokonce fotografie pro soudobou imaginaci představují podobný druh autority, jako dříve tisk či mluvené slovo. „*Zdají se absolutně pravdivé. Připadá nám, že se k nám dostávají přímo, aniž by do nich někdo zasahoval, a jsou tou nejstravitelnější duchovní potravou, jakou si lze představit.*“<sup>102</sup>

---

<sup>99</sup> PICKERING, Michael. *Stereotyping: the politics of representation*. New York: Palgrave, 2001. ISBN 0-333-77210-5. s. 22

<sup>100</sup> LIPPMANN, Walter. *Public opinion*. New Brunswick, N.J., U.S.A.: Transaction Publishers, c1991. ISBN 08-873-8861-2. s. 74

<sup>101</sup> tamtéž, s. 84

<sup>102</sup> tamtéž, s. 82

Studiu vizuální reprezentace se věnoval i sociolog Irving Goffman. Goffman už v 70. letech minulého století provedl studii genderových stereotypů v magazínových reklamách, přičemž kategorizoval vztahy mezi muži a ženami na základě jejich předpokládaných rolí upevňovaných podprahovou perpetuací genderových stereotypů. Postupně se přidali další teoretici vizuální komunikace, kteří zkoumali například roli zpravodajských fotografií při formování společenských obrazů. Výzkumníci se přitom soustředili zejména na zobrazování různých sociálních minorit. V této souvislosti se zajímali například o rasovou stereotypizaci.<sup>103</sup> Zevrubně se vizuálním stereotypům věnovali také Paul Martin Lester a Susan Dente Rossová. V knize *Images That Injure: Pictorial Stereotypes in the Media* (Obrázky, které zraňují: vizuální stereotypy v médiích) předkládají velmi komplexní náhled na specifika spojovaná s mediálním zobrazováním celé řady sociálních skupin, jako jsou senioři, etnické menšiny či lidé s homosexuální orientací. Upozorňují přitom, že stereotypy – a zejména ty vizuální – mají na společnost i na naše uvažování větší vliv, než se sami domníváme. „*Mediální stereotypy hrají významnou roli v sociální dezintegraci, jejímiž produkty jsou nenávisť, násilí a neporozumění. Obrázky užívané ve zpravodajství či v zábavném obsahu mají obzvláště velkou moc, neboť jejich dopad a poselství nejsou produkty našeho poznání, ale našeho zraku. Fotografie jsou vysoce emocionálními objekty, které mají dlouhodobý efekt na nejhlubší struktury našeho mozku.*“<sup>104</sup>

Z konkrétních studií zabývajících se problematikou vizuální stereotypizace v médiích můžeme zmínit například Lesterovu obsahovou analýzu fotografií, které se na stránkách amerických deníků objevily v časovém rozmezí 40 let. V rámci své práce zkoumal reprezentaci Afroameričanů v těchto denících, přičemž došel k závěru, že je u této skupiny více pravděpodobná stereotypní reprezentace zejména v tématech zabývajících se kriminalitou, sportem či v materiálech zábavného charakteru. Jeho závěry korespondují i s výsledky dalších studií, které se zabývaly vizuální reprezentací Afroameričanů v tištěných médiích.

---

<sup>103</sup> FAHMY, Shahira, Mary Angela BOCK a Wayne WANTA. *Visual communication theory and research: a mass communication perspective*. New York, NY: Palgrave Macmillan, 2014. ISBN 978-1-137-36214-8. s. 65

<sup>104</sup> LESTER, Paul Martin. a Susan Dente. ROSS. *Images that injure: pictorial stereotypes in the media*. 2nd ed. Westport, Conn.: Praeger, c2003. ISBN 978-027-5978-464. s. 3

## 2.6 Agenda setting

Další oblastí, která s reprezentací událostí a jejich dopadem na sociální realitu souvisí, je takzvaná teorie nastolování agendy neboli agenda setting. Jde o východiska, která se zabývají dlouhodobým účinkem mediálních obsahů a souvisí se způsobem, jakým média přistupují k událostem, o kterých referují, a jak je vybírají do svého zpravodajství. Teorie nastolování témat ve své podstatě tvrdí, že právě tímto vybíráním, přiřazováním priorit či opomíjením zpráv média určují, co příjemci sdělení považují za důležité.<sup>105</sup>

Termín agenda setting v mediálních studiích zavedl americký profesor Maxwell McCombs společně s Donaldem Shawem. Pojem byl původně zkoumán v kontextu předvolebních kampaní<sup>106</sup> a sám McCombs jej vymezil jako „*shrnující označení pro dialogy a debaty, které se odehrávají ve všech komunitách od lokálních sousedství po mezinárodní pole a týkají se toho, co by mělo veřejnost zajímat a jak by měla jednat. Ve většině těchto diskuzí hrají média podstatnou, byť místy kontroverzní roli.*“<sup>107</sup>

McCombs v mnohém navázal na myšlenky již zmiňovaného Waltera Lippmanna, zejména na jeho teze o absenci přímé zkušenosti a následné důvěře recipientů v realitu reprezentovanou médií. Zpravodajství nás podle McCombse nejen nepřetržitě zahrnuje informacemi mimo naši zkušenost, ale dělá mnohem více. Editoři a vedoucí zpravodajských redakcí informace vybírají, čímž zaměřují naši pozornost na určitá témata. K určení významnosti zpráv přitom využívají celou řadu nástrojů. Tím, kde přesně materiál o dané události umístí (na titulní straně, na domovské stránce webu či jako první právu televizních zpráv, nebo naopak na méně významné místo v rámci svého servisu), celkovým prostorem, který mu věnují, jak jej graficky zvýrazní či obrazově doprovodí apod.<sup>108</sup>

Východiska teorie agenda setting, jak je stanovili McCombs a Shaw, můžeme pozorovat ve dvou studiích – jednak takzvané *Chapel Hill Study* pocházející z roku 1968, z doby americké prezidentské kampaně. A *Charlotte Study*, která mapuje politickou

---

<sup>105</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8. s. 112-121

<sup>106</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5. s. 527

<sup>107</sup> MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2. s. 15

<sup>108</sup> tamtéž, s. 26



kampaň z roku 1972. Už v první jmenované se autoři pokusili porovnat agendu médií s přesvědčením voličů o významu témat. Mezi obojím přitom našli silnou souvztažnost.<sup>109</sup>

Podle McCombse používá veřejnost nastolování agendy médií jako nápovědy pro vlastní uspořádání toho, co je pro ni důležité. Po určité době však začne za podstatná považovat právě ta témata, která jsou akcentována v médiích. Agenda mediální se tak stává agendou veřejnou. Jde však spíše o bezděčný vliv, který vychází z potřeby médií věnovat se jen několika tématům a věnovat jim co největší prostor. „*Rozdíl mezi tím, jak zpravodajská média ovlivňují významnost témat a konkrétní názory na ně, je shrnut v postřehu Bernarda Cohena, že zpravodajská média možná nedokážou lidem s úspěchem říci, co si mají myslet, ale neuvěřitelně úspěšně dokážou svému publiku sdělit, na co má myslet.*“<sup>110</sup> Cohen tato slova formuloval v polovině 60. let minulého století v práci *The Press and Foreign Policy (Tisk a zahraniční politika)* a chtěl jimi vyjádřit zejména tu skutečnost, že média na své příjemce nepůsobí primárně přesvědčovacími metodami, ale spíše vyvolávají účinky kognitivního charakteru. Právě tím, že některou událost ve své agendě akcentují, způsobí, že ji lidé začnou vnímat jako podstatnou.<sup>111</sup>

Kromě toho McCombs upozorňuje, že pokud jde o účinky nastolování agendy, jsou do značné míry spoluutvářeny vlastnostmi mediálních sdělení a jen v menší míře vlastnostmi jejich příjemce. Masovou komunikaci přitom přirovnává k transakci mezi příjemcem sdělení a médiem, v této transakci se přitom individuální rozdíly mohou ukázat jako rozhodující. Kromě toho je třeba si uvědomit, že média nemusí být jediným zdrojem informací, ty získáváme i ve sféře osobní zkušenosti – z rozhovorů s přáteli či rodinou a podobně. Jak velký vliv jednotlivé zdroje mají na náš vlastní úsudek, se může lišit i podle tématu dané agendy.<sup>112</sup>

Agenda setting se v současnosti nezabývá pouze tematickou agendou. V průběhu let se zformovaly celkem tři hlavní oblasti zájmu, na které se výzkumy soustřeďují. Jde o

---

<sup>109</sup> TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8. s. 115

<sup>110</sup> MCCOMBS, Maxwell E. Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2. s. 27

<sup>111</sup> TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8. s.113

<sup>112</sup> MCCOMBS, Maxwell E. Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2. s. 99

veřejnou agendu, která obvykle bývá měřena prostřednictvím výzkumů veřejného mínění, dále se soustřeďuje na agendu mediální, která bývá indexována obsahovou analýzou zpravodajských médií, a agendu politickou, jež sleduje politické akce.<sup>113</sup>

## 2.6.1 Vizuální agenda setting

Walter Lippman hovořil o zpravodajských médiích jako o primárním zdroji obrazů v naší hlavě.<sup>114</sup> V této myšlence je prakticky vystižen i princip vizuálního agenda settingu. Během dlouholetého vývoje se studie nastolování témat staly kompatibilní s celou řadou dalších konceptů či atributů. Zmínit můžeme koncepty přidělování statusu, stereotypizace, budování image či gatekeeping. Rozpracován byl i druhý stupeň nastolování agendy – nastolování agendy atributů, který teorii propojil například s konceptem rámcování (více o něm v následující kapitole).<sup>115</sup> Společně s ním se koncepty agenda settingu přenesly také do oblasti výzkumu vizuálních materiálů, i když jak připomínají D'Angelo a Kuypers, význam snímků v rámci studií sociálních věd zůstával podceňován až do druhé poloviny 90. let minulého století.<sup>116</sup>

Sílu vizuálních materiálů a jejich dopadu na příjemce přitom dokazuje celá řada studií. Jak například dokázala v jedné ze svých ranných prací Doris Graberová, lidé sledující televizní zprávy si informace pamatují mnohem lépe, obsahují-li vizuální materiály. A nejen to – snímky, které jsou pro sledující jakýmkoliv způsobem neobvyklé, případně zachycují osoby v detailních záběrech, pomáhají recipientům zapamatovat si s nimi spojenou verbální informaci.<sup>117</sup>

S analýzou vizuálních materiálů však spojujeme zejména a takzvaný agenda setting druhého stupně, tedy analýzu, která se nezabývá pouze tím, které témata média ve svých

---

<sup>113</sup> tamtéž

<sup>114</sup> MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2. s. 109

<sup>115</sup> tamtéž, s. 131-132

<sup>116</sup> KUYPERS, Jim A. a Paul D'ANGELO, ed. *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. New York: Routledge, 2010. LEA's communication series. ISBN 978-0-415-99236-7. s. 233

<sup>117</sup> tamtéž, s. 242

obsazích nastolují, ale i tím, jak jsou tato témata prezentována.<sup>118</sup> Věnuje se tedy především tomu, jak média přenáší nejrůznější atributy (vlastnosti mediovaných objektů) na veřejnost, a soustředí se na způsoby, jakým je téma definováno.<sup>119</sup> Teorie přitom úzce souvisí s rámcováním. „*Přestože definiční linie mezi těmito koncepty nejsou vždy jasně vyznačeny, je užitečné na agenda setting druhého stupně nahlížet jako na jeden z potenciálních efektů rámcování.*“<sup>120</sup>

První studie zkoumající vizuální materiály a jejich vliv z hlediska teorie nastolování agendy se však zakládala na analýze prvního stupně (tedy tradičním pojetí vymezeném výše). Šlo o výzkum Wayne Wanty, který při něm dokázal, že velikost fotografie ilustrující zpravodajský materiál může ovlivnit rozhodování příjemců tohoto mediálního sdělení o důležitosti zobrazovaného tématu. Wanta došel k závěru, že čím větší fotografii lidé vidí, tím důležitější se jim zobrazovaná událost jeví. Další navazující studie vytvořené na podobném teoretickém základě se zabývaly například rozmístěním snímků na stránkách novin či jiných médií. Mezi nejvýznamnější výzkumy vizuálního nastolování agendy však patří práce, kterou vytvořil výzkumný tým ve složení Shahira Fahmyová, Sooyoung Cho, Wayne Wanta, and Yonghoi Song. Jde o studii s názvem *Visual agenda setting after 9/11: Individual emotion, recall and concern about terrorism (Vizuální nastolování agendy po 11. září: individuální emoce, paměť a strach z terorismu)*. Tento výzkum se věnuje potenciálnímu agenda setting efektu vizuálních materiálů a vychází z již dříve formulované teze, že snímky bývají těsně propojené s emocemi a individuálními postoji. Kromě toho autoři pracují s poznatky Newhagena a Reevese, kteří zjistili, že emocionálně silná zobrazení ovlivňují také paměť. Vizuální materiály vyvolávající silné emoce, jako je vztek či zármutek, si podle nich lidé i po delší době snáze vybaví. Fahmyová a její kolegové na základě těchto a dalších poznatků zkoumali vztah mezi vizuální reprezentací teroristických útoků z 11. září 2001 v New Yorku a Washingtonu a tím, jak emocionální odpověď na ně ovlivňovala strach lidí z terorismu po dvou měsících, kdy k útokům došlo.

---

<sup>118</sup> NEČAS, Vlastimil. *Koncept nastolování agendy v kontextu českých médií*. Praha, 2013. Dizertační práce. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Jan Jiráček

<sup>119</sup> KUYPERS, Jim A. a Paul D'ANGELO, ed. *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. New York: Routledge, 2010. LEA's communication series. ISBN 978-0-415-99236-7. s. 251

<sup>120</sup> tamtéž

## 2.7 Rámcování

Dalším konceptem, který s mediální reprezentací reality souvisí, je rámcování (někdy též uváděno v anglickém originálu, tedy framing). Někteří teoretici médií v čele s již zmiňovaným Maxwelllem McCombsem o framingu hovoří jako o druhé úrovni agenda settingu.<sup>121</sup> Obecně lze rámcování popsat jako určitá sociálně sdílená a relativně trvalá organizační pravidla, která mají symbolickou funkci a podílí se na strukturování světa okolo nás.<sup>122</sup> Takto jej v knize *Framing Public Life (Rámování veřejného života)* popisují Reese, Gandy a Grant. Základem framingu je přitom výběr a upřednostnění některých faktů, obrazů či vývoje na úkor ostatních, přičemž bezděky dochází k prosazování určitého způsobu interpretace událostí.<sup>123</sup>

Jinými slovy, zatímco agenda setting zjednodušeně chápeme jako proces akcentování či upozadování některých témat, který se projevuje ve vnímání toho, co recipienti považují za důležité, rámování je založené na přístupu média k danému tématu a úhlech pohledu, skrze které danou záležitost představuje publiku. McCombs ho považuje doslova za ústřední organizační ideu zpravodajské agendy, která k danému tématu doplňuje kontext a ve své podstatě určuje, o čem daný obsah vypovídá. Podobně na teorii nahlíží také Gamson a Modigliani, kteří definují mediální rámec jako „centrální organizační myšlenku či příběhovou linku, jež dává význam následujícímu sledu událostí.“<sup>124</sup> To vše pomocí výběru, zdůraznění či vynechání některých jeho charakteristik.<sup>125</sup>

*„Rámce zjednodušují, určují priority a strukturují narativní proud událostí. Snaha porozumět masové komunikaci skrze koncept rámcování se stala velmi populární, a to jak v oblasti sociální psychologie, veřejného mínění, tak v rámci mediálních studií.“<sup>126</sup>*  
Zpravodajské rámce tedy odkazují k interpretačním strukturám, které žurnalisti užívají k

<sup>121</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8. s. 122

<sup>122</sup> GANDY, Oscar H., Stephen D. REESE a August E. GRANT. *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2001. LEA's communication series. ISBN 0-8058-3653-5. s. 11

<sup>123</sup> NORRIS, Pippa., Montague KERN a Marion R. JUST. *Framing terrorism: the news media, the government, and the public*. New York: Routledge, 2003. ISBN 04-159-4719-7. s. 11

<sup>124</sup> FRANKLIN, Bob. *Key concepts in journalism studies*. London: Sage Publications, 2005. Key concepts. ISBN 07-619-4482-6. s. 85

<sup>125</sup> MCCOMBS, Maxwell E. *Setting the agenda: the mass media and public opinion*. Cambridge: Polity, 2004. ISBN 0-7456-2313-1., s. 87

<sup>126</sup> NORRIS, Pippa., Montague KERN a Marion R. JUST. *Framing terrorism: the news media, the government, and the public*. New York: Routledge, 2003. ISBN 04-159-4719-7. s. 10

zasazení daných dějů do širšího kontextu. Teoretici obvykle hovoří o „*rámech v komunikaci*“ či „*mediálních rámech*“, přičemž mají na mysli slova, obrazové materiály, fráze a prezentační styly, které mluvčí užívá.<sup>127</sup>

Podle sociologa Ervinga Goffmana jsou rámce klíčovým faktorem při snaze porozumět okolnímu světu. Ve své již klasické práci s názvem *Analýza rámcování* definuje rámy jako na kognitivní struktury, které lidem napomáhají přiřazovat významy jevům okolního světa. Jinými slovy – pomáhají nám porozumět mu. A vzhledem k tomu, že jsou otevřeny různým kognitivním interpretacím, napomáhá teorie framingu porozumět tomu, jak ostatní lidé nahlíží na stejnou informaci či nastavení, přičemž ji hodnotí zcela odlišně. „*Uvážíme-li, že rámce lidem usnadňují orientaci ve světě, není překvapivé, že se sociální hnutí, politické elity a další relevantní aktéři snaží rámcování veřejného diskurzu ovlivnit.*“<sup>128</sup>

Zcela obecně tak můžeme tvrdit, že framing zaostřuje naši pozornost na určité atributy mediované události. Nejsou to však pouze pracovníci médií či politici, kdo zprávy rámuje, ale i samotní příjemci. Jednotliví aktéři komunikace, ať už konzumenti sdělení, tak jeho producenti, přitom upřednostňují takové zarámování událostí, které vyhovuje jejich potřebám. Jak upozorňuje Reese, každý z aktérů má přitom k prosazení svých rámců jiné možnosti. „*Moc rámovat závisí na přístupu ke zdrojům, sumě znalostí a strategických spojenečtvích.*“<sup>129</sup>

Zabýváme-li se framingem a jeho analýzou, můžeme zkoumat například postup, podle kterého se rámce budují, jak je média prosazují, ale i úspěšnost, s jakou jsou prosazovány a jak se ve rámci daného diskurzu šíří. Shanto Iyengar v roce 1991 mediální rámce rozdělil na *episodické* a *tematické*. Episodické podle něj zobrazují záležitosti veřejného zájmu jako instance či specifické události, které jsou výsledkem chování individuí.<sup>130</sup> Epizodické rámování pozorujeme například v televizním zpravodajství, které

---

<sup>127</sup> tamtéž, s.18

<sup>128</sup> HAYNES, Chris, Jennifer Lee MEROLLA a S. Karthick RAMAKRISHNAN. *Framing immigrants: news coverage, public opinion, and policy*. New York: Russell Sage Foundation, 2016. s. 17

<sup>129</sup> GANDY, Oscar H., Stephen D. REESE a August E. GRANT. *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2001. LEA's communication series. ISBN 0-8058-3653-5. s. 11

<sup>130</sup> FRANKLIN, Bob. *Key concepts in journalism studies*. London: Sage Publications, 2005. Key concepts. ISBN 07-619-4482-6. s. 85

témata veřejné agendy prezentuje v kontextu konkrétních prvků či událostí.<sup>131</sup> Tematické rámce pak podle Iyengara kontrastně reprezentují systémové problémy ve společnosti na více abstraktní úrovni formou obecných výstupů.<sup>132</sup>

### 2.7.1 Vizuální rámcování

Ačkoliv se doposud většina analýz rámcování soustředila zejména na zpravodajské texty, postupně se do popředí zájmu dostává i rozbor vizuálních materiálů. Baran a Davis připomínají, že současné zpravodajské obsahy často bývají komplexními kombinacemi vizuálního a verbálního obsahu, přičemž vizuální informace bývají tak silné, že verbální obsah zastíňují.<sup>133</sup> „V porovnání se slovním obsahem jsou fotografie zpracovány rychleji než samotná slova. Text totiž vyžaduje lineární logiku, zatímco vizuály vyvolávají emocionální reakce.“<sup>134</sup> Jsou to také fotografie, co jako první upoutá čtenářovu pozornost. Dle Brantnera tak může být na koncept framingu v kontextu vizuální analýzy nahlíženo jako na „selekcí a zvýraznění některých aspektů vnímané reality skrze vizuální stimuly.“<sup>135</sup> Symbiózu vizuálních a textových obsahů vyzdvihuje také Trivundža, podle kterého obrazové informace primárně podporují a dodávají validitu žurnalistickému narativu obsaženém v textové formě, jinými slovy „symbolicky syntetizují příběh.“<sup>136</sup>

V rámci vizuálních studií framing využívá různých atributů obrazové informace – všímá si úhlů pohledu, výběru scény, ořezu snímků, editace či výběru jednotlivých snímků. I v momentě, kdy žurnalista vybírá, kterou fotografii pro daný mediální výstup použije, provádí framing.<sup>137</sup> Schwalbeová dokonce definuje vizuální rámcování jako „neustále

---

<sup>131</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8., s. 122-124

<sup>132</sup> FRANKLIN, Bob. *Key concepts in journalism studies*. London: Sage Publications, 2005. Key concepts. ISBN 07-619-4482-6. s. 85

<sup>133</sup> BARAN, Stanley J. a Dennis K. DAVIS. *Mass communication theory: foundations, ferment, and future*. 6th ed. Boston, MA: Wadsworth, 2012. ISBN 978-0495898870. s. 271

<sup>134</sup> DOUGHERTY S.M., SCHWALBE C.B. *Visual coverage of the 2006 Lebanon War: Framing conflict in three US news magazines*. Tucson, 2015. University of Arizona. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1750635215571204>

<sup>135</sup> BRANTNER Cornelia, LOBINGER Katharina, WETZSTEIN Irmgard. *Effects of Visual Framing on Emotional Responses and Evaluations of News Stories about the Gaza Conflict 2009*. Journalism & Mass Communication Quarterly. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/107769901108800304#articleCitationDownloadContainer>

<sup>136</sup> TRIVUNDŽA, Ilija Tomanić. *Press photography and visual framing of news*. Ljubljana: Faculty of Social Sciences, Založba FDV, 2015. ISBN 978-961-235-772-6. s. 17

<sup>137</sup> KUYPERS, Jim A. a Paul D'ANGELO, ed. *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. New York: Routledge, 2010. LEA's communication series. ISBN 978-0-415-99236-7. s. 237

*pokračující třídící proces.* “ Ten podle ní začíná výběrem událostí, které budou zachyceny, a pokračuje selekcí toho, co přesně bude vyfoceno a jakým způsobem. Dodává přitom, že proces probíhá i v newsroomu, kde se rozhoduje, které snímky budou publikovány, v jaké velikosti a jaké bude jejich umístění.<sup>138</sup>

Vizuální rámcování pracuje také s významem a symbolikou obrazových informací a schopností velmi snadno tyto významy v rámci dané populace šířit. Rodriguezová a Dimitrová upozorňují například na vysokou citlivost příjemců vůči vizuálním sdělením. A stejně jako Baran a Davis připomínají, že obrazové rámce bývají recipienty vnímány intenzivněji než textové. „*To může být způsobeno nejen tím, že vizuální informace jako jsou snímky vyvolávají dojem těsnějšího propojení s reprezentovanou realitou, ale i tím, že mají schopnost vyvolávat okamžité a silné emocionální podněty.*“<sup>139</sup>

Z výše zmíněného vyplývá, že je třeba v rámci mediálních výzkumů vizuálnímu framingu věnovat větší pozornost. To ostatně tvrdí i Trivundža, který předkládá tři hlavní argumenty podporující rozvoj této výzkumné oblasti. Prvním z nich je samotná povaha zpravodajských rámců. Podle Trivundži mají povahu „*multimodálních balíků*“, zaměřili se pouze na jedinou modalitu (například text), nemůžeme v celé šíři postihnout význam celého rámce. „*V dnešních rychle se proměňujících a konvergujících mediálních prostředích, kde se stále více dbá na integraci textu a obrazů, se navíc důraz na vizuální obsah jeví jako čím dál naléhavější.*“<sup>140</sup> Dále upozorňuje na rozdílnost textových a vizuálních rámců, přičemž dodává, že obě roviny mohou přinášet zcela odlišné informace – jsou to přitom obrazové rámce, které ve vztahu k pozornosti recipientů hrají prim (tímto se Trivundža shoduje s výše nastíněnými úvahami Barana a Davise). Kromě toho upozorňuje na vliv, který vizuální materiály mají na příjemce. Připomíná v této souvislosti schopnost obrazů měnit názory jedinců i sociálních skupin a elit.<sup>141</sup>

Důvodem, proč nevzniká více analýz založených na vizuálním rámcování, je podle Rodriguezové a Dimitrové to, že mezi teoretiky nepanuje shoda, jak přesně vizuální rámce

<sup>138</sup> D KUYPERS, Jim A. a Paul D'ANGELO, ed. *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. New York: Routledge, 2010. LEA's communication series. ISBN 978-0-415-99236-7. s. 237

<sup>139</sup> RODRIGUEZ, Lulu a DIMITROVA, Daniela. *The levels of visual framing*. *Journal of Visual Literacy*. 2011. Iowa State University. Dostupné z: <https://goo.gl/ECbo35>

<sup>140</sup> TRIVUNDŽA, Ilija Tomanić. *Press photography and visual framing of news*. Ljubljana: Faculty of Social Sciences, Založba FDV, 2015. ISBN 978-961-235-772-6. s. 46

<sup>141</sup> tamtéž, s. 48

definovat, problémem může být i celková konceptuální a metodologická nekonzistence.<sup>142</sup> Vizuální materiály nemusí být tak explicitní a přesné jako text, pokud jde o vysvětlování proporcionalit, jakými jsou například příčinné vztahy – jeden z atributů, který je pro výzkumníky při určování rámců výzvou. Jednotlivá tvrzení se u obrazových informací bez textového doprovodu obtížněji vystihují. Fotografové i editoři na druhou stranu vytváří speciální skladebnou formu – například určitými postupy, které při práci s materiály provádí.<sup>143</sup>

## 2.8 Gatekeeping

Termín gatekeeping (v překladu doslova „hlídání brány“) označuje procesy a rozhodovací postupy, skrze které informace či libovolný mediální produkt prochází a které rozhodují o tom, zda a v jaké podobě se stane součástí obsahu určitého média.<sup>144</sup> Gatekeeping zahrnuje celou řadu aktivit a činností, které se na mediální produkci podílí – od jednotlivých pracovních rutin redaktorů až po marketing a distribuci obsahu. Gatekeeperi (hlídači brány), lidé, kteří se na gatekeepingu podílí, mohou v jakékoliv fázi tohoto procesu ovlivňovat, která agenda, témata, pohledy a aspekty událostí se k recipientům dostanou a které nikoliv.

Výběrem událostí do výsledné agendy zpravodajství se v polovině minulého století začal zabývat David M. White, který chtěl zjistit, do jaké míry se jedná o proces intuitivní, či promyšlený. Vytvořil proto vůbec první empirický výzkum zabývající se výběrem událostí do zpráv, který je dodnes považován za přelomový. White doslova vymodeloval celý proces putování informací až k pomyslné bráně, kde o jejím následném zpracování rozhoduje dveřník (gatekeeper) – White tohoto editora pro své účely pojmenoval Mr. Gates (Pan Brána). Tento gatekeeper<sup>145</sup> během jednoho týdne shromažďoval zamítnuté zprávy a připisoval k nim důvody jejich nezařazení do zpravodajství. Ty White následně

---

<sup>142</sup> RODRIGUEZ, Lulu a DIMITROVA, Daniela. *The levels of visual framing*. *Journal of Visual Literacy*. 2011. Iowa State University. Dostupné z:

[https://www.researchgate.net/publication/267416933\\_The\\_levels\\_of\\_visual\\_framing](https://www.researchgate.net/publication/267416933_The_levels_of_visual_framing)

<sup>143</sup> RODRIGUEZ, Lulu a DIMITROVA, Daniela. *The levels of visual framing*. *Journal of Visual Literacy*. 2011. Iowa State University. Dostupné z:

[https://www.researchgate.net/publication/267416933\\_The\\_levels\\_of\\_visual\\_framing](https://www.researchgate.net/publication/267416933_The_levels_of_visual_framing)

<sup>144</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5. s. 318

<sup>145</sup> Pojmem gatekeeper původně jako první použil sociolog Kurt Lewin, který se zabýval chováním zákazníků při nakupování (Trampota, 40)



zkoumal a organizoval do kategorií. Jak upozorňuje Trampota, Whitova studie se později setkala s množstvím kritik, nelze jí však upřít přínos a prvenství v oblasti výzkumu gatekeepingu.<sup>146</sup>

Jak dodává McQuail, byl tento koncept v průběhu let mnohokrát přepracován. Prvotní studie zabývající se gatekeepingem se věnovaly zejména vnitřním postupům redakcí a roli subjektivních rozhodování lidí, kteří se na formování zpravodajství podílejí. Následně se zájem mediálních teoretiků přesunul spíše k prozkoumávání systematických organizačních a ideologických vlivů. Jejich výsledky přitom naznačovaly podobné závěry, tedy že je obsah zpravodajských médií utvářen na základě podobných principů a pravidel, a to bez ohledu na vzájemnou odlišnost jednotlivých mediálních organizací. Podle Hetheringtona se ukazuje, že gatekeeperi působící ve více méně různorodých mediálních prostředích, avšak ve stejném společensko-kulturním uspořádání, mívají shodnou představu o tom, co příjemce mediálních obsahů zajímá a tomu přizpůsobují své rozhodování.<sup>147</sup>

Významně k rozvoji výzkumu gatekeepingu přispěla zejména Pamela J. Shoemakerová, která jej obohatila o některé další faktory a širší sociální kontext. V knize *Gatekeeping Theory* se společně s Timem P. Vosem věnují nejen teoretické definici gatekeepingu, ale i jeho propojení s dalšími koncepty mediální sociologie. Zároveň popisují měnící se role gatekeeperů, kteří podle nich „*determinují, co se stane sociální realitou ostatních lidí, nabízí jim určitý pohled na okolní svět.*“<sup>148</sup> Tradiční nastavení v této oblasti změnil nástup internetových médií. Nová platforma nabízí členům publika možnost interakce s tvůrci mediálních obsahů i mezi sebou navzájem. Vysoký stupeň interaktivity přitom svým způsobem proměnil publikum ve významné gatekeepery.<sup>149</sup>

Podle Shoemakerové je důležité gatekeeping studovat jako víceúrovňový proces. Na rozdíl od Whiteova konceptu, ve kterém gatekeeperovi přidělil absolutní moc nad výběrem zpráv a vnímal ho jako zcela autonomní osobnost, je podle ní člověk v této pozici ovlivněn

---

<sup>146</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8. s. 38-39

<sup>147</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5. s. 318-319

<sup>148</sup> SHOEMAKER, Pamela J. a Tim P. VOS. *Gatekeeping theory*. New York: Routledge, 2009. ISBN 978-0-203-93165-3. s. 5

<sup>149</sup> tamtéž, s. 6

mnoha faktory. Jeho rozhodování může být více či méně formováno profesními vztahy v rámci mediální organizace, komunikačními rutinami či řadou dalších vnitřních i vnějších vlivů. V rámci zpravodajství mohou tyto faktory působit na pěti úrovních.

První z nich je **úroveň individuální**, na které hrají zásadní roli redaktorovy vlastní představy o tom, co je zprávou a co nikoliv. Tyto představy ovlivňují jeho vlastnosti, znalosti i postoje. Ale například také jeho způsob přemýšlení a to, jakým způsobem hodnotí a interpretuje informace.<sup>150</sup> Druhou je **úroveň mediálních rutin**. Ty jsou vymezeny jako „vzorové, zavedené a opakované praktiky a formy, které pracovníci médií při práci užívají.“<sup>151</sup> Rutiny jsou podle Shoemakerové a Vose klíčovými elementy, pokud jde o určování toho, které informace projdou komunikačními kanálem.<sup>152</sup> Tyto zavedené postupy mohou obsahům propůjčovat jistou uniformnost a jak upozorňuje Trampota, jsou součástí představy o mediální profesionalitě.<sup>153</sup> Dalším segmentem, na kterém se vnější vlivy projevují, je **úroveň organizace**. Zatímco u předchozího stupně můžeme pozorovat podobné vlivy napříč různými médii, faktory ovlivňující proces gatekeepingu na úrovni organizací se mohou velmi lišit. „*Studovat gatekeeping na úrovni organizací je zásadní. To, co projde skrze bránu sice obecně ovlivňují zejména individuální a rutinní faktory, jsou to ale organizace, kdo gatekeepery přijímá a kdo nastavuje pravidla.*“<sup>154</sup>

Čtvrtým stupněm, který v tomto ohledu může formovat mediální výstupy, je **sociálně-institucionální úroveň** (někdy též označovaná jako **extramediální**).<sup>155</sup> Ačkoliv je gatekeeping obecně definován jako aktivita komunikačních aktérů či mediálních organizací, je podle Shoemakerové a Vose třeba zohlednit i ten fakt, že tyto subjekty operují v rámci určitého sociálního systému a po boku dalších institucí a reprezentantů. Mnozí z nich mohou proces gatekeepingu ovlivnit. Jde například o samotný mediální trh a roli marketingu, publika, inzerce či public relations.<sup>156</sup> Pátou oblast vlivu tvoří **úroveň**

---

<sup>150</sup> SHOEMAKER, Pamela J. a Tim P. VOS. *Gatekeeping theory*. New York: Routledge, 2009. ISBN 978-0-203-93165-3. s. 33

<sup>151</sup> SHOEMAKER, Pamela J. a Stephen D. REESE. *Mediating the message in the 21st century: a media sociology perspective*. Third edition. New York, 2014. ISBN 978-0-415-98914-5. s. 231

<sup>152</sup> SHOEMAKER, Pamela J. a Tim P. VOS. *Gatekeeping theory*. New York: Routledge, 2009. ISBN 978-0-203-93165-3. s. 51

<sup>153</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8. s. 44

<sup>154</sup> tamtéž, s. 62

<sup>155</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8. s. 43

<sup>156</sup> SHOEMAKER, Pamela J. a Tim P. VOS. *Gatekeeping theory*. New York: Routledge, 2009. ISBN 978-0-203-93165-3. s. 76-96

**sociálních systémů.** Podobně jako předchozí stupeň vychází z faktu, že jsou komunikátoři ukotveni v určitém prostředí, které může ovlivňovat jejich postupy. Shoemakerová a Vos v této souvislosti uvádí příklad rozdílného komunikování ze strany Al Jazeera a amerických médií, jako je například CNN. „*Rozdíl není pouze v tom, že jsou Al Jazeera a CNN či Fox News rozdílnými mediálními organizacemi. Média v Kataru a v USA pochopitelně operují v rámci odlišného kontextu. Vysvětlení rozdílů však není zcela jednoduché.*“<sup>157</sup> Podle odborníků je formování mediálních obsahů dáno nejen „*národním kontextem*“, ale spíše rozmanitostí a komplexitou sociálních systémů, struktur, ideologií a kultur.<sup>158</sup>

### 2.8.1 Zpravodajské hodnoty

Mimo výše uvedené poznatky týkající se samotného procesu výběru událostí, se teoretici zabývají také úvahami o systému zpravodajských hodnot, které jsou pro pracovníky v médiích určitým kompasem. Vycházejí přitom z obecných a zavedených představ o tom, co společnost zajímá. Zpravodajskými hodnotami se ve dvacátých letech minulého století zabýval i již zmiňovaný Walter Lippmann, teprve studie Galtunga a Rugeové z roku 1965 jim však dala konkrétnější podobu a celý koncept lépe propracovala.

Výzkumníci na základě výzkumu zahraničního zpravodajství definovali dvanáct zpravodajských hodnot, mezi kterými je například faktor frekvence (čím častěji se v různých aktualizacích událost vyvíjí, tím více je zpravodajsky hodnotná), etnocentrismus (čím blíže je událost našemu kulturnímu zázemí, tím spíše se stane zprávou), negativita, kontinuita či blízkost k elitním osobám a národům (událost ve Velké Británii, USA či Francii se v našem mediálním prostředí dostane do zpravodajství spíše, než událost v Lesothu či Tádžikistánu).<sup>159</sup>

Vymezení zpravodajských hodnot, jak je zpracovali Galtung a Rugeová není zdaleka jediné, i když pravděpodobně patří mezi nejcitovanější. Trampota připomíná také

---

<sup>157</sup> SHOEMAKER, Pamela J. a Tim P. VOS. *Gatekeeping theory*. New York: Routledge, 2009. ISBN 978-0-203-93165-3. s. 97

<sup>158</sup> tamtéž

<sup>159</sup> GALTUNG, Johan a HOLMBOE RUGE, Mari. *The Structure of Foreign News*. 1965. Sage Publications, Ltd. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/423011>

system vytvořený Westerstahlem a Johanssonem, který se skládá pouze z pěti položek (důležitost, blízkost, dramatičnost, přístup a ideologie).<sup>160</sup> Svého druhu revizi hodnot definovaných Galtungem a Rugeovou v roce 2001 provedli Harcup a O'Neill, kteří se snažili reflektovat soudobý vývoj žurnalistiky, včetně rozvoje sociálních médií. Formulovali tak deset zpravodajských hodnot,<sup>161</sup> mezi kterými je například Zábava (Entertainment) či Celebrity.<sup>162</sup>

## 2.8.2 Vizuální gatekeeping

Podobně jako výše zmíněné teorie a výzkumné metody se i gatekeeping původně věnoval zejména rozboru textů. S postupnými technologickými a sociokulturními změnami však rostl také význam vizuálních materiálů v médiích a začala se rozvíjet oblast výzkumu vizuální žurnalistiky.<sup>163</sup> „*Ruku v ruce s tím, jak se obrazové informace zařadily mezi důležité součásti zpravodajských produktů, se stalo stejně tak důležité prozkoumat postupy, které tvorbě těchto vizuálních materiálů doprovází.*“<sup>164</sup>

Vizuální gatekeeping se tak v posledních letech stal předmětem zájmu mnohých studií. Proč jsou některé fotografie během editorských procesů zamítnuty a jiné vybrány, aby danou událost reprezentovaly? Podle kterých kritérií se vizuální gatekeepři rozhodují? Jaké úrovně vlivu hrají při této volbě roli? To jsou jen některé z otázek, které si výzkumníci kladou.<sup>165</sup>

Obrazoví editoři se podobně jako jejich kolegové z ostatních mediálních oblastí mohou rozhodovat mimo jiné i na základě zpravodajských hodnot, přidávají k nim však určitá specifika. Bednarek a Caple například hovoří o významu „*esteticky příjemných aspektů události.*“ Podle Bisselové však u fotoeditorů hrají roli především individuální

<sup>160</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8. s. 26

<sup>161</sup> The power elite (Moc elit), Celebrity, Entertainment (Zábava), Surprise (Překvapení), Good News (Dobré zprávy), Bad news (Špatné zprávy), Magnitude (Rozsah), follow-up (Pokračování), Relevance

<sup>162</sup> HARCUP, Tony a O'NEILL, Deirdre. *What is News? Galtung and Ruge Revisited*. 2001. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2016.1150193>

<sup>163</sup> DE SMAELE a kol. *Visual Gatekeeping – Selection of News Photographs at a Flemish Newspaper: A Qualitative Inquiry into the Photo News Desk*. Dostupné z: [http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/10.1515\\_nor-2017-0414.pdf](http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/10.1515_nor-2017-0414.pdf)

<sup>164</sup> tamtéž

<sup>165</sup> tamtéž

rozhodnutí postavené na osobních postojích. Mnoho takových rozhodnutí přitom podle ní bývá ovlivněno sociokulturními a etnickými faktory. Rozhoduje například rasa, gender, věk či politická orientace. K tomuto závěru Bisselová dospěla ve své případové studii, v níž analyzovala rozhodování o vizuálních materiálech na jednotlivých úrovních gatekeepingu definovaných Shoemakerovou (individuální, úrovni rutin a organizace) a vliv osobních postojů lidí, kteří jsou výběrového procesu účastni. Výzkum přitom provedla na produkci středně velkých amerických novin, které zaměstnávaly 34 reportérů, pět fotografů a patnáct pracovníků na různých editorských pozicích. Zajímala se zejména o způsob, jakým redakce pracuje s agenturními a lokálními fotografy, jaké typy fotografií se na stránkách deníku objevují a jak pracují s demografickou skladbou obyvatelstva, i které důvody vedou k zamítnutí materiálů.<sup>166</sup>

K rozvoji znalostí o procesech a faktorech ovlivňujících vizuální gatekeeping svými pracemi výrazně přispěla také Shahira Fahmyová. Hojně citovaná je například její studie *What Katrina Revealed: A Visual Analysis of the Hurricane coverage and U.S. Newspapers by News Wires* (Co odhalila Katrina: Vizuální analýza reprezentace hurikánu a amerických novin zpravodajskými agenturami). Společně se svými kolegy Fahmyová zkombinovala metody vizuálního framingu a vizuálního gatekeepingu a popsala rozdíly mezi fotografickou produkcí agentur a snímky, které se objevovaly na stránkách amerických deníků v souvislosti s reprezentací hurikánu Katrina, jenž USA zasáhl v roce 2005. Studie odhalila, že rozhodnutí jednotlivých gatekeeperů ovlivnila celkové rámování události naprosto zásadním způsobem. Snímky objevující se na předních stranách jednotlivých vydání novin podle Fahmyové a kol. generovaly zcela odlišné vizuální rámce, než jaké nabízela fotografická produkce agentur.

Událost byla čtenářům novin prezentována zejména skrze emoce, viktimizaci a utrpení, a to zejména osob jiné než bílé barvy pleti. Podíl těchto motivů v agenturním obrazovém zpravodajství byl zpravidla menší. Tyto závěry přitom kontrastují s dosavadními výzkumy, které obvykle prokazovaly silnou korelaci mezi výstupy zpravodajských agentur a obsahy, které se vyskytovaly na stránkách novin.<sup>167</sup> Vliv

---

<sup>166</sup> BISSELL, Kimberly. *A return to 'Mr. Gates': Photography and Objectivity* [online]. 2000 [cit. 2018-04-04]. Dostupné z <http://journals.sagepub.com.ezproxy.is.cuni.cz/doi/pdf/10.1177/073953290002100307>

<sup>167</sup> FAHMY, Shahira, KELLY, James D. a Yung Soo KIM. *What Katrina Revealed: A Visual Analysis of the Hurricane Coverage by News Wires and U.S. Newspapers*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*

gatekeeperů a odlišné výstupy na stránkách novin oproti agenturnímu servisu však Fahmyová demonstrovala už dříve, a to svým výzkumem zaměřeným na mediální pokrytí teroristických útoků z 11. září 2001 a války v Afghánistánu v anglicky psaném listu Herald-Tribune a arabském deníku Al Hayat. Přestože obě média využívala stejného obrazového agenturního zpravodajství (AP, AFP, Reuters), vizuální reprezentace událostí se v jednotlivých médiích značně lišila. U obou médií Fahmyová upozorovala akcentování těch aspektů zobrazované reality, které odpovídaly politické interpretaci událostí v jejich zemi. Lišila témata snímků, jejich motivy i přístup k vizuálně citlivým obsahům.<sup>168</sup>

## 2.9 Vizuální kultura

Jak upozorňují Sturkenová a Cartwrightová, zaznamenala vizuální kultura ve 21. století značný rozvoj. Díky technologickému pokroku se obrazy staly nepostradatelnou součástí kulturního vyjádření, běžné komunikace i mediální reprezentace. „*Žijeme tedy v éře, kdy více než jindy záleží právě na vizualitě – je zdrojem zobrazení, informací, politiky, provokace, hry a zábavy a v celosvětovém měřítku slouží i jako pojítka mezi lidmi, zároveň je však zdrojem konfliktů.*“<sup>169</sup> Sturkenová s Cartwrightovou vizuální kulturu definují jako určitou praxi, která je sdílena v rámci dané společnosti či skupiny lidí, a skrze níž jsou produkovány významy postavené na vizuálních, sluchových či textových znázorněních. Tyto významy zároveň vznikají na základě toho, jak se způsob dívání podílí na rozvíjení symboliky a komunikace. Takto navrženou formulací přitom vychází z myšlenek britského teoretika Raymonda Jamese a úvah již zmiňovaného Stuarta Halla. Podle Halla je však kultura jedním z nejsložitějších konceptů v humanitních a sociálních vědách a ve skutečnosti existuje mnoho způsobů, jak ji lze vymezit. Mnoho let také byly debaty na toto téma formovány například rozdílnými představami o tom, co je takzvaná „*vysoká kultura*“ a co je „*populární kultura*.“<sup>170</sup>

---

[online]. 2007 [cit. 2018-05-10]. Dostupné z:

<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/107769900708400309#articleCitationDownloadContainer>

<sup>168</sup> FAHMY, Shahira. *Photojournalists' and Photo Editors' Attitudes and Perceptions: The Visual Coverage of 9/11 and the Afghan War*. Visual Communication Quarterly. 2005, 12(3-4), 146-163 DOI:

10.1080/15551393.2005.9687454. ISSN 1555-1393. Dostupné z:

<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15551393.2005.9687454>

<sup>169</sup> STURKEN, Marita a Lisa CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-556-1. s. 11

<sup>170</sup> HALL, Stuart. *Representation: cultural representations and signifying practices*. Thousand Oaks, Calif.: Sage in association with the Open University, 1997. ISBN 07-619-5431-7. s. 2

Teoretici si všímají také propojení vizuálních informací a ideologie, tedy sdíleného souboru hodnot v rámci sociální reality. Obrazová reprezentace objevující se v médiích nám pomáhá navazovat spojení s ostatními lidmi, získat je pro své představy či je ovlivnit směrem k přijímání či odmítání určitých hodnot. Samotná vizuální kultura neslouží pouze jako nástroj těchto vztahů a ideologií, ale je jejich součástí. „*Naše kultura založená na obrazech je arénou rozdílných a často konfliktních ideologií. (...) v době mediální expanze už obrazy nesplývají s myšlenkami jako modely spojené se zkušeností, spíš tvoří vlastní světy.*“<sup>171</sup>

### 2.9.1 Význam a role recipientů

Jak bylo již zmíněno v kapitole Vizuální reprezentace, o tom, jak bude význam vizuálních materiálů interpretován, rozhodují nejen lidé, kteří je tvoří a produkují, ale i samotní recipienti, kteří dekodují významy, které do obrazů byly vloženy. Podle Halla mohou recipienti při čtení takových obsahů zaujmout jednu ze tří pozic. První z nich definoval jako *dominantně-hegemonické čtení*. Příjemci obsahů v tomto postavení bez námitek přijímají dominantní význam obrazu. Druhou možností je *význam vzniklý vyjednáváním*, který naznačuje určitou polemiku nad interpretací vnímaného obsahu. Třetí pozicí je pak podle Halla takzvané *opoziční čtení*, při kterém recipient předkládaný dominantní význam obrazu zcela odmítne a zaujme opačný pohled.<sup>172</sup>

Jak vyplývá z výše zmíněného, teorie zabývající se významem obrazových kódů vychází z poznatků sémiotiky či sémiotických analýz a v podstatě vždy, když nějakou vizuální informaci interpretujeme, používáme k jejímu pochopení právě nástroje sémiotiky.<sup>173</sup> Podstatu sémiotické analýzy můžeme zjednodušeně popsat jako koncept založený na předpokladu, že komunikace probíhá na základě vzájemné výměny znaků, přičemž každý takový znak je buď označujícím (má podobu vnímatelnou smysly) či označovaným (mentální koncept). Jak však bylo naznačeno výše, nemusí být význam

---

<sup>171</sup> STURKEN, Marita a Lisa CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-556-1. s. 32-33

<sup>172</sup> DURHAM, Meenakshi Gigi. a Douglas KELLNER. *Media and cultural studies: keywords. Rev. ed.* Malden, MA: Blackwell, 2006. ISBN 978-1-4051-3258-9. s. 171-173

<sup>173</sup> tamtéž, s. 36-37

znaků pro jeho podavatele stejný jako pro jeho příjemce. Znaky totiž mohou operovat buď v rovině denotativní (doslovný význam znaku) či konotativní (asociativní význam znaku).<sup>174</sup> Poznatky, při kterých dnes vycházíme, analyzujeme-li nejen vizuální materiály, definovali už na přelomu 19. a 20. století filosof Charles S. Peirce a lingvista Ferdinand de Saussure. K pochopení vztahu mezi vizuální reprezentací a významem však následně velmi přispěl i sémiotický model Rolanda Barthesa.<sup>175</sup>

Při určování významu určité obrazové informace hraje roli i historický, sociální a kulturní kontext, ve kterém se pohybujeme. Podle Sturkenové a Cartwrightové se přitom „odhalování sociálních, kulturních a historických významů v obrazech často děje neuvědoměle a je součástí vizuálního zážitku.“<sup>176</sup> Teoretici také zmiňují, že nás při tomto procesu obrazy doslova „interpelují“. Vychází přitom z tradičního významu tohoto výrazu (tedy přerušit projev za účelem formálního vyslechnutí) a míní tím schopnost vizuálních podnětů upoutat naši pozornost, atakovat smysly a „vytvořit z nás své autory.“ Obrazy oslovují své diváky jako jednotlivce, aby na něj však měly skutečný efekt a správně ho interpelovaly, musí se příjemce sám identifikovat jako člen určité sociální skupiny, která sdílí určité kódy a konvence.<sup>177</sup>

### 3 Fotožurnalistika

Chceme-li se komplexně zabývat tématem vizuální reprezentace uprchlické krize v online médiích, nelze opomenout důležité mediální odvětví, skrze které k samotné prezentaci fenoménu vůbec může docházet. Následující kapitoly se proto soustředí na různé aspekty fotožurnalistiky a zpravodajské fotografie. Kromě základního vymezení se text dotýká i změn v této oblasti spojených s nástupem digitalizace a přibližuje práci fotoeditora, která je následně blíže analyzována v rámci praktické části diplomové práce, a to prostřednictvím rozhovorů s obrazovými editory vybraných médií.

Fotožurnalistika a její produkty představují významnou součást mediálních obsahů,

---

<sup>174</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 118–119

<sup>175</sup> STURKEN, Marita a Lisa CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-556-1. s. 36-38

<sup>176</sup> tamtéž, s. 42

<sup>177</sup> tamtéž, s. 60



kteřá s postupným technologickým rozvojem i nástupem nových žurnalistických trendů v posledních dekadách ještě více nabyla na důležitosti. Staví přitom na dlouhé historii a vývoji. Frank P. Hoy fotožurnalistiku definuje jako svébytný obor, který oplývá silnou tradicí komunikování zpráv veřejnosti. „*Půjčuje si od fotografického umění i od psané žurnalistiky, aby se stala něčím zcela výjimečným. Stejně jako umělecký fotograf využívá i fotožurnalista specifické techniky k zachycení silných snímků, zároveň je však reportérem zodpovědným za informování veřejnosti.*“<sup>178</sup> Podobný důraz na symbiózu obou složek fotožurnalistiky kladou i Fahmyová, Bocková a Wanta. Připomínají ale, že fotografové (tehdy ještě pouze v tištěných médiích) pracovali v redakcích desítky let, než došlo k jejich zformování a definování jako profesní skupiny.<sup>179</sup>

První úvahy o fotografickém pokrývání událostí a využívání snímků ve zpravodajství, tedy vlastní základy fotožurnalistiky, se přitom podle Langtona objevily už v průběhu druhé poloviny 19. století. Čelily však mnoha výzvám. Fotožurnalistika se stal proveditelným až tehdy, když se fotografická technika, komunikační kanály (tedy způsoby, jak fotografií dostat z místa, kde byla pořízena, tam, kde měla být použita) a reprodukční technologie vyvinuly natolik, že bylo možné rychle zachytit jakoukoliv akci, dále ji reprodukovat a v co nejkratším čase dopravit až ke čtenářům.<sup>180</sup> Samotný termín fotožurnalistika byl dle knihy *Visual Communication Theory and Research (Teorie a výzkum vizuální komunikace)* poprvé použit Alfredem Eisenstadtem až ve 30. letech minulého století, poté také postupně docházelo k institucionalizaci tohoto žurnalistického zaměření.<sup>181</sup>

Fahmyová a její kolegyně však upozorňují na určitou rivalitu mezi pišícími reportéry a fotografy, která proces emancipace fotožurnalistiky provázela a která by mohla mít kořeny v rozdílných akademických zázemích obou skupin. S odkazem na Kena Kobreho<sup>182</sup>

---

<sup>178</sup> HOY, Frank P. *Photojournalism: the visual approach*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1986. ISBN 0-13-665548-3. s. 1-10

<sup>179</sup> FAHMY, Shahira, Mary Angela BOCK a Wayne WANTA. *Visual communication theory and research: a mass communication perspective*. New York, NY: Palgrave Macmillan, 2014. ISBN 978-113-7362-148. s. 29

<sup>180</sup> LANGTON, Loup. *Photojournalism and today's news: creating visual reality*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2009. ISBN 978-1-4051-7896-9. s. 15-16

<sup>181</sup> FAHMY, Shahira, Mary Angela BOCK a Wayne WANTA. *Visual communication theory and research: a mass communication perspective*. New York, NY: Palgrave Macmillan, 2014. ISBN 978-1-137-36214-8. s. 34

<sup>182</sup> KOBRE, Kenneth a Betsy BRILL. *Photojournalism: the professionals' approach*. 6th ed. Amsterdam: Focal Press, c2008. ISBN 978-0-7506-8593-1. s. 6

dodávají, že tento rozdíl vytvářel nejen určité tvůrčí schizma, ale zároveň nastavoval organizační hierarchii, která dlouho upřednostňovala textovou složku zpravodajství na úkor vizuální.<sup>183</sup> Uvádí také, že tato hierarchie v mnoha ohledech přetrvala až do 21. století. Změnu však podle Fahmyové (2008) přináší zejména rozvíjející se prostředí nových médií. Její výzkum prováděný v oblasti online žurnalistiky dokládá, že fotografická složka mediálních obsahů a samotná dovednost fotografování či editovat snímky jsou v rámci redakčních procesů stále více ceněny.<sup>184</sup>

Role fotožurnalistiky v rámci mediální scény nicméně zůstává předmětem debat profesionálů i širší zainteresované veřejnosti. Postavení fotožurnalistů a jejich práce se totiž mnohdy velmi liší, a to nejen na úrovni zemí, ale i konkrétních mediálních domů. Obsáhle se tímto tématem zabývá i již zmiňovaný Loup Langton, a to ve své publikaci *Photojournalism and Today's News* (Fotožurnalistika a současné zpravodajství). Langton například upozorňuje, že zatímco v některých médiích jsou fotografie považovány za významnou součást každodenně připravovaného obsahu a klíčovou ingredienci pomáhající v souboji o čtenáře, jinde snímky hrají marginální roli a pouze ilustrují text.<sup>185</sup>

### 3.1 Zpravodajská fotografie

Liz Wellsová definuje fotografii jako „speciální druh obrazu, který komunikuje skrze zachycení určitého časového momentu, a portrétuje objekty, osoby a místa, která se v daný moment objevila v hledáčku fotoaparátu.“<sup>186</sup> Jde o velmi základní vymezení, dobře však demonstrovuje, proč se fotografie stala stěžejní součástí zpravodajství. Dává nám možnost být přímým svědkem dění, názorně nám jej zprostředkovává, usnadňuje jeho zapamatování a poskytuje určitý autentický podklad pro tvorbu vlastní interpretace.<sup>187</sup>

Jako publikum chováme k fotografickému zobrazení důvěru, věříme v jeho

---

<sup>183</sup> FAHMY, Shahira, Mary Angela BOCK a Wayne WANTA. *Visual communication theory and research: a mass communication perspective*. New York, NY: Palgrave Macmillan, 2014. ISBN 978-1-137-36214-8. s. 30

<sup>184</sup> tamtéž, s. 31

<sup>185</sup> LANGTON, Loup. *Photojournalism and today's news: creating visual reality*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2009. ISBN 978-1-4051-7896-9. s. 45

<sup>186</sup> WELLS, Liz. *The photography reader*. London: Routledge, c2003. ISBN 0-415-24661-X. s. 1

<sup>187</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích. 2.*, upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9. s. 88-89

autentičnost a pravdivost. Nepochybujeme, že pro nás fotoaparát „zachytil moment“ tak, jak proběhl. K chápání fotografie jako pravdivého odrazu reality přitom přispěla samotná technika jejího vzniku, ale i závislost na přítomnosti fotografovaného objektu či osob před objektivem fotoaparátu. Fotografickou produkci sice takřka od jejího vzniku provázely možnosti manipulace, které se s nástupem digitalizace dokonce staly téměř neodhalitelnými, její obecné vnímání coby autentické reprezentace reality však přetrvalo.<sup>188</sup> A to i přesto, že padla i výše zmiňovaná podmínka existence reálného předobrazu, který fotografie zachycuje (viz kapitola 3.2).

Fotografie se i proto brzy stala nepostradatelným nástrojem zpravodajských médií, kde poskytuje aktuální obrazové informace o politických či společenských událostech. Jejím významným atributem je přitom nejen aktuálnost, ale také masová distribuce. Kromě toho zpravodajskou fotografii zpravidla doprovází text, který ji časově zařazuje a doplňuje kontext, který nemusí být z obrazu patrný.

### 3.1.1 Druhy zpravodajské fotografie

Za nejdůležitější žánr zpravodajské fotografie můžeme podle Lábové označit **fotografickou aktualitu**, tedy obrazovou zprávu o událostech a jejich aktérech, která má určitý okamžitý sociální, ekonomický, společenský či politický dopad. Jak už název napovídá, mělo by se jednat o snímek, který informuje o právě probíhajících nebo nových událostech, případně o dění, které má v daný moment mimořádný význam či se periodicky opakuje. Stejně tak by fotografická aktualita měla být relevantní a přinášet pohled na nejdůležitější aspekty událostí. Současně by mělo jít o materiál technicky dokonalý a na první pohled dobře čitelný.

Fotografické aktuality můžeme rozlišit na **general news** (v případě, že fotograf fotí událost předem naplánovanou, která má předpokládaný průběh a podmínky) a **spot news** (jestliže jde o zachycení událostí, které se naplánovat nedají, například přírodních katastrof).<sup>189</sup> Mezi další druhy zpravodajských snímků můžeme podle Lábové zařadit

---

<sup>188</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1647-6. s. 9-10

<sup>189</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9. s. 91-92

**agenturní fotografie**, které pořizují, šíří a archivují tiskové a fotografické agentury. Jde o materiály tržního charakteru, agentura je tedy na základě smlouvy poskytuje svým abonentům. Kromě výše zmíněných se můžeme setkat i s věcnými ilustracemi, které zpravidla na stránkách novin doplňují delší textový obsah.<sup>190</sup>

### 3.2 Proměny fotožurnalistiky v digitální éře

Digitalizace zásadním způsobem proměnila nejen fotožurnalistiku, ale celou oblast vizuální komunikace a obrazové reprezentace událostí v médiích. Změnila fotografickou techniku, podstatu snímků i přístup k práci s nimi. To vše během poměrně krátké doby.<sup>191</sup> Prvopočátky využívání digitální fotografie můžeme pozorovat už v 60. letech minulého století, kdy ji pro své experimenty začala využívat NASA. K jejímu masovému rozšíření následně došlo přibližně v 90. letech.<sup>192</sup> Byla to přitom právě oblast fotožurnalistiky, kde se digitální fotografie prosadila nejdříve, zejména díky své rychlosti a snadnému sdílení.<sup>193</sup>

Jak upozorňují Láb a Lábová, můžeme nástup digitální fotografie považovat za určitý projev postmoderní informační společnosti. *„Ta je, podobně jako moderní společnost, postavena na obrazové kultuře, ale hlavní komoditou se v ní stala informace, takže i obraz má v tomto kontextu podobu informace.“*<sup>194</sup>

Klasická fotografie je založena na fyzikálně-chemických principech, které se ve své podstatě až do nástupu digitalizace nezměnily. Jejími základními stavebními jednotkami jsou shluky krystalů stříbrných solí neboli zrno. To je nepravidelné a v různých místech obrazu různorodé, současně je coby základní element fotografie nezměnitelné. Digitální obraz naproti tomu tvoří soubor dat, který lze lehce měnit. Zmizela také *„fundamentální podmínka vzniku klasického fotografického obrazu – závislost na barthesovském referentu, tedy na reálně existující předloze ve skutečnosti, kterou fotografie zastupuje.“*<sup>195</sup>

---

<sup>190</sup> tamtéž, 93

<sup>191</sup> LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalistiky?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1647-6. s. 9

<sup>192</sup> BULL, Stephen. *Photography*. London: Routledge, 2010. Routledge introductions to media and communications. ISBN 978-0-415-42894-1. s. 20

<sup>193</sup> OSVALDOVÁ, Barbora, Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ a Miloš ČERMÁK. *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky: proměny a perspektivy žurnalistiky v epoše digitálních médií aneb nová média teoreticky i prakticky*. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1684-1. s. 115

<sup>194</sup> tamtéž

<sup>195</sup> tamtéž, s. 116-117

Právě fakt, že digitální fotografie pro svůj vznik nepotřebuje reálnou předlohu, podle Robinse otřásl dosavadním vnímáním fotografie. V této souvislosti dokonce hovoří o nástupu „*post-fotografické éry*“,“<sup>196</sup> která posunula vnímání obrazových informací. Právě digitální manipulace fotografií, jež je na rozdíl od manipulací s klasickou fotografií snadnější a dokonalejší, se zejména v prostředí fotožurnalistiky stává nežádoucím ohrožením základního principu novinářské fotografie – tedy autentického zprostředkování událostí. Samotná média na situaci zareagovala například zaváděním aktualizovaných etických kodexů, které zacházení s fotografiemi v digitální éře upravují. Dříve se etická pravidla zaobírala zejména zásadami při fotografování a vztahem zobrazovaného subjektu k fotografovi, samotnými snímky či jejich kontextem. Nově se v kodexech začala komplexně zpracovávat i pravidla postprodukce.<sup>197</sup>

### 3.3 Práce s vizuálními materiály v rámci redakčních rutin

Digitalizace v mnoha ohledech práci s fotografiemi změnila – urychlila fotografování v terénu i následné editační procesy v redakci. Avšak podstata celkové procedury a cesty od idey k finální reprezentaci daných událostí či témat, zůstala stejná.<sup>198</sup>

Než se zpravodajská fotografie dostane k recipientům, prochází procesem, který se na úrovni jednotlivých médií může lišit, vychází ale z ustálených redakčních postupů. Významnou roli v tomto procesu hrají prostředí a kultura daného newsroomu i rutiny, které jsou při novinářské práci dodržovány. Právě tyto faktory definují, která událost je zprávou a jak bude reprezentována. K rozhodování také zpravidla dochází na základě určitého hierarchického řádu. V něm mívají rozhodující úlohu vedoucí editoři – ti vyslovují finální slovo například v otázkách zveřejnění potenciálně kontroverzních fotografií či textů. Langton k tomuto dodává, že „*žádné rozhodnutí nemusí být v tomto smyslu výhradně dobré či špatné. Každé však reflektuje uvažování vedoucí osoby o jednotlivých mediálních výstupech.*“<sup>199</sup> Vedoucím editorům při rozhodování napomáhají nejen tradice a kulturní

---

<sup>196</sup>LISTER, Martin. *The photographic image in digital culture*. Second edition. London: Routledge, 2013. Comedia. ISBN 9780415535274. s. 29

<sup>197</sup>LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalistiky?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1647-6. s. 135

<sup>198</sup>LANGTON, Loup. *Photojournalism and today's news: creating visual reality*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2009. ISBN 978-1-4051-7896-9. s. 114

<sup>199</sup>tamtéž, s. 92-95

prostředí daného newsroomu, ale i jejich individuální zkušenosti s žurnalistickou prací i jejich zkušenosti osobní.<sup>200</sup>

Práce s vizuálními materiály je víceúrovňová a jak již bylo naznačeno v kapitole o vizuálním gatekeepingu, na každé z úrovní tohoto procesu je formována různými rozhodnutími zodpovědných osob. Vše obvykle začíná návrhy na články, se kterými přichází redaktoři či editoři. Pokud je daný námět schválen, rozhoduje příslušný obrazový editor o tom, kterého fotografa pověří jeho zaznamenáním. Může však zvolit i variantu využití agenturního fotografického servisu. Při vlastním fotografování fotoreportér zvažuje ideální způsob zachycení události přímo v terénu. „*Jeho rozhodnutí jsou vedena požadavkem čitelnosti a srozumitelnosti snímku. Fotograf provádí výběr okamžiku, který zachytí, aby obrazová zpráva co nejvýmluvněji, nejpřesněji a nejobjektivněji zastupovala událost.*“<sup>201</sup> Kromě toho rozhoduje, kterou fotografickou techniku použije a zohlední podmínky, které k práci má. Jim také přizpůsobuje například kompozici snímku. Poté vybírá materiál, který nabízí k redakčnímu užití.<sup>202</sup>

Následně jsou fotografie editovány, ořezávány či dochází k úpravě jejich tonálního rozsahu pomocí digitálního editačního softwaru. Formulují se také popisek snímků. Každý z těchto kroků je klíčový, neboť ve výsledku ovlivňuje vizuální reprezentaci a interpretaci daného obsahu.<sup>203</sup>

Podstatná je však i role samotného fotoeditora. Langton s odkazem na slova editora magazínu Time Henryho Mullera upozorňuje na to, že osoba zodpovědná za zeditovaný obsah zanechává na výsledném mediálním produktu svou vlastní stopu.<sup>204</sup> Fotoeditoři při selekci snímků používají mnoho kritérií, hodnotí kompozici, světlo, i zachycení momentu. Snaží se také ujistit, že obsah fotografie reprezentuje to, co se snaží vypovědět i samotný text. Kromě toho dohlíží na to, aby vizuální materiály byly v souladu s etickým kodexem příslušného média.<sup>205</sup>

---

<sup>200</sup> tamtéž

<sup>201</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích. 2.*, upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9. s. 95

<sup>202</sup> tamtéž, s. 96

<sup>203</sup> LANGTON, Loup. *Photojournalism and today's news: creating visual reality*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2009. ISBN 978-1-4051-7896-9. s. 96

<sup>204</sup> tamtéž, s. 92

<sup>205</sup> tamtéž, s. 108

## 4 Vizuální reprezentace uprchlické krize: obsahová analýza serverů iDNES.cz a Blesk.cz

V předchozích kapitolách diplomové práce jsme si představili migrační krizi – její průběh, politický a společenský kontext i odraz v české společnosti. Následně jsme se zabývali různými aspekty mediální reprezentace a nastínili fungování fotožurnalistiky či procesu, kterým fotografie prochází, než se dostanou ke čtenářům. Úkolem následujících prakticky zaměřených kapitol je završit toto teoretické rozkrývání dílčích součástí vizuální reprezentace uprchlické krize pomocí obrazové obsahové analýzy. Celkový rozbor zkoumaného tématu následně doplňují rozhovory s fotoeditory analyzovaných médií.

### 4.1 Charakteristika zkoumaných médií

#### 4.1.1 iDNES.cz

Zpravodajský portál iDNES.cz provozuje multimediální skupina MAFRA, a.s., kterou v roce 2013 prostřednictvím koncernu Agrofert koupil Andrej Babiš. Do portfolia skupiny patří kromě iDNES.cz také deníky Mladá fronta DNES, Lidové noviny a Metro, týdeníky TÉMA a 5plus2, servery Lidovky.cz, MOBIL.CZ, AAA Poptávka, hudební televizní stanice Óčko či Rádio Impuls. Podle údajů uvedených na svých webových stránkách MAFRA tištěnými tituly pravidelně oslovuje 2,4 milionu čtenářů, její internetové projekty navštíví týdně 3,4 milionů uživatelů.<sup>206</sup>

Server iDNES.cz funguje od ledna 1998 a jde o největší webový portál společnosti MAFRA. „Vznikl v době, kdy v České republice bylo jen velmi málo internetových stránek a internet se ještě nestihl rozšířit mimo velká města. Ještě v roce 2001, kdy splaskla internetová bublina, si spoustu lidí myslelo, že jde o slepou větev distribuce médií. MAFRA však do iDNES.cz neustále investovala, a tak se stal zpravodajskou jedničkou už rok a půl od svého vzniku.“<sup>207</sup> Portál přináší zpravodajství ze světa, z domova, regionů, sportu, ekonomiky i kultury. Kromě toho se věnuje magazínovým obsahům (v rubrikách Bydlení,

<sup>206</sup> O společnosti [online]. [cit. 2018-04-05]. Dostupné z: <https://www.mafra.cz/o-spolecnosti.aspx>

<sup>207</sup> Mediální skupina MAFRA: Portfolio [online]. [cit. 2018-04-05]. Dostupné z: <https://www.mafra.cz/o-spolecnosti.aspx>

Ona, Technet, Auto či Revue). Kromě toho je idnes.cz výchozí platformou pro další online servis, jako je server pro uchovávání a sdílení fotografií Rajče.net, vyhledávač realit reality.idnes.cz nebo vyhledávač dopravních spojů idos.cz (jizdnirady.idnes.cz).

Portál iDNES.cz je čtenáři vnímán jako seriózní zpravodajský web.<sup>208</sup> Deník Mladá fronta DNES, jejíž obsah iDNES.cz z části překlápí do online podoby, se dokonce označuje za „největší seriózní deník v České republice.“<sup>209</sup>

#### 4.1.2 Blesk.cz

Server Blesk.cz můžeme charakterizovat jako internetový portál, který je ve své podstatě internetovou verzí deníku Blesk. K obsahu tohoto média jsou však v online prostředí doplněny „denní aktuality a více informací ze světa showbyznysu, sportu, zábavy a kultury.“<sup>210</sup> Portál spadá pod vydavatelství Czech News Center a.s., které je součástí koncernu Czech Media Invest a.s. kontrolovaného společně Danielem Křetínským a Patrikem Tkáčem.<sup>211</sup> Do portfolia Czech News Center (CNC) patří celá řada titulů. Mediální dům kromě Blesku vydává například bulvární deník Aha!, deník Sport nebo týdeník Reflex. Věnuje se také produkci ženských a odborně profilovaných časopisů, patří mezi ně Blesk pro ženy, Blesk Hobby, Blesk Zdraví nebo Blesk Vaše Recepty. Na mužské čtenáře vydavatelství míří například auto-moto tituly jsou Svět motorů a AutoTip. Z online titulů spadajících pod CNC můžeme jmenovat kromě Blesk.cz také Auto.cz, iSport.cz nebo Info.cz.

Blesk.cz svůj obsah čtenářům nabízí prostřednictvím několika rubrik. Mezi hlavní z nich patří „Celebrity“, „Zprávy“ a „Sport“.<sup>212</sup> Po vstupu do rubriky zprávy portál nabízí další výběr řazený dle témat na: *Události, Politika, Evropská unie, Regiony, Svět, Počasí, Krimi a Další*. V poslední jmenované skupině témat nalezneme i samostatnou položku pro Uprchlíckou krizi.<sup>213</sup>

---

<sup>208</sup> Zpravodajské servery: nejdůvěryhodnější iDNES, TN.cz je bulvár [online]. [cit. 2018-04-05]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/oblíbenost-internetoveho-zpravodajstvi/>

<sup>209</sup> Mediální skupina MAFRA: Portofolio: MF Dnes [online]. [cit. 2018-04-05]. Dostupné z: <https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-mfd.htm>

<sup>210</sup> O nás [online]. [cit. 2018-04-05]. Dostupné z: <http://www.cncenter.cz/clanek/1323/o-nas>

<sup>211</sup> Vlastníci [online]. [cit. 2018-04-05]. Dostupné z: <https://www.cncenter.cz/clanek/2370/vlastnici>

<sup>212</sup> V květnu 2018 mělo dojít ke změně designu webu, údaje jsou aktuální k dubnu 2018 (stejně je tomu u obsahové analýzy)

<sup>213</sup> Web serveru je dostupný na adrese: <http://www.blesk.cz/>



Portál můžeme na základě některých dřívějších odborných publikací<sup>214</sup> i charakteru jeho obsahu zařadit mezi bulvární média. Ta jsou dle Burtona a Jiráka typická zejména svou orientací na negativitu i jednoduché a přímočaré zpracování témat. „*Tím vytváří dojem, že jsou autoritou, jež umí snadno a přehledně vyložit svět (a že je svět vyložitelný prostřednictvím zákulisních informací, drbů ze soukromého života a nejrůznějších deviací.*“<sup>215</sup> Kromě toho jejich agendu tvoří zprávy o celebritách a dění okolo nich. McQuail doplňuje, že se bulvár zaměřuje na osudy obyčejných lidí podávané senzacechtivým způsobem. Stejně tak se věnuje referování o zločinech a skandálech.<sup>216</sup>

## 4.2 Výzkum vizuálních materiálů

Gillian Roseová upozorňuje, že jsou vizuální materiály při aplikaci výzkumných metod v oblasti sociálních věd využívány stále častěji. V některých případech se tak děje za účelem prozkoumání určitých aspektů vizuality, častěji však slouží k poznání charakteristik sociálního života. Využívání obrazových materiálů sociálními vědami má přitom dlouhou historii. Roseová zmiňuje například jejich adaptování v oblasti antropologie a vizuální sociologie. „*V současnosti nicméně můžeme pozorovat velký rozmach využívání vizuálních metodologií napříč všemi sociálními vědami.*“<sup>217</sup>

Vizuální výzkumné metody mohou využívat už existující obrazové informace například zveřejněné v masmédiích, stejně tak ale mohou být obrazy při výzkumu teprve vytvářeny – výzkumníkem či zkoumanými subjekty. Častěji je však s vizuály zacházeno jako s daty, se kterými by se v zájmu relevantních výsledků po zahájení výzkumu nemělo manipulovat. Vizuální informace přitom lze vnímat jako reprezentanty širšího diskurzu, stejně jako nositele kvalitativních aspektů zkoumaných jevů.<sup>218</sup>

---

<sup>214</sup> PODHORSKÁ, Nikola. Lexikální expresivita na webových serverech Blesk.cz a IHNED.cz. Olomouc, 2017. bakalářská práce (Bc.). UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI. Filozofická fakulta. Vedoucí práce Mgr. Viktor Jílek, Ph.D.

<sup>215</sup> BURTON, Graeme. Úvod do studia médií. Brno: Barrister & Principal, 2001. Studium (Barrister & Principal). ISBN 80-85947-67-6. s. 257

<sup>216</sup> MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5. s. 43

<sup>217</sup> ROSE, Gillian. *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. London: SAGE Publications, 2001. ISBN 07-619-6665-X. s. 15

<sup>218</sup> tamtéž, 15-16

## 4.3 Metodologie

### 4.3.1 Obsahová analýza

Pro porozumění způsobu, jakým námi zkoumaná média vizuálně reprezentovala migrační krizi, a k zodpovězení níže stanovených hypotéz a výzkumných otázek bude jako výzkumná metoda použita obsahová analýza. Jedná se o kvantitativní objektivní analýzu, kterou lze aplikovat na sdělení jakéhokoliv druhu. Podle Dismana ji lze užít jak k rozboru obsahu sdělení, tak jeho formy, autora či adresáta.<sup>219</sup> Záběr obsahové analýzy je tak velmi široký, s její pomocí můžeme rozklíčovat, jak objektivně různé masové sdělovací prostředky referují o určitých událostech, či odhalit skryté úmysly sdělovatele, případně ji lze aplikovat uvnitř jiných výzkumných technik.<sup>220</sup>

Roseová metodu popisuje jako „*metodologicky explicitní*“. Je totiž postavena na množství pravidel a procedur, které musí být striktně dodržovány, chceme-li dospět k relevantním výsledkům. Tyto postupy zahrnují výběr analyzovaného materiálu, jeho kódování i následnou kvantitativní analýzu velkého množství jednotek.<sup>221</sup> Podle Wimmera a Dominicka lze definovat hned deset základních kroků, ze kterých by měla obsahová analýza sestávat. Jejich pořadí nemusí být vždy striktně dodržováno následujícím způsobem a úvodní fáze lze kombinovat, přibližně však postup obsahové analýzy vymezili následovně:

- 1) formulace výzkumné otázky nebo hypotézy
- 2) definice výběrového souboru/populace
- 3) výběr patřičného vzorku
- 4) výběr a definice jednotky měření
- 5) konstrukce kategorií obsahu, které budou analyzovány
- 6) vystavení systému kvantifikace
- 7) trénink kódovačů a provedení pilotního výzkumu
- 8) kódování obsahů
- 9) analýza shromážděných dat
- 10) definice závěrů<sup>222</sup>

---

<sup>219</sup> DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 4., nezměň. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1966-8. s. 168

<sup>220</sup> tamtéž

<sup>221</sup> ROSE, Gillian. *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. London: SAGE Publications, 2001. ISBN 07-619-6665-X. s. 88

<sup>222</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN

Už tímto pracovním postupem obsahová analýza podle Scherera tvoří protipól analýzy hermeneutické, která využívá spíše subtilních interpretačních postupů a z mnoha různých aspektů studuje menší množství materiálů. Na rozdíl o ní je obsahová analýza „*vysoce strukturovaným a selektivním procesem.*“<sup>223</sup> S tímto je spojena i její vysoká míra ověřitelnosti. Kromě toho, že obsahová analýza dokáže zpracovat velké množství materiálů, je také možné její výsledky přehledně znázornit v číselných hodnotách, tabulkách a grafech.<sup>224</sup> Získaná data výzkumník vztahuje k původně formulovaným otázkám a hypotézám, případně s jejich pomocí může definovat zcela nový výzkumný problém. Je však třeba dodat, že i tato metoda má některé nedostatky či slabiny. Kritici upozorňují například na to, že kvantitativní obsahová analýza nabízí tvrdá data, která mohou vypovídat o podílech či korelacích pozorovaných kategorií, nedokáže už ale poskytnout vysvětlení příčin či významu těchto dat. Slabinou je dle kritiků i redukce zkoumaného jevu na počítatelné prvky, čímž může snadno dojít k opomenutí některých unikátních aspektů zkoumané jednotky.<sup>225</sup>

### 4.3.2 Obrazová obsahová analýza

Obrazová obsahová analýza se soustředí na rozbor vizuálních prvků, televizních pořadů, fotografií či ilustrací. Jak ovšem upozorňují Trampota s Vojtěchovskou, doposud jí nebylo v rámci výzkumů věnováno tolik pozornosti jako analýzám textovým. „*Jedním z důvodů tohoto relativně menšího zájmu bylo přesvědčení, že na rozdíl od textových sdělení je obrazový záznam relativně věrným odrazem skutečnosti, protože použití záznamového přístroje vylučuje nežádoucí zkreslení při zprostředkování skutečnosti (...).*“<sup>226</sup> Rozvoj užívání vizuálních materiálů v médiích však tento přístup výzkumníků změnil. Kromě toho došlo i k pochopení skutečnosti, že použití záznamové techniky nezabraňuje silnému vlivu mnoha dalších faktorů na výslednou obrazovou informaci.<sup>227</sup>

Trampota s Vojtěchovskou definují obrazovou obsahovou analýzu jako rozbor

---

978-80-7367-683-4. s. 104

<sup>223</sup> SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3., nezměněn. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4. s. 29

<sup>224</sup> tamtéž, s. 30

<sup>225</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 110

<sup>226</sup> tamtéž, s. 156

<sup>227</sup> tamtéž

obsahu vizuálních sdělení, který rozkrývá, jaké informace jsou vizuálními materiály předávány čtenářům či divákům. Zkoumá, jak jsou jednotlivé události či jejich aktéři reprezentováni, přičemž se soustředí na užívání symboliky jednotlivých znaků vizuální komunikace (úhlu pohledu, umístění, velikosti materiálů či jejich barevnosti). Nejčastěji se přitom s obrazovou obsahovou analýzou můžeme setkat v souvislosti s výzkumem novinářských fotografií či televizního zpravodajství, užívá se však i v oblasti reklamních sdělení. Často je tato metoda užívána například k pochopení způsobů reprezentace určitých sociálních skupin s důrazem na rozkrývání stereotypizace. Ačkoliv je obrazová obsahová analýza odvozena od klasického pojetí kvantitativní obsahové analýzy, mohou ji výzkumníci kombinovat s různými formami kvalitativní analýzy.<sup>228</sup>

#### **4.4 Stanovení výzkumných otázek a hypotéz**

Obecně stanoveným cílem obsahové analýzy je rozkrýt způsoby vizuální reprezentace obrazové reprezentace uprchlické krize servery iDNES.cz a Blesk.cz. Jinými slovy – analyzuje, jak fotografie v těchto médiích zastupovaly jednotlivé aspekty daného fenoménu a jeho aktéry. Při snaze formulovat vhodné výzkumné otázky, které poslouží jako efektivní nástroj této analýzy, se můžeme opřít také o poměrně bohatý soubor informací a znalostí o uprchlické krizi uvedený v teoretické části diplomové práce.

Konkrétně se rozbor soustředí například na odhalení toho, které motivy události byly upozadovány či naopak zvýrazňovány, a jak byli zobrazováni aktéři krize dle barvy pleti či pohlaví. Součástí rozboru je i následná komparace výsledků analyzovaných médií mezi sebou a odhalení případných odlišností v závislosti na charakteru daných serverů (rozdíl mezi bulvárně profilovaným a seriózním zpravodajským portálem). Analyzovány budou jak technické, tak symbolické kódy.

##### **Výzkumné otázky:**

**VO1:** Které motivy se na fotografiích objevovaly nejčastěji?

**VO2:** Reprezentovalo bulvární médium krizi nejčastěji prostřednictvím negativních emocí?

**VO3:** Které zdroje fotografií média využívala nejvíce?

---

<sup>228</sup> tamtéž, s. 157

**VO4:** Jaké rozdíly lze pozorovat ve vizuální reprezentaci migrační krize při porovnání bulvárního média (Blesk.cz) s médiem seriózním (iDNES.cz)?

**VO5:** Jak často byly médii využívány ilustrační fotografie?

#### **Hypotézy:**

**H1:** Server iDNES.cz nejčastěji migrační krizi reprezentoval prostřednictvím motivu české politiky.

**H2:** Portál Blesk.cz při vizuální reprezentaci nejčastěji pracoval s motivem konfliktu.

**H3:** Server Blesk.cz migrační krizi nejčastěji reprezentoval prostřednictvím negativních emocí.

**H4:** Nejvíce užívaným zdrojem fotografií je agentura.

**H5:** Blesk.cz i iDNES.cz využívaly ilustrační fotografie u většiny ze zkoumaných materiálů.

## **4.5 Vymezení zkoumaného materiálu**

Analyzovaným souborem jsou úvodní fotografie článků (obvykle umístěné pod titulkem), které se ve zpravodajském obsahu serverů vyskytovaly od května do června 2015. Mapujeme tedy dvouměsíční období, kdy se krize stávala celoevropským problémem. Analyzovaný materiál jsme určili pomocí databáze **Newton Media Search**. V rozšířeném vyhledávání jsme zadali dotaz zahrnující oba termíny pro krizi používané (viz kapitola 1.1 vymezení základní terminologie) – tedy jak „*uprchlická*“, tak „*migrační*“ a dále pojmy „*uprchlíci*“ a „*migranti*“. Výsledný vyhledávací dotaz tedy zní: "*migrační krize*" OR "*uprchlická krize*" OR "*migranti*" OR "*uprchlíci*". Díky takto formulovanému dotazu se eliminoval počet článků, které s analyzovaným tématem nesouvisí a zároveň bylo možné zohlednit ne zcela jednotnou terminologii rozebíraného fenoménu.

## **4.6 Základní kódovací jednotka**

Základní kódovací jednotkou, na které je analýza prováděna, je úvodní fotografie článku. Z rozboru byly vyjmuty ostatní vizuální prvky, materiály nevycházející z fotografického záznamu reality, koláže a videa.

## 4.7 Stanovení a popis proměnných

Konstrukci obsahových kategorií jednotlivých proměnných, kterých mohou analyzované jednotky nabývat, můžeme dle Trampoty a Vojtěchovské považovat za jádro obsahové analýzy.<sup>229</sup> Pro naše účely v tomto procesu slouží takzvané **emergent kódování** čili stanovení kategorií na základě předběžného prozkoumání analyzovaného vzorku.<sup>230</sup> Kategorie jsou přitom definovány tak, aby se u každé proměnné vzájemně vylučovaly, a zároveň pokryly veškeré možnosti. Každá jednotka tak přísluší právě k jediné kategorii dané proměnné.

Na základě předběžného prohlédnutí fotografií na serverech iDNES.cz a Blesk.cz byly stanoveny následující proměnné, které mohou nabývat příslušných popsanych kategorií (celé znění kódovací knihy nabízí následující kapitola). Snímky jsou analyzovány z hlediska technických kódů (úhel pohledu, velikost zobrazení), z pohledu kódů symbolických (interakce s recipienty) či z hlediska tematického obsahu fotografií (politika, konflikt a další). Kromě toho jsou při kódování zaznamenány také identifikační proměnné, které slouží k lepší manipulaci s analyzovanými daty (unikátní kód pro každou fotografii) či k následnému správnému zařazení do vztahů mezi získanými výsledky (médiem).

Identifikační proměnné:

- **Médium:** tato proměnná může v rámci našeho výzkumu nabývat pouze dvou hodnot, a to buď **blesk.cz** či **idnes.cz**
- **Datum vydání:** slouží pro lepší přehled ve zkoumaných materiálech, při rozboru s ní však více pracovat nebudeme
- **Kód fotografie:** každý analyzovaný snímek má přiřazen svůj vlastní **kód**, je tak zpětně možné jej dohledat a ověřit analyzované prvky
- **Zdroj:** tato proměnná slouží k identifikaci původu fotografie, může jít buď o snímek **agenturní, redakční, kombinovaný či jiný**

---

<sup>229</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 106

<sup>230</sup> tamtéž

Analytické proměnné:

- **Velikost zobrazení:** jak uvádí Trampota s Vojtěchovskou, velikost zobrazení může symbolizovat, jak blízko k sobě zobrazovaný a příjemce sdělení mají. Jde o výklad, který vychází ze sociální interakce, při které se blízkost jedné osoby k druhé považuje za akt přátelství. Naopak velká vzdálenost signalizuje určitou bariéru mezi recipientem a zobrazovaným objektem. Rozlišujeme tedy **detail** (zaznamenání obličeje coby nejdůležitější části obrazové informace, které je nástrojem pro zvýšení pozornosti a vyvolání empatie. Dále **velký detail** (zvyšuje napětí a dramatičnost), **polocelek** (zobrazení od hlavy po pas) a **celek** (celá postava i s prostředím).<sup>231</sup>
- **Úhel pohledu:** tento kód představuje polohu pohledu fotografa, jehož prostřednictvím je následně recipient umístěn do určitého vztahu k reprezentovanému objektu či osobě. V této souvislosti rozlišujeme **úhel přímý** (osa objektivu je ve výši očí sedící postavy, vztah je popisován jako neutrální). Dále rozlišujeme **podhled** (osa objektivu je snížena a objekt je nahlížen z podhledu – má tak nad recipientem převahu) a **nadhled** (objektiv je naopak posunut výše a převahu má recipient).
- **Interakce s recipienty:** určuje, jak intenzivní je interakce mezi zobrazovanými osobami a recipienty obrazového sdělení. Pokud se jedná o **pohled přímo na příjemce**, který u recipientů vzbuzuje dojem navození přímého očního kontaktu, můžeme hovořit o vysokém stupni interakce. Osoba však může být zobrazena pouze **zpředu**, aniž by se příjemci dívala přímo do očí, v takovém případě k adresnému oslovení nedochází. Ještě méně interakce nabízí zobrazení **z profilu**. Pokud je osoba zobrazena **zezadu**, vyvolává dokonce dojem odtažitosti, komunikace s recipientem je nulová.<sup>232</sup>
- **Velikost snímku:** určení velikosti fotografie se obvykle při zkoumání

---

<sup>231</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 159

<sup>232</sup> tamtéž, s. 162

tištěných médií uvádí na základě počtu sloupců textu, přes které daný snímek zasahuje. V případě online platform je ovšem sledování tohoto aspektu poněkud složitější. Na rozdíl od novin či magazínů se úvodní fotografie klasického online zpravodajství zasazují do šablony předpřipravené redakčním IT systémem. Pokud jde o běžnou zprávu, mívají u všech článků stejnou velikost – zasahují tedy zpravidla přes jeden široký sloupec textu. Jak velká vizuální informace se dostane k recipientům, tak záleží spíše na tom, na které platformě (zařízení) každý z nich zpravodajství konzumuje (fotografie bude menší na mobilním zařízení, větší pak na monitoru počítače apod.) Přesto však můžeme v porovnání s rozsahem textu velikost úvodní fotografie určit. Redakce například může používat speciální otvírací fotografii přesahující standardní formát, aby upozornila na důležitost tématu. Stejně tak může prostor pro fotografii zmenšit na úkor jiných vizuálních prvků, čímž ji významově upozadí. Pro účely našeho výzkumu proto rozlišujeme u sledovaných snímků **velikost standardní, malou a velkou**. Nevymežeme ji však konkrétními rozměry ani počtem sloupců, nýbrž prostým poměrem k jedinému textovému sloupci, který v online zpravodajství zkoumaných médií tvoří tělo článku. Standardní velikost znamená, že je fotografie široká přibližně stejně jako textový sloupec. Pokud v záznamovém archu označíme, že je fotografie velká, znamená to, že tento standardní rozměr přesahuje, v opačném případě ji označíme jako malý snímek.

- **Motiv:** tato proměnná označuje téma, které snímku dominuje a skrze které komunikuje svůj obsah recipientům. Jak upozorňují Chouliarakiová a Zaborowski, reprezentace uprchlíků v médiích bývá dvojznačná a osciluje mezi „viktimizací“ a „zlovolností“. Jinými slovy, uprchlík je vnímán jako „oběť války“, která potřebuje ochranu, zároveň však představuje jakousi „hrozbu pro naši společnost.“<sup>233</sup>. Viktimizace je přitom dle teoretiků v médiích prezentována především skrze dva motivy, kterými jsou

---

<sup>233</sup> CHOULIARAKI, Lilie a Rafal ZABOROWSKI. Voice and community in the 2015 refugee crisis: A content analysis of news coverage in eight European countries. *International Communication Gazette* [online]. 2017, 79(6-7), 613-635 [cit. 2018-05-10]. DOI: 10.1177/1748048517727173. ISSN 1748-0485. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1748048517727173>



„pasivizace“ a „kolektivizace“. V prvním případě je uprchlík prezentován jako zranitelný jedinec postrádající základní prostředky k životu (stravu či přístřeší), je tak pasován spíše do pozice tvora bojujícího o prosté žití než do role osobnosti schopné politického a společenského rozhodování. Kolektivizací je pak myšlena redukce uprchlíků na určité anonymní statistické jednotky. Uprchlík je v takovém případě reprezentován pouze jako „součást davu nešťastníků, kteří jsou nerozlišitelní jeden od druhého.“<sup>234</sup> Oba přístupy přitom vedou k de-humanizaci uprchlíků. Viktimizací jsou zbaveni „schopnosti artikulovat osobní vůli,“ kolektivizací jsou zastíněny jejich individuální charakteristiky a osobní příběhy. Na druhé straně však dle Chouliarakiové a Zaborowského bývají uprchlíci reprezentováni také jako suverénní, vykořeněná a bezprizorní individua, což je potenciálně spojuje s kriminalitou.<sup>235</sup>

Zmíněné jevy budeme pozorovat i v námi zkoumaném materiálu. Zaměříme se ale i na další, některé z nich byly sestaveny na základě znalostí migrační krize uvedených v první části diplomové práce, ostatní vzešly z předběžného prozkoumání analyzovaného materiálu.

- **Pasivizace:** na snímcích pozorujeme motiv pasivizace, jak je vymezen v předchozím odstavci.
- **Anonymita:** také tento motiv je již vymezen v předchozím odstavci, pro naše účely však nepoužíváme termínu „kolektivizace“, ale pojmu „anonymita“. Typicky sem řadíme snímky, na kterých jsou uprchlíci a migranti znázorněni jako anonymní dav, je u nich obtížně rozlišit individuální charakteristiky apod.
- **Utrpení/Smrt:** průvodním jevem migrační krize bylo množství tragických událostí, uprchlíci a migranti při cestě do Evropy umírali, případně přežívali ve velmi špatných podmínkách. Jedním z motivů, které sledujeme, je proto i odraz tohoto strádání a utrpení ve vizuální reprezentaci uprchlické krize.
- **Rodina:** sledujeme, jak snímky reflektovaly přítomnost rodin na

---

<sup>234</sup> tamtéž

<sup>235</sup> tamtéž

uprchlických trasách. Indikátorem tohoto motivu je typicky například zobrazení děti s rodiči.

- **Demonstrace/Protest:** migrační krizi v Evropě provázela řada protestů a demonstrací. Pozorujeme proto, zda a jak tento doprovodný fenomén fotografie zaznamenaly. Indikátorem tohoto motivu jsou jakékoliv transparenty, napsaná hesla či formy protestů.
- **Cesta:** migrační krize se stala symbolem přesunů velkého množství lidí, sledujeme proto, jak snímky motiv cesty zaznamenaly a jak skrze něj zprostředkovaly kontext události.
- **Uprchlický tábor:** mezi symboly uprchlické krize patří i uprchlické tábory, i jejich pozorováním můžeme zjistit, jak snímky kontext události zaznamenaly. Mezi indikátory tohoto motivu patří i různá detenční zařízení či provizorní ubytovací prostory pro migranty a uprchlíky.
- **Česká politika:** migrační krize se stala tématem, které na politické scéně silně rezonovalo, politici se k němu intenzivně vyjadřovali a formovali oficiální český postoj k tématu. Pozorujeme proto, jak se tato skutečnost projevila na vizuální reprezentaci krize.
- **Zahraniční politika:** obdobně sledujeme, jaký prostor česká online média věnovala v souvislosti s uprchlickou krizí politikům zahraničním.
- **Konflikt:** součástí kontextu migrační krize i přímého dění byla také řada konfliktů. Ve zkoumaných materiálech sledujeme, s jakou intenzitou byla uprchlická krize skrze tento motiv reprezentována. Indikátory přitom jsou jakékoliv formy násilí.
- **Bezpečnost:** uprchlíci i migranti jsou částí společnosti považováni za ohrožení bezpečnosti, jejich cesty do Evropy také provází různá bezpečnostní opatření, na některých místech byly v roce 2015 posíleny policejní hlídky, či postaveny ploty. Indikátorem tohoto motivu proto jsou bezpečnostní složky (policie, armáda) či opatření (ploty)
- **Solidarita:** s migrační krizí je spojován i určitý aspekt solidarity

s utečenci a snahy pomoci jim. Na migračních trasách jim pomáhali dobrovolníci i zástupci některých nevládních organizací. Mezi indikátory tohoto motivu patří vyobrazení dobrovolníci, zdravotníci, záchranáři, či jakékoliv jiné formy pomoci

- **Ostatní:** motivy fotografií, které se vyskytovaly pouze ojedinele a nelze je zahrnout pod žádné z výše zmíněných.
  
- **Emocionální působení:** někdy v teoriích označováno také jako „*emotivní náboj*“<sup>236</sup>. Jde o prvek působící na emoce recipienta. Těžištěm takového náboje může být jak zobrazovaná událost, tak zachycení výrazu fotografovaných osob. Emocionální efekt však podle Lábové může mít i celkové myšlenkové zaměření materiálu.<sup>237</sup> Na zkoumaných snímcích proto pozorujeme, jaké emoce primárně u recipientů vyvolávají. Vyskytují-li se na nich výrazy a motivy strachu, smutku, násilí, zoufalosti apod., řadíme je k materiálům působícím **negativně**. Fotografie zobrazující rozesmáté, uvolněné či usmívající se osoby a podobně laděné motivy rozlišujeme jako snímky působící **pozitivně**. Pokud materiály neobsahují žádnou z výše zmíněných emocí, definujeme je jako snímky působící **neutrálně**.
- **Funkce:** dle Lábové můžeme při zkoumání žurnalistických fotografií pozorovat dvě hlavní funkce. V případě, že snímek zprostředkovává aktuální novinářskou informaci a sám je nositelem převážného objemu novinářské výpovědi, zatímco text pouze upřesňuje obrazové sdělení, hovoříme o funkci **informační**. Často však snímek vystupuje jako obrazová ilustrace, která spíše doplňuje textové sdělení. V takovém případě se jedná o funkci **ilustrační**.<sup>238</sup> Pokud média ilustrační snímky užívají, mnohdy je takto i označují (nejčastěji prostým popisem „*ilustrační foto*“), snadno je tak lze detektovat a zaznamenat i pro účely obsahové analýzy.
- **Pohlaví:** vztahuje se na osoby zobrazované na fotografiích. Proměnná může nabývat těchto kategorií: **převažují ženy, převažují muži, vyrovnané zastoupení žen a mužů a nelze určit**

<sup>236</sup> LÁBOVÁ, Alena. Základy fotožurnalistiky. [Díl] II, Úvod do teorie žurnalistické fotografie. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1990. ISBN 80-7066-119-4. s. 33

<sup>237</sup> tamtéž

<sup>238</sup> LÁBOVÁ, Alena. Základy fotožurnalistiky. [Díl] II, Úvod do teorie žurnalistické fotografie. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1990. ISBN 80-7066-119-4. s. 15-16

- **Věk:** vizuálně odhadujeme také věk zobrazených aktérů. Rozlišujeme podle toho, zda na fotografii **převažují děti** (přibližně do 12 let věku), **převažují dospívající** (do 18 let), **převažují dospělí** (věková kategorie 18 až 64 let) či **převažují staří lidé** (lidé, které lze na základě vizuálního zhodnocení zařadit do věkové kategorie 65+)
- **Barva pleti** – na fotografiích můžeme pozorovat také to, zda se na nich vyskytují osoby převážně **europoidní (bílé)**, **mongoloidní (žluté)** nebo **negroidní (černé)** barvy pleti.

## 4.8 Kódovací kniha

Médium:	iDNES.cz (1) Blesk.cz (2)
Datum vydání:	DD/MM/RR
Kód fotografie:	D/B001 - ∞
Zdroj:	agenturní (1) redakční (2) kombinovaný (3) neuveden (4) jiný (5)
Velikost zobrazení	detail (1) velký detail (2) polocelek (3) celek (4) jiný (5)
Úhel pohledu	přímý (1) podhled (2) nadhled (3) jiný (4)
Interakce s recipienty	přímý pohled na příjemce (1) zpředu (2) z profilu (3) zezadu (4) nelze určit (5)

Velikost snímku	standardní (1) velká (2) malá (3)
Motiv	Pasivizace (1) Anonymita (2) Utrpení/Smrt (3) Rodina (4) Demonstrace/Protest (5) Cesta (6) Uprchlícký tábor (7) Česká politika (8) Zahraniční politika (9) Konflikt (10) Bezpečnost (11) Solidarita (12) Ostatní (13)
Emocionální působení	negativní (1) pozitivní (2) neutrální (3)
Funkce	informační (1) ilustrační (2)
Pohlaví	převažují ženy (1) převažují muži (2) vyrovnané zastoupení (3) nelze určit (4)
Věk	převažují děti (1) převažují dospívající (2) převažují dospělí (3) převažují staří lidé (4) nelze určit (5)
Barva pleti	převažuje europoidní rasa (bílá) (1) převažuje mongoloidní rasa (žlutá) (2) převažuje negroidní rasa (černá) (3) nelze určit (4)

## 4.9 Operacionalizace

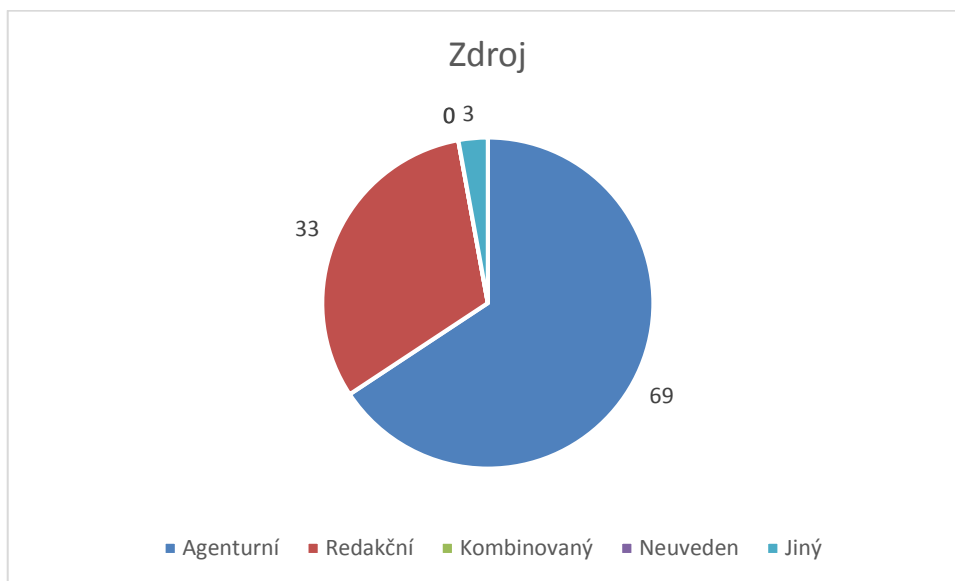
Jak již bylo uvedeno výše, vzorek zkoumaného materiálu byl vygenerován pomocí databáze Newton Media Search. Díky němu můžeme pomocí stanoveného vyhledávacího

výrazu nalézt články, které ve stanoveném období vycházely a pokrývaly uprchlickou krizi. Databáze však nabízí pouze text článku, proto je následně materiál vyhledán pomocí internetového vyhledávače Google.com. Pozorované prvky fotografií následně zapisujeme do záznamového archu, který je vytvořen v programu Excel. V něm jsou poté zaznamenaná data převáděna do grafů a tabulek (celý záznamový arch viz externí Příloha č.46). Součástí záznamového archu je i kolonka Poznámka. Slouží k zaznamenání případných dalších opakujících se prvků či specifik, které nebylo možné předem stanovit. Zároveň jsou v záznamovém archu uvedeny titulky článků, jejichž úvodní fotografie byly zkoumány. Tato položka však nebyla předmětem následné analýzy. Záznamový arch je k diplomové práci přiložen formou externí přílohy na CD (Příloha č. 46), analyzované fotografie jsou ve zmenšené podobě připojeny formou fotogalerií (Příloha č. 44 a č. 45.)

#### **4.10 Analýza a grafická prezentace výsledků – iDNES.cz**

V případě serveru iDNES.cz vygenerovala databáze Newton Media Search dle zadaných kritérií celkem 157 položek. Ve třech případech však došlo ke zdvojení výsledků – stejný článek byl vygenerován dvakrát (pravděpodobně z důvodu jeho aktualizování v době publikace). Po odečtení těchto položek čítal zkoumaný soubor 154 položek, pouze ve 105 případech se však u článku vyskytovala úvodní fotografie vymezená dle kritérií základní kódovací jednotky (viz 4.6.). Ve 21 případech byl místo fotografie použito video, koláž či jiný prvek. Dalších 28 položek zastupovalo články, které byly databází vygenerovány, avšak nevěnovaly se tématu uprchlické krize.

- **Zdroj**



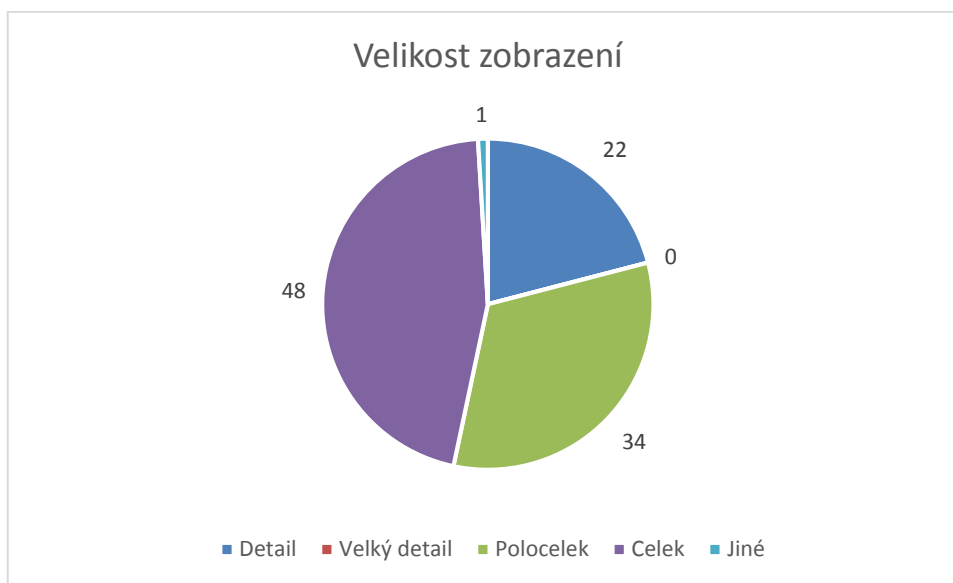
*Graf 1 Zdroj fotografií (iDNES.cz)*

*Tabulka 1: Zdroj fotografií (iDNES.cz)*

Agenturní	69	65,7 %
Redakční	33	31,4 %
Kombinovaný	0	0 %
Neuveden	0	0 %
Jiný	3	2,9 %

Portál iDNES.cz nejčastěji uprchlickou krizi pokrýval agenturními fotografiemi. Celkem server servisu agentury využil v 65,7 procentech případů. Druhou nejčastější variantou, kterou iDNES.cz použil celkem ve 31,4 procentech případů, byl zdroj redakční. Snímek tedy pořídil fotograf přímo pověřený médiem. Ani u jednoho ze zkoumaných materiálů nedošlo k tomu, že by byly zdroje nějakým způsobem zkombinovány nebo že by zdroj zůstal neuveden. Ve 2,9 procentech případů portál využil jiný zdroj, než jsou výše uvedené.

- **Velikost zobrazení**



Graf 2 Velikost zobrazení (iDNES.cz)

Tabulka 2: Velikost zobrazení (iDNES.cz)

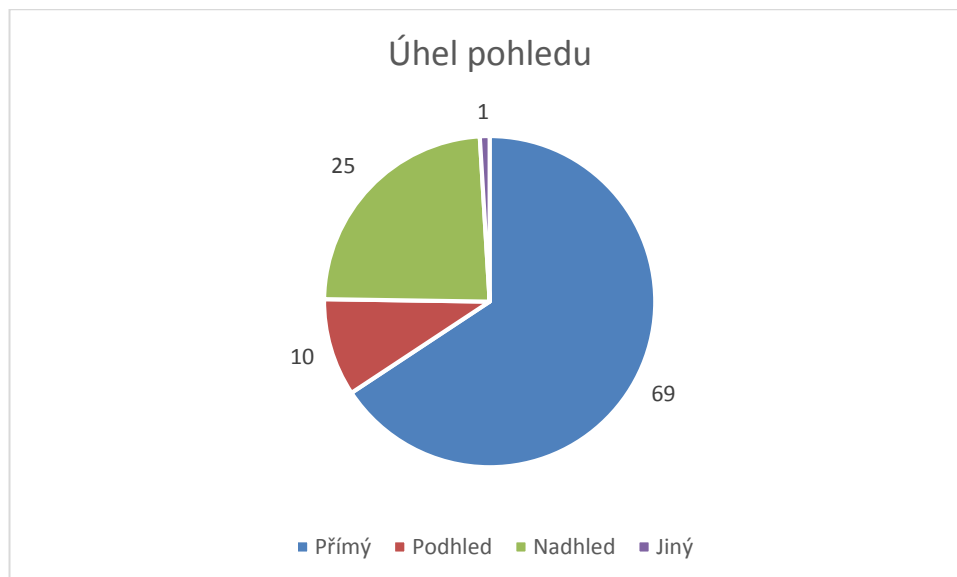
Detail	22	21,0 %
Velký detail	0	0 %
Polocelek	34	32,4 %
Celek	48	45,7 %
Jiné	1	1 %

Nejvíce analyzovaných snímků, dohromady 45,7 procent, bylo vyfoceno jako celek. Kromě zachycených osob a objektů tak jejich prostřednictvím na recipienty působí i prostředí, ve kterém se nachází. Můžeme proto poznamenat, že se ke čtenářům iDNES.cz intenzivně dostávaly vizuální informace nejen o aktérech uprchlické krize, ale také o jejich podmínkách. Jak ovšem poznamenávají Trampota s Vojtěchovskou, může zároveň tato velikost zobrazení značit určitou odtažitost a odstup mezi reprezentovanými osobami a recipienty.<sup>239</sup> Druhou nejčastější velikostí zobrazení, která se ve zkoumaném vzorku fotografií vyskytovala celkem ve 32,4 procentech případů, je polocelek. Objekty a osoby však byly poměrně často foceny i detailně, a to ve 21 procentech zkoumaných snímků. V žádném z materiálů nebylo použito zobrazení ve velkém detailu, pouze v 1 procentu případů pak analýza odhalila jinou velikost zobrazení.

<sup>239</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4, s. 159



- **Úhel pohledu**



Graf 3 Úhel pohledu (iDNES.cz)

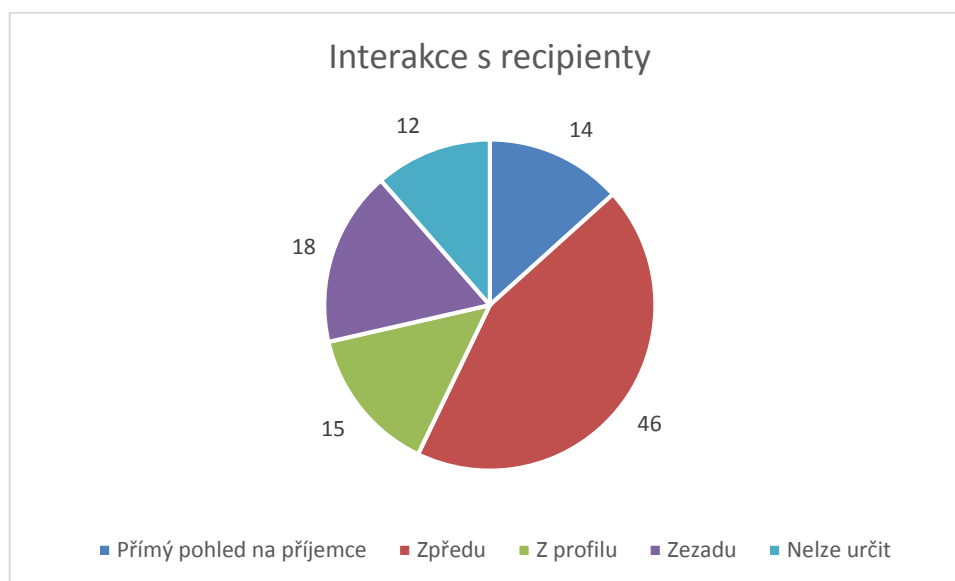
Tabulka 3: Úhel pohledu (iDNES.cz)

Přímý	69	65,7 %
Podhled	10	9,5 %
Nadhled	25	23,8 %
Jiný	1	1 %

Jak již bylo uvedeno, úhel pohledu autora dané fotografie se projevuje umístěním objektivu fotoaparátu a následně do určité míry určuje vztah mezi příjemcem vizuálního sdělení a zobrazovaným objektem. Při analýze bylo zjištěno, že byl u snímků zveřejněných na iDNES.cz nejčastěji použit přímý úhel pohledu. Celkem jej analýza odhalila u 65,7 procent fotografií. Vztah mezi recipientem a zobrazeným objektem či osobou tak v těchto případech můžeme hodnotit jako neutrální.

Ve 23,8 procentech případů byla osa objektivu proti středu zvýšena, příjemce tak zobrazované osoby a objekty pozoruje z nadhledu a má ve zmíněném vztahu dominantní roli. Opačný případ, tedy podhled, byl zaznamenán pouze v 9,5 procentech studovaných snímků. Situace, kdy úhel pohledu nebylo možné definovat žádným z výše uvedených způsobů, nastala pouze u 1 procenta fotografií.

- **Interakce s recipienty**



Graf 4: Interakce s recipienty (iDNES.cz)

Tabulka 4: Interakce s recipienty (iDNES.cz)

Přímý pohled na příjemce	14	13,3 %
Zpředu	46	43,8 %
Z profilu	15	14,3 %
Zezadu	18	17,1 %
Nelze určit	12	11,4 %

Jedním z aspektů pozorovaných u zkoumaného vzorku snímků byla také úroveň interakce zobrazených osob s recipienty, která je dána způsobem jejich vyobrazení v rámci dané fotografie. Z výsledků vyplývá, že celkem ve 43,8 procentech případů byly osoby zachyceny čelem k recipientům, nenavazovaly s nimi však oční kontakt. Podle Trampoty s Vojtěchovskou v takových případech nedochází k adresnému oslovení příjemce sdělení a přímému kontaktu s ním.<sup>240</sup> Dalším nejfrekventovanějším způsobem zobrazení osob bylo jejich zachycení ze zadu, celkem takto byly osoby reprezentovány na 17,1 procentech analyzovaných snímků. Tento způsob ponechává fotografovanou osobu v určité anonymitě, prakticky nedochází k její komunikaci s recipientem vizuálního sdělení. Naopak intenzivní interakce s recipienty, tedy zachycení jejich přímého pohledu do objektivu fotoaparátu, se vyskytovalo ve 13,3 procentech případů. Na zbytku snímků nebylo možné interakci s recipienty určit.

<sup>240</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 162

- **Velikost snímku**



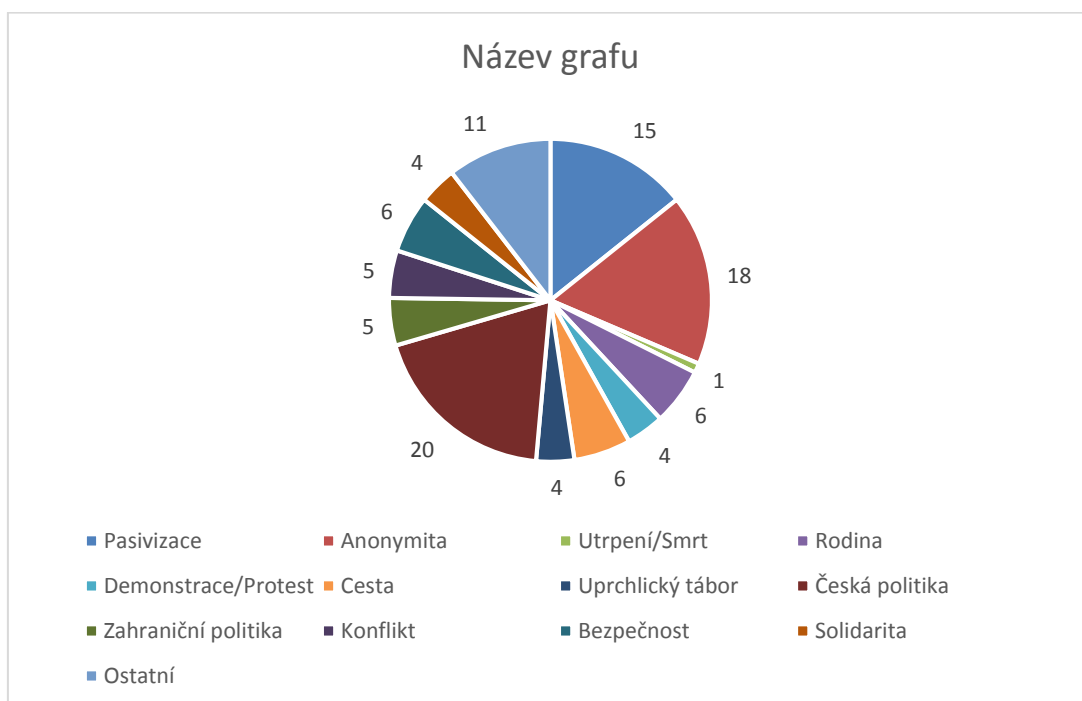
*Graf 5: Velikost snímku (iDNES.cz)*

*Tabulka 5: Velikost snímku (iDNES.cz)*

Standardní	105	100 %
Velká	0	0 %
Malá	0	0 %

Jak již bylo zmíněno, určit velikost snímku není v online médiích tak jednoznačnou záležitostí, jako je tomu v tištěných platformách. Velikost fotografie je zde dána hned několika faktory. Záleží, na kterém zařízení obsah sledujeme (mobilní telefon, tablet, desktop) i jaké parametry obrazovky toto zařízení má. Kromě toho se může velikost titulní fotografie v závislosti na čase a posouvání článku na homepage (domovské stránce média) či v rámci rubriky měnit. Tyto změny jsou přitom zpětně nedohledatelné. K recipientům se tak v tomto ohledu mohou dostávat různorodé informace. Cestou, jak lze velikost snímku posuzovat i s časovým odstupem a s přístupem k jedinému zařízení, je porovnat jeho velikost s šířkou textového sloupce článku, u kterého byla fotografie uveřejněna. Tyto články mívají v online médiích pevně danou strukturu v rámci naprogramované šablony, přesto však novináři mohou obrazovou informaci vůči textu zdůraznit nastavením nadstandardní velikosti fotografie (například v případě, že se zpráva věnuje velmi významné události), případně snímek zmenšit za účelem zvětšení prostoru jinému prvku. Ve zkoumaném vzorku fotografií zveřejněných na iDNES.cz však k takovému kroku nedošlo, všechny snímky zůstávaly v poměru k šířce textového sloupce stejné.

- **Motiv**



*Graf 6: Motiv snímků (iDNES.cz)*

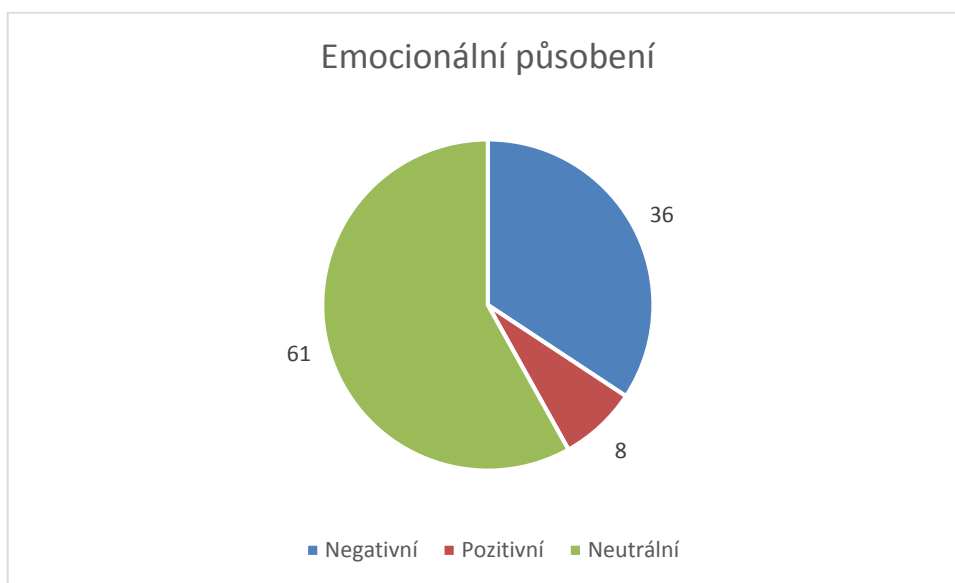
*Tabulka 6: Motiv (iDNES.cz)*

Pasivizace	15	14,30 %
Anonymita	18	17,10 %
Utrpení/Smrt	1	1 %
Rodina	6	5,70 %
Demonstrace/Protest	4	3,80 %
Cesta	6	5,70 %
Uprchlický tábor	4	3,80 %
Česká politika	20	19,00 %
Zahraniční politika	5	4,80 %
Konflikt	5	4,80 %
Bezpečnost	6	5,70 %
Solidarita	4	3,80 %
Ostatní	11	10,50 %

Nejčastějším motivem snímků, které ve stanoveném období reprezentovaly uprchlickou krizi na serveru iDNES.cz, byla Česká politika. Celkem byl tento motiv dominantní v 19 procentech všech analyzovaných fotografií. Druhým významným motivem byla anonymita – tedy zobrazení uprchlíků a migrantů jako anonymních jedinců,

případně jako součástí davů lidí, u kterých není možné určit bližší charakteristiky a jakýmkoliv způsobem je identifikovat jako individuality. Celkem byl tento motiv sledován v 17 procentech snímků. Jako třetí nejčastější motiv byla na fotografiích zpozorována Pasivizace, tedy zobrazení lidí jako zranitelných jedinců, obětí a osob, které strádají. Motiv se opakoval ve 14 procentech případů. V 10,5 procentech případů nebylo možné zařadit snímek k žádnému z předem stanovených motivů. Shodně velký prostor zaujímaly motivy Cesty, Bezpečnosti a Rodiny, každý z nich se vyskytoval v 5,7 procentech analyzovaných snímků. Motiv Konfliktu se stejně jako motiv zahraniční politiky objevil ve 4,8 procentech případů. Pouze ve 3,8 procentech případů byl prezentován motiv Solidarity, stejně tomu bylo i v případě Uprchlíckého tábora a fotografií s motivem Protestů či Demonstrací. Motiv Utrpení a smrti se vyskytoval pouze na jediném snímku.

- **Emocionální působení**



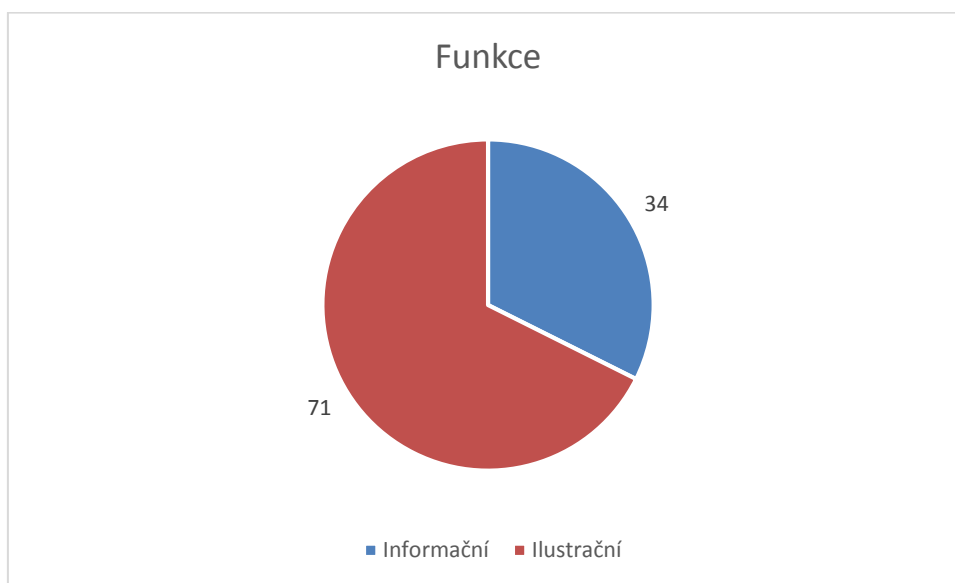
*Graf 7: Emocionální působení (iDNES.cz)*

*Tabulka 7: Emocionální působení (iDNES.cz)*

Negativní	36	34,30 %
Pozitivní	8	7,60 %
Neutrální	61	58,10 %

Jak již bylo zmíněno v teoretické části diplomové práce, téma uprchlické krize vyvolává silné emoce. Analýza se proto zaměřila i na rozbor emocionálního působení fotografií, které byly k reprezentaci krize v online médiích užity. Z výsledků vyplývá, že snímky zveřejněné serverem iDNES.cz působily většinou neutrálně – u celkem 58,1 procent z nich nebyl detekován výrazně negativní ani pozitivní emocionální náboj. Převažovaly však negativně působící fotografie nad pozitivními, a to v poměru 34,3 procent ku 7,6 procentům. S přihlédnutím ke znalostem, které o migrační krizi máme, můžeme tyto výsledky interpretovat jako poměrně odpovídající – nejen charakteru uprchlické krize a tragédiím, ke kterým při ní došlo, ale i postoji společnosti k fenoménu jako celku.

- **Funkce**



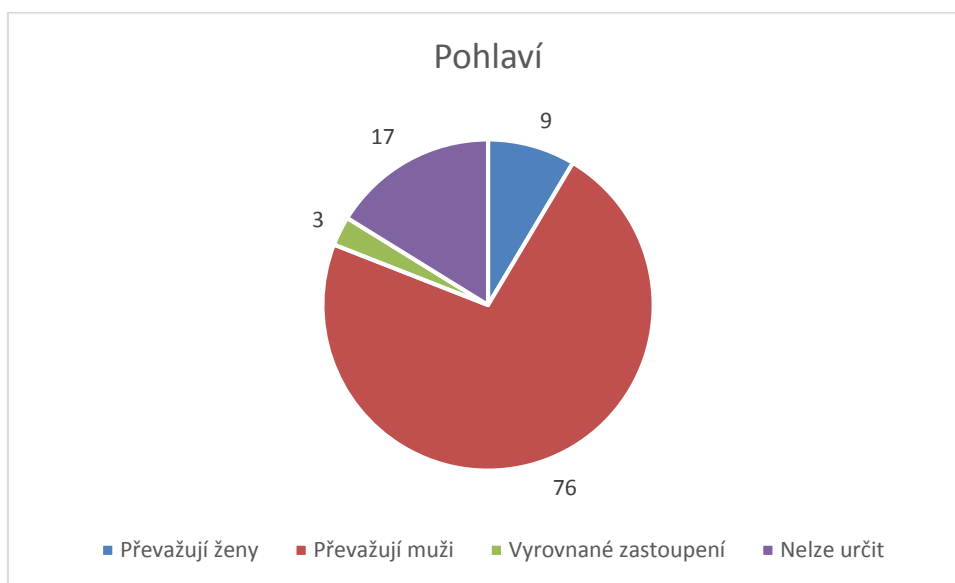
*Graf 8 Funkce snímku (iDNES.cz)*

*Tabulka 8: funkce snímku (iDNES.cz)*

Informační	34	32,40 %
Ilustrační	71	67,60 %

Většina analyzovaných snímků plnila funkci ilustrační – sloužila tedy pouze jako ilustrace textu a nebyla nositelem aktuální informace. Ilustrační fotografie se na serveru iDNES.cz objevily celkem v 67,6 procentech případů. Podíl snímků plnících informační funkci dosáhl 32,4 procent. Tyto výsledky můžeme i s přihlédnutím k již uvedeným znalostem o funkci novinářské fotografie interpretovat jako tendenci k upřednostňování významu textové složky zpravodajství coby nositele informace.

- **Pohlaví**



Graf 9: Pohlaví aktérů (iDNES.cz)

Tabulka 9: Pohlaví aktérů (iDNES.cz)

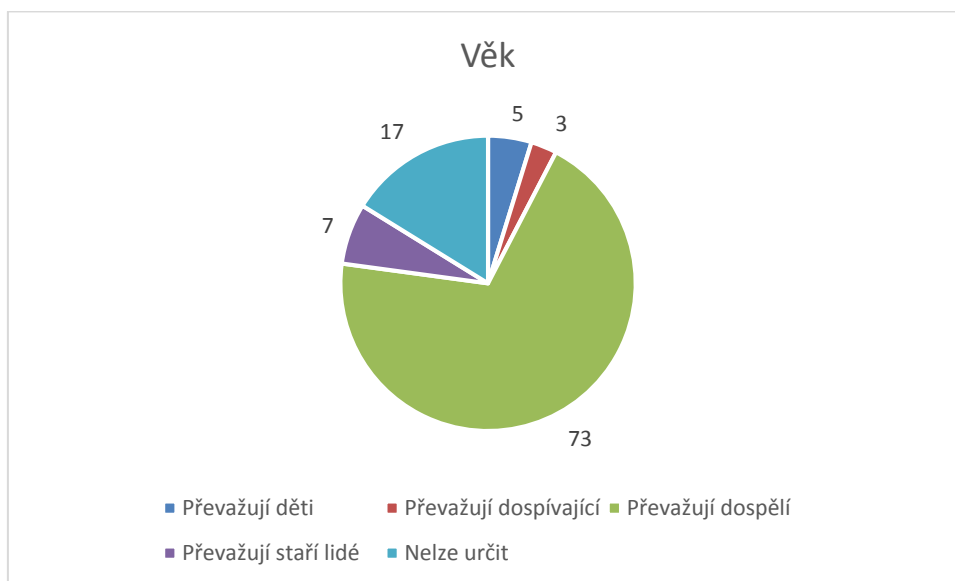
Převažují ženy	9	8,60 %
Převažují muži	76	72,4 %
Vyrovnané zastoupení	3	2,9 %
Nelze určit	17	16,2 %

Dalším ze sledovaných aspektů vizuální reprezentace uprchlické krize bylo pohlaví zobrazovaných aktérů. Podle údajů mezinárodních organizací tvořili v roce 2015 přibližně 70 procent všech uprchlíků a migrantů muži.<sup>241</sup> Tomuto údaji poměrně přesně odpovídají i údaje vyplývající z obsahové analýzy snímků na serveru iDNES.cz, přestože příslušná proměnná sledovala pohlaví všech aktérů krize, trend je porovnatelný. Muži převažovali na 72,4 procentech všech zkoumaných materiálů. U žen tomu bylo pouze v 8,6 procentech případů. U 16,2 procent nebylo možné tuto proměnnou určit, vyrovnané zastoupení obou pohlaví bylo zpozorováno ve 2,9 procentech případů.

<sup>241</sup> Human rights of refugee and migrant women and girls need to be better protected [online]. 2016 [cit. 2018-04-05]. Dostupné z: <https://www.coe.int/nm/web/commissioner/-/human-rights-of-refugee-and-migrant-women-and-girls-need-to-be-better-protected?desktop=true>



- **Věk**



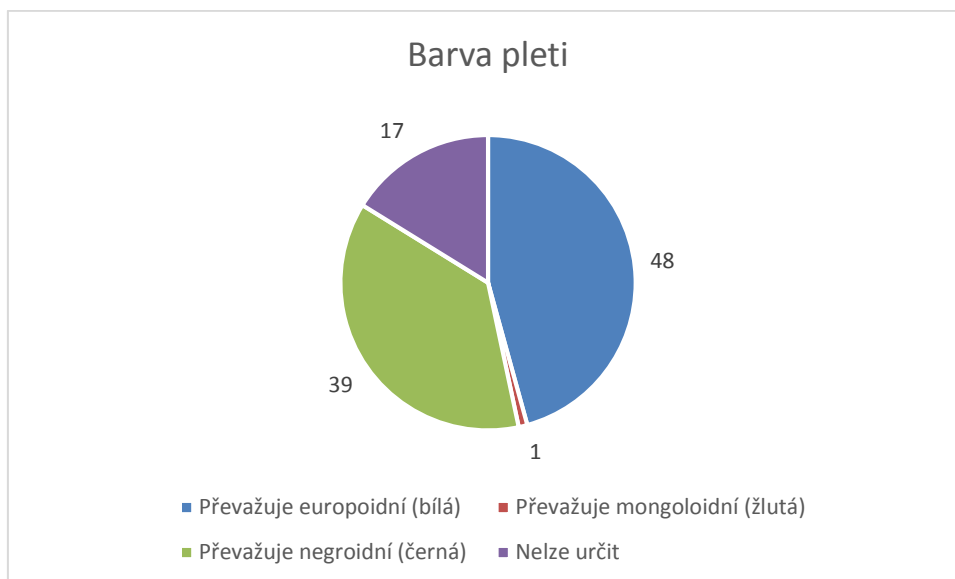
Graf 10: Věk aktérů (iDNES.cz)

Tabulka 10: Věk aktérů (iDNES.cz)

Převažují děti	5	4,80 %
Převažují dospívající	3	2,90 %
Převažují dospělí	73	69,50 %
Převažují staří lidé	7	6,70 %
Nelze určit	17	16,20 %

Z výsledků obsahové analýzy vyplývá, že na většině snímků reprezentujících uprchlickou krizi na serveru iDNES.cz převažují dospělí lidé, a to celkem v 69,5 procentech případů. Lidé, které bylo možné na základě vizuálního posouzení zařadit do vyšší věkové kategorie, dominovali dohromady na 6,7 procentech fotografií. Snímků, na kterých převažovaly děti, bylo pouze 4,8 procent, ještě méně se pak na fotografiích nacházeli dospívající. Proměnnou nebylo možné určit u 16,2 procent snímků.

- **Barva pleti**



Graf 11: Barva pleti aktérů (iDNES.cz)

Tabulka 11: Barva pleti aktérů (iDNES.cz)

Převažuje europoidní (bílá)	48	45,70 %
Převažuje mongoloidní (žlutá)	1	1 %
Převažuje negroidní (černá)	39	37,1
Nelze určit	17	16,2

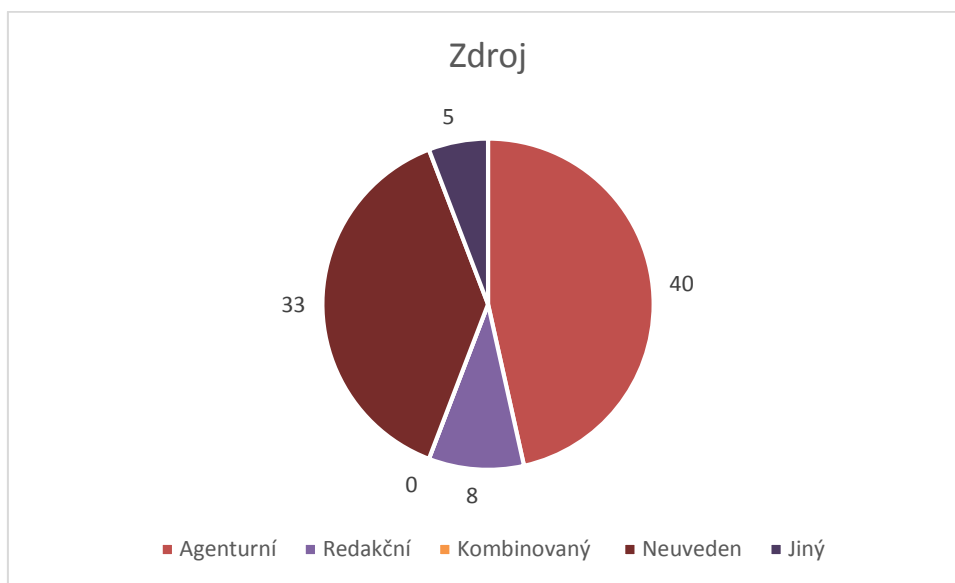
Ze zjištěných dat vyplývá, že byli na serveru iDNES.cz v souvislosti s uprchlickou krizí nejčastěji reprezentováni lidé bílé barvy pleti, jejich přítomnost převažovala celkem ve 45,7 procentech případů. Druhou nejvíce zastoupenou skupinou byli lidé černé barvy pleti, kteří snímkům dominovali celkem ve 37,1 procentech případů. Pouze na jediné fotografii převažovala přítomnost zástupce mongoloidní rasy. V 16,2 procentech případů nebylo možné tuto proměnnou určit.

#### **4.11 Analýza a grafická prezentace výsledků – Blesk.cz**

Také k obsahové analýze fotografií portálu Blesk.cz byla použita databáze Newton Media Search. Ze stanoveného dvouměsíčního období bylo vygenerováno celkem 169 článků, jejichž úvodní fotografie měly být podrobeny obrazové obsahové analýze. Ve dvou případech však opět došlo ke zdvojení výsledku v databázi. Do užšího výběru se tak dostalo 167 položek. Následně však byly vyloučeny články, u kterých bylo místo úvodní fotografie použito video, koláž či jiný materiál nevycházející z fotografického základu. Tato situace nastala v 60 případech, obvykle se jednalo o fotokoláže, u kterých byly původní obrazové informace značně zdeformovány – nebylo tak možné je analyzovat pomocí nástrojů vymezených v metodologické části. Dále pak bylo ze souboru vyjmuto 21 článků, které sice byly v databázi vyhledány pomocí poměrně komplexního výrazu, přesto se však obsahově nezabývaly migrační krizí ani jejím kontextem či doprovodnými jevy.

Výsledný analyzovaný soubor tak čítá 86 snímků. Následující grafy znázorňují výsledky, ke kterým analýza dospěla.

- **Zdroj**



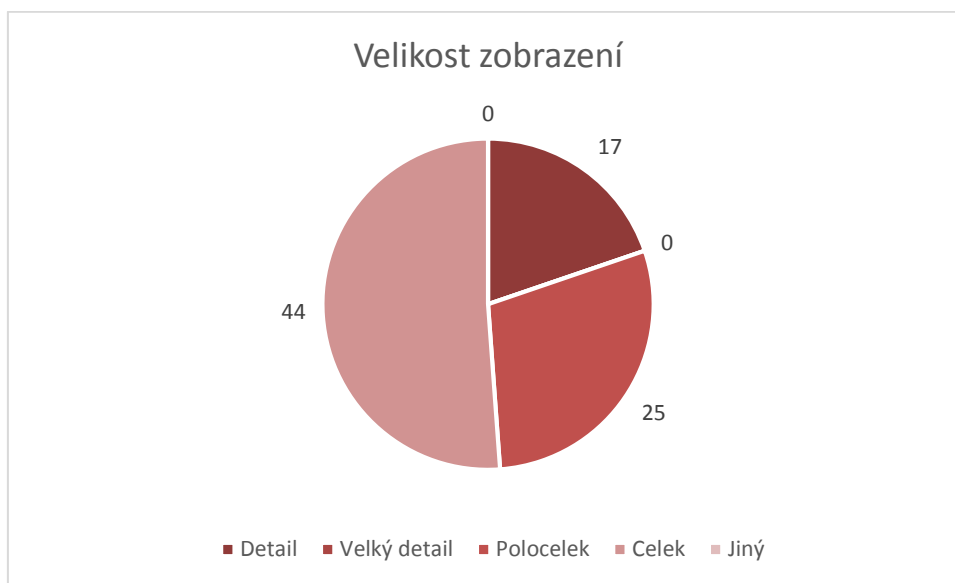
*Graf 12: Zdroj snímku (Blesk.cz)*

*Tabulka 12: Zdroj snímku (Blesk.cz)*

Agenturní	40	46,50 %
Redakční	8	9,30 %
Kombinovaný	0	0 %
Neuveden	33	38,40 %
Jiný	5	5,80 %

Blesk.cz podobně jako iDNES.cz nejčastěji využíval agenturní zdroje fotografií, celkem takto portál postupoval ve 46,5 procentech případů. Na rozdíl od iDNES.cz však server velmi často zdroj snímků vůbec neuváděl. Údaj chyběl celkem u 38,4 procent fotografií. V 9,3 procentech byla fotografie popsána jako redakční, pořídil ji tedy fotograf pracující přímo pro redakci Blesk.cz.

- **Velikost zobrazení**



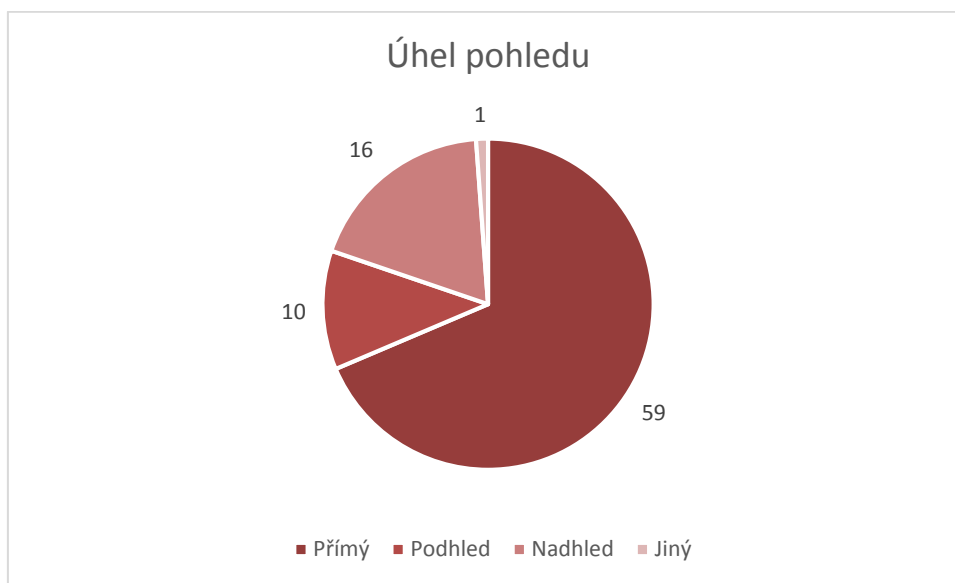
*Graf 13: Velikost zobrazení (Blesk.cz)*

*Tabulka 13: Velikost zobrazení (Blesk.cz)*

Detail	17	19,8 %
Velký detail	0	0 %
Polocelek	25	29,10 %
Celek	44	51,20 %
Jiný	0	0 %

U většiny snímků, které byly serverem Blesk.cz použity k referování o migrační krizi, byl jako velikost zobrazení zvolen celek – tedy zachycení hlavních objektů či osob včetně jejich prostředí. Tato velikost zobrazení se vyskytla dohromady u 51,2 procent snímků. Druhou nejčastější variantou byl polocelek (29,1 procent). Detailní zobrazení se vyskytlo v 19,8 procentech případů.

- **Úhel pohledu**



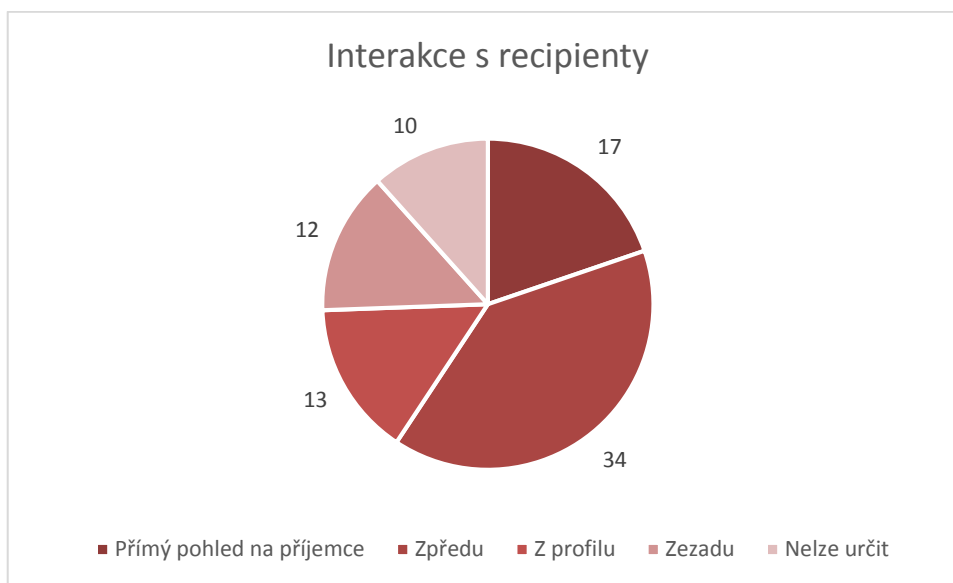
*Graf 14: Úhel pohledu (Blesk.cz)*

*Tabulka 14: Úhel pohledu (Blesk.cz)*

Přímý	59	68,60 %
Podhled	10	11,60 %
Nadhled	16	18,60 %
Jiný	1	1,20 %

U snímků reprezentujících migrační krizi na portálu Blesk.cz byl nejčastěji použit přímý úhel pohledu. Celkem byl pozorován u 68,6 procent fotografií. Recipient tak pozoruje zachycené osoby, děje a objekty, jako by byly v rovině jeho očí, vztah mezi oběma stranami je neutrální. V 18,6 procentech případů byla osa objektivu proti středu zvýšena, zobrazované osoby a objekty tak pozorujeme z nadhledu a máme ve zmíněném vztahu dominantní roli. Podhled analýza odhalila u 11,6 procent fotografií.

- **Interakce s recipienty**



Graf 15: Interakce s recipienty (Blesk.cz)

Tabulka 15: Interakce s recipienty (Blesk.cz)

Přímý pohled na příjemce	17	19,80 %
Zpředu	34	39,50 %
Z profilu	13	15,10 %
Zezadu	12	14,00 %
Nelze určit	10	11,60 %

Stejně jako u předchozího média, byla i u Blesk.cz pozorována úroveň interakce vyfotografovaných osob s příjemci této obrazové informace. Analýza odhalila, že celkem ve 39,5 procentech případů byly osoby zobrazeny zřepředu, tedy čelem k recipientům, nedocházelo však k přímému očnímu kontaktu a bezprostřednímu oslovení. K intenzivní interakci s recipienty, kdy byl na snímku zachycen jejich přímý pohled do objektivu fotoaparátu, došlo v 19,8 procentech případů. Na 15 procentech snímků byly osoby zachyceny z profilu, můžeme tak hovořit pouze o částečné interakci. K žádné komunikaci pak nedocházelo ve 14 procentech případů, osoby na nich byly zobrazeny zezadu, zůstávaly tak v naprosté anonymitě.

- **Velikost snímku**



*Graf 16: Velikost snímku (Blesk.cz)*

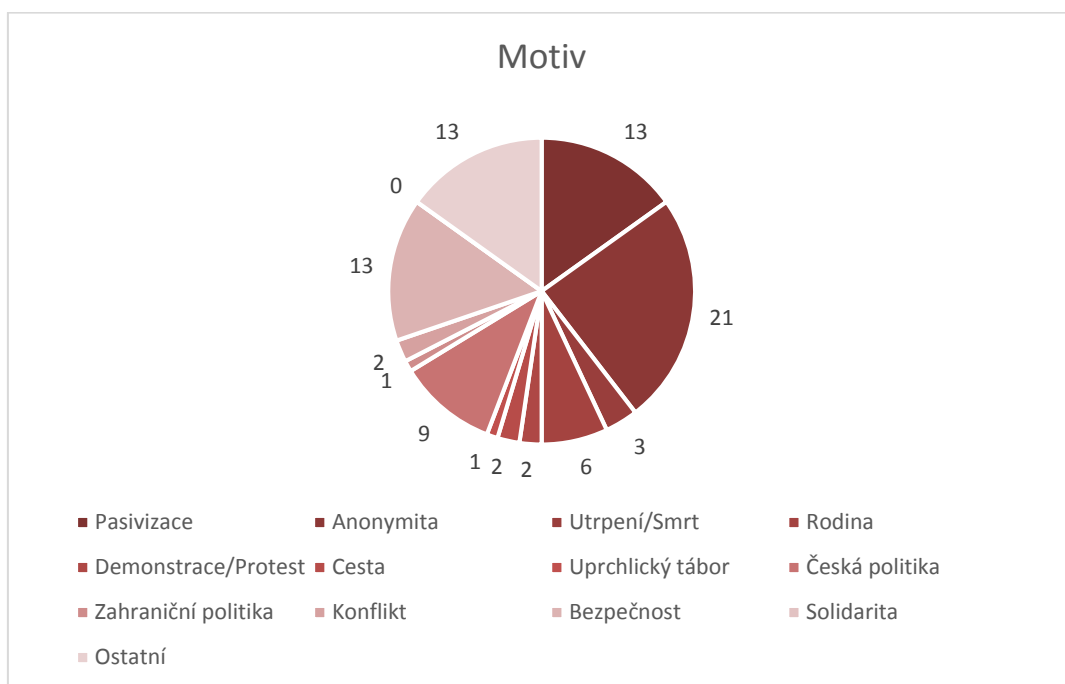
*Tabulka 16: Velikost snímku (Blesk.cz)*

Standardní	86	100 %
Velká	0	0 %
Malá	0	0 %

Ani Blesk.cz nevyužil při referování o migrační krizi možnost zvýraznit obrazovou informací pomocí nastavení většího úvodního snímku u článku. Ve všech případech velikost fotografie nepřekročila standardní rámeček nastavený šablonou. Také zde je však třeba poznamenat, že portál mohl s velikostí fotografií pracovat i v době publikování článků, a to přímo na domovské stránce. Dohledání těchto údajů je však zpětně nemožné.



- **Motiv**



Graf 17: Motiv snímku (Blesk.cz)

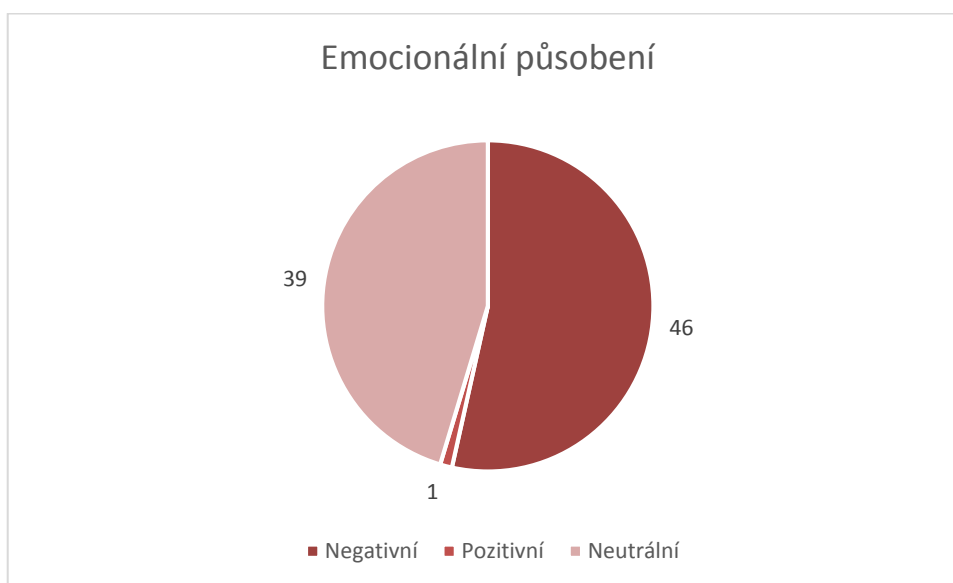
Tabulka 17: Motiv snímku (Blesk.cz)

Pasivizace	13	15,10 %
Anonymita	21	24,40 %
Utrpení/Smrt	3	3,50 %
Rodina	6	7,00 %
Demonstrace/Protest	2	2,30 %
Cesta	2	2,30 %
Uprchlický tábor	1	1,20 %
Česká politika	9	10,50 %
Zahraniční politika	1	1,20 %
Konflikt	2	2,30 %
Bezpečnost	13	15,10 %
Solidarita	0	0 %
Ostatní	13	15,10 %

Nejčastěji zobrazovaným motivem byla Anonymita (definována Chouliarakiovou a Zaborowským jako jeden z aspektů de-humanizace v podkapitole 4.7). Coby součást anonymního davu, u které není možné definovat individuální charakteristiky byly osoby vyobrazeny ve 24,4 procentech případů. Motiv Pasivizace, Bezpečnosti a Ostatních byly shodně zastoupeny v 15,1 procentech zkoumaných snímků. Česká politika dostala prostor

v 10,5 procentech fotografií, následována motivem Rodiny (7 procent). Motiv Smrti či utrpení dominoval pouze 3,5 procentům snímků. Marginálně byly reprezentovány také motivy Konfliktu, Demonstrace či Cesty (2,3 procent). Motiv Uprchlického tábora coby symbolu krize se vyskytl jen u 1,2 procenta snímků, podobně malé zastoupení měla také Zahraniční politika. Motiv Solidarity nedominoval u serveru Blesk.cz žádné z fotografií.

- **Emocionální působení**



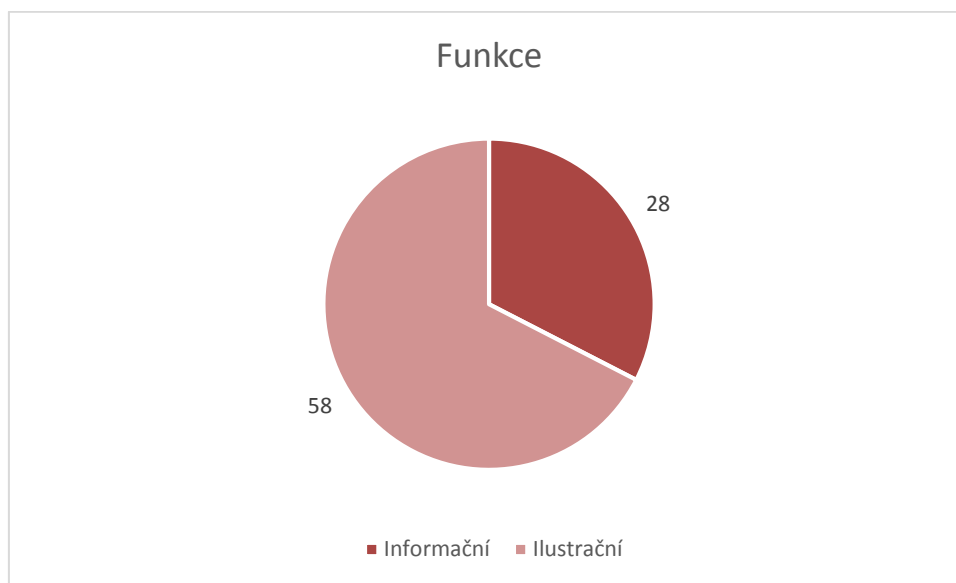
Graf 18: Emocionální působení (Blesk.cz)

Tabulka 18: Emocionální působení (Blesk.cz)

Negativní	46	53,50 %
Pozitivní	1	1,20 %
Neutrální	39	45,30 %

Na rozdíl od portálu iDNES.cz dominovalo v případě Blesk.cz u většiny snímků negativní emocionální působení. Identifikováno bylo celkem u 53,5 procent fotografií. Neutrálně působilo 45,3 procent snímků, pozitivní emocionální náboj se nacházel pouze u 1,2 procent zkoumaných materiálů.

- **Funkce**



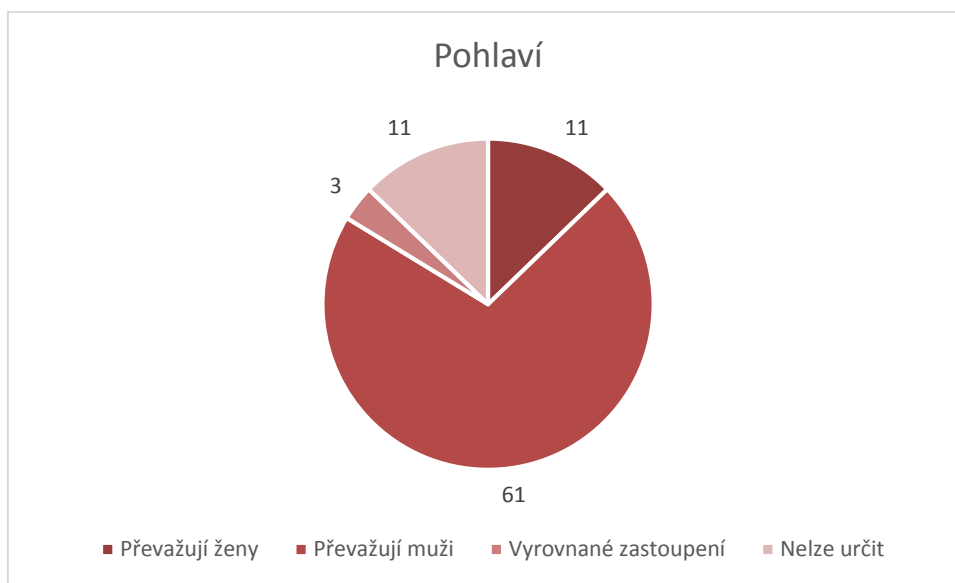
*Graf 19: Funkce (Blesk.cz)*

*Tabulka 19: Funkce (Blesk.cz)*

Informační	28	32,60 %
Ilustrační	58	67,40 %

Většina snímků uveřejněných na serveru Blesk.cz coby úvodní fotografie článků zabývajících se uprchlickou krizí plnila ilustrační funkci. Fotografie tedy sloužily pouze jako ilustrace textu nebyly nositelem aktuální informace. Tato situace nastala celkem v 67,4 procentech případů. Podíl snímků plnících informační funkci tvořil 32,6 procent.

- **Pohlaví**



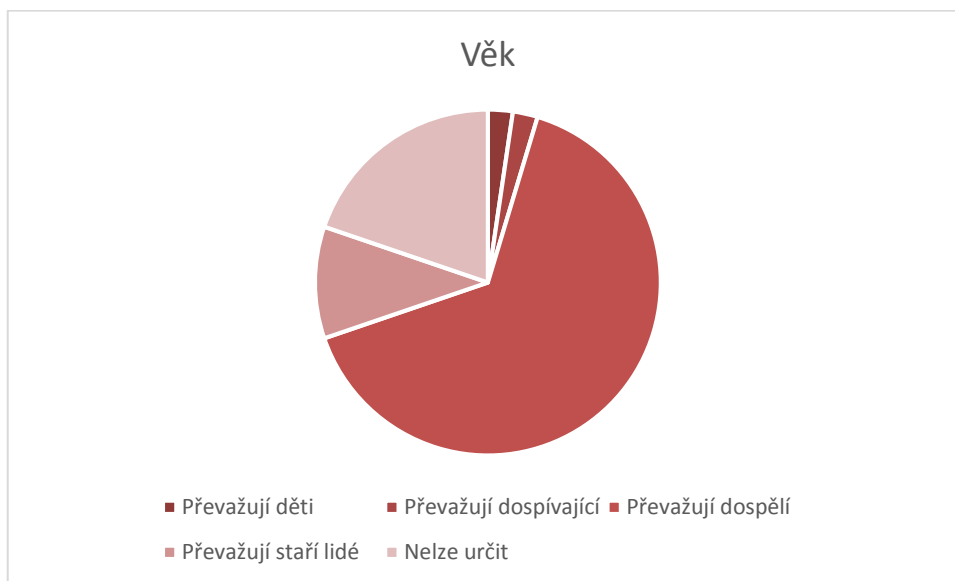
*Graf 20: Pohlaví (Blesk.cz)*

*Tabulka 20: Pohlaví (Blesk.cz)*

Převažují ženy	11	12,80 %
Převažují muži	61	70,90 %
Vyrovnané zastoupení	3	3,50 %
Nelze určit	11	12,80 %

Mezi aktéry vyobrazenými na fotografiích reprezentujících na Blesk.cz migrační krizi převažovali muži, a to konkrétně v 70,9 procentech případů. Ženy dominovaly 12,8 procentům snímků, vyvážené zastoupení obou pohlaví bylo zpozorováno na 3,5 procentech snímků. Ve 12,8 případech nebylo možné tento aspekt spolehlivě určit.

- **Věk**



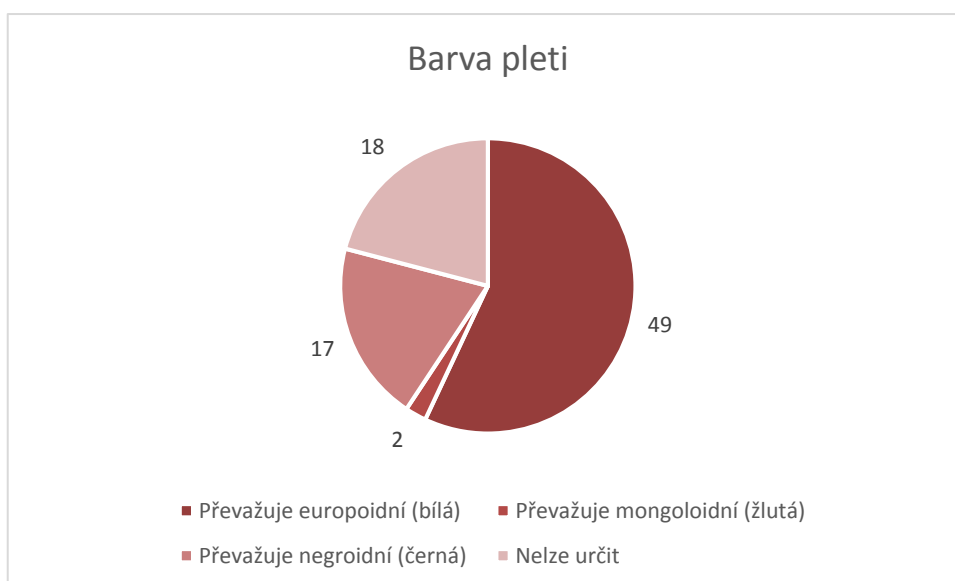
Graf 21: Věk aktérů (Blesk.cz)

Tabulka 21: Věk aktérů (Blesk.cz)

Převažují děti	2	2,30 %
Převažují dospívající	2	2,30 %
Převažují dospělí	56	65,10 %
Převažují staří lidé	9	10,50 %
Nelze určit	17	19,80 %

Další z charakteristik aktérů migrační krize, která byla na snímcích pozorována, byl jejich věk. Z výsledků vyplývá, že v souvislosti s uprchlickou krizí Blesk.cz nejčastěji zveřejňoval snímky, na kterých převažovali dospělí jedinci. Celkem tomu bylo u 65,1 procent fotografií. Další nejčastěji reprezentovanou věkovou skupinou byli lidé ve věkové kategorii 65+, tedy staří lidé. Děti a dospívající dominovali pouze 3,3 procentům snímků. V 19,8 případech nebylo možné tento aspekt posoudit.

- **Barva pleti**



Graf 22: Barva pleti aktérů (Blesk.cz)

Tabulka 22: Barva pleti aktérů (Blesk.cz)

Převažuje europoidní (bílá)	49	57,00 %
Převažuje mongoloidní (žlutá)	2	2,30 %
Převažuje negroidní (černá)	17	19,80 %
Nelze určit	18	20,90 %

Z výsledků obrazové obsahové analýzy vyplývá, že na fotografiích zveřejněných Blesk.cz k referování o migrační krizi byli nejčastěji zobrazeni aktéři bílé barvy pleti. Na snímcích dominovali dohromady v 57 procentech případů. Druhou nejčastěji reprezentovanou skupinou byli lidé černé barvy pleti, kteří převažovali na 19,8 procentech zkoumaných materiálů. Zástupci takzvané žluté barvy pleti se objevili pouze ve 2,3 procentech fotografií. Ve 20,9 procentech případů pak nebylo možné tento aspekt spolehlivě určit.

## 4.12 Výsledky obsahové analýzy a komparace iDNES.cz a Blesk.cz

Obrazová obsahová analýza fotografií zveřejněných portály iDNES.cz a Blesk.cz přinesla několik závěrů. Než se však přesuneme k jejich dalšímu zpracování a vzájemné komparaci, zastavíme se nejdříve u předem stanovených hypotéz a shrneme poznatky, ke kterým analýza ve vztahu k nim dospěla.

Z výsledků vyplývá, že server iDNES.cz ve zkoumaném dvouměsíčním období nejčastěji migrační krizi reprezentoval prostřednictvím motivu České politiky (H1). Blesk.cz však u snímků nepreferoval motiv konfliktu, ale motiv Anonymity (H2). Zároveň bylo potvrzeno, že Blesk.cz při vizuální reprezentaci nejčastěji pracoval s negativním emocionálním nábojem snímků (H3). Analýza také potvrdila hypotézy, dle kterých média nejčastěji při reprezentaci užívala agenturní zdroje fotografií (H4) a ilustrační fotografie (H5).

Jak již bylo předesláno v metodologické části výzkumu, Blesk.cz zastupuje médium bulvární, iDNES.cz je naopak zástupcem seriózních médií. Jak se tato odlišnost projevila ve způsobu, kterým tyto servery vizuálně reprezentovaly migrační krizi? Po srovnání graficky znázorněných výsledků můžeme konstatovat následující:

**U obou médií shodně docházelo k převažujícímu využívání agenturních zdrojů fotografií.** V případě iDNES.cz pocházelo z agentury dokonce 65,7 procent všech snímků užitých k reprezentaci krize. Také Blesk.cz pracoval s tímto zdrojem nejčastěji, zde je však podíl nižší (46,5 procent). Tento podíl nicméně může být ovlivněn i tím, že u velkého množství fotografií zdroj uveden nebyl – z agentur tak mohlo pocházet mnohem více snímků.

**Shodných výsledků bylo dosaženo i při posuzování technických parametrů obrazových informací.** Většina snímků zveřejněných na serveru iDNES.cz byla focena jako celek, stejně tomu bylo i v případě Blesk.cz. U obou médií byl nejčastěji využit přímý

úhel pohledu na zobrazované osoby a objekty, vztah mezi nimi a recipienty tak lze hodnotit jako neutrální. Pokud jde o aspekt interakce s recipienty, nejčastěji byly zobrazované osoby zobrazovány zepředu, tedy čelem k recipientům, nenavazovaly s nimi však oční kontakt a nedocházelo tak k jejich adresnému oslovení. Velikost snímků byla u obou médií vždy standardní – odpovídala klasické velikosti úvodní fotografie dané naprogramovanou šablonou.

**Rozdílné výsledky však byly zpozorovány při posuzování hlavních motivů snímků.** Zatímco iDNES.cz uprchlickou krizi nejčastěji reprezentoval prostřednictvím motivu Česká politika (19 procent ze všech pozorovaných motivů), u Blesk.cz dominoval motiv Anonymita (24,4 procent) – tedy redukce osob na anonymní jednotky či součásti davů, u kterých dochází k zastínění individuálních charakteristik. Dle Chouliarakiové a Zaborowského jde přitom o častý způsob, jak je médií prosazována de-humanizace uprchlíků.

**Další rozdíl, který se ve vizuální reprezentaci uprchlické krize u jednotlivých médií objevil, je emocionální působení snímků.** V případě portálu iDNES.cz převažoval neutrální emocionální náboj fotografií, který dominoval u 58 procent všech analyzovaných materiálů. Naproti tomu u portálu Blesk.cz převažovalo publikování snímků působících po emocionální stránce negativně (negativní emocionální působení bylo zaznamenáno u 53,5 procent všech analyzovaných položek).

**Obě média však shodně preferovala užívání ilustračních fotografií.** U iDNES.cz se ilustrační funkce snímků objevila celkem v 67,6 procentech případů, u Blesk.cz tomu bylo podobně, zde se jednalo o 67,4 procent). **Pokud jde o reprezentaci charakteristik jednotlivých aktérů uprchlické krize, odhalila analýza, že se obě média opět shodla.** Nejčastěji fotografiím dominovali dospělí muži bílé barvy pleti.



## **5 Fotografie v online médiích: rozhovory s editory iDNES.cz a Blesk.cz**

Způsob práce s fotografiemi v rámci dané redakce z významné části ovlivňují editoři. V některých médiích bývá obsazena speciální pozice obrazového editora, který odpovídá za veškerý vizuální obsah, jindy je touto prací pověřen běžný editor. V případě portálu iDNES.cz tato speciální funkce obsazena je. Server Blesk.cz však obrazové editora nemá, odpovědnost za vizuální obsah tak nese běžný editor.

Následující kapitola navazuje na teoretické vymezení redakčních rutin při práci s fotografií a doplňuje obsahovou analýzu snímků zveřejněných během uprchlické krize na portálech iDNES.cz a Blesk.cz o rozhovory s pracovníky zkoumaných médií. Nabízí tak hlubší poznání praktických aspektů vizuální reprezentace tématu v online médiích a obohacuje ho o pohled „z druhé strany.“ Prvním textem je rozhovor s Jiřím Benákem, obrazovým editorem iDNES.cz. Na něj navazuje rozhovor s Janem Kálalem, editorem serveru Blesk.cz.

V obou případech byl proveden polostrukturovaný rozhovor, který se řadí mezi kvalitativní výzkumné metody. Charakteristický je především tím, že výzkumník vychází z předem připravené soustavy otázek, nemusí se jich však striktně držet – může dojít k jejich změně či doplňování.<sup>242</sup>

### **5.1 Rozhovor s Jiřím Benákem (obrazový editor iDNES.cz)**

**Jak dlouho pozici fotoeditora zastáváte a kolik let se profesionálně věnujete fotografii?**

Pozici fotoeditora iDNES.cz zastávám od roku 2009, předtím jsem byl od roku 2005 fotoeditorem deníku MF DNES. Fotografie se profesně věnuji sedmnáct let.

**Mohl byste přiblížit, kolik obrazových editorů na iDNES.cz pracuje a co je hlavní náplní vaší práce?**

Server iDNES.cz má jediného fotoeditora. A to jak pro zpravodajství, tak pro magazíny.

---

<sup>242</sup> REICHEL, Jiří. Kapitoly metodologie sociálních výzkumů. Praha: Grada, 2009. Sociologie (Grada). ISBN 978-80-247-3006-6. s. 111-112

Schopnost základně vyhledat a zpracovat fotografie do redakčního systému je jednou z povinností všech redaktorů a editorů. Úlohou fotoeditora je poté jakási supervize, ideálně nad všemi články, kterých každý den na iDNES.cz vyjde přibližně 200. Samozřejmě také vyhledávám, upravuji a zpracovávám snímky, které kolegové k článkům potřebují. Další náplní mé práce je vytváření koláží a infografik, objednávání fotografií k plánovaným fotoudálostem, komunikace s fotografy a agenturami, zpracovávání čtenářských fotografií... A v malé míře i samotné focení.

### **Co je podle vás nejdůležitějším aspektem práce obrazového editora a proč by tuto funkci měla online média obsazovat?**

Fotografie je vizuální součástí každého článku. Na domovské stránce iDNES.cz se zobrazuje jen titulek se snímkem. Bezpochyby se tak fotka stává jedním z kritérií, proč si čtenář vybere konkrétní článek k přečtení. Pokud je k události více snímků, fotoeditor by měl vybrat ten nejvhodnější, kterým je článek na webu prezentován, v samotném článku pak může být fotogalerie. Pokud k tématu není aktuální fotografie, měl by fotoeditor vybrat ideální snímek ilustrační.

### **Jaké zdroje fotografií iDNES.cz využívá?**

Server má k dispozici přes dvacet kmenových fotografií – v centrální pražské redakci i ve všech regionech Česka. Dále pak využíváme denního fotoservisu agentur ČTK, AP a Reuters. Máme přístup do databáze fotobanky Profimedia.cz, Getty Images, Shutterstock nebo EPA. Součástí mediálního domu MAFRA jsou i slovenské Hospodářské noviny, proto můžeme využívat i jejich fotografie. Dále iDNES.cz provozuje službu Očima čtenářů, kde zapojujeme do zpravodajství naše čtenáře. Za každý ve zpravodajském článku publikovaný snímek jim platíme honorář.

### **V jakém poměru jednotlivé zdroje využíváte a jaké jsou jejich přednosti?**

Na většinu důležitých českých událostí posíláme kromě redaktorů i vlastní fotografie. Kromě toho, že jejich snímky bývají k dispozici dříve než snímky agenturní, tak většinou odevzdají i větší množství fotografií. To nám umožňuje vytvářet bohaté fotogalerie. Mít vlastní fotografie je také otázkou prestiže. V případě významných událostí, jako jsou volby, prezidentská inaugurace, ale třeba i živelné pohromy posíláme do terénu fotografů více. Naše fotografie jsou prioritní, pokud je nemáme, využíváme snímky agenturní,

čtenářské, hasičské či policejní. U domácích událostí si troufnu odhadnout poměr fotografií 70:30 pro naše fotografy, u zahraničních událostí 0:100 a u magazínů 50:50.

### **Jak probíhá koordinace práce s fotografy a s ostatními členy redakce?**

Jak jsem již uvedl, máme více než dvacet fotografů společných pro všechna česká média vydavatelství MAFRA. Regionální fotografové jsou k dispozici hlavně krajským redakcím, ale využívá je i centrální redakce iDNES.cz.

### **Jak jsou fotografové přiřazováni k daným tématům? Specializují se na různé oblasti?**

Všichni naši fotografové musejí být univerzální – musí dokázat vyfotit sport, politiku, ale třeba i lifestylový portrét.

### **Popsal byste, jak do výběru fotek zasahují samotní fotografové, redaktori a editoři?**

Fotografové do výběru fotografií zasahují nejvíce. To oni rozhodnou, který z pořízených snímků odevzdají. A s tímto jejich předvýběrem pak pracují ostatní členové redakce – fotoeditor, editoři i redaktori.

### **Podle čeho se rozhodujete, posuzujete-li úvodní fotografii článku? Jaké vlastnosti by úvodní fotografie článku měla mít?**

Výběr článkové fotografie je, alespoň pro mě, spíše pocitový. Samozřejmě by měla souznít s titulkem i samotným textem. Měla by být technicky kvalitní a vizuálně výrazná. Jak jsem už zmínil, fotka je jednou z věcí, kvůli které se čtenář rozhodne si článek přečíst. Fotoeditor také hlídá, aby hlavní snímky u článků byly pestré. Jak kompozičně, tak obsahově. Třeba aby u všech článků na domovské stránce iDNES.cz nebyly pod sebou v jeden okamžik jen detailní portréty.

### **Jaký počítačový software k práci s fotografiemi používáte?**

Fotografové i fotoeditor nejčastěji používají grafický editor Adobe Photoshop.

### **Dochází k retušování snímků, přidávání efektů či podobným manipulacím za účelem zvýšení emocionálního působení fotografie?**

Pravidla pro to, co vše lze s fotografiemi před publikováním na iDNES.cz dělat, jsou velmi přísná. Povolnými úpravami snímku je ořez, zesvětlení, změna kontrastu a lehká úprava

barevnosti a ostrosti. Vše ostatní je pro zpravodajskou fotografii zapovězeno. Trochu benevolentnější jsme třeba u úprav magazínových portrétů. Tam fotograf smí používat i různé filtry a lehkou retuš. Ale jde opravdu jen o lifestylové snímky.

**Zastavíme-li se u tématu uprchlické krize – jaké zdroje fotek jste podle vás při reprezentaci této události nejčastěji využívali? Angažovali jste například vlastního fotografa pro zaznamenání situace na migračních trasách?**

Myslím, že drtivá většina snímků během takzvané uprchlické krize byla z agentur. Pokud si vzpomínám, vyslalo vydavatelství MAFRA postupně tři fotografie na Balkán. Výsledkem je Fotografie roku 2015 v soutěži Czech Press Photo pro fotografa Jana Zátorského. I zde je vidět univerzálnost našich fotografů, Jan Zátorský je totiž výhradně portrétním fotografem čtvrtletního Magazínu MF DNES.

**Byla uprchlická krize z hlediska vizuálního pokrytí nějak specifická? Řešili jste například nějaké eticky sporné oblasti nebo otázku, zda nejsou aktéři krize zobrazováni stereotypně?**

Hlavní vlna uprchlické krize trvala dlouho a z agentur dorazilo každý den přes tisíc snímků. Proto se určitému stereotypu asi nešlo vyhnout – například u snímků žen s dětmi. Eticky sporné fotografie řešíme denně, nejen v případě uprchlické krize. Pokud to jde, nedáváme do galerií expresivní fotografie mrtvých. Zároveň ale před čtenáři nechceme nic zatajovat. A tak, pokud je zveřejnění takových fotografií nutné, dáváme alespoň na začátek galerie upozornění, že se ve fotogalerii objevují i drastické záběry.

## **5.2 Rozhovor s Janem Kálalem (editor Blesk.cz)**

**Specializuje se některý z editorů na Blesk.cz na vizuální obsahy?**

Člověk, který by se zabýval pouze fotografiemi, na Blesk.cz není. Odpovědnost za fotografie začíná u jednotlivých redaktorů, kteří články vybavují nejen hlavními fotografiemi, ale i ostatními snímky a soustředí se na to, aby byla úvodní fotografie co nejatraktivnější. Až poté jde materiál do rukou editora, který k tomu může říci své.

### **Co je tedy hlavní náplní vaší práce?**

Mou prací je rozdělovat texty, které se budou zpracovávat a které přicházejí z agentur, komunikuji s redaktory o tom, jaká nabízejí témata a jakým stylem budou zpracována. V momentě, kdy je téma zpracované, ho kontroluji a rozhoduji o času jeho publikace.

### **Zaměříme-li se na fotografii, podle čeho rozhodujete, která fotografie bude úvodní?**

Obecné poučky asi říkají, že do běžného zpravodajství emoce příliš nepatří, ale myslím, že zažitá praxe na webech je, že fotografie musí mít nějakou vypovídající hodnotu. A čím silnější je, tím lépe pro ni. Může se třeba stát, že jde o politickou zprávu a je u ní zobrazena obecná fotka daného politika, ale je lepší, když je na ní tento člověk vyobrazen s nějakým výrazným gestem či grimasou. Často jsou na Blesk.cz i příběhy lidí, kteří nějakým způsobem trpí a potřebují pomoc, potom je dobré ukázat jejich skutečnou tvář. Může se stát i to, že je fotografie pořízená na demonstraci. Pokud je na ní zachycena nějaká akce či emoce, je to vždy lepší.

### **Takže můžete obecně říci, že u snímků, které používáte jako hlavní fotografie článků, vyhledáváte emoce?**

Nemusí to být přímo nějaká emoce, ale měl by na ní být moment, který emoci nastartuje. Když se na danou fotografii člověk podívá, měla by ho zaujmout.

### **Jaké zdroje fotografií a v jakém poměru používáte?**

Blesk má své fotografy a má dokonce i své paparazzi oddělení, které se stará o ožehavější témata, s těmi ale v běžném zpravodajství tolik do styku nepřicházíme. Klasické fotografie, kteří přijdou a vyfotí například demonstraci nebo politiky ve sněmovně, ale máme. Využíváme i obrazový servis ČTK a Reuters, případně – když není jiná možnost, uchylujeme se k používání obrázků z videosekvencí v televizních pořadech. Pokud to ale jde, upřednostníme vlastního fotografa. Samozřejmě se může stát, že se odehrává akce typu prezidentské volby, kterou fotí náš fotograf, ČTK i Reuters a další. V takovém případě se může stát, že jako hlavní fotku zvolíme materiál zahraniční agentury, protože se může stát, že měl její fotograf šťastnější ruku.

### **Pokud narazíte na nějaký eticky sporný vizuální materiál, který zobrazuje například násilí, jakým způsobem se v redakci vede diskuze, zda jej zveřejnit, či nikoliv?**

V takovém případě jde o určitou míru vkusu. Naším cílem není ukazovat zmasakrovaná těla, trpící lidi nebo něco podobného, pokud dojde třeba k útoku ozbrojenců v Kábulu. Ale na druhou stranu nemá cenu zastírat, že tam byli zranění. Je to o nějakém rozumném kompromisu. Někdy problematická místa takzvaně rozkostičkujeme.

**Pokud se nyní soustředíme na téma uprchlické krize, které zdroje fotografií jste podle vás využívali nejčastěji? Angažovali jste například pro zaznamenání situace na migračních trasách i vlastního fotografa?**

Myslím, že nejvíce jsme využívali agenturní servis. Naši fotografové fotili uprchlíky a migranty, kteří překračovali hranice a byli tady v Česku. Ale měli jsme i vlastního reportéra, kterého jsme vyslali na trasu a který dojel do uprchlického tábora Idomeni, kde strávil několik dní. Nabíral přitom zpravodajství textové i obrazové.

**Bylo zpracování uprchlické krize něčím specifické? Vnímali jste ji jako citlivé téma?**

Vnímali jsme ji jako téma, které si zaslouží speciální pozornost. Sažili jsme se, aby obsahy nebyly jednostranné. Kromě toho, že jsme referovali o tom, že někde docházelo k potyčkám mezi migranty nebo k jiným problémům, psali jsme i o dobrovolnících, kteří pomáhají a angažují třeba i své rodiny. Museli jsme například přistoupit i ke zrušení diskuzí pod články, protože diskuze někdy sklouzávaly směrem, který jsme nechtěli a nepřáli jsme si ani dostat se do případných problémů s legislativou.

**Řešili jste toto nestranné referování i po vizuální stránce?**

Fotografií krize samozřejmě přicházelo velmi mnoho, ale někdy vybrat takové, aby byly co nejzajímavější, byl trochu problém. I agentury mnohdy bojovaly s podobnými fotografiemi, často se objevoval například motiv velkého množství mužů na lodích či rodin na nádražích a podobně. Samozřejmě jsme s tím nějakým způsobem pracovali, ale nebylo to snadné. Snažili jsme se, abychom neukazovali jednodušou masu uprchlíků, ale aby, když to jde, byla ukázána i konkrétní tvář či nějaký zajímavý detail.

**Mohlo však podle vás i přesto docházet k nějaké formě vizuální stereotypizace migrantů a uprchlíků?**

Myslím, že stereotypizace v rámci uprchlické krize probíhala bez ohledu na naši zpravodajskou produkci. Byla v populaci, nebo minimálně v její valné většině. Ale snažili

jsme se nejtít jí jednoznačně a jednostranně naproti.

### 5.3 Závěr

Diplomová práce se zabývá vizuální reprezentací uprchlické krize v online médiích. Téma přitom studuje prostřednictvím čtyř hlavních oblastí, do kterých je text strukturován. Nejprve se věnuje samotnému zkoumanému fenoménu – tedy událostem a společensko-politickému vývoji, jenž souhrnně označujeme termínem uprchlická krize. Text čtenáře seznamuje se základní terminologií, která s tématem souvisí, přestože v médiích nebývá vždy zcela jednoznačně formulována. Následně uprchlickou krizi zasazuje do širokého teoretického kontextu tvořeného mimo jiné moderním vývojem evropské migrační legislativy. Poté práce navazuje popisem příčin a okolností, které k výraznému rozvoji migrace do Evropy vedly. Podrobně přibližuje politický i společenský vývoj uprchlické krize, přičemž neopomíjí zásadní události, ke kterým v jejím průběhu došlo. Rozbor fenoménu i celé kapitoly následně ústí ve zmapování reakcí, které krize vyvolala v České republice.

Ve druhé části diplomové práce je zkoumán další aspekt vizuální reprezentace uprchlické krize v českých online médiích, a tím je samotná oblast mediální reprezentace reality. Podrobně je popsána role médií coby aktéra významně ovlivňujícího vnímání různorodého společenského dění i percepce různých sociálních skupiny. Následně jsou představeny důležité aspekty mediální reprezentace reality a jejich teoretické ukotvení s důrazem na vizuální složku. Text se věnuje například specifikům stereotypizace v médiích, popisuje základní principy teorie nastolování témat (agenda setting), zabývá se významem rámcování (framingem) v mediálních obsazích a představuje problematiku gatekeepingu. Neopomíjí však ani oblast vizuální kultury a roli recipientů při konstrukci významu obrazových sdělení.

Po prozkoumání tohoto segmentu diplomová práce plynule přechází k dalšímu pilíři studovaného tématu, kterým je praktická složka tvorby vizuálních sdělení v médiích. Vymezuje základními principy fotožurnalistiky, charakterizuje zpravodajskou fotografii i proměny tohoto mediálního odvětví s příchodem digitálních technologií. Přibližuje také

redakční rutiny, které práci s fotografiemi v médiích provází.

Na teoretický rámec zkoumaného tématu poté navazuje praktická část diplomové práce. Podstatnou složku přitom tvoří obrazová obsahová analýza fotografií, jejichž prostřednictvím vybraná česká online média (iDNES.cz a Blesk.cz) uprchlickou krizi reprezentovala. Analýza provedená na materiálech publikovaných během dvou měsíců, kdy krize trvala, mapuje různé aspekty této reprezentace. Z jejích závěrů například vyplývá, že rozdílně orientovaná média (iDNES.cz zaměřený spíše na seriózní zpravodajství a spíše bulvární Blesk.cz) nabízela svým recipientům podobnou vizuální reprezentaci uprchlické krize. Odlišné byly pouze motivy fotografií a jejich emocionální působení. V případě iDNES.cz převažovalo neutrální vyznění snímků, zatímco u Blesk.cz dominovaly fotografie s negativním emocionálním nábojem. Server iDNES.cz zároveň nejčastěji v souvislosti s migrační krizí vizuálně zachycoval dění spojené s českou politikou, zatímco na portálu Blesk.cz převažovala reprezentace krize prostřednictvím anonymních skupin osob. Praktickou část odborného textu i celou diplomovou práci zakončují rozhovory s editory zkoumaných internetových médií. Jejich prostřednictvím je zprostředkován náhled do jednotlivých praktických aspektů práce s fotografiemi a přiblížena produkční sféra, jež vizuální reprezentaci uprchlické krize v daných médiích formovala.

## 5.4 Summary

The main intention of the diploma thesis is to examine how the czech online media visually represented the European refugee crisis (also known as European migrant crisis). In the first part it provides a number of contextual information – represents the causes, progression and effects of the migration crisis in Europe while focusing on the the major events that have occurred since the beginning of the crisis to the present. Subsequently, the thesis outlines the responses which have appeared in the czech society and politics and which were relating with the changing migration trends.

The second part of the thesis discusses the most important theories of the media



representation with the aim to provide solid information and knowledge about how media represent different social groups and events. In order to explain the complexity of the issue, several major media theories and approaches are introduced. The author particularly emphasizes process of stereotyping in news contents and explores essential principles of the agenda setting theory. Furthermore, the thesis describes the concept of framing and gatekeeping in media. To conclude the theoretical framework of the thesis, the key components of photojournalism and editorial routines are explained.

The analytical part of the diploma thesis aims to analyze the visual representation of the refugee crisis provided by two major czech media outlets – news website iDNES.cz and tabloid news server Blesk.cz – in 2015. Using content analysis the author examines several aspects of visual representation in the mentioned media and reveals the main differences between them. For instance, it detects that tabloid medium were more likely to use photos with negative emotional effects when representing the refugee crisis. Moreover, it proves differences in the preference of certain image motives between media websites. The analytical part is subsequently complemented by interviews with editors of the examined media.

In conclusion, the diploma thesis contributes to the research of media representation of the European refugee crisis with emphasis on visual communication. Describes the context of the phenomenon, explains the basic principles of visual representation of the issue in the czech online media and provides the view of media professionals.

## 5.5 Použitá literatura

BARAN, Stanley J. a Dennis K. DAVIS. *Mass communication theory: foundations, ferment, and future*. 6th ed. Boston, MA: Wadsworth, 2012. ISBN 978-0495898870

BARŠOVÁ, Andrea a Pavel BARŠA. *Přistěhovalectví a liberální stát: imigrační a integrační politiky v USA, západní Evropě a Česku*. Brno: Masarykova univerzita, Mezinárodní politologický ústav, 2005. ISBN 80-210-3875-6

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

Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-859-5946-1

BRANTNER Cornelia, LOBINGER Katharina, WETZSTEIN Irmgard. *Effects of Visual Framing on Emotional Responses and Evaluations of News Stories about the Gaza Conflict 2009*. Journalism & Mass Communication Quarterly. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/107769901108800304#articleCitationDownloadContainer>

BULL, Stephen. *Photography*. London: Routledge, 2010. Routledge introductions to media and communications. ISBN 978-0-415-42894-1

BURTON, Graeme. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. Studium (Barrister & Principal). ISBN 80-85947-67-6

CROTEAU, David. a William. HOYNES. *Media society: industries, images, and audiences*. 3rd ed. Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press, 2003. ISBN 07-619-8773-8

DE SMAELE a kol. Visual Gatekeeping – Selection of News Photographs at a Flemish Newspaper: A Qualitative Inquiry into the Photo News Desk. Dostupné z: [http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/10.1515\\_nor-2017-0414.pdf](http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/10.1515_nor-2017-0414.pdf)

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 4., nezměn. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1966-8

DOUGHERTY S.M., SCHWALBE C.B. *Visual coverage of the 2006 Lebanon War: Framing conflict in three US news magazines*. Tucson, 2015. University of Arizona. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1750635215571204>

DURHAM, Meenakshi Gigi. a Douglas KELLNER. *Media and cultural studies: keywords. Rev. ed.* Malden, MA: Blackwell, 2006. ISBN 978-1-4051-3258-9

EAGLETON, Terry. *Literary theory: an introduction*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2008. ISBN 9780816654475

FAHMY, Shahira, Mary Angela BOCK a Wayne WANTA. *Visual communication theory and research: a mass communication perspective*. New York, NY: Palgrave Macmillan, 2014. ISBN 978-1-137-36214-8

FAHMY, Shahira, KELLY, James D. a Yung Soo KIM. What Katrina Revealed: A Visual Analysis of the Hurricane Coverage by News Wires and U.S. Newspapers. Journalism & Mass Communication Quarterly [online]. 2007 [cit. 2018-05-10]. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/107769900708400309#articleCitationDownloadContainer>

FAHMY, Shahira. *Photojournalists' and Photo Editors' Attitudes and Perceptions: The Visual Coverage of 9/11 and the Afghan War*. Visual Communication Quarterly. 2005, 12(3-4), 146-163 DOI: 10.1080/15551393.2005.9687454. ISSN 1555-1393. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15551393.2005.9687454>

FRANKLIN, Bob. *Key concepts in journalism studies*. London: Sage Publications, 2005. Key concepts. ISBN 07-619-4482-6

GALTUNG, Johan a HOLMBOE RUGE, Mari. *The Structure of Foreign News*. 1965. Sage Publications, Ltd. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/423011>

GANDY, Oscar H., Stephen D. REESE a August E. GRANT. *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2001. LEA's communication series. ISBN 0-8058-3653-5

HALL, Stuart. *Representation: cultural representations and signifying practices*. Thousand Oaks, Calif.: Sage in association with the Open University, 1997. ISBN 07-619-5431-7

HARCUP, Tony a O'NEILL, Deirdre. What is News? Galtung and Ruge Revisited. 2001. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2016.1150193>

HAYNES, Chris, Jennifer Lee MEROLLA a S. Karthick RAMAKRISHNAN. *Framing immigrants: news coverage, public opinion, and policy*. New York: Russell Sage Foundation

HOY, Frank P. *Photojournalism: the visual approach*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1986. ISBN 0-13-665548-3

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-717-8697-7

KOBRE, Kenneth a Betsy BRILL. *Photojournalism: the professionals' approach*. 6th ed. Amsterdam: Focal Press, c2008. ISBN 978-0-7506-8593-1

KUYPERS, Jim A. a Paul D'ANGELO, ed. *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. New York: Routledge, 2010. LEA's communication series. ISBN 978-0-415-99236-7

LÁBOVÁ, Alena. *Základy fotožurnalistiky*. [Díl] II, *Úvod do teorie žurnalistické fotografie*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1990. ISBN 80-7066-119-4

LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalistiky?: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1647-6

LANGTON, Loup. *Photojournalism and today's news: creating visual reality*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2009. ISBN 978-1-4051-7897-6

LESTER, Paul Martin. a Susan Dente. ROSS. *Images that injure: pictorial stereotypes in the media*. 2nd ed. Westport, Conn.: Praeger, c2003. ISBN 978-027-5978-464

LIPPMANN, Walter. *Public opinion*. New Brunswick, N.J., U.S.A.: Transaction Publishers, c1991. ISBN 08-873-8861-2

LISTER, Martin. *The photographic image in digital culture*. Second edition. London: Routledge, 2013. Comedia. ISBN 9780415535274

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

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5

NORRIS, Pippa., Montague KERN a Marion R. JUST. *Framing terrorism: the news media, the government, and the public*. New York: Routledge, 2003. ISBN 04-159-4719-7

NEČAS, Vlastimil. *Koncept nastolování agendy v kontextu českých médií*. Praha, 2013. Dizertační práce. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Jan Jiráček

OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9

OSVALDOVÁ, Barbora, Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ a Miloš ČERMÁK. *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky: proměny a perspektivy žurnalistiky v epoše digitálních médií aneb nová média teoreticky i prakticky*. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1684-1

PICKERING, Michael. *Stereotyping: the politics of representation*. New York: Palgrave, 2001. ISBN 0-333-77210-5

PODHORSKÁ, Nikola. *Lexikální expresivita na webových serverech Blesk.cz a IHNED.cz*. Olomouc, 2017. bakalářská práce (Bc.). UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI. Filozofická fakulta. Vedoucí práce Mgr. Viktor Jílek, Ph.D.

RODRIGUEZ, Lulu a DIMITROVA, Daniela. *The levels of visual framing*. *Journal of Visual Literacy*. 2011. Iowa State University. Dostupné z: <https://goo.gl/ECbo35>

ROSE, Gillian. *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. London: SAGE Publications, 2001. ISBN 07-619-6665-X

SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3., nezměn. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4

SHOEMAKER, Pamela J. a Stephen D. REESE. *Mediating the message in the 21st century: a media sociology perspective*. Third edition. New York, 2014. ISBN 978-0-415-98914-5

SHOEMAKER, Pamela J. a Tim P. VOS. *Gatekeeping theory*. New York: Routledge, 2009. ISBN 978-0-203-93165-3

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8

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

TRIVUNDŽA, Ilija Tomanić. *Press photography and visual framing of news*. Ljubljana: Faculty of Social Sciences, Založba FDV, 2015. ISBN 978-961-235-772-6

TURKEN, Marita a Lisa CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-556-1

WELLS, Liz. *The photography reader*. London: Routledge, c2003. ISBN 0-415-24661-X

## 5.6 Ostatní použité zdroje

Azyl a uprchlictví [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z: <https://www.epravo.cz/top/clanky/azyl-a-uprchlictvi-16414.html>

BISSELL, Kimberly. *A return to 'Mr. Gates': Photography and Objectivity* [online]. 2000 [cit. 2018-04-04]. Dostupné z <http://journals.sagepub.com.ezproxy.is.cuni.cz/doi/pdf/10.1177/073953290002100307>

Central Mediterranean Route [online]. [cit. 2016-12-20]. Dostupné z: <http://frontex.europa.eu/trends-and-routes/central-mediterranean-route/>

CHOULIARAKI, Lilie a Rafal ZABOROWSKI. Voice and community in the 2015 refugee crisis: A content analysis of news coverage in eight European countries. *International Communication Gazette* [online]. 2017, 79(6-7), 613-635 [cit. 2018-05-10]. DOI: 10.1177/1748048517727173. ISSN 1748-0485. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1748048517727173>

Děni v Turecku je znepokojivé, kritizuje EU. Nepřijatelné, odpovídá Ankara [online]. 2016 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: [https://zpravy.idnes.cz/eu-turecko-kritika-omezovani-svobody-demokracie-f64-/zahranicni.aspx?c=A161108\\_153535\\_zahranicni\\_ane](https://zpravy.idnes.cz/eu-turecko-kritika-omezovani-svobody-demokracie-f64-/zahranicni.aspx?c=A161108_153535_zahranicni_ane)

Dublinský systém [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/dublinsky-system.aspx>

EK: Dohoda s Tureckem má rok po uzavření hmatatelné výsledky [online]. 2017 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/ek-dohoda-s-tureckem-ma-rok-po-uzavreni-hmatatelne-vysledky/1462461>

Erdogan opět hrozí neplněním migrační dohody, nezruší-li EU víza [online]. 2016 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: [https://www.denik.cz/ze\\_sveta/erdogan-opet-hrozi-neplnenim-migracni-dohody-nezrusi-li-eu-viza-20160808.html](https://www.denik.cz/ze_sveta/erdogan-opet-hrozi-neplnenim-migracni-dohody-nezrusi-li-eu-viza-20160808.html)

EU-Turkey deal makes seeking refuge in Europe “mission impossible” for most vulnerable. [online]. 2017 [cit. 2018-01-20]. Dostupné z: <https://www.rescue-uk.org/press-release/eu-turkey-deal-makes-seeking-refuge-europe-mission-impossible-most-vulnerable>

Evropská agentura pro pohraniční a pobřežní stráž (Frontex) [online]. [cit. 2017-12-16]. Dostupné z: [https://europa.eu/european-union/about-eu/agencies/frontex\\_cs](https://europa.eu/european-union/about-eu/agencies/frontex_cs)

First measures under the European Agenda on Migration: Questions and Answers. [online]. 2015 [cit. 2018-01-20]. Dostupné z: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-15-5038\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-15-5038_en.htm)

Global Trends: Forced Displacement in 2015 [online]. 2016 [cit. 2017-11-15]. Dostupné z: <http://www.unhcr.org/statistics/unhcrstats/576408cd7/unhcr-global-trends-2015.html>

Historie UNHCR: Celosvětová humanitární organizace se skromným původem [online]. [cit. 2017-12-16]. Dostupné z: <http://www.unhcr.org/cz/234-czo-nashistorie-unhcr-html.html>

Human rights of refugee and migrant women and girls need to be better protected [online]. 2016 [cit. 2018-04-05]. Dostupné z: <https://www.coe.int/nn/web/commissioner/-/human-rights-of-refugee-and-migrant->

[women-and-girls-need-to-be-better-protected?desktop=true](#)

Jak zlepšit společný evropský azylový systém [online]. 2017 [cit. 2017-12-20]. Dostupné z: <http://www.europarl.europa.eu/news/cs/headlines/society/20170627STO78418/jak-zlepsit-spolecny-evropsky-azylovy-system>

Key Migration Terms [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z: <https://www.iom.int/key-migration-terms>

Konvička obviněn z podněcování k nenávisti [online]. 2015 [cit. 2018-05-11]. Dostupné z: [https://www.tyden.cz/rubriky/domaci/konvicka-obvinen-z-podnecovani-k-nenavisti\\_363450.html](https://www.tyden.cz/rubriky/domaci/konvicka-obvinen-z-podnecovani-k-nenavisti_363450.html)

Konvičku neznám, na Albertově jsem ho viděl poprvé, tvrdí Zeman [online]. 2015 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: [https://zpravy.idnes.cz/rozhovor-s-milosem-zemanem-konvicka-dvg-/domaci.aspx?c=A151125\\_180317\\_domaci\\_pku](https://zpravy.idnes.cz/rozhovor-s-milosem-zemanem-konvicka-dvg-/domaci.aspx?c=A151125_180317_domaci_pku)

KOMÍNKOVÁ, Magda. Jak se vyvíjela azylová politika EU před migrační krizí. [online]. 2016 [cit. 2017-12-20]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/9260/27321/clanek/jak-se-vyvijela-azylova-politika-eu-pred-migracni-krizi/>

Maastrichtská smlouva a Amsterodamská smlouva [online]. [cit. 2017-01-02]. Dostupné z: [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/cs/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_1.1.3.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/cs/displayFtu.html?ftuId=FTU_1.1.3.html)

METCALFE-HOUGH, Victoria. The migration crisis? Facts, challenges and possible solutions [online]. 2015 [cit. 2018-01-02]. Dostupné z: <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/9913.pdf>

Managing migration better in all aspects: A European Agenda on Migration. [online]. 2015 [cit. 2018-01-05]. Dostupné z: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-15-4956\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4956_en.htm)

Many EU countries say “no” to immigration quotas. [online]. 2015 [cit. 2018-01-20]. Dostupné z: <https://www.euractiv.com/section/justice-home-affairs/news/many-eu-countries-say-no-to-immigration-quotas>

Mediální skupina MAFRA: Portfolio [online]. [cit. 2018-04-05]. Dostupné z: <https://www.mafra.cz/o-spolecnosti.aspx>

Mediální skupina MAFRA: Portofolio: MF Dnes [online]. [cit. 2018-04-05]. Dostupné z: <https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-mfd.htm>

Migrace – historický přehled [online]. [cit. 2017-12-20]. Dostupné z: [https://ec.europa.eu/czech-republic/news/migrace/migrace\\_historicky\\_prehled\\_cs](https://ec.europa.eu/czech-republic/news/migrace/migrace_historicky_prehled_cs)

Migrace: Jaké plány mají po volbách politické strany? [online]. 2017 [cit. 2018-02-05]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/zpravy/434657-migrace-jake-plany-maji-po-volbach-politicke-strany/>

Migrace v číslech [online]. 2017 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: <https://www.clovekvtsni.cz/co-delame/migrace-v-souvislostech/migracni-statistiky-4518gp>

Migrační krize 2015: 894.000 uprchlíků a nejednotný postoj zemí EU [online]. [cit. 2016-04-05]. Dostupné z: <http://www.romea.cz/cz/zpravodajstvi/migracni-krize-2015-894-000-uprchliku-a-nejednotny-postoj-zemi-eu>

Migrant crisis: Migration to Europe explained in seven charts [online]. [cit. 2018-01-02]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/world-europe-34131911>

NOVÁK, Martin. Uprchlická krize v Evropě skončila. Letos přijde čtvrtina uprchlíků z roku 2015, celosvětově 0,5 % [online]. 2017 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/letos-prijde-do-evropy-jen-ctvrt-milionu-uprchliku-ubyva-jic/r~3a74701203e711e7b0800025900fea04/?redirected=1518612997>

10 Otázek a odpovědí – Migrační krize [online]. [cit. 2018-01-02]. Dostupné z: <https://www.amnesty.cz/migrace/migrace-myty-a-fakta>

Průzkum: Češi by nejraději zavřeli evropské hranice. S uprchlíky přitom umí být solidární [online]. 2015 [cit. 2018-02-05]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/1614072-pruzkum-cesi-nejradeji-zavreli-evropske-hranice-s-uprchliky-pritom-umi-byt-solidarni>

O společnosti [online]. [cit. 2018-04-05]. Dostupné z: <https://www.mafra.cz/o-spolecnosti.aspx>

PARK, J. Europe's migration Crisis [online]. 2015 [cit. 2017-12-20]. Dostupné z: [https://www.pravo.unizg.hr/\\_download/repository/semiunar\\_migrants.docx](https://www.pravo.unizg.hr/_download/repository/semiunar_migrants.docx)

Proti přijímání uprchlíků je téměř 70 procent Čechů, ukázal průzkum [online]. 2017 [cit. 2018-02-05]. Dostupné z: [https://zpravy.idnes.cz/pruzkum-cvmm-centrum-pro-vyzkum-verejneho-mineni-uprchlici-kvoty-1dy/domaci.aspx?c=A171214\\_135057\\_domaci\\_mpl](https://zpravy.idnes.cz/pruzkum-cvmm-centrum-pro-vyzkum-verejneho-mineni-uprchlici-kvoty-1dy/domaci.aspx?c=A171214_135057_domaci_mpl)

RANKIN, Jennifer. EU court dismisses complaints by Hungary and Slovakia over refugee quotas [online]. 2017 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/world/2017/sep/06/eu-court-dismisses-complaints-by-hungary-and-slovakia-over-refugees>

Regional Refugee and Migrant Repsonse Plan For Europe [online]. 2016 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: <http://www.unhcr.org/partners/donors/589497d07/2017-regional-refugee-migrant-response-plan-europe-january-december-2017.html>

Special meeting of the European Council, 23/04/2015. [online]. [cit. 2016-04-05]. Dostupné z: <http://www.consilium.europa.eu/en/meetings/european-council/2015/04/23/>

Sobotka: Zeman by neměl vystupovat na akci xenofobní sekty [online]. 2015 [cit. 2018-02-05]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/domaci/politika/sobotka-zeman-by-nemel-vystupovat-na-akci-xenofobni-sekty-1247614>

Terminologický slovník [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/terminologicky-slovník.aspx>

The UN Refugee Agency: About us [online]. [cit. 2017-11-16]. Dostupné z: <http://www.unhcr.org/about-us.html>

Úmluva o právním postavení uprchlíků [online]. [cit. 2017-12-16]. Dostupné z: <http://www.osn.cz/wp-content/uploads/2015/03/uprchlici.pdf>

UNHCR. Syria Regional Refugee Response [online]. [cit. 2018-01-02]. Dostupné z:

<http://data.unhcr.org/syrianrefugees/country.php?id=224>

UNHCR viewpoint: 'Refugee' or 'migrant' – Which is right? [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z: <http://www.unhcr.org/news/latest/2016/7/55df0e556/unhcr-viewpoint-refugee-migrant-right.html>

Vlastníci [online]. [cit. 2018-04-05]. Dostupné z: <https://www.cncenter.cz/clanek/2370/vlastnici>

Western Balkan Route. [online]. [cit. 2016-04-05]. Dostupné z: <http://frontex.europa.eu/trends-and-routes/western-balkan-route/>

WITHNALL, Adam. EU migrant crisis: Map shows how road to Europe represents danger at every turn for refugee families [online]. 2015 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/eu-migrant-crisis-map-shows-how-road-to-europe-represents-danger-at-every-turn-for-desperate-10471125.html>

Základní terminologie k problematice migrace a uprchlictví. [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z: [https://www.amnesty.cz/migrace/terminologie?utm\\_source=cpc&gclid=CjwKCAiAhMLSBRBJEiwAlFr5Tli5P](https://www.amnesty.cz/migrace/terminologie?utm_source=cpc&gclid=CjwKCAiAhMLSBRBJEiwAlFr5Tli5P)

Za odmítání uprchlických kvót před evropský soud. Komise poslala žalobu na Česko, Maďarsko a Polsko [online]. 2018 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/uprchlici-kvoty-madarsko-polsko-cesko-evropsky-soud-komise\\_1801040928\\_sam](https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/uprchlici-kvoty-madarsko-polsko-cesko-evropsky-soud-komise_1801040928_sam)

Zeman: Zdánlivě humanistická gesta Sobotky ohrožují bezpečnost země [online]. 2015 [cit. 2018-02-05]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/domaci/politika/zeman-zdanlive-humanisticka-gesta-sobotky-ohrozuj-bezpecnost-zeme-1249393>

Zpravodajské servery: nejdůvěryhodnější iDNES, TN.cz je bulvár [online]. [cit. 2018-04-05]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/oblíbenost-internetoveho-zpravodajstvi/>



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

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:**

**Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:**

**Brodcová Daniela**

**Razítko podatelny:**

**Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:**

**2016**

**E-mail diplomantky/diplomanta:**

**daniela.brodcova@gmail.com**

**Studijní obor/forma studia:**

**Žurnalistika/prezenční forma studia**

**Předpokládaný název práce v češtině:**

**Vizuální reprezentace uprchlické krize v českých online médiích**

**Předpokládaný název práce v angličtině:**

**Visual representation of refugee crisis in czech online media**

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

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

**LS 2017**

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

Diplomová práce se zaměřuje na vizuální reprezentaci uprchlické krize v kontextu českých online médií. Hromadná mobilita imigrantů směrem do Evropy se v roce 2015 stala celoevropským problémem rezonujícím na politické i společenské úrovni a média o něm aktivně informovala. Vizuální materiály, které jsou schopné živého, autentického i vysoce emotivního zprostředkování událostí, se automaticky staly nedílnou součástí této mediální reprezentace. Teoretická část diplomové práce se v obecné rovině zabývá oblastmi mediální konstrukce reality – řeší například otázky rámcování a stereotypizace. Soustředí se také na charakteristiku vybraných českých online médií a v základních obrysech přibližuje kontext uprchlické krize. Praktická část se věnuje kvantitativní obsahové analýze vymezeného množství obrazových materiálů, které se v období od začátku krize do jejího vyvrcholení na podzim roku 2015 objevovaly na stránkách dvou českých online médií – serverech idnes.cz a blesk.cz. Kromě toho je výzkum doplněn o hloubkové rozhovory s pracovníky těchto webových stránek, účelem této metody je zjistit jejich motivy a postoje, jimiž se řídí při vybírání daných vizuálních materiálů. Zadané téma diplomové práce je poměrně aktuální, v české akademické sféře bylo ve větší míře doposud zpracováváno zejména v rámci politologických, ekonomických či teritoriálních studií. Některé práce se tomuto fenoménu věnují i z hlediska mediálního, nezabývají se však prostorem online médií a jejich vizuálním pojetím migrační krize. Při tvorbě diplomové práce lze využít zejména množství odborných publikací, které se zaměřují na oblast reprezentace reality v médiích, problematiku stereotypů či analýzy vizuálních materiálů.

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

Cílem diplomové práce je zmapovat vizuální reprezentaci uprchlické krize v českých online médiích, a to na příkladech serverů idnes.cz a blesk.cz. Při formulaci svých závěrů vychází z teorií zabývajících se vizuální a mediální konstrukcí reality i z prakticky provedené obsahové analýzy online subjektů. Dílčími úkoly je například odhalení případných projevů stereotypizace či analýza jednotlivých prvků zkoumaného materiálu. Kromě toho dochází ke srovnání vizuální reprezentace migrační krize, jak probíhala na serveru idnes.cz a na webu blesk.cz. Dále si tato odborná práce klade za cíl pomocí hloubkových rozhovorů přiblížit postoje a motivy tvůrců mediálních obsahů, kteří o podobě vizuální reprezentace zkoumaného jevu rozhodují.

**Předpokládaná struktura práce** (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou

charakteristikou jejich obsahu):

## **I. Teoretická část**

### **1. Uprchlická krize 2015**

#### **1.1. Charakteristika**

#### **1.2. Vývoj**

##### **1.2.2 Politický a společenský kontext**

### **2. Sociální konstrukce reality**

#### **2.1. Média jako aktér reprezentace reality**

#### **2.2. Stereotypizace**

#### **2.3. Vizualní rámcování událostí**

### **3. Česká online média**

#### **3.1. Server idnes.cz – charakteristika**

#### **3.2. Server blesk.cz - charakteristika**

## **II. Praktická část**

### **1. Kvantitativní obsahová analýza**

#### **1.1. Teoretická východiska**

#### **1.2. Vymezení metodiky**

#### **1.3. Stanovení rozsahu analyzovaného materiálu**

#### **1.4. Obecné cíle analýzy a kritéria**

### **2. Obsahová analýza**

#### **2.1. Shrnutí výsledků**

### **2. Hlubkové rozhovory**

#### **2.1. Respondenti**

#### **2.2. Rozhovory – praktické provedení**

#### **2.3. Vyhodnocení**

### **Závěr**

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

Články publikované na serverech idnes.cz a blesk.cz v období od dubna 2015 do října 2015 (archivované online)

**Metody (techniky) zpracování materiálu:**

Kvantitativní obsahová analýza, hloubkový rozhovor

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

1) ROSE, Gillian. *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications, 2007. ISBN 978-1-4129-2191-6 – *Publikace čtenáře seznamuje se studiem a interpretací vizuální kultury. Detailně se zabývá analytickými metodami práce s vizuálními materiály, a to včetně obsahové analýzy, kompoziční interpretace a sémiologie.*

2) HALL, S. (ed). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London : Open University Press, 2003. – *Kniha představuje komplexní náhled do široké škály způsobů reprezentace reality, mimo jiné se zabývá rolí fotografie při konstruování kultury a národní*

identity.

3) Pickering, M. *Stereotyping: The Politics of Representation*, New York: Palgrave Macmillan 2001. – *Odborný text přibližuje koncept stereotypizace a jeho využití na poli sociálních věd. Věnuje se přitom i jeho vývoji, vztahům k ostatním sociálním konstruktům, projevům v médiích a kultuře.*

4) Lester, Paul Martin. *Visual communication: images with messages*. Belmont: 4th Edition, 2006. 450 s. ISBN 9780534637200 – *Publikace se věnuje významu vizuální komunikace, popisuje její vliv na lidské vnímání. Věnuje se přitom různým formám této komunikace – grafickému designu, fotografii, webu i televiznímu vysílání.*

5) Trampota, Tomáš a Martina Vojtěchovská. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. – *Autoři předkládají ucelený náhled do spektra výzkumných metod, které lze využít k analyzování mediálních obsahů. Teoretické ukotvení těchto postupů je doplněno o ukázky jejich praktického využití.*

**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)

URBANCOVÁ, Eliška. *Proces mezinárodní migrace a uprchlická krize v Evropě* [online]. Brno, 2015 [cit. 2016-05-18]. Diplomová práce. Mendelova univerzita v Brně, Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií. Vedoucí práce Ing. Zbyšek Korecki, Ph.D. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/xqm4so/>>.

TALA, Jakub. *Konstrukce reality médií skrz zpravodajství na příkladu uprchlické krize*. [online]. Ostrava, 2016 [cit. 2016-05-18]. Bakalářská práce. Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Dr. phil. Nicole Horáková - Hirschlerová, M.A. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/im336i/>>.

Van Schaik, Richard Willem. *Visual representations of (Syrian) refugees in European newspapers*. Malmö, 2015 [cit. 2016-05-18]. Diplomová práce. Malmö University, Faculty of Culture and Society . Vedoucí práce: Pille Pruulmann Vengerfeldt. Dostupné z: <https://dspace.mah.se/bitstream/handle/2043/20321/vanSchaik-RW-DP16-v2.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Datum / Podpis studenta/ky

.....

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

**Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:**

**Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:**

**Potvrzují, 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.**

**Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga**

.....  
**Datum / Podpis pedagožky/pedagoga**

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

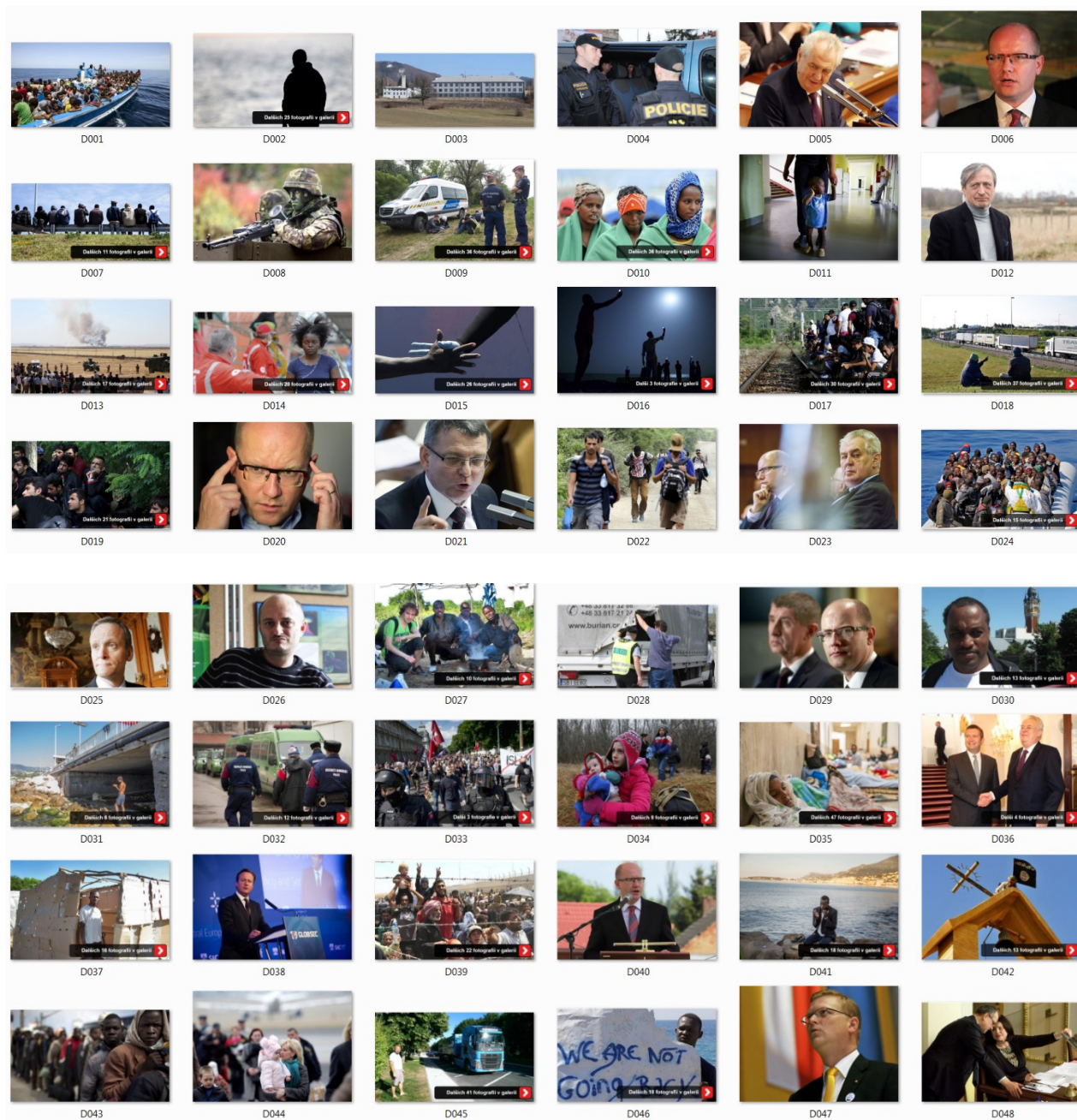
**TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.**

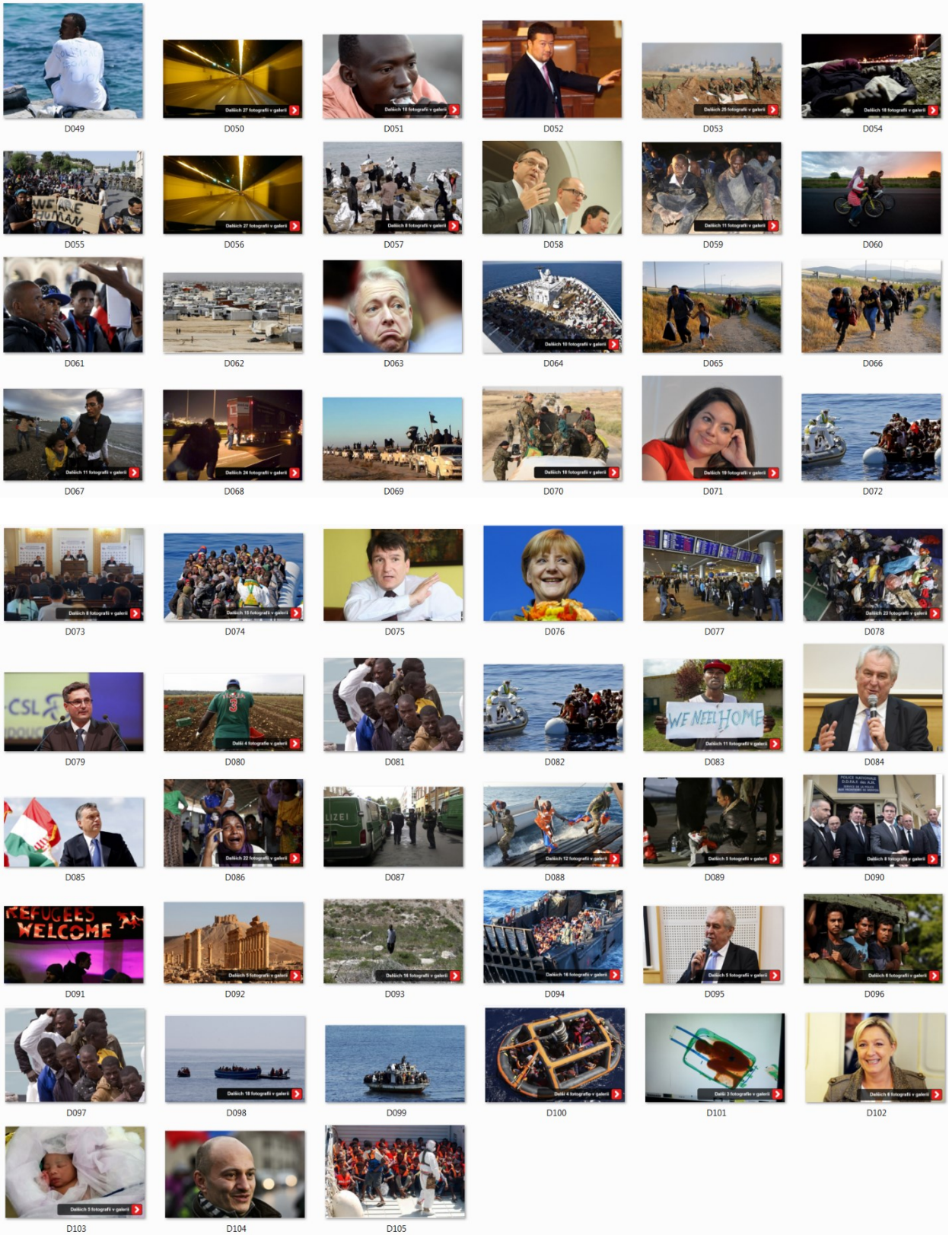
## 5.7 Seznam příloh

- Příloha č. 1: Mapa migračních tras (graf)
- Příloha č. 2: Počet žadatelů o azyl v EU v roce 2015 (graf)
- Příloha č. 3: Počty úmrtí uprchlíků a migrantů ve Středozemním moři (graf)
- Příloha č. 4: Zdroj snímků (iDNES.cz) (graf)
- Příloha č. 5: Zdroj snímků (iDNES.cz) (tabulka)
- Příloha č. 6: Velikost zobrazení (iDNES.cz) (graf)
- Příloha č. 7: Velikost zobrazení (iDNES.cz) (tabulka)
- Příloha č. 8: Úhel pohledu (iDNES.cz) (graf)
- Příloha č. 9: Úhel pohledu (iDNES.cz) (tabulka)
- Příloha č. 10: Interakce s recipienty (iDNES.cz) (graf)
- Příloha č. 11: Interakce s recipienty (iDNES.cz) (tabulka)
- Příloha č. 12: Velikost snímku (iDNES.cz) (graf)
- Příloha č. 13: Velikost snímku (iDNES.cz) (tabulka)
- Příloha č. 14: Motiv (iDNES.cz) (graf)
- Příloha č. 15: Motiv (iDNES.cz) (tabulka)
- Příloha č. 16: Emocionální působení (iDNES.cz) (graf)
- Příloha č. 17: Emocionální působení (iDNES.cz) (tabulka)
- Příloha č. 18: Pohlaví (iDNES.cz) (graf)
- Příloha č. 19: Pohlaví (iDNES.cz) (tabulka)
- Příloha č. 20: Věk (iDNES.cz) (graf)
- Příloha č. 21: Věk (iDNES.cz) (tabulka)
- Příloha č. 22: Barva pleti (iDNES.cz) (graf)
- Příloha č. 23: Barva pleti (iDNES.cz) (tabulka)
- Příloha č. 24: Zdroj snímků (Blesk.cz) (graf)
- Příloha č. 25: Zdroj snímků (Blesk.cz) (tabulka)
- Příloha č. 26: Velikost zobrazení (Blesk.cz) (graf)
- Příloha č. 27: Velikost zobrazení (Blesk.cz) (tabulka)
- Příloha č. 28: Úhel pohledu (Blesk.cz) (graf)
- Příloha č. 29: Úhel pohledu (Blesk.cz) (tabulka)
- Příloha č. 30: Interakce s recipienty (Blesk.cz) (graf)
- Příloha č. 31: Interakce s recipienty (Blesk.cz) (tabulka)

- Příloha č. 32: Velikost snímku (Blesk.cz) (graf)
- Příloha č. 33: Velikost snímku (Blesk.cz) (tabulka)
- Příloha č. 34: Motiv (Blesk.cz) (graf)
- Příloha č. 35: Motiv (Blesk.cz) (tabulka)
- Příloha č. 36: Emocionální působení (Blesk.cz) (graf)
- Příloha č. 37: Emocionální působení (Blesk.cz) (tabulka)
- Příloha č. 38: Pohlaví (Blesk.cz) (graf)
- Příloha č. 39: Pohlaví (Blesk.cz) (tabulka)
- Příloha č. 40: Věk (Blesk.cz) (graf)
- Příloha č. 41: Věk (Blesk.cz) (tabulka)
- Příloha č. 42: Barva pleti (Blesk.cz) (graf)
- Příloha č. 43: Barva pleti (Blesk.cz) (tabulka)
- Příloha č. 44: Analyzované snímky: iDNES.cz (fotogalerie)
- Příloha č. 45: Analyzované snímky: Blesk.cz (fotogalerie)
- Příloha č. 46: Záznamový arch: soubor v programu Excel přiložen externě (CD)

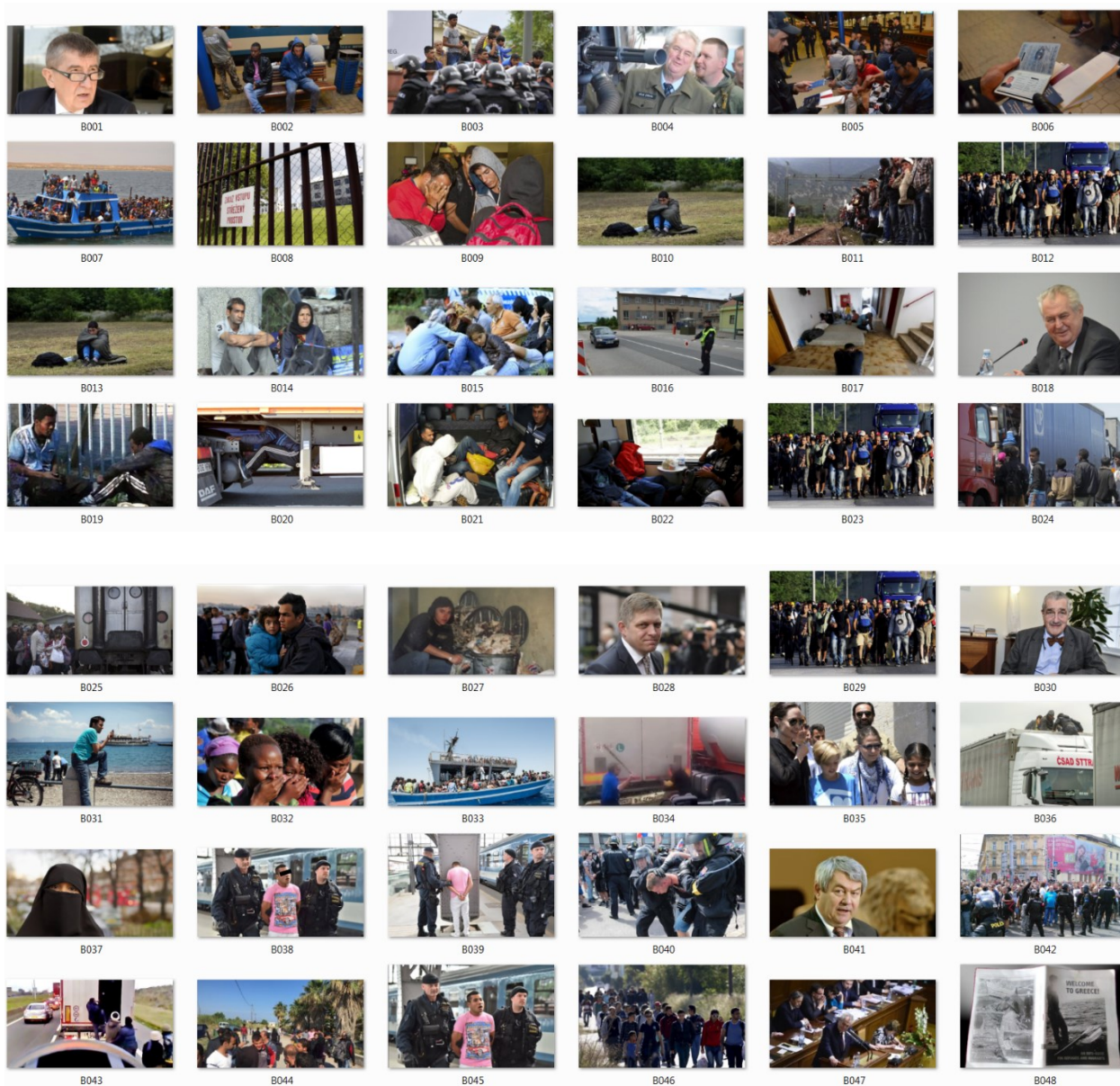
Příloha č. 44: Analyzované snímky: iDNES.cz (fotogalerie)







Příloha č. 45: Analyzované snímky: Blesk.cz (fotogalerie)





B049



B050



B051



B052



B053



B054



B055



B056



B057



B058



B059



B060



B061



B062



B063



B064



B065



B066



B067



B068



B069



B070



B071



B072



B073



B074



B075



B076



B077



B078



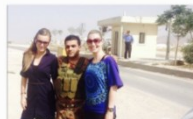
B079



B080



B081



B082



B083



B084



B085



B086