

Univerzita Karlova v Praze

Fakulta sociálních věd

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Karel Javůrek

**Mediální obraz Kuby v denících Právo a
Mladá fronta Dnes v roce 2009**

Bakalářská práce

Praha 2010

Autor práce: **Karel Javůrek**

Vedoucí práce: **PhDr. Tomáš Trampota Ph.D.**

Oponent práce:

Datum obhajoby: **2010**

Hodnocení:

Bibliografický záznam

JAVŮREK, Karel. *Mediální obraz Kuby v denících Právo a Mladá fronta Dnes v roce 2009*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2010. 50 s. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Tomáš Trampota Ph.D.

Anotace: Tématem této bakalářské práce jsou zprávy týkající se Kuby. Důvodem výběru tohoto tématu je možnost zpracovat mediální obraz konkrétní země s jiným politickým zřízením a ideologií. S touto zemí nás také pojí společná historická zkušenost. V neposlední řadě byl důvodem také osobní zájem o tuto zemi a její historii. Data byla zkoumána v denících Právo a Mladá fronta Dnes. Výsledkem práce je popsání stereotypizace sdělení v těchto denících. Dále také porovnání rozdílů v reprezentaci této země ve dvou denících s odlišnou cílovou skupinou čtenářů. Zároveň bylo také určeno, jaké zpravodajské hodnoty akcentují jednotlivé deníky. Metodou byla zvolena kvalitativní analýza. Téma nebylo zatím zpracováno.

Annotation: The theme of this BA thesis deals with news related to Cuba. The reason for choosing this theme is an opportunity to cover a media image of a particular country with political system and ideology that is different from our country and which, nevertheless, connect us through the same historical experience. Last but not least reason for this choice was my personal interest in this country and its history. Data were investigated in daily newspapers Právo and Mladá fronta Dnes. The result of this work is a description of message stereotypes in these newspapers. Further the comparison of differences in the representation of this country in the two newspapers is drawn, in terms of different target groups of readers. I have also attempted to identify what news values have been accented in these newspapers. The method chosen is a qualitative analysis. The theme has not been processed yet.

Klíčová slova: Kuba, tištěná média, ideologie, zpravodajské agentury, publikum, kvalitativní analýza, masová komunikace, antikomunismus, globalizace, embargo, čtenáři, cenzura.

Keywords: Cuba, printed media, ideology, news agencies, audience, qualitative analysis, mass communication, anticommunism, globalization, embargo, readers, censorship.

Prohlášení autora

„Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně pod vedením PhDr. Tomáše Trampoty Ph.D. a že jsem použil pouze literaturu uvedenou v závěrečném seznamu. Práce má rozsah 82 775 znaků s mezerami, tj. 46 normostran. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze, dne 18. května 2010

Karel Javůrek “

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval svému vedoucímu práce
PhDr. Tomáši Trampotovi Ph.D. za vstřícnou spolupráci, věcné podněty a ochotu při
tvorbě této práce.

Obsah:

ÚVOD	2
I. TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRO VLASTNÍ PRÁCI	3
1. Média a společnost	3
1.1 Funkce médií	4
1.2 Zpravodajské agentury	5
2. Systémové teorie	6
2.1 Mediální systémy	6
2.2 Teorie tisku	7
2.3 Kulturní imperialismus	8
3. Tisk jako komunikační médium	9
3.1 Mediální konstrukce.....	9
3.2 Ideologie	10
4. Stručná historie Kuby	11
4.1 Válka za nezávislost	12
4.2 Revoluce.....	13
4.3 Embargo	14
5. Filtry výběru	16
5.1 Gatekeeping	16
5.2 Zpravodajské hodnoty	17
6. Obsahová analýza – popis použité metody	18
6.1 Kvantitativní analýza.....	19
6.2 Kvalitativní analýza	20
II. ANALÝZA MLADÉ FRONTY DNES A PRÁVA	22
7. Zaměření tištěných periodik a jejich cílová skupina	22
7.1 Historie tištěných médií.....	22
7.2 Tištěná média v ČR	24
7.3 Mladá fronta DNES.....	27
7.4 Právo	29
8. Obsah a struktura zpráv	30
8.1 Reprezentace	31
8.2 Framing	31
9. Kvalitativní analýza – výsledky vlastního zkoumání a jejich interpretace	32
9.1 Analýza diskurzu zpráv	32
9.2 Popis použité metody	33
9.3 Předběžné závěry	41
ZÁVĚR	44
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	46
PŘÍLOHA č. 1 - Čtenost českého tisku – celostátní deníky	51
PŘÍLOHA č. 2 - Hlasování v OSN o zrušení embarga proti Kubě	52

ÚVOD

V roce 2009, tedy v roce 50. výročí revoluce na Kubě, se v českém periodickém tisku objevilo mnoho článků zabývajících se touto zemí. Jaké byly tyto zprávy a co ovlivnilo, že se dostaly do zpravodajství, je tématem této bakalářské práce. Motivací byla možnost zpracovat mediální obraz konkrétního státu s jiným politickým zřízením a ideologií. Současně je to země, se kterou nás pojí společná historická zkušenost. V neposlední řadě mě ke zpracování tohoto tématu vedl osobní zájem o tuto zemi a její historii.

Cílem práce je podrobit zprávy analýze, popsat jak jsou konstruovány a co v nich absentuje. Práce se také snaží popsat filtry výběru a podobu zpráv na základě výběru témat, zpravodajských hodnot, klíčových slov a reprezentace. Dalším souvisejícím tématem této práce je ideologie jako ovlivňující faktor zpráv. Každou společnost drží pohromadě soubor pravidel a idejí. Proto se v následující práci budu zabývat také tím, jak se vytváří mediální obraz země, jejíž ideje jsou zcela odlišné od idejí vyznávaných v České republice a v zemích tržního hospodářství obecně. S tím souvisí také role mediálních organizací - zpravodajských agentur. Tato práce se pokusí kriticky zkoumat dopad liberalizace a globalizace zpravodajských agentur. Zabývá se rovněž tím, jak vedoucí hráči jako Reuters a Associated Press určují povahu jak globálních, tak lokálních zpráv a zaměřuje se na systém vztahů mezi národními a mezinárodními agenturami. Teoretická část práce přináší stručnou historii země a tištěných médií. Nakonec také objasňuje funkci a klasifikaci médií a popis metod analýzy.

V analytické části je obsáhlejší popis zkoumaných médií a aplikace metody. K analýze byly vybrány dva nejprodávanější nebulvární deníky: Mladá fronta Dnes a Právo. Důvodem výběru je jejich rozdílná čtenářská obec. Výzkumnou metodou byla zvolena kvalitativní analýza. Nakonec práce přináší předběžné závěry, praktické shrnutí a formuluje hypotézu. Hodnotí zároveň vhodnost zvolené metody a zvažuje možnosti dalšího výzkumu.

I. TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRO VLASTNÍ PRÁCI

1. Média a společnost

Média a specifický typ sociální komunikace, na níž se podílejí, stále významnějším způsobem ovlivňují podobu společenského, politického i kulturního života současné společnosti, včetně podílu na výkonu politické moci i ekonomické úspěšnosti řady odvětví. „Na mediální komunikaci je možné nahlížet jako na přenos sdělení (z jednoho místa na mnoho míst), ale také jako na zdroj, který potvrzuje platnost dané ideologie“ (JIRÁK, KÖPPLOVÁ, 2003).

Denis McQuail říká, že zprávy jako komunikační prostředek podporují dominantní paradigma (McQUAIL, 2009). To znamená, že zpravodajství vždy podporuje ideologii a hodnoty vyznávané v dané zemi. „Šíření a posilování dominantních hodnot společnosti má nutně ideologický rozměr“ (TRAMPOTA, 2006). Tématem ideologie ve zpravodajství se zabývá více mediálních teoretiků. Jedním z nich je i profesor diskursivních studií na Univerzitě Amsterdam, Teun A. van Dijk. „Ideologie mohou být čímkoliv, vždy však bývají spojovány se společensky sdílenými idejemi“ (DIJK, 1998). Termín „ideje“ se těžko specifikuje, ale van Dijk nabízí několik významů:

1. Ideje jsou procesy v mysli.
2. Ideje jsou produkty myšlení.
3. Ideje jsou součástí myšlení.
4. Ideje mohou být společensky sdílené.
5. Ideje jsou nové původní myšlenky.

(DIJK, 1998, s. 15, 16). Nositeli těchto idejí jsou v největší míře masová komunikační média.

Téma médií provází lidstvo po celou dobu jeho existence. Lidé se vždy potřebovali dorozumět a k tomu využívali různé prostředky. Každý z těchto prostředků měl jiný dopad na společnost. Marsall McLuhan označil ve své knize *Jak rozumět médiím*:

Extenze člověka média za poselství (McLUHAN, 2001). Jsou to úvahy o tom, jak užívání nejrůznějších médií mění život člověka. Kniha začíná kapitolou s názvem *Médium je poselství*, ve které autor nabízí představu, že každé médium, každá nová „extenze člověka“, každá technologie vnáší do lidských záležitostí nové měřítko a to samo o sobě je poselstvím, jež vypovídá o člověku a o společnosti. Výraz „globální vesnice“ je metaforou pro společnost, kterou užívání nejrůznějších médií sblíží. Tím by se dala specifikovat i funkce médií, ale jejich postavení ve společnosti ovlivňuje řada jiných faktorů.

1.1 Funkce médií

Typologii efektů působení komunikačních procesů formulovali různí mediální teoretici. Herold Lasswell vymezil tři hlavní funkce médií: informační, korelační a kontinuační.

1. Informování - přehled, osvojování si prostředí.
2. Korelace – socializace, podpora společenských norem.
3. Kontinuita – přenos kulturního dědictví z jedné generace na druhou.

Na Lasswella navázal Charles Wright, který rozšířil funkce na čtyři: udržování kontinuity, funkce korelace, funkce socializace a funkce zábavní. Denis McQuail už rozlišuje funkcí pět: informování, korelaci, kontinuitu, zábavu a získávání.

Dva ze tří teoretiků se shodují na funkci zábavní. Zdá se, že hlavní funkcí médií je tedy přinášet zábavu a upevňovat své postavení a vliv. Zdánlivě hlavní funkce – informovat, je až druhotná. Podobu zpráv ovlivňuje řada okolností, od přímého vlivu majitele až po dlouhodobé vlivy, jako jsou novinářské rutiny. Vlastností médií je možnost ovlivňovat veřejné mínění. Účinky se projevují v různých odvětvích společenského života, od trávení volného času až po volební preference.

„Existují důvody se domnívat, že opravdový význam masových médií spočívá v nepřímém, jemném a dlouhodobém vlivu, který mají na lidskou kulturu a organizaci sociálního života“ (DeFLEUR., BALL – ROKEACH, 1996). Tento pohled podporuje i

ekonomická podstata médií – musí tvořit zisk, aby nezanikla. Jsou závislá na svých čtenářích a inzerentech. Podporují proto takové prostředí, ve kterém se bude jejich produktu dařit. Média tedy plní i funkci ekonomickou. Tato funkce má současně zásadní vliv na podobu zpráv, které média přináší.

1.2 Zpravodajské agentury

Podobu zpráv, a tím i společnosti, ovlivňuje také globalizace mediální sféry. Prorůstání vlastnických vztahů dodavatelů zpráv (zpravodajských agentur) a jejich odběratelů (novin a televize) vytváří monopolní prostředí. Oliver Boyd-Barret píše o nárůstu „velkoobchodních“ služeb televize a novin. Říká, že dvě z tradičních globálních agentur, AP a Reuters, jsou zainteresované jak v tištěných novinových zprávách, tak v audiovizuálních zprávách (APTV a Reuters Television), čímž vzrůstá jejich celkový vliv (BOYD-BARRETT, RANTANEN, 1998, s. 18). Neoliberální diskurz je zdá se připraven riskovat nebezpečí monopolu všude, kde je toto výsledkem ekonomiky „volného trhu“. „Absence silných, životaschopných alternativních služeb posiluje roli Velké trojky (AFP, AP, Reuters); namísto snahy k obnově nebo vyvinutí nových konceptů většina malých agentur napodobuje strategie těch majoritních“ (BOYD-BARRETT, RANTANEN, 1998). Vedoucí agentury tak určují obsah většiny zpráv. Spoluautorka knihy Terhi Rantanenová poukazuje na to, že lokální a globální agentury jsou vzájemně velmi hluboce propojené. Globální agentury dosáhly vstupu na trh prostřednictvím lokálních agentur. Rantanenová upozorňuje, že ačkoliv je tento vztah často považován za nerovnou záležitost, ve které globální páni využívají lokální agentury, lepší pojmenování je „oboustranná závislost“, která zahrnuje exkluzivní využití globálního i domácího trhu (BOYD-BARRETT, RANTANEN, 1998, s. 18). „Monopol může spočívat v tom, že jeden globální hráč otevře svou širokospektrální síť pouze pro vlastní rychlého providera a vlastní firmy ... Mediálně oligopolní koncerny mohou, aniž by se navzájem domluvily, vytvářet na základě obdobných sfér zájmu dominantní ideologickou moc. To ohrožuje možnost demokratické tvorby názoru a vůle“ (PROKOP, 2005).

2. Systémové teorie

Mediální komunikace není, navzdory globalizaci, na celém světě stejná. Rozdílné podobě tisku v jednotlivých zemích se věnuje systémová teorie autorů Sieberta, Petersona a Schramma z roku 1956. Ta ve zkratce říká, že svět je rozdělen na tři systémy: první – vyspělý, druhý – sovětský a třetí – rozvojový. Po padesáti letech od vzniku této systémové teorie se k otázce rozdílných mediálních systémů vrátili Paolo Mancini a Daniel C. Hallin.

2.1 Mediální systémy

Hallin a Mancini na základě analýzy navrhli nové tři modely mediálních systémů podle vztahu médií a politiky i geografického rozčlenění:

1. Středomořský/ polarizovaně pluralitní
2. Severo-středoevropský/ demokraticko-korporativistický
3. Severoatlantický/ liberální.

Středomořský nebo také polarizovaně pluralitní model je model se silnou intervencí státu, nízkými náklady tisku a slabou profesionalizací. Patří sem Francie, Řecko, Itálie, Portugalsko a Španělsko. Do druhé skupiny severo/středoevropského neboli demokraticko-korporativistického modelu se řadí skandinávské země, ale také Rakousko, Nizozemsko, Německo a Švýcarsko. V těchto zemích se masový tisk rozvinul záhy a i nyní dosahuje vysokých nákladů. Tomu odpovídá vysoká profesionalizace žurnalistů, omezení státních zásahů pod ochranou svobody slova a silné vysílání veřejné služby. Poslední skupinu severoatlantického neboli liberálního modelu tvoří kromě USA a Kanady i Velká Británie a Irsko, ačkoliv například v pojetí vysílání veřejné služby se značně liší. Podle Hallina a Manciniho je spojuje historický vývoj i současná tržní podoba mediálního průmyslu, střední náklady novin a silná profesionalizace žurnalistů (HALLIN, MANCINI, 2008).

2.2 Teorie tisku

Rozdílný přístup k chápání mediální komunikace tedy označujeme jako teorie tisku. Základní okruhy studia médií (teorie) jsou podle Sieberta, Schramma a Petersona (SIEBERT, 1956) čtyři:

1. autoritářská
2. liberální
3. sovětská
4. společenské odpovědnosti.

V současnosti se dá mluvit o třech teoriích, jelikož „sovětská“ již reálně neexistuje. Liberální teorie nejvíce odpovídá současnému stavu, především tištěným médiím a žurnalistice obecně. V době vzniku Čtyř teorií se projevila ideologie spojená se studenou válkou. Spojené státy se snažily vytvořit model liberalismu a svobodného podnikání. Autoři předložili ideologickou mystifikaci svobodného tisku, který vyhovuje především majitelům médií. Ti spojují svobodu tisku s vlastnickým právem, aby vysvětlili svou vlastní existenci. Mýtus svobodného tisku ve službách společnosti tedy existuje především proto, že jeho šíření je v zájmu majitelů médií (McQUAIL, 2009, s. 189).

Denis McQuail k původním čtyřem teoriím přidává ještě další dvě: demokraticko-participační, kritizující představu dominantních masových médií, a rozvojovou, připouštějící skutečnost specifické situace přechodu rozvojových zemí třetího světa od kolonialismu k nezávislosti svobodného a liberálního systému. McQuail říká, že za těchto okolností je ospravedlnitelné, když vlády přidělují zdroje výběrově a určitými způsoby omezují novinářskou svobodu. Společenská odpovědnost má přednost před právy a svobodami médií (McQUAIL, 2009, s. 190).

2.3 Kulturní imperialismus

Mimo tyto systémové teorie mají média i odlišné funkce. Média rámuji jednotlivé události určitým způsobem a vkládají je do širšího interpretačního rámce. Událost mohou v tomto rámci podat podle svých preferencí. Každou z těchto preferencí můžeme vnímat jako projev ideologie zpravodajství. Většina záležitostí souvisejících s globální masovou komunikací má přímý nebo nepřímý vztah k tezi „kulturního imperialismu“. Podle této teorie Herberta Schillera je globální komunikace ve vleku zájmů velkých nadnárodních korporací sídlících v USA a jednajících často ve shodě se západními (především americkými) zájmy (SCHILLER, 1971). Od druhé světové války je dominantní postavení USA založené na ekonomické síle a komunikační vybavenosti. Závislost na amerických komunikačních technologiích v zemích třetího světa vede k „elektronické invazi“, ztrátě tradičních hodnot a tradic a k rozbití kulturního dědictví. Tato hypotéza ale po téměř čtyřiceti letech od jejího vzniku nevyhovuje přesně výkladu globální situace, která je neustále v pohybu (vlastnictví hollywoodských studií japonským kapitálem, zhroucení východního bloku). Americký kulturní imperialismus se stal, řečeno Schillerovými slovy, „kulturní nadvládou nadnárodních korporací“.

V případě vztahů s Latinskou Amerikou není představa amerického kulturního imperialismu na celé západní polokouli nijak nereálná. Tento typ mediálního toku není přímou propagandou nebo návodem, ale jen obyčejnou zábavou (plus zpravodajstvím a reklamou), který má ukazovat blahobytný způsob života a fungování liberálních demokratických institucí. Hlavním příkladem a zkouškou této teorie byla záplava amerického tisku, hudby a televize. Tento etnocentrický pohled ale vyvolal kritické reakce badatelů, politických aktivistů a nakonec samotných příjemců. Zanedlouho se tato otázka stala předmětem polemiky v době studené války, ale také předmětem levicového hnutí odporu v částečně koloniálních podmínkách (zejména v Latinské Americe). Kulturní imperialismus má kromě kulturního také politický obsah. Kritičtí teoretikové se neshodli, zda převládly ekonomické cíle, nebo kulturní a politické cíle. (McQUAIL, 2009, s. 265, 266). Vliv kulturního imperialismu se projevuje i v českém tisku, protože se vazbou na USA a Západní Evropu drží podpory liberální ideologie.

3. Tisk jako komunikační médium

Tištěná média nabízejí jako komunikační prostředek předpoklady ke konstrukcím reality a tvorbu ideologických mechanismů. Jedním z příkladů takové mediální konstrukce je dichotomie My versus Oni a van Dijkův ideologický čtverec. Ideologie slouží při tvorbě mediálních obsahů jako jeden z pilířů mechanismu moci.

3.1 Mediální konstrukce

Teun A. van Dijk, profesor na University of Amsterdam, hledá odpovědi na otázku, jak se ideologie prostřednictvím diskurzu vyjadřují a šíří (KRAUS, 2008, s. 134). Obsáhle se zabývá analýzou mediálního diskurzu. „Podstatu analýzy spatřuje ve skutečnosti, že vliv ideologií se odráží v nejrůznějších rovinách a vlastnostech“ (KRAUS, 2008). Postupně se zabývá rovinou grafickou, zvukovou i gramatickou, to znamená uspořádáním textu. Především pak ale jeho sémantikou.

Dále se van Dijk dostává k rétorickým strukturám textu. Jednou z hlavních rovin textu je ideologie. Její definice stále zaměstnává učence napříč širokým spektrem vědních oborů, van Dijk vychází z termínu „ideje“. K dosažení žádoucího přijetí společenských idejí využívají média mnoha strategických postupů. Důležitou součástí těchto strategií je argumentace, která zahrnuje vyzdvihování názorů skupiny označované „my“ a záporných hodnot přisuzovaných skupině „oni“. V souvislosti s tím van Dijk zavádí pojem „ideologického čtverce, který sestává ze čtyř manipulativních prvků:

1. uvedení/zdůraznění informace, která je o nás pozitivní,
2. uvedení/zdůraznění informace, která je o protivnících („o nich“) negativní,
3. vynechání/potlačení informace, která je o protivnících pozitivní,
4. vynechání/potlačení informace, která je o nás negativní.

Van Dijkův ideologický čtverec je v rámci mediálního diskurzu stavebním materiálem, který vytváří strukturu textu. Takové struktury jsou základním prvkem tvorby zpráv a ideologie. Kraus říká, že ideologickou povahu van Dijk přisuzuje i legitimizačním

diskurzům, prosazujícím nároky vládnoucích tříd a společenských skupin (KRAUS, 2008, s. 135). Jde o to, že ze strany vládnoucích tříd a skupin dochází k vyvíjení tlaků na prokázání nelegitimnosti zastánců odlišných hodnot a idejí. V rámci tohoto konfliktu jsou na obou stranách uznávány soubory obecně platných norem, které představují východiska argumentace a jsou považovány za nepopiratelné a neměnné. „Ideologie jsou často formulovány jako útoky proti ideologickým oponentům a nepřátelům. Antikomunismus byl a je nejprominentnějším příkladem, zvláště v USA, tohoto druhu anti-ideologie“ (DIJK, 1998). Ideologie ve zpravodajství se podle van Dijka často objevuje ve formě nevyřčeného, ve formě toho, co je prezentováno jako samozřejmé a nezpochybnitelné.

3.2 Ideologie

Problematiku ideologie spojil se studiem mechanismů moci představitel britské větve „nové levice“ Stuart Hall. Významné pro mediální obor jsou především jeho práce o úloze jazyka masových médií v procesech legitimizace, fixování a zvěrohodňování určitých významů. „Aby si média udržela kontrolu nejen nad tvorbou, ale i nad čtenářskou či posluchačskou interpretací svých produktů, vkládají jejich autoři do textu tzv. orientátory, které publikum vedou k preferovanému čtení, to je, z hlediska autorů mediálních textů, k žádoucímu porozumění“ (KRAUS, 2008). Úloha orientátorů v mediálních textech spočívá ve formě, volbě modelizátorů a volbě synonymních označení s různým významovým odstínem (např. komunisté – neutrální, komunisti – negativní).

Také každý výrok redaktorů a informačních zdrojů vychází z určitého hodnotového pojetí světa, jež je v něm nutně zakotveno a ze kterého se nemůže nikdy zcela vymanit. Ideje vložené do vyjádření mohou vycházet z hodnot a norem dané kultury nebo z představ o tom, co je správné a normální pro sociální skupinu, kterou mluvčí reprezentuje. Projev ideologie je ve zpravodajství zřetelnější u událostí, které nějakým způsobem zobrazují ohrožení stability společnosti a ohrožení sociálního řádu (to znamená ohrožení dominantních hodnot společnosti). V těchto případech je aktér, který

sociální řád svým jednáním narušuje, často reprezentován v negativním zarámování. Ideologie se ve zpravodajství často objevuje ve formě nevyřčeného, ve formě toho, co je prezentováno jako samozřejmé a nezpochybnitelné (DIJK, 1998). Například při prezentaci vývoje růstu hrubého domácího produktu bývá nárůst ukazatele prezentován jako jednoznačně pozitivní a žádoucí, zatímco jeho stagnace nebo pokles jako negativní. Toto zpravodajské zarámování hospodářských výsledků má v sobě zakotven ideologický předpoklad, že hospodářský růst země je vždy pozitivní událost, zatímco stagnace či pokles je naopak jevem negativním. Případné negativní důsledky neustálého ekonomického růstu nejsou reflektovány a z diskurzu zpravodajství bývají vyloučeny.

Podobné presupozice – tj. nevyřčené předpoklady, které jsou vnímány jako samozřejmé a normální – můžeme nacházet i u jiných typů zpráv. Tyto předpoklady jsou součástí dominantní ideologie společnosti (DIJK, 1998). Šíření a posilování dominantních hodnot společnosti má nutně ideologický rozměr. Konstantní tlak okolní společnosti a institucí pomáhá tvarovat zprávy způsobem, který podporuje etablovanou třídu a mocenskou strukturu a stejně tak i její politickou kulturu. „Jelikož jsou zprávy produkovány v rámci určité kultury a pro příjemce dané kultury, musejí obsahovat hodnoty této kultury, aby byly přijatelné a srozumitelné“ (TRAMPOTA, 2006). McNair říká, že sdělovací prostředky tedy rozšiřují ideologii jménem těch skupin, jimž jsou odpovědné a jejichž názory hlásají. Ve skutečnosti je to považováno za jednu z hlavních funkcí žurnalistiky v liberální demokracii (McNAIR, 2004. s. 29).

4. Stručná historie Kuby

K pochopení vztahu zkoumaných periodik ke Kubě je důležité podívat se na historii země, která je předmětem zpráv.

Novodobá kubánská historie se začala psát v roce 1492, kdy zde přistál Kryštof Kolumbus. Španělští dobyvatelé potlačili indiánský odpor a k těžbě zlata pak využívali otrocké práce domorodého obyvatelstva. V důsledku zavlečených nemocí domorodé

obyvatelstvo do roku 1550 téměř vyhynulo. Už v roce 1522 ale Španělé začali dovážet otroky z Afriky. Od poloviny 16. století se Kuba stala středobodem obchodních zájmů. Až do 20. let 19. století byla Kuba největším producentem cukrové třtiny a Spojené státy byly zcela závislé na jejím dovozu.

4.1 Válka za nezávislost

USA tedy neměly v žádném případě zájem na osamostatnění ostrova. Nepodpořily proto snahu Simona Bolívara o osvobození Kuby a místo toho se snažily v roce 1848 ostrov od Španělska koupit. V důsledku zrušení otroctví došlo k rozpadu plantážního systému a zkrachovalé plantáže skoupili američtí investoři. Kuba se stala zcela ekonomicky závislou na USA. Bohatí kubánští majitelé plantáží podporovali myšlenku na připojení Kuby ke Spojeným státům. Objevuje se však José Martí, vlastenec a bojovník za nezávislost, který předtím strávil 14 let ve vyhnanství v Mexiku a USA.

Spolu s Antoniem Maceem a Máximem Gomezem zahájil v roce 1895 povstání za nezávislost, ale o měsíc později v této válce zahynul. K zapojení USA do konfliktu na Kubě napomáhal ve svých novinách také americký vydavatel William Randolph Hearst, který se později stal předobrazem filmu Orsona Wellese Občan Kane. V roce 1898 vyslaly USA na ochranu amerických zájmů na Kubě křižník Maine. Při výbuchu v havanském přístavu zahynulo 266 námořníků. Tuto událost dnes připomíná pomník obětem na nábřeží Malecón. Katastrofa se stala záminkou pro intervenci a k válce mezi Spojenými státy a Španělskem. Dne 12. 12. 1898 byla v Paříži podepsána mírová smlouva.

Od roku 1902 se Kuba stala formálně nezávislou republikou, vliv USA byl ale značný a v jejím čele stály zkorumpované vlády. Formální nezávislost byla vykoupena také dodatkem ke smlouvě mezi USA a Kubou, podle kterého mají Spojené státy právo k intervenci. Už v roce 1903 toho mohly využít k vybudování námořní základny Guantanamo.

Po hospodářské krizi stanul v čele Kuby diktátor Gerardo Morales, který byl svržen v roce 1933 důstojníkem Fulgenciem Batistou. V čele Kuby se poté vystřídaly různé kabinetů a v roce 1952 se po druhém puči dostal k vládě opět Batista. V Havaně se zrodilo revoluční hnutí, jehož členem byl i Fidel Castro. Ten 26. 7. 1953 stanul v čele povstalců, kteří zaútočili na strategicky významná kasárna Moncada v Santiagu de Cuba. Útok byl neúspěšný a Castro s dalšími byl uvězněn. Po vítězství Batisty v zmanipulovaných volbách byl Castro amnestován a uchýlil se do exilu v Mexiku. Na Kubě poté propuklo další povstání, nazývané Hnutí 26. července nebo také M-26-7.

4.2 Revoluce

Fidel Castro s 81 společníky se pak 2. prosince 1956 přeplavil z Mexika na jachtě Granma a vylodil se v provincii Oriente. Skupinu ale záhy obklíčili Batistovi vojáci. Z obklíčení vyvázl pouze Castro a dalších 11 mužů (mezi nimi i argentinský lékař Ernesto „Che“ Guevara, Raúl Castro a Camilo Cienfuegos). Ti se ukryli v pohoří Sierra Maestra a 17. 1. 1957 dosáhli prvního úspěchu obsazením vojenského stanoviště. Partyzánské oddíly si navzdory Batistovu teroru získaly podporu u obyvatel. Castrovy jednotky na konci roku 1957 obsadily hlavní velitelství v La Plata ležící v horách Sierra Maestra. V únoru 1958 Raúl Castro otevřel druhou frontu na severním pobřeží provincie Oriente. V květnu se Che Guevarovi a Camilu Cienfuegovi podařilo otevřít další frontu v provincii Las Villas a dobýt město Santa Clara.

Dne 31. prosince Batistovy oddíly kapitulovaly a 1. ledna 1959 uprchl Batista se 40 miliony dolarů ze státní pokladny do Dominikánské republiky. Téhož dne Castrovy jednotky vstoupily do Santiaga de Cuba a o den později dorazili Cienfuego a Guevara do Havany. Novým kubánským prezidentem se 5. ledna 1959 stal Manuel Urrutia, právník, který v roce 1953 obhajoval členy skupiny M-26-7 při soudním procesu po útoku na kasárna Moncada. Dne 16. ledna byl Fidel Castro jmenován premiérem.

Nová vláda nejdříve provedla reformu zemědělské půdy, při které byla znárodněna veškerá soukromá půda. Pokračovalo znárodnování telefonních a energetických společností a bank. Nakonec následovala městská reforma týkající se znárodnění

nájemních domů. Americké společnosti, které byly dosavadními vlastníky, podnikly s přispěním kubánských exulantů už v říjnu 1959 nálet na Havanu. Dne 17. dubna 1961 pak zaútočilo na Kubu 1400 kubánských emigrantů vycvičených CIA. Došlo i k bombardování kubánských letišť, ale kubánské vojenské letectvo se nepodařilo zničit. V červnu 1961, po porážce v Zátoce sviní (Bahía de Cochinos) uvalili Američané na Kubu plné ekonomické a politické embargo. V lednu 1962 pak dosáhli jejího vyloučení z Organizace amerických států. Kanada a Mexiko ale odmítly nátlak USA a neomezily s Kubou diplomatické styky. Po zřízení sovětských raketových základen a americké námořní blokády Kuby došlo v dubnu 1962 k tzv. Karibské krizi, která přivedla celý svět na pokraj jaderné katastrofy a třetí světové války.

4.3 Embargo

První porevoluční roky byly přes mohutnou pomoc ze strany Sovětského svazu charakterizovány nestabilitou, poklesem výroby a bující byrokracií. Na druhé straně však na Kubě došlo v rámci kampaně proti negramotnosti k ohromnému pokroku v oblasti vzdělání. Stalo se tak v roce 1961, kdy měla vládní kampaň za úkol naučit každého Kubánce číst a psát. V 70. letech se především díky narůstajícímu obchodu se sovětským blokem zlepšila i hospodářská situace. Tato ekonomická závislost se však pro kubánské hospodářství stala později velkým problémem. Po rozpadu východního bloku postihla Kubu krize, s jejímiž následky se vyrovnává dodnes. Spojené státy navíc v roce 1992 schválily tzv. Torcielliho zákon, který zakazuje americkým pobočkám v zahraničí obchodovat s Kubou. Z celých 90% postihuje tento zákon dovoz potravin, léků a medicínského vybavení. Americká asociace pro světové zdraví publikovala v roce 1997 zprávu *Denial of Food and Medicine: The Impact of the US Embargo on Health and Nutrition in Cuba (Odepření potravin a léků: Dopady amerického embarga na zdraví a výživu kubánského obyvatelstva)* (<http://www.cubasolidarity.net/aawh.html>), ve které se uvádí, že americké embargo zapříčinilo na Kubě výrazné zvýšení výskytu chorob a také úmrtnosti obyvatelstva. Tato blokáda USA je již mnoho let odsuzována Valným shromážděním OSN, kdy ze 190 členů hlasuje 187 států světa proti embargu (http://www.kubadnes.cz//index.php?option=com_content&task=view&id=79&Itemid=1)

a je nazývána genocidní proti kubánskému obyvatelstvu. Výjimku z embarga tvoří dodávky některých amerických potravin a léků (<http://cs.wikipedia.org/wiki/Kuba>).

Dále USA v roce 1996 ztížily situaci na Kubě vydáním Helms-Burtonova zákona. Ten umožňuje americkým investorům uplatňovat sankce i proti cizím společnostem, které s Kubou nepřerušily kontakty. Tato snaha USA diktovat celému světu ale narazila na značný odpor a každoročně zaznívá odmítavý postoj k embargu ve Valném shromáždění OSN. Také papež Jan Pavel II. během své návštěvy na Kubě v roce 1998 vyzval k ukončení tohoto „nespravedlivého a z etického hlediska nepřijatelného“ embarga.

Kubánská vláda je často terčem kritiky pro porušování lidských práv. Odsouzení sedmdesáti protivládních aktivistů v roce 2003 bylo v zahraničí kritizováno. Kuba to ale považuje za nezbytnost v zájmu národní bezpečnosti. Aktivisté různých hnutí za lidská práva také často přehlížejí jiné kvality života na Kubě. Zdravotní péče a vzdělání jsou pro řadové kubánské občany dostupnější, než je tomu v mnoha podstatně bohatších státech včetně USA. Tuto situaci je potřeba posuzovat z pohledu malé země, která je pod neustálým a destabilizujícím tlakem ze strany velkého souseda. Také je potřeba posuzovat postavení Kuby v kontextu ostatních latinskoamerických zemí. Na rozdíl od některých okolních států je zde zaručena bezpečnost a neexistují tu žádné eskadry smrti ani záhadná zmizení. Ve srovnání např. s Kolumbií, Brazílií nebo Guatemalou je na Kubě policejní násilí i korupce úředníků minimální. Lidská práva jsou tak USA často využívána jako klacek proti vládám rozvojových zemí, nad nimiž nemají kontrolu.

„Pro Spojené státy byla Kuba dlouho prvořadým zájmem na polokouli. Dokument odtajněný v roce 1964 ministerstvem zahraničí prohlašoval, že Fidel Castro je netolerovatelná hrozba, protože „představuje úspěšný odpor vůči Spojeným státům a popírá naši politiku na (severní) polokouli.“ Naráží se zde na sto padesát let starou Monreovu doktrínu, která prohlásila, že žádná hrozba rozhodujícímu vlivu Spojených států na polokouli nebude tolerována.“ (CHOMSKY, 2008). Tato netolerance se projevuje v různých formách. Jednou z forem je permanentní mediální kampaň proti Kubě. Ta se projevuje i v podobě zpravodajství.

5. Filtry výběru

Podobu zpráv ovlivňují různé formy manipulace a zákonitostí jejich produkce. Mezi hlavní zákonitosti patří filtry výběru. Filtry výběru se rozumí faktory, které ovlivňují výběr zpráv. Jsou jimi především zpravodajské hodnoty a gatekeeping. Gatekeeper ovlivňuje to, které zprávy budou zamítnuty a které se do zpravodajství dostanou. Jedná se o první filtr výběru. Dalším faktorem jsou zpravodajské hodnoty, které se soustředí na již vybrané zprávy a na konečnou podobu zpravodajství.

5.1 Gatekeeping

Důležitým prvkem zpravodajství je gatekeeping. Termín gatekeeping použil poprvé v roce 1947 sociolog Kurt Lewin ve své práci *Channels of Group Life*. Byla to studie nákupního chování publikovaná v časopise *Human Relations*. Při procházení informací informačním kanálem slouží některé oblasti jako takzvané brány. Ty jsou ovládány buď neustrannými pravidly nebo právě „gatekeepery“. Gatekeeping je definován jako širší proces informační kontroly včetně aspektů kódování sdělení. V širším slova smyslu tedy souvisí „hlídání“ s mocí umožnit nebo zamítnout přístup do médií různým názorovým proudům ve společnosti. Studie jevu zvaného „gatekeeping“ se nejdříve omezovaly na činnost uvnitř redakce. Později začalo být věnováno více pozornosti systematickým vlivům na selekci, které lze považovat za „organizační“ nebo „ideologické“. Organizační vlivy souvisejí převážně s rutinními byrokratickými postupy, ideologické vlivy zase souvisejí s hodnotami a kulturními vlivy, které vycházejí ze společenského a národního uspořádání zpravodajské činnosti (McQUAIL, 2009).

Zkoumání výběru událostí do zpráv se věnoval na počátku padesátých let 20. století sociolog David M. White. Snažil se zjistit, podle čeho se novináři rozhodují a zda je jejich činnost promyšlená nebo spíše intuitivní. White studoval tento jev na příkladu jednoho editora v malých novinách na středozápadě USA. „Mr. Gates“, neboli pan Brána, jak si ho White pojmenoval, rozhodoval, jaké zprávy se do novin dostanou a jaké ne. Pro potřebu výzkumu byly k dispozici kopie zpráv, zamítnuté i otištěné. K

zamítnutým byl připsán důvod zamítnutí (BERKOWITZ, 1997, s. 8). Pro výklad svého výzkumu využil výraz „gatekeeping“, neboli hlídání brány. Výchozí úvahou tohoto konceptu je skutečnost, že novináři se při své práci setkávají s obrovským množstvím potenciálních zpráv, z nichž jen omezené množství mohou využít v obsahu svého média. Přínosem Whitova výzkumu je, že se soustředil přímo na proces výběru událostí. To jej také zásadně metodologicky odlišuje od konceptu zpravodajských hodnot, které se soustředí až na konečný obsah zpravodajství a na již vybrané zprávy (TRAMPOTA, 2006, s. 38). Gatekeeping tedy představuje první filtr výběru zpráv a jeho zákonitosti ovlivňuje soubor obsahových a organizačních důvodů.

5.2 Zpravodajské hodnoty

Dalším faktorem výběru zpráv jsou zpravodajské hodnoty. Ty se uplatňují ve všech zprávách a dodržují tři principy:

1. Selekce. Čím více faktorů událost splňuje, tím spíše bude vybrána.
2. Deformace. Jakmile byla událost vybrána, aktivní zpravodajské hodnoty budou zdůrazněny.
3. Procesy selekce a deformace probíhají na všech úrovních komunikačního řetězce.

Čtenářům je z pohledu realističnosti otištěných zpráv předkládána iluze jejich opravdovosti a zastírána jejich konstruovaná povaha. Čtenář je tak „vtažen“ do děje a je ochoten přijmout jejich obsah. Není-li událost příjemcům dostatečně blízká, účast známé osobnosti tuto blízkost uměle vytváří. To se nazývá personifikace zpráv. Je výsledkem „kulturního idealismu“, podle něhož je člověk vládcem svého osudu a důsledkem potřeby nést význam a potřeby identifikace.

„Zpravodajskými hodnotami se rozumí všechny faktory, jež v daném období a daném sociálním a kulturním prostředí rozhodují o zařazení zprávy do zpravodajství a o způsobu jejího zpracování, tedy o tom, že nějaké téma či nějaká událost překročí „práh pozornosti“ médií. O překročení prahu pozornosti může rozhodovat jak intenzita jedné

hodnoty (např. míra negativity události), či více hodnot (negativita ve spojení s blízkostí, překvapením, zapojením elitní osoby a jednoznačností). Překročení prahu pozornosti je důležité mimo jiné proto, že média mají tendenci zdůrazňovat význam zpráv, jimž se jednou rozhodla věnovat pozornost“ (JIRÁK, KÖPPLOVÁ, 2003).

Johan Galtung a Mari Rugeová zavádějí ve své studii z roku 1965 dvanáct základních zpravodajských hodnot. Jsou jimi:

1. Frekvence
2. Rozměr (velikost)
3. Jednoznačnost (absence šumu)
4. Blízkost
5. Souznění
6. Neočekávanost
7. Kontinuita
8. Kompozice
9. Elita – národy
10. Elita – osoby
11. Personifikace
12. Negativita

6. Obsahová analýza – popis použité metody

Analýza mediálních obsahů se rozlišuje, podle stanovených úkolů, na metodologické přístupy, jež se od sebe vzájemně v mnohém liší: na jedné straně kvantitativní obsahovou analýzu, na druhé straně kvalitativní analýzu.

Disman uvádí tyto rozdíly mezi kvantitativním a kvalitativním přístupem: Deduktivní charakter kvantitativního výzkumu je odrážen v linearitě jeho operací: výstup z jedné operace je vstupem do operace následující. Zjednodušeně, typický sled operací může vypadat asi takto: formulace výzkumného problému - operacionalizace - formulace pracovních hypotéz - výběr populace a vzorku - rozhodnutí o technikách sběru

informací - předvýzkum - sběr dat - analýza dat - jejich interpretace - soubor potvrzených (nebo vyvrácených) hypotéz.

Kvalitativní výzkum nemůže být lineární. Jeho induktivní logika v podstatě pátrá po nějakém smysluplném vzorci, který v datech existuje. Apriorní znalost tohoto vzorce se nepředpokládá, ten se musí vynořit teprve z dat samotných. Většina výzkumných rozhodnutí se děje teprve v terénu, simultánně se sběrem dat. Schematicky můžeme vyjádřit používanou strategii takto: sociální problém - terénní výzkum zahrnující sběr dat, vytváření vzorku, analýza a interpretace dat prováděné simultánně - nové hypotézy, nová teorie.

Z hlediska transformace dat se kvantitativní výzkum vyznačuje při silné standardizaci vysokou reliabilitou, současně však nízkou validitou. V opaku k tomu kvalitativní výzkum nemá prakticky žádnou standardizaci dat, proto má nízkou reliabilitu, ale vysokou validitu. Nízkou reliabilitu vyrovnává jiným pojetím, než je tomu u kvantitativního výzkumu. Reliabilita výzkumu znamená, že jeho opakováním za stejných podmínek získáme stejné výsledky. Validita výzkumu znamená, že jeho výsledky odpovídají skutečnosti.

6.1 Kvantitativní analýza

Kvantitativní obsahová analýza je nástroj pro zkoumání obsahů. Říká se jí tvrdá a považuje se za jedinou validní. Má v sobě zakódovány principy, které jí umožňují měřit to, co měřit chce a mít platné výsledky; má jasně danou strukturu výzkumného procesu; vychází z normativního pohledu; je to matematizovaná metoda; výsledky poskytuje v jasné a přehledné formě. Kritici tvrdí, že kruciólní bod je v momentě, kdy si vystavujete proměnné a jejich kategorie.

Jak uvádí Disman, kvantitativní výzkum má omezený rozsah informace o vysokém počtu jedinců (sta až tisíce). Kvalitativní výzkum má velké množství velmi různorodých informací o malém počtu (nejvýš několika desítek) jedinců. Z toho vyplývá problematická, až někdy nemožná generalizace na celou populaci. Naopak u

kvantitativního výzkumu je generalizace na celou populaci snadná a u vzorků dosažených náhodným výběrem i statisticky měřitelná. Kvantitativní výzkum sleduje v první řadě spolehlivost výsledků, reliabilitu, porovnání, zda by za stejných okolností došlo k identickým závěrům i v případě jiného tazatele.

6.2 Kvalitativní analýza

Kvalitativní analýza - měkká, nemá tak pevná pravidla, je velmi interpretativní. Nemá ambici docházet k stále stejným výsledkům a má velmi volnou strukturu výzkumného procesu. Podstata spočívá v neustálém vracení se k textům. Výsledky jsou typizace, nové hypotézy, které se ale špatně sdělují.

Zásady kvalitativní analýzy jsou tyto:

1. Přiznává subjektivitu; každý z nás interpretací textu bude docházet k jiným závěrům.
2. Objektivního poznání nejsme schopni.
3. Zpracovává menší množství obsahů.

Kvalitativní výzkum využívá pro prezentaci svých poznatků menší okruh respondentů a snaží se najít podstatu získávaných informací, hladinu jejich významnosti, vzájemné provázanosti, závislosti, pravidelnosti. Využívá k tomu obvykle *induktivní přístup*, kdy na základě shromážděných faktů (získaných údajů) formuluje předběžné závěry (pracovní hypotézy), které následně na základě získaných dalších údajů precizuje a ověřuje.

Kvalitativní výzkum usiluje o maximální validitu, platnost výsledků, zjištění toho, co chtěl zjistit. Výsledek se má optimálně identifikovat se stanoveným cílem výzkumu.

Kvalitativní analýza vychází z představy, že poznání se děje na základě interpretace a je vždy subjektivní povahy. Zatímco kvantitativní výzkum je založen na deduktivní metodě, kvalitativní výzkum je založen převážně na induktivní metodě.

Induktivní metoda nezačíná teorií, nýbrž teorií končí. Začíná pozorováním (sběrem dat), ve kterých se snažíme nalézt nějaké pravidelnosti, vzorce, souvislosti, závislosti,

interakce. Tyto znaky skutečnosti popíšeme a učiníme předběžné závěry. Znovu se vracíme k textu a empiricky ověřujeme svá pozorování a výsledky svých předběžných závěrů. Návrat k textu opakujeme tak dlouho, dokud máme dojem, že stále nacházíme něco nového a dříve nepoznaného. Současně opakujeme tvorbu (opravování) předběžných závěrů. Výsledkem je nová teorie, která zobecňuje skutečnosti nalezené empirickým výzkumem.

Existují desítky definic kvalitativního výzkumu. Disman nabízí tuto:

„Kvalitativní výzkum je nenumerické šetření a interpretace sociální reality. Cílem tu je odkrýt význam podkládaný sdělovaným informacím“ (DISMAN, 1993).

Ve srovnání s kvantitativním výzkumem je kvalitativní výzkum mnohem méně formalizován, tzn. nemá tak pevnou strukturu a jasné následné kroky. Může se o něj pokusit každý, ale ne každý může uspět. Podmínkou je, že celý proces hledání a výsledku musí být jasně popsán a zachycen. Cenným není totiž jen výsledek, ale i cesta k němu. Různost cest dokládá pak i názorovou pluralitu a myšlenkové bohatství badatelů, což opět působí jako inspirace pro další hledání.

Jak zdůraznil na začátku 20. století německý sociolog Max Weber, každý výzkum je do určité míry kontaminovaný hodnotami výzkumníka. Pouze na základě těchto hodnot je možné určité problémy identifikovat a zkoumat určitým způsobem. Dokonce i zavázání se vědecké metodě jako takové představuje, jak zdůrazňuje Weber, hodnotu. Nakonec, zdůrazňuje Weber, závěry a důsledky, které se mají vyvodit z výzkumu, se ve velké míře zakládají na morálních a politických přesvědčeních výzkumníka (SILVERMAN, 2005, s. 215).

II. ANALÝZA MLADÉ FRONTY DNES A PRÁVA

7. Zaměření tištěných periodik a jejich cílová skupina

Tištěná média se rozšířila před více než půl tisíciletím a stala se dominantním médiem do nástupu elektronických médií. Kniha Marshalla McLuhana *Gutenbergova galaxie* (McLUHAN, 1967) se zamýšlí nad tímto rozhodujícím významem vynálezu knihtisku pro lidstvo.

7.1 Historie tištěných médií

K tomu, abychom pochopili současný stav žurnalistiky je potřeba podívat se, jaká byla funkce tištěných médií v minulosti. K jejich vzniku přispěl zásadním způsobem vynález knihtisku. Johannes Gensfleisch zur Laden, zvaný Gutenberg (1397 – 1468), začal kolem roku 1450 v Mohuči tisknout poprvé jednotlivá písmena. Stejně důležitým epochálním objevem byla mědirytina a rozšíření technické reprodukce obrazů. Mezi lety 1452 – 1455 tiskl Gutenberg bibli, která měla 1200 stran a náklad se pohyboval mezi 180-200 kusy. V roce 1522 vyšel Lutherův Nový zákon, který byl určen široké veřejnosti. Rozšíření bible prostřednictvím tiskařského umění znamenalo první průnik masového média do sociálního pořádku doby. Každý četl nebo poslouchal, zúčastňoval se disputací, vybíral si z ní pro sebe ponaučení. Bible se stala bojovým heslem, sociálním požadavkem (PROKOP, 2005, s. 77 - 84).

V letech 1520 – 1550 se v Německu rozšířily tištěné listy – Neue Zeitungen, letáky, polemické spisy. Psalo se zde o válečných událostech a náboženských bojích. Vedle nepravidelně vycházejících *newe zeytung* se vytvořily podmínky, aby mohly vzniknout listy vycházející pravidelně. V roce 1605 začal ve Štrasburku vycházet první periodický týdeník na světě – Relation. První deník pak vyšel v roce 1650 v Lipsku pod názvem Einkommende Zeitung, což znamenalo tolik jako „nejaktuálnější zprávy“. Pro další vývoj *newe zeytung* ve skutečné noviny, tzn. v periodicky vycházející zpravodajské listy, byla rozhodující řada různých rámcových struktur (PROKOP, 2005).

Kolem roku 1830 začalo ve Velké Británii vycházet několik listů nazývaných „*penny press*“. Důvodem byla nízká cena, pohybující se kolem dvou pencí, místo obvyklých 14.

Prvním takovým listem byl *Penny Papers for the People*. Mezi masově vydávané deníky je třeba započítat také londýnský *The Times*, který začal vycházet v roce 1788 s nákladem 5 000 výtisků a ve 30. letech 19. století se stal masově rozšířeným listem. Když byla v roce 1855 zcela zrušena kolokovací daň, stal se *Daily Telegraph* listem s nejvyšším nákladem na světě, dosahoval denně přes 200 000 výtisků.

Mimořádný úspěch zaznamenal penny press v USA. Bulvární tisk se vyznačuje touhou po senzaci, zjednodušením zpráv a jejich přizpůsobení se širokému publiku – masám. Vedle obsahu se od ostatního periodického tisku liší také grafickým zpracováním. Upřednostňuje stručné a jednoduché články a velké titulky a fotografie. Někdy může publikovat i sdělení vyloženě vymyšlené a nepravdivé. To dělal ve svých novinách ve 30. letech 20. století americký tiskový magnát W. R. Hearst. V boji s jiným vydavatelem, J. Pulitzerem, tak využíval všech dostupných prostředků v boji o čtenáře. Jedním z nápadů, které se v novinách udržely dodnes, jsou například kreslené seriály. Právě odtud je odvozen pojem „yellow press“ – podle komiksové postavičky Yellow Kid. S realizací myšlenky laciných novin přišel v roce 1833 v New Yorku tiskař Benjamin Day, který začal vydávat noviny *New York Sun*. List prodávali kameloti na ulicích za cenu jedné penny. *Sun* kladl důraz na místní zpravodajství, na lidsky jímavé příběhy a dokonce i na senzační zprávy o otřesných událostech (DeFLEUR, BALL – ROKEACH, 1996, s. 65). Bulvární tisk se tak stal masovým tiskem díky snaze svých vydavatelů o co nejvyšší náklad a přizpůsobení se vkusu co nejširšího okruhu čtenářů. Média mohou ovlivňovat chování – nejen v určitém jednání, ale i ve všeobecných, dlouhodobých způsobech (POTTER, 2002, s. 41). Tyto postupy využívají i teorii kognitivní disonance. „Ta vychází z představy, že člověk se snaží chovat tak, aby jeho pocity, postoje a jednání byly ve vzájemné harmonii. Z toho plyne, že jedince je možné ovlivňovat více způsoby – nejen ho argumentací přesvědčovat, ale lze jím také manipulovat.“ (JIRÁK, KÖPPOVÁ, 2003). Dalším faktorem ovlivňujícím podobu mediálních obsahů je přímý

vliv inzerentů nebo korporací vlastnících masová média. Ve své knize *Tyranie médií* se Ramonet ptá, jak si být jistý v atmosféře nelítostné soutěže, ...že nějaká informace poskytnutá nějakým médiem nemá za cíl přímo či nepřímo bránit zájmy konglomerátu, ke kterému patří, spíše než zájmy občanů (RAMONET, 2003). Stav novinářské práce ve většině světového tisku tak odpovídá rozložení vlastnických vztahů v těchto nových „impériích“.

7.2 Tištěná média v ČR

Podobná situace je po dvaceti letech transformace v oblasti tištěných médií i v České republice. Tištěná média v České republice jsou v současné době až na ojedinělé výjimky kontrolována zahraničními majiteli; měřeno podle průměrného prodaného nákladu vydávají více než 87% českého denního tisku společnosti v zahraničním vlastnictví. Pro segment denního tisku je současně příznačná vysoká míra vlastnické koncentrace, přičemž v případě regionálního tisku se jedná o faktický monopol.

Po sérii dramatických změn, jimiž prošly struktura a vlastnictví denního tisku v 90. letech, se situace na tomto trhu zhruba v polovině roku 2001 stabilizovala, a to jednak v důsledku zúžení konkurence, jednak (údajně) v důsledku dohody dvou hlavních protagonistů, německých vydavatelů Passauer Neue Presse (PNP) a Rheinisch-Bergische Druckerei- und Verlagsgesellschaft (RBVG) o rozdělení „sfér zájmu“; dohody, kterou někteří kritikové označují za kartelovou. Jejím výsledkem je situace, kdy prakticky veškerý regionální tisk, sestávající ze sítí *Deníky Bohemia* a *Deníky Moravia*, je v rukou společnosti Vltava-Labe-Press, vlastněné pasovským vydavatelstvím Passauer Neue Presse, zatímco dva ze čtyř celoplošných mainstreamových deníků, *Mladá fronta DNES* a *Lidové noviny*, většinou kontroluje Rheinisch-Bergische Druckerei- und Verlagsgesellschaft (RBVG) se sídlem v Düsseldorfu. Nejčtenější deník v České republice, bulvární tabloid *Blesk*, stejně jako monotématicky orientovaný *Sport*, stoprocentně vlastní švýcarská společnost Ringier AG (přes Ringier Nederland B.V.). Vydavatelství Economia, vydávající ekonomicky zaměřené *Hospodářské noviny*, většinou vlastní koncern Georg von Holtzbrinck (skrže společnost Handelsblatt) v joint-venture s americkou společností Dow Jones & Company. Nepočítáme-li tiskový orgán

Komunistické strany Čech a Moravy, deník *Haló noviny*, pak jediným nezávislým deníkem, který zůstal v „českých rukou“, je *Právo* (do roku 1995 Rudé Právo), jehož vydavatel, akciová společnost Borgis, patří z více než 90% šéfredaktoru Práva Zdeňkovi Porybnému.

Transformace od jednoho typu k druhému (od autoritářského k liberálně tržnímu) probíhala v českém mediálním prostoru na přelomu 80. a 90. let. Významným rysem přechodu k demokratickému klimatu byla představa o fungování médií jako „sedmé velmoci“ nebo „hlídacím psu demokracie“. Toto povědomí veřejnosti bylo založené na osobní zkušenosti jednotlivců z období 2. poloviny 60. let a významného chování médií a mytologizované představě o prvorepublikových poměrech. Nebyl to však rys jediný. Česká společnost přecházela k liberálně demokratickému modelu médií v době, kdy prodělával jednu z největších krizí. Média se zřetelně stávala součástí velkých koncernů, stále více sledovala logiku maximalizace zisku a minimalizace nákladů a stále jasněji a dobrovolněji se dostávala do područí nejrůznějších zákulisních tlaků (public relations, lobbying, korupce). Představa o nezávislosti byla na počátku transformace velice diskutovaná. Mnoho deníků si ji dokonce dávalo do podtitulu, byla představou o „nezávislosti“ na státu. Tento důraz na nezávislost na státu je paradoxně módní i v dnešní době, o jiných nezávislostech se nemluví. Dnes je závažnější otázkou, zda svoboda projevu patří novinářům nebo vydavatelům.

Do tohoto prostředí vyznačujícího se nebývalou komercializací médií a jejich hlubokou provázaností do nadnárodních ekonomických struktur, vstupuje česká společnost nezatížená znalostí nutnosti podřídit se tlakům a požadavkům trhu, ale vybavená téměř romantickou představou o roli a poslání médií. Ruku v ruce s komercializací šla také bulvarizace.

Zvláštním segmentem trhu tištěných médií je bulvární tisk. V období první republiky byl spojen především se jménem Jiřího Stříbrného a tiskovým koncernem TEMPO, který založil v roce 1926. „Byly to především tituly Pondělní list, Večerní list, Nedělní list,

Polední list a v roce 1929 konečně Expres. Ten byl tištěn na růžovém papíře a získával si čtenáře různými skandály, popisováním kriminálních případů, ale i leckdy nápadným nadbíháním fašismu.“ (KÁRNÍK, 2000). Před Mnichovem vycházelo v Československé republice pro 15 miliónů obyvatel více než 2500 periodických tiskopisů. Počátkem roku 1940 vycházelo pak na zmenšeném území Protektorátu ještě 1733 českých a německých časopisů a novin. Na konci okupace vycházelo až do květnové revoluce na 500 periodických časopisů. V období okupace, poznamenaném cenzurou a zákazy, bulvární tisk v podstatě nevycházel. V roce 1941 bylo zastaveno vydávání mnoha titulů, mezi nimi i bulvárního listu Expres.

Ani v období komunistické totality nebylo možné vydávat politicky nezávislý tisk. Veškerý tisk podléhal přísné cenzuře a schvalování. Svobodný český tisk začíná vycházet po roce 1989. „Největší nárůst periodického tisku byl zaznamenán v letech 1991 – 1992. Jestliže v roce 1989 bylo zaregistrováno 772 titulů, z toho 18 deníků a 180 týdeníků, pak v roce 1990 si čtenáři mohli vybrat mezi 1870 tituly, 30 deníky a 307 týdeníky.“ (TUHÁČEK, 1998). Dne 15. 1. 1990 začal vycházet v Praze ve vydavatelství a nakladatelství Práce „Nezávislý polední list EXPRES“, který si do svého záhlaví dal titulky Senzace, Zajímavosti, Tiskové zprávy, čímž naznačil, že se chce stát reprezentantem bulvárního tisku. V roce 1990 začal v Praze vycházet i další poledník podobného typu s názvem „ŠPÍGL“. Od Expresu se Špígl lišil nejen grafickou úpravou, jež se snažila napodobit německý Bild-Zeitung (oranžová barva, dominantní titulek titulní strany), ale i charakterem, který lze nazvat „politický bulvár.“ (<http://www.louc.cz/04/1200319.html>).

V roce 1992 byl založen bulvární deník BLESK, který je od roku 2002 nejprodávanějším a nejčtenějším celostátním deníkem v České republice. Tento deník se začal vydávat jako barevný, nevyhýbající se žádným tématům, přinášející přehledné aktuální zpravodajství, zajímavosti a senzace z domova i ze světa, doplněné rozsáhlým obrazovým materiálem. Vychází dodnes 6x týdně, v pátek se suplementem Blesk Magazín.

Bulvární tisk se svou orientací na široké masy své publikum vždy měl, má je a mít zřejmě i bude. Svým zaměřením a podporou konzumní společnosti si totiž své čtenáře přímo vychovává. Stal se vedle tzv. seriózního tisku nedílnou součástí naší společnosti.

V České republice vychází řada tištěných periodik. Dva nejprodávanější deníky, které lze považovat za nebulvární, jsou Mladá fronta DNES a Právo. Každý z nich má jinou cílovou skupinu čtenářů. Právo je více zaměřeno na publikum nalevo od středu, Mladá fronta Dnes spíše na pravcové čtenáře. Z tohoto důvodu byly vybrány k analýze jejich mediálních obsahů.

7.3 Mladá fronta DNES

Deník Mladá fronta DNES (zkráceně *Mf DNES* nebo *MfD*) patří k nejprodávanějším českým deníkům. Před rokem 1989 byl orgánem Ústředního výboru Socialistického svazu mládeže. List začal vycházet 1. září 1990 a je registrován pod kódem ISSN-1210-1168. Zvolením podobného názvu navázal na noviny Mladá fronta, které vznikly v roce 1945, a převzal i jeho redaktory a čtenářskou základnu. Z právního hlediska jde však o zcela jiný deník. Stejný vydavatel provozuje také internetový portál iDnes.cz. Šéfredaktorem deníku je Robert Čásenský. Mezi redaktory Mf DNES patří např. Martin Komárek, Teodor Marjanovič, Josef Chuchma, Jana Bendová a další.

Denní náklad je průměrně 258 tisíc výtisků, ve čtvrtek přes 403 tisíc výtisků (dle auditu ABC ČR). Podle výzkumu Media Projekt čte Mf DNES kolem 1 milionu lidí. Mezi čtenáři Mf DNES je více ekonomicky aktivních lidí, lidí s maturitou nebo vysokoškolským vzděláním a lidí s příjmy nad 15 000 Kč čistého měsíčního příjmu.

Noviny Mf DNES jsou vydávány denně s výjimkou neděle. Vydání obsahuje také regionální přílohu. Deník se zaměřuje na zpravodajství a politické komentáře. Sám se prohlašuje za politicky neutrální, ale de facto je výrazně pravcového nebo konzervativního zaměření. Často je mu vytýkána názorová spřízněnost některých komentátorů s ODS, cenzura a neobjektivní interpretace. Také se poukazuje na účelový výběr informací o KSČM a ČSSD nebo na možný vliv německého vlastníka.

Transformace deníku z orgánu SSM na list v rukou soukromého vydavatele začala v listopadu 1989. Tehdy se změnil podtitul na „deník Československé mládeže“ a šéfredaktorem se stal neformálně Libor Ševčík. Později se šéfredaktorem stal Petr Šabata. Vydávání deníku přešlo od 1. ledna 1990 z ÚV SSM na vydavatelství Mladá fronta. Na jaře 1990 ještě existovala představa společenského uspořádání v rámci „socialismu s lidskou tváří“. Na základě této představy nakladatelství usilovalo o svoji změnu na státní podnik. Svaz mladých, jak byl přejmenován SSM, však o svůj majetek nechtěl přijít.

V květnu 1990 se vedoucím zpravodajského oddělení stal Karel Hvízdala. Ten přišel s myšlenkou, že alespoň jedny noviny musí být nezávislé na státu, k čemuž je nezbytný zahraniční kapitál a privatizace. Nejprve se uvažovalo o spolupráci s inzertními novinami Josefa Kudláčka Annonce. Vývoj událostí byl ale jiný. Dne 27. července 1990 byla zřízena již zmíněná společnost M a F a.s., se základním jměním 195 000 Kčs. Tu založilo 64 redaktorů a jedna sekretářka redakce, z nichž každý vložil jmění 3 000 Kčs. Akcionáři zažádali o zápis společnosti k 1. září 1990. Dne 2. srpna 1990 redaktoři oznámili ředitelce vydavatelství Mladá fronta, že od 1. září začnou vydávat nový deník a že všichni pracovníci požádají o rozvázání pracovního poměru dohodou. Distributorovi, Poštovní novinové službě (PNS), redaktoři oznámili, že pravděpodobně přestane vycházet Mladá fronta a že mohou předplatitelům nabídnout nové noviny Mladá fronta Dnes. Podobně probíhala i jednání s tiskárnami. Současně si privatizátoři zajistili právní ochranu názvů a značek.

Někteří kritici této formy privatizace tvrdí, že hodnoty, v té době již podle zákona státní, které si kolektiv redaktorů přisvojil (pozice na trhu, seznam předplatitelů, renomé listu), mohly mít hodnotu až kolem 2 miliard Kčs a že toto „vytunelování“ se stalo vzorem i pro mnohé další podniky. Vlastníkem kmene předplatitelů však původně byla Poštovní novinová služba, nikoliv vydavatelství Mladá fronta.

Mladá fronta DNES vznikla privatizací kolektivem redaktorů, kteří založili společnost M a F a.s. Ta pak v roce 1991 vytvořila společně s francouzskou firmou Socpresse společnost MaFra a.s., ve které M a F vlastnila 52 % akcií a Socpresse 48 %. V roce

1994 Francouzi zvýšili svůj podíl na 52 % akcií a ten prodali v roce 1995 německému koncernu Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft, mbH (RBDV), který koupil i menšinové podíly českých majitelů. RBDV je vlastníkem společnosti MaFra dodnes. http://cs.wikipedia.org/wiki/Mlad%C3%A1_fronta_Dnes

7.4 Právo

Právo je český deník. Před rokem 1989 byl stranickým tiskem Komunistické strany Československa (KSČ). Dříve vycházel pod názvem Rudé právo. List byl založen roku 1920. První číslo Rudého práva vyšlo 21. září 1920. Tento den byl pak za komunistického Československa slaven jako „Den tisku, rozhlasu a televize“.

Při sloučení sociální demokracie s KSČ v roce 1948 bylo zastaveno vydávání sociálně demokratického deníku Právo lidu. Rudé právo v záhlaví a v tiráži uvádělo vedle čísla ročníku Rudého práva i číslo ročníku Práva lidu, čímž vyjadřovalo, že se považuje za nástupce obou periodik.

V období 1948 - 1989 bylo Rudé právo deníkem s nejvyšším nákladem (přesahujícím dva milióny výtisků) a sehrávalo klíčovou roli v ideologické propagandě. Posledním komunistickým šéfredaktorem Rudého práva byl Zdeněk Hoření, jeho zástupcem pak současný šéfredaktor a většinový majitel Zdeněk Porybný, který předtím působil jako zpravodaj redakce ve Washingtonu.

Porybný Hořeního ve funkci nahradil krátce po sametové revoluci na podzim 1989 a současně převzal i vedení vydavatelství Rudé právo, později vydavatelství Florenc. V září 1990 pak založil akciovou společnost Borgis a část akcií nabídl členům tehdejší redakce Rudého práva. Díky své trojjediné roli ředitele vydavatelství Florenc, šéfredaktora Rudého práva a předsedy představenstva a. s. Borgis se mu podařilo společně s dalšími členy redakce realizovat sled právních kroků, v jejichž důsledku začal od 1. ledna 1991 vydávat Rudé právo sám jako soukromý vydavatel. Podtitul „Deník KSČ“ byl pouze nahrazen obecnějším „levicový list“.

Vydavatelství Florenc na Porybného za tuto operaci podalo trestního oznámení, na jehož základě bylo proti němu zahájeno v roce 1992 trestní stíhání. Porybný byl okázale

zatčen a transportován s pouty na rukou, což okamžitě vyvolalo hlasitou kritiku nejen na stránkách Rudého práva (pro nějž se trestní stíhání jeho šéfredaktora stalo hlavní náplní několika dalších vydání), ale bylo i předmětem interpelace několika levicových poslanců na tehdejšího předsedu české vlády Petra Pitharta. Porybný byl brzy propuštěn a o devět měsíců později bylo trestní stíhání zastaveno.

Zaměření listu se pod vedením Porybného hned od roku 1990 začalo vzdalovat jak KSČ, tak komunistické ideologii jako takové. Vymezení se vůči předlistopadové éře bylo viditelné zejména z nástupu nové generace novinářů a publicistů, často signatářů Charty 77 (Jiří Hanák, Petr Uhl, Pavel Dostál a další). Dne 18. září 1995 pak vydavatel uskutečnil závěrečný transformační krok, který se již delší dobu očekával, a přejmenoval deník na Právo.

Právo se profiluje jako levicově orientovaný deník a je považováno za noviny blízké sociální demokracii, což se projevilo například po policejním zásahu na taneční akci CzechTek 2005, kdy list jako jeden z mála hájil pozitivní stanovisko sociálnědemokratické vlády k postupu policie a naopak kritizoval pořadatele a návštěvníky akce.

Současným šéfredaktorem je stále Zdeněk Porybný (který je tak nejdéle „sloužícím“ šéfredaktorem ze všech polistopadových tištěných masmédií vůbec), zástupcem šéfredaktora jsou Lubor Kazda, Robert Dengler, Vladimír Dušánek a Michal Rižák. Právo vychází ve vydavatelství Borgis. Podle průzkumu agentur GfK Praha a Median četlo Právo v druhé polovině roku 2007 denně 459 tisíc čtenářů.

Zdeněk Porybný vlastní 91,4 % akcií společnosti a z tohoto důvodu je Právo považováno za jediný deník v českých rukou (http://cs.wikipedia.org/wiki/Pr%C3%A1vo_%28den%C3%ADk%29).

8. Obsah a struktura zpráv

Média mají sklon ve zpravodajství prezentovat představitele minoritních národností v souvislosti se spíše negativními událostmi, jako je zločin, ilegální práce, ilegální pobyt na území ČR. „Podobný vliv může mít výběr zahraničních událostí na reprezentaci jiných národů a států. Země, které nejsou médii považovány za důležité (nejčastěji

země třetího světa), se do zpravodajství dostávají téměř výhradně ve spojitosti se silně negativními událostmi: neštěstími, pohromami, nepokoji a válkami. Jejich mediální reprezentace tak vyvolává dojem, že se v těchto oblastech ani nemůže nic pozitivního dít“ (TRAMPOTA, 2006).

8.1 Reprezentace

Zpravodajské příběhy znázorňují prostřednictvím médií některé události a aktéry určitým ustáleným způsobem. Tím se vytváří jejich mediální reprezentace, které se mohou různým způsobem odlišovat od skutečnosti. Podle ustálenosti způsobu zobrazení a vztahu k realitě můžeme reprezentace rozlišit na typ, archetyp a stereotyp. Typ představuje opakovanou prezentaci jeho konkrétního projevu s důrazem na posílení určité vlastnosti (atributu). Archetyp představuje opakující se reprezentaci, která je v dané kultuře hluboce zakořeněna a pohybuje se na úrovni hlubší struktury zpravodajského příběhu. Stereotyp představuje zjednodušenou a zkreslenou reprezentaci, která se objevuje kontinuálně po delší dobu.

8.2 Framing

Média zprávy nejen vybírají a zveřejňují, ale také různým způsobem zpracovávají. K nastolování agendy atributů patří i zarámování událostí (framing). V knize Zpravodajství od T. Trampoty se dočteme, že zarámování je výběr některých prvků vnímané reality a zdůraznění jejich důležitosti v komunikovaném textu takovým způsobem, aby byla posílena určitá definice problému, kauzální interpretace, morální hodnocení anebo zpracování doporučení (TRAMPOTA, 2006, s. 123). Reprezentace Kuby je nejčastěji zarámována tématy politiky, ekonomické situace a turismu.

Prvky zarámování:

1. Titulky a mezititulky
2. Popisky
3. Témata fotografií

4. Perex, úvod článku
5. Výběr zdrojů a/nebo jejich příslušnost
6. Výběr citací
7. Citace vyňaté z textu
8. Grafická identifikace textu
9. Statistiky, tabulky, grafy
10. Uzavírající tvrzení

9. Kvalitativní analýza – výsledky vlastního zkoumání a jejich interpretace

K analýze mediálních obsahů deníků Právo a Mladá fronta Dnes byla zvolena kvalitativní metoda z důvodu nedostatečné předběžné znalosti, která by byla spolehlivou bází pro formulaci pracovní hypotézy.

K analýze bylo vybráno 12 zpráv z deníku Mladá fronta Dnes a 14 zpráv z deníku Právo. Časovým rozmezím, po které byly tyto zprávy sledovány, bylo zvoleno období od 1.1.2009 do 31.12.2009. Jedná se o všechny zprávy, které v tomto časovém rozmezí byly nalezeny. Zprávy byly vybrány v databázi mediálního archivu Newton Media a.s. – Medisearch. Heslo pro výběr zpráv bylo „Kuba“. Zvolená metoda kvalitativní analýzy se zaměřila na využití zpravodajských hodnot ve vybraných zprávách a analýzu diskurzu zpráv.

9.1 Analýza diskurzu zpráv

K nejvlivnějším studiím lingvistického výzkumu zpravodajských příběhů patří van Dijkova analýza diskurzu zpráv (TRAMPOTA, 2006. s. 73). Van Dijk navrhuje pro provádění ideologické analýzy diskurzu pět základních kroků:

1. Prozkoumat kontext diskurzu. Na kontextu diskurzu je podstatná role autora, jeho případná příslušnost k sociálním a zájmovým skupinám, motivace ke komunikaci, žánr, očekávané publikum, prostředí komunikačního aktu. Všechny tyto informace mohou vypovídat o ideologii sdělení.

2. Analyzovat, jaké skupiny, mocenské vztahy a konflikty jsou zahrnuty. Jednotlivým aktérům zpráv je zpravidla přisuzována příslušnost k určitým sociálním skupinám, které mají své vlastní cíle a zájmy. Je proto důležité sledovat kategorie definující zájmy a identitu aktérů.
3. Všimnout si pozitivních a negativních označení týkajících se dichotomie My versus Oni. Taková polarizace je základem většiny diskurzů spojených s ideologií, s pozitivní sebereprezentací a negativní reprezentací druhých. Pro analýzu zpravodajského diskurzu tak je důležité vyhledat všechny názory a vyjádření, které jsou polarizujícím hodnocením.
4. Vyslovit to, co se v textu pokládá za samozřejmé a co text implikuje. Řada přesvědčení ve zprávách není vyjádřena explicitně.
5. Prozkoumat všechny formální struktury, které posilují nebo potlačují polarizované skupinové názory. Struktura zprávy může zdůrazňovat a zvýhodňovat jednu stranu, zároveň znevýhodňovat stranu druhou, a to umístěním, organizací diskurzu, výběrem lexika a tak dále (TRAMPOTA, 2006, s. 73).

Analýza diskurzu je modernější kvalitativní technika používaná ke studiu komunikace public relations. S rizikem přílišného zjednodušení zkoumá analýza diskurzu uspořádání jazyka na úrovni analýzy přesahující větu nebo odstavec. Zaměřuje se na větší jazykové celky, jako například celé konverzace nebo psaná sdělení. Analýza diskurzu se také týká způsobu, jakým je používán ve společenském kontextu a jak lidé rozumí sdělením jiných (WIMMER, DOMINICK, 2005, s. 407). Tato metoda je vhodná ke zkoumání textů v tištěných médiích a pokrývá všechny možné přístupy a možnosti diskurzu.

9.2 Popis použité metody

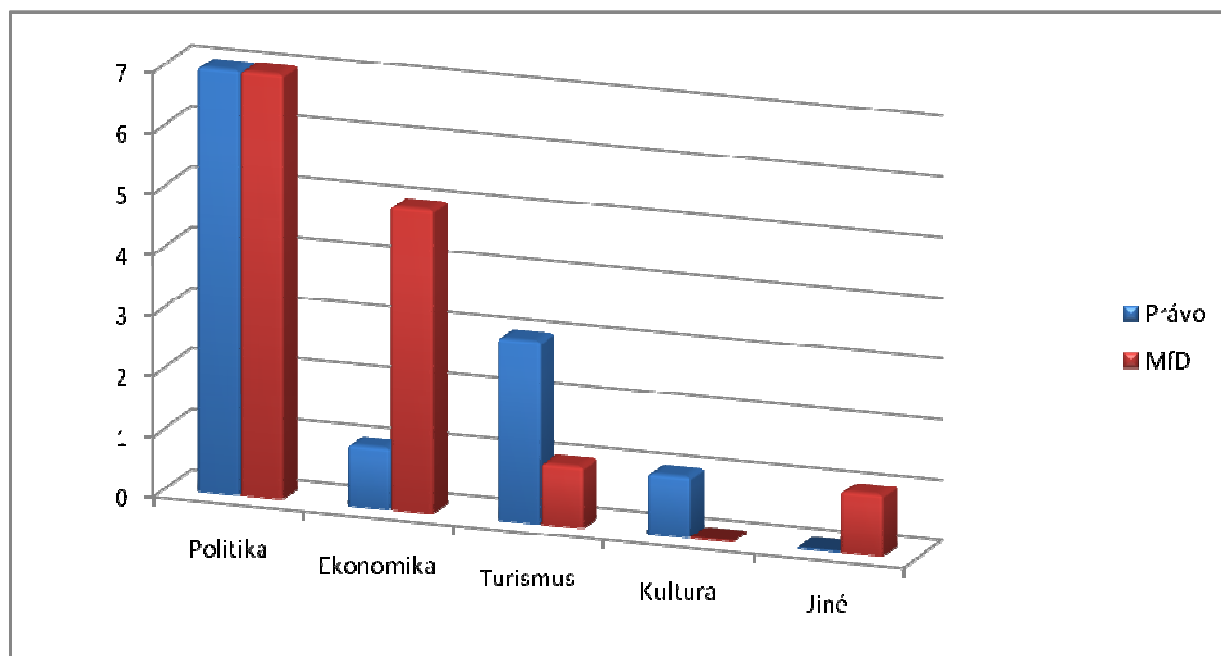
Zvolená metoda analýzy zpráv byla následující: nejprve byly určeny indikátory – téma, klíčová slova, zpravodajské hodnoty a reprezentace. Pro každý indikátor zvlášť pak byly určeny proměnné. V kategorii téma byly zvoleny tyto proměnné: politika/ ekonomika, turistika a kultura. V kategorii klíčová slova byly nalezeny: lidská práva, embargo a

ostrov svobody. Mezi proměnné u zpravodajských hodnot bylo použito všech 12 zpravodajských hodnot podle Galtunga a Rugeové (GALTUNG, RUGE, 1999). Nakonec byly určeny proměnné u reprezentace: typ, archetyp a stereotyp. Následně byly identifikovány jednotlivé proměnné v rámci zvolených indikátorů. Nejprve byly všechny články prozkoumány a na základě analýzy bylo určeno, jaké je téma zprávy. Poté byly v opakovaném čtení podtrhány výrazy, které se buď opakovaly nebo nejlépe vystihovaly téma zprávy. Dále se analýza zaměřila na zpravodajské hodnoty, které zprávy nejvíce akcentují. Bylo zaznamenáno, kolikrát se která hodnota vyskytla. V následujících čteních se určil způsob reprezentace, který v člancích převažoval. Podle nalezených pravidelností pak byly formulovány předběžné závěry.

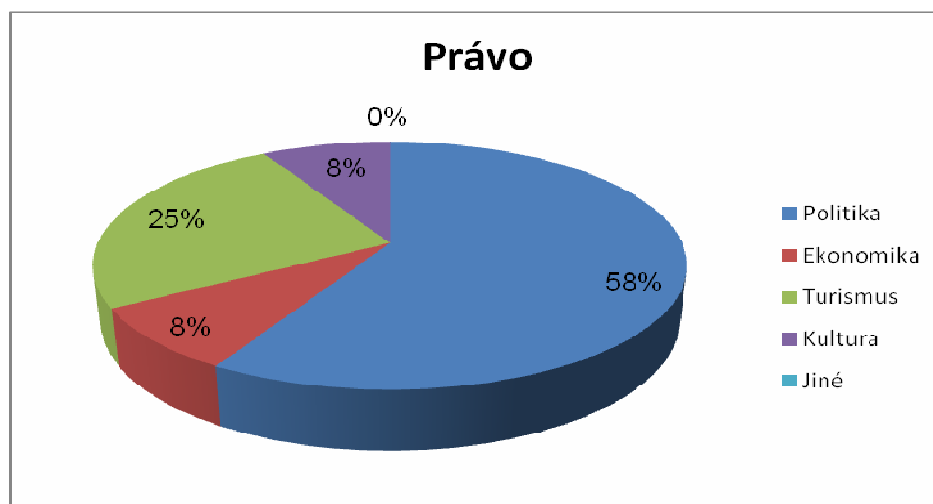
Tématem zpráv v deníku Právo byla v devíti případech politika, ve třech případech turistika, v jednom případě kultura a v jednom případě ekonomika. Ekonomická zpráva se týkala ukončení provozu státních jídelen, které poskytovaly v poledne jídlo zadarmo. Důvodem uzavření jídelen bylo snížení nákladů. Zpráva z kultury informovala o otevření archivu Ernesta Hemingwaye. Zprávy s tématem turistiky informovaly o viru H1N1 na Kubě, kubánském letovisku Varadero a incidentu v letadle na Kubu. Politické zprávy pak měly téma oslavy výročí revoluce, změny ministrů, uvolnění cestování, dialogu USA a Kuby, členství v Organizaci amerických států, mezinárodních vztahů a médií.

Tématem zpráv v MfD byla převážně politika. Pět zpráv se týkalo zároveň také ekonomiky. Jedna zpráva informovala o americkém embargu, jedna o politických věznicích odsouzených v USA. Další dvě se týkaly zdravotního stavu Fidela Castra. Jiná zpráva se zabývala vnitřní politikou kubánské republiky. Další zpráva informovala o návrhu argentinské organizace na udělení Nobelovy ceny za mír Fidelu Castrovi. Poslední zpráva se týkala kubánské obrany.

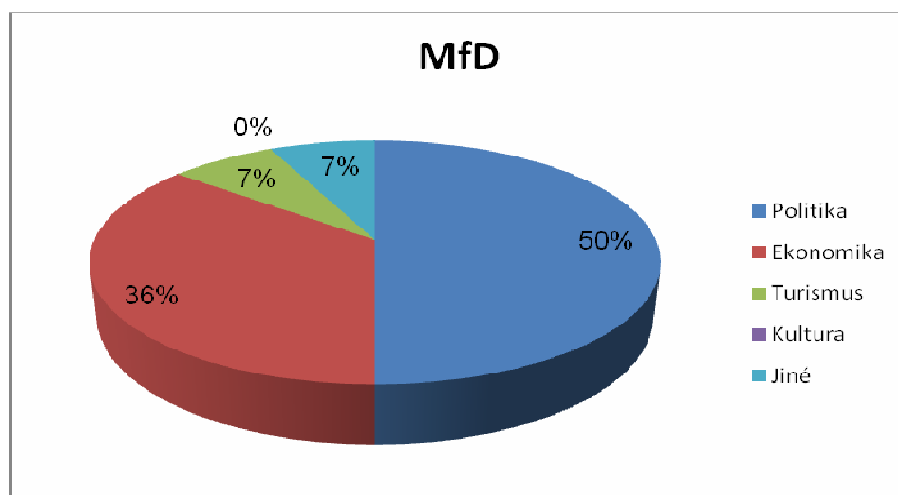
GRAF č. 1 – Srovnání výskytu témat v obou denících



GRAF č. 2 – Zastoupení témat v deníku Právo



GRAF č. 3 – Zastoupení témat v deníku MfD



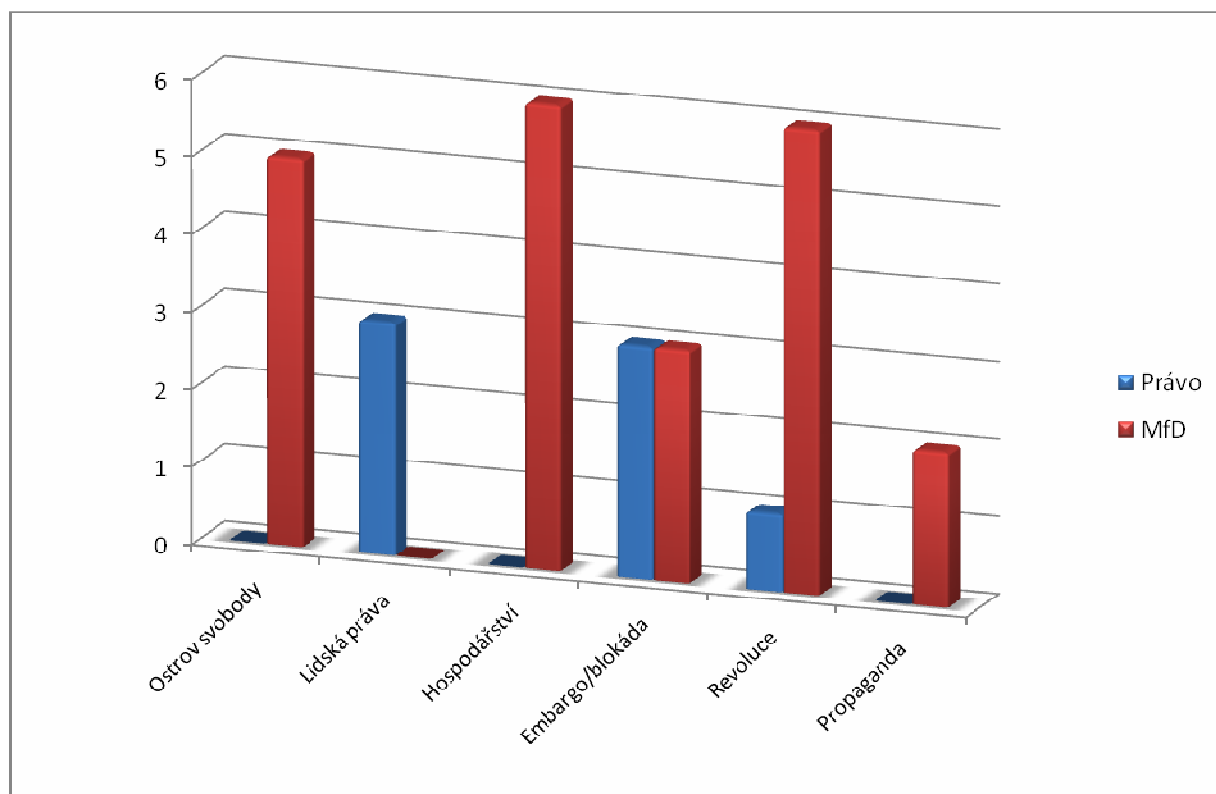
Častým tématem článků byl vztah USA a Kuby. Více se mu věnoval deník Právo, jehož tématem byl sedmkrát, v MfD jen ve třech případech. Naopak nejčastějším tématem nebo zmiňovaným faktem, byl v MfD zdravotní stav bývalého prezidenta Fidela Castra. Celkem byl zmiňován v šesti případech, tedy v celé polovině článků. Právo se touto skutečností zabývalo jen dvakrát. Ve třech případech z šesti byl v MfD zdravotní stav zmiňován ve stejné zprávě, ve které bylo použito výrazu hospodářství. Tato paralela může být vnímána jako příměr stavu kubánské ekonomiky.

Stejně tak vztah USA a Kuby v souvislosti s lidskými právy může být vnímán jako paralela mezi téměř padesát let trvající bloádou, která nepřinesla žádný úspěch politice USA a snahou diskreditovat Kubu upozorňováním na stav lidských práv. Deník Právo tak očekává určité preferenční čtení u svých převážně levicově orientovaných čtenářů.

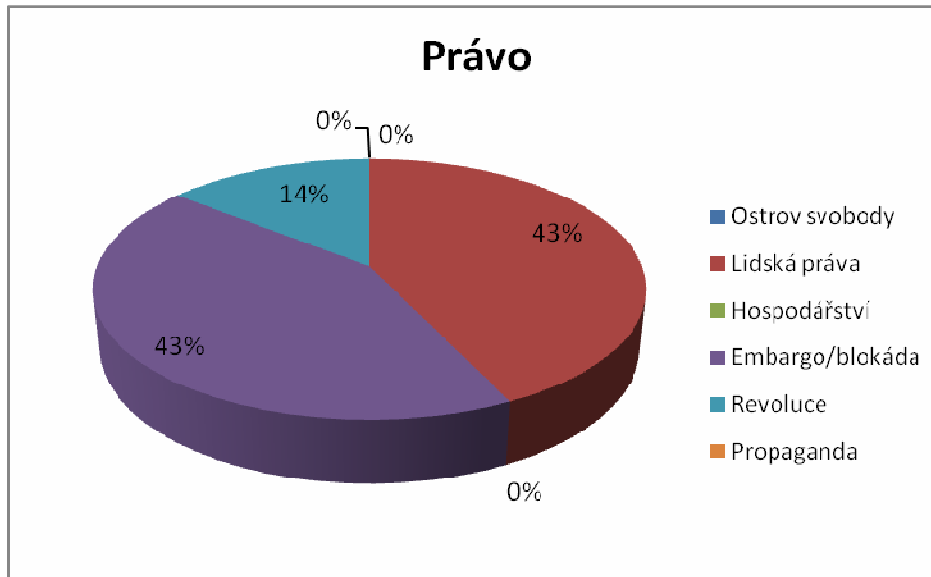
Deník MfD orientovaný více na pravicové voliče může předpokládat vnímání zdravotního stavu Fidela Castra jako symbol stavu kubánské ekonomiky a kubánské společnosti jako takové. Oba deníky se ale jinak výrazně neliší v obsahu svých zpráv. Důvodem je i to, že oba čerpají zprávy ze stejných zpravodajských agentur.

Nejvíce používané výrazy byly v každém deníku jiné. Právo nejčastěji použilo „lidská práva“, a to ve třech případech. Stejně tak, ve třech případech, bylo použito slovo „embargo“ nebo „blokáda“. Mladá fronta DNES využila toto slovo také třikrát. MfD mělo nejvíce užívaný výraz „ostrov svobody“ (včetně uvozovek). Tato metafora byla použita pětkrát, tedy téměř v polovině zpráv. Vzhledem k uvozovkám se jedná o ironické označení, kterým je myšlen opak – tedy „ostrov nesvobody“. Dalším nejvíce zastoupeným slovem byla „revoluce“. Toto slovo se objevilo šestkrát, tedy v polovině článků. Právo nepoužilo tento výraz ani jednou. Ve dvou případech byl nahrazen výrazem „povstání“ nebo „převrat“. MfD také ve dvou případech používá slova „propaganda“. Stejně tak často, tedy v šesti případech, bylo použito slovo „hospodářství“, nebo „hospodářský“. Deník Právo tento výraz nepoužil ani jednou.

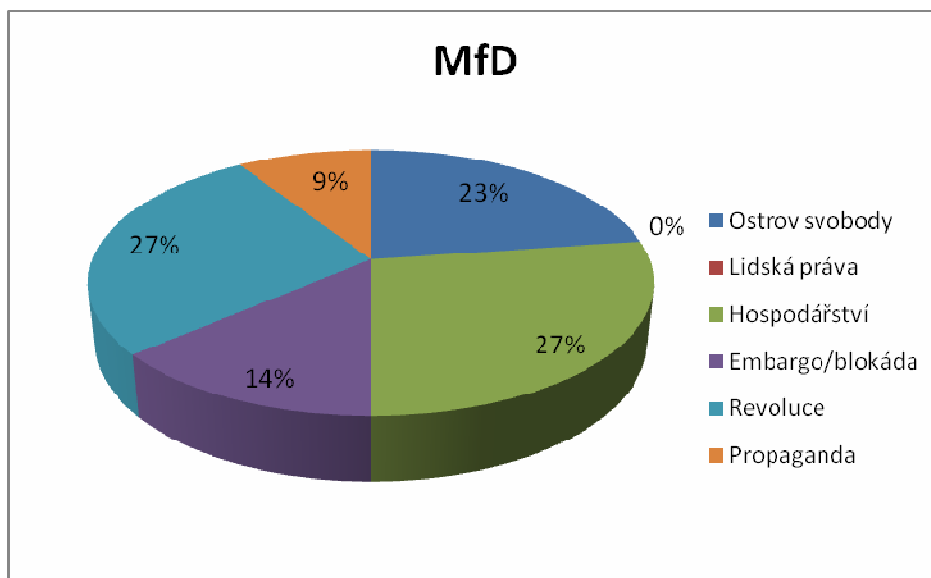
GRAF č. 4 – Použití klíčových slov v obou denících



GRAF č. 5 – Zastoupení klíčových slov v deníku Právo

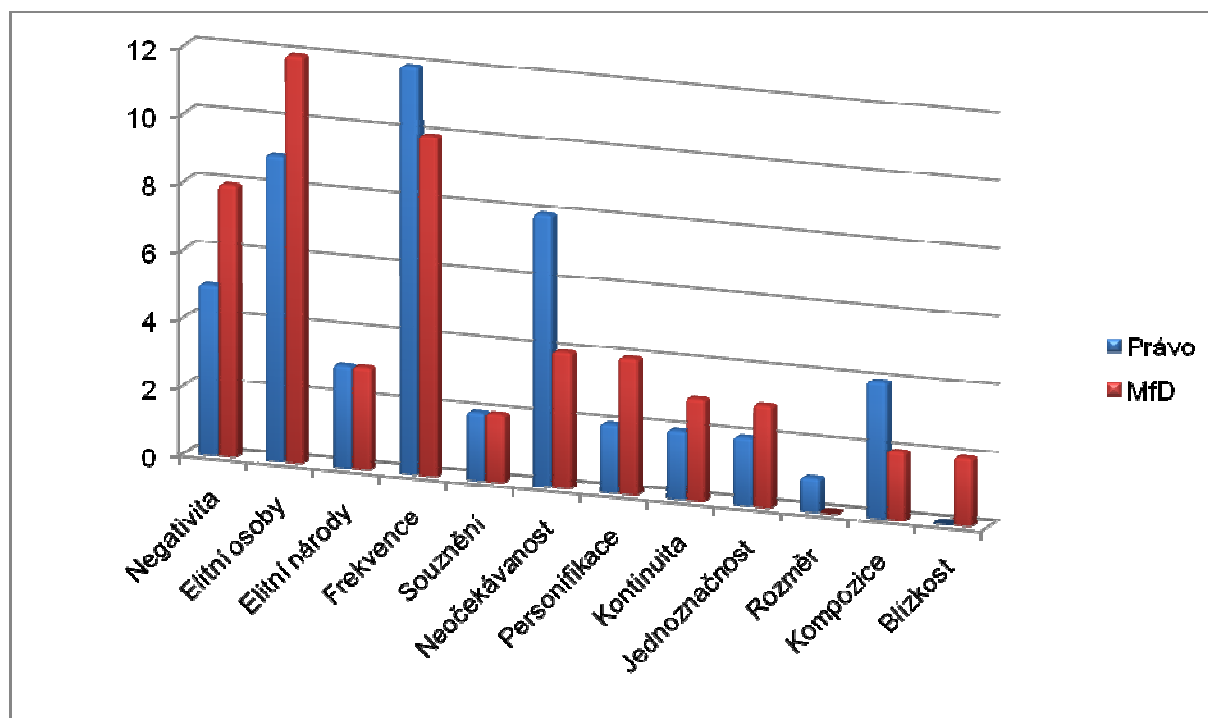


GRAF č. 6 – Zastoupení klíčových slov v deníku MfD

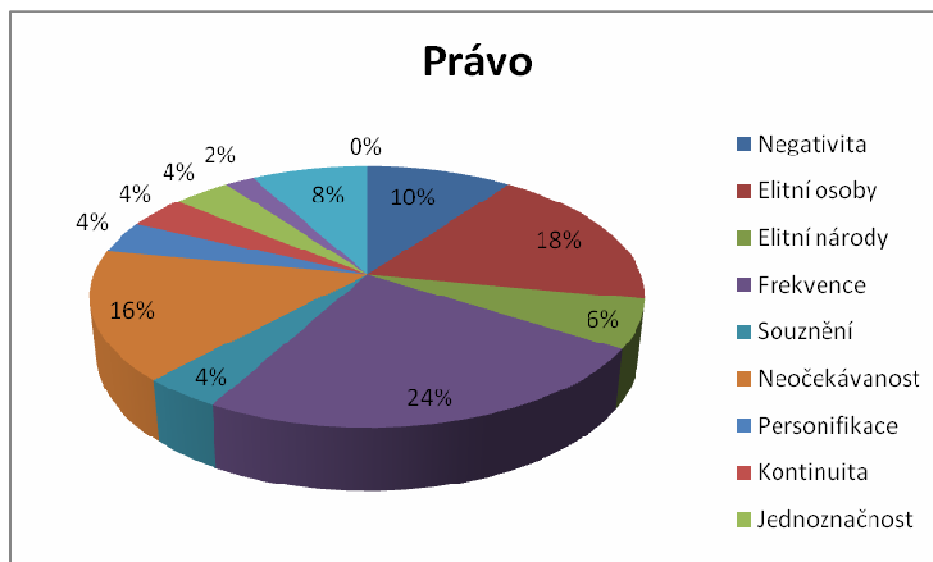


Převažující zpravodajskou hodnotou je u obou deníků negativita. V případě deníku Právo byla zastoupena pětkrát, v MfD osmkrát. Dalšími hodnotami, které oba deníky shodně využívají, jsou elitní osoba a frekvence. Elitní osoba je zastoupena v Právu devětkrát, v MfD dokonce ve všech případech, tzn. dvanáctkrát. Frekvence je v případě Práva zastoupena dvanáctkrát, v MfD desetkrát. Zpravodajská hodnota elita-národy byla u obou deníků využita shodně třikrát. Stejně tak souznění, u obou deníků dvakrát. Více se uplatnila neočekávanost, a to u deníku Právo osmkrát a MfD čtyřikrát. Právo také více využilo kompozici, a to čtyřikrát, MfD jen dvakrát. V opačném poměru bylo využito personifikace, a to čtyřikrát v MfD, dvakrát v Právu. MfD také více využila zpravodajské hodnoty jednoznačnost, a to ve třech případech, Právo jen ve dvou případech. Stejně tak byla využita kontinuita, a to ve stejném poměru – třikrát v MfD, dvakrát v Právu. Nejméně, nebo vůbec byly využity hodnoty rozměr a blízkost. V případě rozměru jednou v Právu a blízkost dvakrát v MfD. Blízkost v Právu nebyla využita vůbec, stejně tak rozměr v MfD.

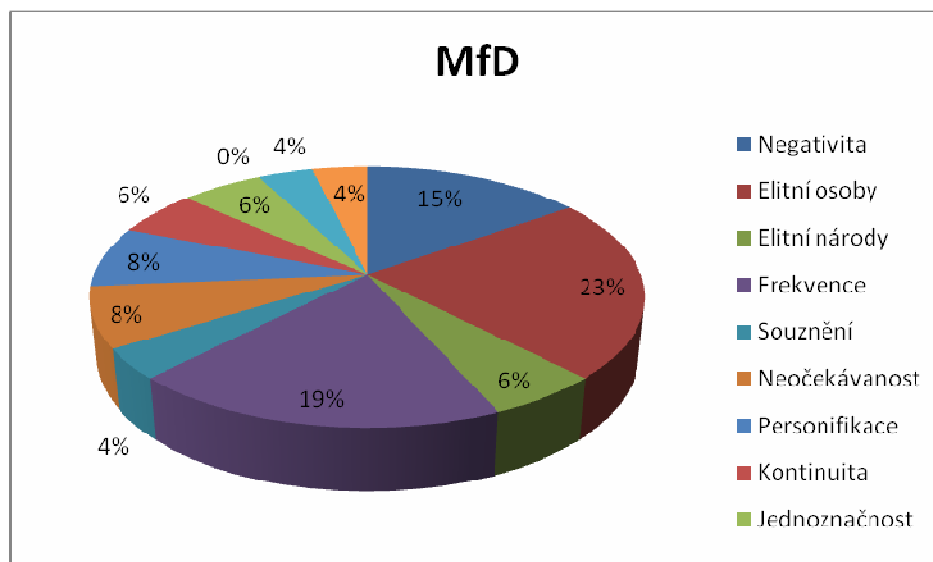
GRAF č. 7 – Zastoupení zpravodajských hodnot v obou denících



GRAF č. 8 – Zastoupení zpravodajských hodnot v deníku Právo

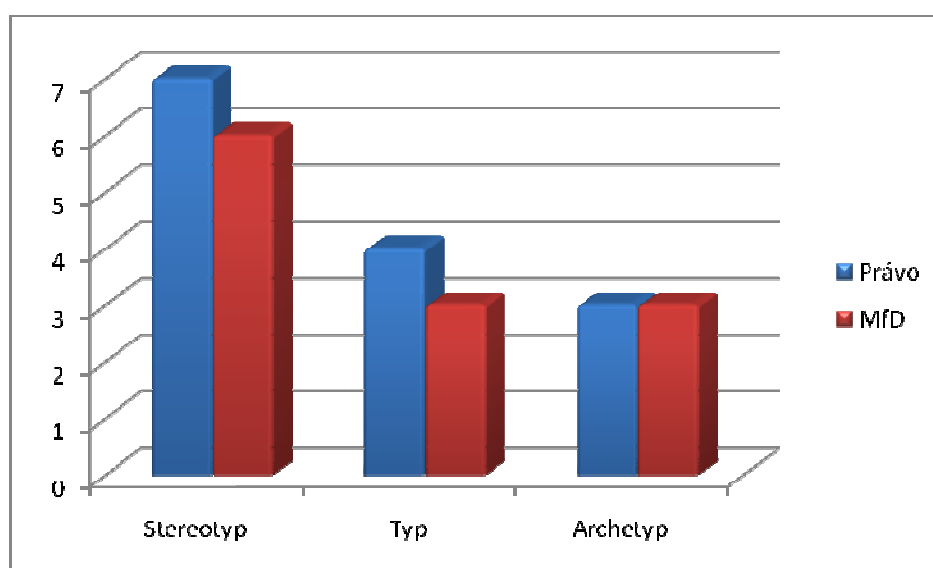


GRAF č. 9 – Zastoupení zpravodajských hodnot v deníku MfD



Podobně jsou na tom oba deníky v reprezentaci. Nejvíce se uplatnil stereotyp, v případě Práva sedmkrát, v MfD šestkrát. Archetyp byl využit shodně ve třech případech, typizace byla použita u Práva čtyřikrát, u MfD třikrát. Při vytváření mediálního obrazu Kuby bylo využito zpravodajského stereotypu, posilující stereotypní obraz Kuby jako totalitní země.

GRAF č. 8 – Druhy reprezentace v obou denících



9.3 Předběžné závěry

Na základě analýzy zpráv se prokázalo, že ve zprávách MfD je vytvářena paralela mezi zdravotním stavem Fidela Castra a stavem kubánské ekonomiky. V deníku Právo se tímto tématem zabývali jen ve dvou případech. Obsah těchto článků v obou denících se ale zásadním způsobem neliší.

Podstatnou částí kvalitativní analýzy je pojmenování redukováných informací, tzn. fakt, která nejsou ve zprávách zmíněna. Jednostranné informace, které jsou nejčastěji negativní, vytvářejí disproporci mezi mediálním obrazem a skutečností.

Nevyřčenými fakty ve zprávách o americkém embargu jsou informace, že toto embargo ve Valném shromáždění OSN neschvaluje drtivá většina zemí a pouze 2 – 4 hlasy jsou

pro (viz. příloha č. 1). Samozřejmě a normální je tedy toto americké hospodářské embargo. V článku o vystoupení ministra zahraničních věcí Kubánské republiky ve Valném shromáždění Spojených národů k tomuto tématu je řečeno, že pro rezoluci Valného shromáždění OSN, které odsoudilo americké obchodní embargo vůči Kubě a vyzvalo k jeho zrušení, hlasovalo 187 zemí, pouze 3 hlasovaly proti - Spojené státy, Izrael a Palau (nezávislý stát volně přidružený k USA). (<http://www.blisty.cz/art/49793.html>).

Dalším nevyřčeným faktem o politické a ekonomické situaci jsou informace o kubánském zdravotnictví a školství, které jsou v rámci obou Amerik na velmi vysoké úrovni, a vysoký průměrný věk obyvatelstva. Přes nedostatek důležitých léků a zdravotnického vybavení způsobený americkým embargem, je průměrná délka života 77,97 let (<http://www.businessinfo.cz/cz/sti/kuba-zakladni-informace-o-teritoriu/1/1000788/#sec4>). Jako samozřejmě a normální je tedy bráno ekonomické srovnání.

Země je postižena nejen zákazem obchodu s americkými podniky, ale také s německými, japonskými, nizozemskými nebo australskými firmami. Ve zprávách o omezení přístupu k svobodným informacím na internetu také není zmíněno, že důvodem „omezení“ poskytování individuálního přístupu kubánskému obyvatelstvu je americké embargo, neboť limituje kapacitu napojení na satelitní síť s výstupem 65Mb a vstupem 124Mb. Přitom některé optické kabely, které by Kuba mohla využít, leží pouze 20 km od kubánského pobřeží (<http://www.businessinfo.cz/cz/sti/kuba-ekonomicka-charakteristika-zeme/4/1000788/#sec7>).

Stejně tak nejsou ve zprávách zmiňovány sporné důvody uvěznění pětice kubánských občanů v USA. Kuba je nazývá bojovníky proti terorismu, protože se snažili proniknout do organizací podnikajících záškodnické akce proti Kubě na jejím i cizím území. Příkladem může být případ Luise Posady Carrilese. Ten v roce 1976 zosnoval pumový útok na kubánské dopravní letadlo. Krátce po jeho startu z letiště na Barbadosu na jeho palubě explodovala nálož, která zabila všech 73 lidí, kteří se v letadle nacházeli. Americká vláda odmítá Posadu vydat k soudnímu stíhání.

<http://www.czechfp.cz/site/?p=5535> 1.5.2010

Když je sestavován nějaký materiál určený ke zveřejnění, mohou z něj být některé prvky vynechány záměrně (BURTON- JIRÁK, 2001).

Cílem této analýzy bylo nalézt souvislosti mezi podobou zpráv a zákonitostmi, kterými jsou formovány.

Východiskem k formulování teorie je předpoklad, že velký vliv na podobu zpráv má vztah vlastníka média k dominantní ideologii. Analýza konkrétních zpráv ve sledovaných denících potvrdila toto tvrzení. Po prozkoumání jejich obsahu lze konstatovat, že v deníku Mladá fronta Dnes byly uveřejněny zprávy, které podporují dominantní ideologii více než v deníku Právo. Důvodem je vlastnictví obou listů, kdy první z nich náleží německé skupině Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft, mbH (RBDV) a druhý českému vydavateli Borgis. a.s. Právo, jako jediný list v českých rukou, nemá takový tlak na redakci a výběr zpráv jako list se vstupem zahraničního kapitálu.

V denících Mladá fronta Dnes a Právo dochází ve vztahu ke Kubě k tendenčnímu zobrazování skutečnosti a mediální obraz této země je vytvářen neobjektivně. K změně mediálního obrazu Kuby by byla potřeba větší rozmanitost zpráv, např. z kultury a sportu a větší nestrannost v popisu politické a ekonomické situace. Z podstaty tvorby zpráv popsanych v této práci je ale změna pouze hypotetická.

ZÁVĚR

Práce se snaží přinést komplexní informace k dané problematice. Vychází z popisu funkce a vlastností médií a historie tohoto fenoménu. Dále se zabývá konkrétními tištěnými médii a přináší informace o vlastnických vztazích. Věnuje se také historii i současnosti země, která je předmětem zpráv. Přináší pohled na vliv filtrů výběru zpráv a popis zvolené metody.

Na základě použité literatury byla provedena kvalitativní analýza zpráv. Tématicky se týkala mediálního obrazu země, se kterou nemá většina čtenářů osobní zkušenost. Závěry plynoucí z této analýzy jsou výsledkem zkoumání všech dat, která byla k dispozici. Zvolená metoda se ukázala jako vhodná, protože při aplikaci kvantitativní analýzy by výzkum vycházel z hypotézy, která nemusí být správná. Kvalitativní analýza je předpokladem pro další výzkum jiných zemí regionu.

Kvalitativní analýza zpráv může rozkrýt skutečnosti, které nejsou zřejmé z povrchního čtení. Po několikerém přečtení stejné zprávy se některé výrazy a obraty opakují. Pravidelnosti, které podrobná analýza odhalí, pak vedou k určitým závěrům. V případě analýzy zpráv týkajících se Kubánské republiky lze říci, že se u nich prokázala stereotypní reprezentace této země. Stereotypizace se projevuje v zobrazování Kuby téměř výhradně v souvislosti s politikou a ekonomikou. Ideologické předpoklady vylučují jiné znázornění než negativní. Nejsou zastoupeny informace z jiného spektra společenského života. Důležitou součástí zpráv jsou nevyřčené předpoklady, které jsou vnímány jako samozřejmé a normální. Mezi ně patří předpoklad, že kubánský režim je nelegitimní a jakékoliv prostředky sloužící k jeho oslabení nebo odstranění jsou proto správné. Hlavním prostředkem oslabujícím kubánskou ekonomiku je americké embargo. Zároveň je zmiňován stav kubánské ekonomiky jako jediný ukazatel úrovně kubánské společnosti. Špatná hospodářská situace je ve zprávách zdůrazňována, absence problémů s drogami, nízká kriminalita, vysoká úroveň školství a zdravotnictví je ve zprávách utlumována nebo vynechána úplně.

Autor práce, stejně jako její čtenáři mají ve zmíněných periodikách možnost sledovat, jak se mediální obraz Kuby bude měnit, nebo zůstane stejný. Změny v politické situaci mezi Kubou a USA mohou přinést změnu pohledu i do zpravodajství. K dispozici je širší škála možností: od uvolnění amerického hospodářského embarga po změnu politického systému na Kubě. Vývoj událostí se nedá určit, ale dopady změn na podobu zpravodajství ano. Praktickým závěrem celé práce je tak zjištění, že velká část informací je závislá na vztahu média k dominantní ideologii.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- BERKOWITZ, D.: *Social meanings of news: a text-reader*. Thousand Oaks: SAGE, 1997. ISBN 978-0761900764
- BOYD-BARRETT, O., RANTANEN, T. *The Globalization of News*, London: Sage: 1998, s. 230, ISBN 0 7619 5386 8
- BURTON, G. - JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001. 391 s. ISBN 80-85947-67-6
- DeFLEUR, M., BALL – ROKEACH, S., *Teorie masové komunikace*. Karolinum, Praha 1996, s. 211
- DIJK, Teun A. van. *Ideology: A Multidisciplinary Approach*, London: Sage Publications, 1998, str. 374, ISBN-13 978-0-7619-5654-9
- DISMAN, M.: *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Karolinum, Praha 1993
- GALTUNG, J. RUGE, M. *The Structure of Foreign News*. In TUMBER, H.: *News: A Leader, 1st*. Oxford University Press, 1999
- HALLIN, Daniel C., MANCINI, P.: *Systémy médií v postmoderním světě*, Portál, Praha 2008, 367 s.
- CHOMSKY, N. *Intervence*, Euromedia Group, k.s. – Knižní klub, Praha 2008, s. 216, ISBN 978-80-242-2143-4
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. Praha, Portál 2003. 208 s., ISBN 978-80-7367-287-4
- KÁRNÍK, Z. *České země v éře první republiky*. Libri, Praha 2000, s. 329
- KRAUS, J. *Jazyk v proměnách komunikačních technologií*, Praha, Karolinum 2008, 172 s., ISBN 9788024615783
- McLUHAN, M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. 2. vyd. Gingko Press, 2001. ISBN-10: 0415253977
- McLUHAN, M.: *The Gutenberg Galaxy*. Routledge, 1967. 293 s. ISBN-10: 0710046731
- McNAIR, B. *Sociologie žurnalistiky*. 1. vyd. Portál, Praha 2004. 182 s. ISBN 80-7178-840-6
- McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009. 640 s. ISBN 978-80-7367-574-5

POTTER, W. J. *The 11 Myths Of Media Violence*. Thousand Oaks: Sage Publications 2002

PROKOP, D., *Boj o média*, Karolinum, Praha 2005, str. 349, ISBN 80-246-0618-6

RAMONET, I. *Tyranie médií*. Mladá fronta, Praha 2003

SCHILLER, Herbert I. *Mass Communications and American Empire*. Beacon Press, Boston, 1971

SIEBERT, F., PETERSON, T., SCHRAMM, W.: *Four theories of the press*. University of Illinois press, místo a rok vydání neuvedeny, 153 s.

SILVERMAN, D. *Ako robiť kvalitatívny výskum*. Ikar, Bratislava 2005. ISBN 80-551-0904-4

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

TUHÁČEK, M., *Média 98 – Příloha Strategie 11/98*

WIMMER, Roger D., DOMINICK, Joseph R.: *Mass Media Research: An Introduction*. London, Wadsworth Pub Co., 2005. ISBN 978-0534560072

SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

<http://www.blisty.cz/art/49793.html>

<http://www.businessinfo.cz/cz/sti/kuba-zakladni-informace-o-teritoriu/1/1000788/#sec4>

<http://www.cubasolidarity.net/aawh.html>

<http://www.czechfp.cz/site/?p=5535%201.5.2010>

http://www.kubadnes.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=79&Itemid=1%2021.3.2010

<http://www.louc.cz/04/1200319.html>

http://www.medicc.org/publications/medicc_review/1104/pages/top_story.html

<http://www.rocenkaunievydavatelu.cz/2009/index.php?akce=ctenost&tg=1>

<http://cs.wikipedia.org/wiki/Kuba>

http://cs.wikipedia.org/wiki/Mlad%C3%A1_fronta_Dnes

http://cs.wikipedia.org/wiki/Pr%C3%A1vo_%28den%C3%ADk%29

SUMMARY

In 2009, the year of the 50th anniversary of the Cuban Revolution, a lot of articles appeared in the Czech periodical press dealing with this country. What these reports were like and what had influenced the fact that they were published is the topic of this thesis.

The goal of my work is to analyze such reports, describe how the news has been constructed and what information is missing. The work also tries to describe the selection of filters and report forms based on the selection of topics, news values, keywords, and representation. Another related issue is the function of ideology as an influencing factor in the reports.

The qualitative analysis may reveal facts that are not apparent with superficial reading. In case of the analysis of news relating to the Republic of Cuba can be said that they show the stereotypical representation of this country. Stereotyping is reflected in such an image of Cuba that is almost exclusively in the context of politics and economy. Ideological assumptions exclude other signs than negative ones. There are no other information from the other spectrum of social life. Tacit assumptions are an important part of the news that are perceived as obvious and common.

The author of the work, as well as its readers, has had the opportunity to watch how the media image of Cuba changes or remains the same. Changes in the political situation between Cuba and the U.S. can bring about a change in perspective as well as in news. There is a wide range of possibilities: from the cessation of U.S. economic embargo to the change of political system in Cuba. The course of future developments can not be determined, but the effects of changes in the form of news can. The practical conclusion of the whole work is the finding that a large portion of the information depends on the relationship of media to the dominant ideology.

SEZNAM PŘÍLOH

1. Čtenost českého tisku – celostátní deníky
2. Hlasování v OSN o zrušení embarga proti Kubě

PŘÍLOHA č. 1 - Čtenost českého tisku – celostátní deníky

Název	Periodicita	Čtenost 2008	Čtenost 2007	Čtenost 2006	Meziroční změna	Průměr 1/1 4C 2008	Průměr 1/1 4C 2007	Průměr 1/1 4C 2006
AHA!	deník 6x	320 000	346 000		-7.5%	173 399	135 000	117 000
BLESK	deník 6x	1 477 000	1 561 000	1 537 000	-5.4%	633 266	594 350	528 775
HOSPODÁŘSKÉ NOVINY	deník 5x	223 000	190 000	205 000	17.4%	458 687	411 583	394 852
LIDOVÉ NOVINY	deník 6x	220 000	238 000	228 000	-7.6%	281 358	274 050	263 088
MLADÁ FRONTA DNES	deník 6x	1 076 000	1 122 000	1 096 000	-4.1%	657 720	628 488	599 256
PRÁVO	deník 6x	411 000	458 000	488 000	-10.3%	245 800	245 800	302 400
SPORT	deník 6x	338 000	291 000	304 000	16.2%	236 107	200 617	175 980
ŠÍP	deník 6x	146 000	218 000		-33.0%	71 383	95 418	132 354

<http://www.rocenkaunievydavatelu.cz/2009/index.php?akce=ctenost&tg=1>

PŘÍLOHA č. 2 - Hlasování v OSN o zrušení embarga proti Kubě

UN Votes For Lifting U.S. Embargo on Cuba

YEAR	FOR	AGAINST
1992	59	2 (US, Israel)
1993	88	4 (US, Israel, Paraguay, Albania)
1994	101	2 (US, Israel)
1995	117	3 (US, Israel, Uzbekistan)
1996	138	3 (US, Israel, Uzbekistan)
1997	143	3 (US, Israel, Uzbekistan)
1998	157	2 (US, Israel)
1999	155	2 (US, Israel)
2000	167	3 (US, Israel, Marshall Islands)
2001	167	3 (US, Israel, Marshall Islands)
2002	173	3 (US, Israel, Marshall Islands)
2003	179	3 (US, Israel, Marshall Islands)
2004	179	4 (US, Israel, Marshall Islands, Palau)

http://www.medicc.org/publications/medicc_review/1104/pages/top_story.html