

MEDIÁLNÍ OBRAZ PANDEMIE COVID 19 A BEZPEČNOSTNÍ RIZIKA V KOMUNIKACI

MEDIA PORTRAYAL OF THE COVID 19 PANDEMIC AND SECURITY RISKS IN COMMUNICATION

Zdeněk Eška

Abstract

The article analyzes the media image of the security risk in communication, which is a response to disease Covid-19. It refers to the use of Barthes theoretical concepts in contemporary visual communication. The article also focuses on the Gunter Kress' theory of multimodality as well as on graphic design rules. Image analysis should help us to understand the essence of the media image, as well as the nature of communication between the recipient and the visual message.

The essence of representational meaning is that it is shared by the participants and this sharing takes place on the basis of certain features. For example, when we point to the syntax of an image as the source of representational meaning. In its spatial arrangement, we will be interested in the spatial relations between objects and aspects.

The thesis will take the form of a one-case study, in which it will discuss the approach of three different Czech daily papers to current topics with nationwide overlap.

Keywords: media image, image analysis, disease Covid-19, theory of multimodality, visual message

JEL Code: C78, D79, D83

Úvod

V současné době jsou média neodmyslitelnou částí našich životů, protože přes ně poznáváme skutečnosti, které poté sdělujeme dál. Média tedy fungují jako prostředek mezi skutečností a našim poznáváním a zároveň ovlivňují naše myšlení i názory. Působí na naše vnímání i sebe prezentaci, a tak ovlivňují způsob vzniku naší každodenní zkušenosti. Vizualní komunikace má v postmoderním světě značný vliv, protože média zahlcují publikum obrazy nejrůznějšího druhu a využívají tak jeho tendence k vizualizaci. Od příjemce sdělení se

očekává, aby reflektoval a zpracoval informace, která mu byla médií předložena. Právě proto nestačí, aby se pozornost věnovala jen textovým sdělením, ale měla by se taky zabývat sdělením vizuálním. Postmoderní společnost je charakteristická nerovnováhou mezi množstvím vizuálního sdělení a schopností toto analyzovat. Abychom mohli vizuální zkušenost správně reflektovat, budeme muset aplikovat sémiologické poznatky a strategie. Jejich využití nám pomůže objasnit povahu obrazového vyjádření a možnosti vizuální komunikace, čímž je zabezpečen dostatečný odstup vedoucí k rozumovému zpracování vizuálních informací.

Článek se zaměřuje na jeden z aspektů současných mediálních sdělení, vizuální komunikaci. Média jsou výrazným spolutvůrcem veřejného mínění a činitelem při vytváření atmosféry, která bezprostředně souvisí s informováním veřejnosti o různých událostech. Do centra naší pozornosti se dostává obraz Covid-19 jako jedné z nejnebezpečnějších nemocí v současné době. Tato epidemie spolu s vládními a epidemiologickými opatřeními ovlivňují, a hlavně omezují chování, postoje i životy lidí. Zatím, co někteří mají strach, jiní je odsuzují a část lidí je vůči nim úplně lhostejná.

Článek se zabývá převážně mediálním obrazem pandemie ve veřejnoprávní televizi ČT1 z hlediska přístupu sémiologie a multimodality. Sémiologie nám odhalí významy, které jsou příjemci poskytovány, díky nimž získává požitky a informace. Multimodalita nám zase pomůže lépe pochopit, v čem spočívá komunikace mezi tímto příjemcem a vizuálním sdělením. Pro analýzu jsme si proto vybrali obraz Covidu-19, neboť se jedná o velmi aktuální a významově silné téma.

1 Mediální obraz bezpečnostních rizik v komunikaci – Barthesova sémiologická kritika a Kressova sémiotika multimodality

Rolí médií je se podílet na vytváření takových kolektivních představ a kulturních vzorců chování, aby prostřednictvím nich přispívali k vytváření určitého společenského postoje ve vztahu k nastalé situaci. Jejich reprezentace epidemie Covid 19 se pojí s velmi širokou tematizací reprezentující oblasti veřejného i privátního života občanů, které byly koronavirovou krizí a s ní spojenými opatřeními zasaženy.

Vzhledem k tomu, že se epidemie stala součástí života každého z nás a nelze ji ze společnosti jen tak vyloučit, je to právě naše společnost, která musí v boji proti ní využívat všechny své mechanismy. Mezi pozitivní nástroje patří zejména bohaté spektrum perspektiv na dané téma, neutrální a nestranné prezentace informací či detailní informování o probíhajících opatřeních. Zmíněnými nástroji lze systematicky formovat veřejné mínění a přispět tak k sociální koherenci.

Období koronavirové krize bylo z hlediska života společnosti zcela bezprecedentní, což se promítlo také do médií. Můžeme říct, že v takto specifických obdobích, vzhledem na mimořádnost dané situace, existuje mnoho normativně-teoretických očekávání, jak by měla veřejnoprávní média v průběhu zdravotní krize fungovat. Jsou sice různé představy, jak by měla média fungovat ve výjimečných situacích (jakou koronavirová krize nepochybně je), zatím nejsou velmi odborně zpracované.

1. 1 Metodika analýzy

Na přesvědčování diváka o předkládaných sděleních a vytváření jeho určitého postoje se významnou měrou podílí zpravodajství. Článek se zaměřuje na mediální reprezentaci tématu Covid-19 v hlavních zpravodajských pořadech České televize. Hlavní nástroje (např. vizuální zpracování zpravodajských informací, rétorická dikce moderátora) na přesvědčování publika o předkládaných sděleních, jako systematický mediální tlak, kritické informace či veřejná diskuse, práce propojuje s poznatky Rolanda Barthesa a Gunthera Kresse. (Císař, 2004)

Předtím, než přistoupíme k metodice analýzy, článek se zaměří na vztah lingvistického sdělení a obrazu, jak ho pojímá Roland Barthes. (Císař, 2004) Chceme se podobně ptát jako on, zda vždy musí být nějaký text v obraze, nebo je možné se setkat se sdělením beze slov? Přináší text do obrazu nějakou informaci? Nebo je to obraz, který obohacuje text? Barthes považuje každý obraz za polysémický. Podle něj obraz obsahuje mnoho významů fungujících jako řetězec, ze kterého pak vybírá samotný čtenář. Text tedy ukotvuje jeden z možných významů, a tak nám napomáhá identifikovat scénu, kterou před námi určitý obraz otevírá. Nazýváme to jako denotovaný popis obrazu. Lingvistické sdělení totiž řídí samotnou interpretaci obrazu, kterou drží v určitém rámci, a ten pozorovateli neumožňuje sklouznout k příliš obecným, ani k příliš individuálním výkladům. Jak řekl Císař, „*Text má funkci osvětlování, protože skrze text dozírá tvůrce (a tedy společnost) na pozorování obrazu.*“ (Císař, 2004, s. 54). Text má tedy dominantní úlohu, protože určuje význam určitého obrazu a pro Barthesa neoznačuje nic neukončeného a hotového, ale místo tvoření. Jinými slovy, není to dílo, které by bylo uzavřené a neovlivňované dalšími prvky systému. Podle něj je způsob, jakým se mluví o textu, důležitý, protože se přibližuje tomu, jak lze mluvit o obraze, který je možné nazvat lingvistický, vizuální nebo verbální text (věta nemá konec, opět zase ne „pokud“, myšlenku bych spojil do předešlé věty „se mluví o“). „*Můžeme vidět propojení, ale také i rozdíly, které mezi slovem a obrazem existují.*“ (Císař, 2004)

Je potřeba se podívat nyní blíže přímo na obraz a způsob, jak funguje. Ve své podstatě se ukazuje jako abstrakce reality, nebo jako transformace čtyřrozměrného prostoru do

dvoudimenzionálního média. Barthes hovoří o tom, že neexistuje čistě denotovaný obraz, tedy obraz, který by se pojil jen se zobrazením skutečnosti. Právě naopak, podle něj každý „obraz s sebou nese řadu konotací vznikajících působením kódů, jež jsou samy podřízeny určité ideologii“ (Císař, 2004, s. 56).

Pokud jde o analýzu vizuálního sdělení v mediálním prostředí, obraz je analyzován ze tří základních hledisek. Užitím těchto hledisek se dekonstruuje vizuální text a objeví se vzorce, které jeho existenci řídí. Jde o reprezentace, interakce a kompozice. Jak řekl G. Aiello, „význam reprezentace hledejme v příběhu obrazu, interaktivní význam ve vztahu k pozorovateli a kompoziční význam v situačním rozvržení obrazu“ (Aiello, 2006).

1. 1. 1 Reprezentace

Podstata reprezentačního významu spočívá v tom, že je sdílen účastníky a toto sdílení probíhá na základě určitých rysů. Například, když poukážeme na syntax obrazu, jako na zdroj reprezentačního významu. V jeho prostorovém uspořádání nás budou zajímat prostorové vztahy mezi objekty a aspekty. Myslí se tím propojení prostoru, užití tvarů, barev či vzájemné vztahy věcí. Právě prostorové uspořádání a syntax byly pojmy, o kterých dříve mluvil Arnheim, což znamená, že problematika nebyla řešena z hlediska reprezentačních významů (Leeuwen, 2001). Barthesovská kritika nezapojení syntaxe se vlastně dá vykládat jako akcentace reprezentace obrazu.

Popisování vizuálních syntaktických vzorců a jejich propojení s účastníky vizuálního sdělení se věnují G. Kress a van Leeuwen. Zatím co reprezentace v určitém ději odkazuje účastníka k chápání, stávání se a konání, konceptuální vzorce se zase reprezentují, jako by patřily k nějaké kategorii, nebo měly nějakou charakteristiku. Obrazy, které něco vyprávějí, jsou rozpoznávány díky různým zobrazeným objektům. Například grafy či diagramy vyjadřují dynamiku, nebo proces změny. Ve zpravodajství je celá situace popisována v následujících stále se opakujících variacích, jako v jakýchsi vzorcích – *koronavirová krize, virus z Wu-Chanu, čínský virus, nákaza koronavirem, nemoc Covid, krize způsobená koronavirem, nákaza*. Tyto výrazy mají negativní konotaci i význam, avšak, vzhledem k popisované situaci, je to zcela pochopitelné.

Zkoumání obrazu z hlediska sdělení, která poskytuje, se věnuje i Barthes se svojí sémiologickou kritikou. Podle něj i divácký pohled je pohledem čtenáře vizuálního textu. Při čtení obrazu je potřeba k němu přistupovat jako ke kódovanému systému, který se dá pochopit odhalením konotace, denotace a mýtu. To znamená, že s nástupem teorie obrazu, se nutně nemusí ustupovat od sémiologických analýz zaměřených na čtení. Obraz vytváří záměrné

významy a jeho signifikáty jsou sděleny co nejjasněji, aby je každý příjemce jednoduše přečetl. Důležitou úlohou při vnímání celkového obrazu a jeho textu, který je nám předestřen, hraje prostorové rozmístění textu, jeho grafická úprava, volba písma a rozložení v prostoru plochy reklamy (Císař, 2004). Typickým prvkem vysílání ke koronavirové krizi je využívání specifické grafiky a zvláštních předělů, které zdůrazňují hlavní téma, ale především zvyšují celkovou dramatickosti a naléhavost. Pokud jde o analýzu čistého obrazu, vizuální kód podporuje auditivní kód a je v souladu s narativním polem. Naopak, vizualizace reportáže např. z testování v romských osadách na Slovensku či vizualizace prázdných měst, je do velké míry zaběhlá a rutinní, často ilustrativní. Nezvyklé vizualizace se objevovaly jen výjimečně.

Relace mají pestřejší formát, to znamená, že obsahují více grafických a textových přehledů, strukturovaných informací, rekapitulací či shrnutí. Oproti jiným tématům využívající jiných funkčních stylů, vykazuje toto téma jinou strukturu než běžná žurnalistika. Je více instruktážní i administrativní. Téma je představováno jako mimořádné, a to i v případě, když v relaci nezabírá stoprocentní místo (mnohokrát slyšíme od moderátorů „... a v tématu koronaviru budeme pokračovat dál“ apod.). Příspěvky mají vzhledem k hlavnímu tématu pandemie Covid-19 subtematickou bohatost. Podtémata jsou představována v textové formě prostřednictvím grafiky jako *ochrana, bezpečnost, společnost, otevírání škol a školek* apod. Vedle informací a instrukcí jsou pro občany představována relevantní fakta, data, počty či detaily.

Pokud jde o reprezentaci moderátorů a reportérů, především v živě moderovaných pořadech, jsou velmi dobře argumentačně a informačně připraveni a jejich celkový projev je kultivovaný.

1. 1. 2 Interakce

Obrazy vytvářejí vztahy mezi pozorovateli a světem uvnitř obrazu. Ve své podstatě jde o jakýsi způsob interakce s pozorovateli. Na základě interakce tak pozorovatel zaujme postoj k tomu, co je reprezentováno. Toto sdílení probíhá na základě určitých rysů (Císař, 2004). Můžeme vidět, že relace působí na publikum velkým množstvím rozhovorů a zejména představováním názorů dalších stran. Slouží tak pro přímý přenos vládních prohlášení a zčásti i jako přímý zprostředkovatel instrukcí vlády (vyhlášení opatření aj.). Vzhledem k tomu, že téma Covidu-19 překrývá celou tematickou agendu, jeho vizualizace je velmi pestrá. Jádrem vizualizace tématu je zobrazování zdravotnického prostředí, ilustračních záběrů z laboratoří a v neposlední řadě zdravotníků v ústenkách, respirátorech, štítech a ochranných oblecích. Nezapomíná se ani na vizualizaci ochranných pomůcek, jejich výrobu a přepravu. Zaběhlou vizualizací bylo také

zobrazování promluv politiků buď za řečnickým pultem, nebo v terénu přímo před zdravotnickými zařízeními. Podstatnou část vysílání vyplňovaly záběry složek integrovaného záchranného systému (zkratka IZS), jako zdravotníků a policistů kontrolujících dodržování opatření a restrikcí.

Jak již bylo zmíněno, interaktivní význam nastoluje postoj, který by měl divák zajmout k tomu, co je reprezentováno. Klíčovou roli zde hraje úhel pohledu, kontakt a odstup. Zmíněné prvky dohromady vytváří prostředí mezi divákem a tím, co je reprezentováno. Důležité je si všimnout, jak se na nás televizní reportér, moderátor dívá. Pokud se dívá přímo, vytváří si s námi kontakt a imaginární vztah. G. Kress nazývá tyto obrazy jako „žádoucí“, protože podle něj tyto obrazy od nás něco žádají. Vraťme se tedy k zobrazování politiků v synchronu (Sekula, 2004). Především v souvislosti s projevy na tiskových konferencích při komentování aktuálního vývoje situace a představování nových opatření si lze všimnout, že politici jsou znázorňováni do pasu a jejich pohled je spíš neutrální, tedy bez výraznějšího příznakového znázornění (např. přílišný detail, nadhled či podhled).

Interaktivní význam mají mimo jiné také informace, které jsou nám předkládané. Moderátoři a reportéři používají výrazy či formulace s negativním stylovým příznakem, jako například: *Zdravotníci na pokraji sil; Roušky a respirátory jako zcela nedostatkové zboží; Nedostatek ochranných pomůcek; Poslanci se opět přou o prodloužení nouzového stavu; Vláda podstatně zpřísňuje omezení a zákazy atd.*

Lze také vidět shrnování situace moderátory, jako „*Sehnat roušky a respirátory na běžném trhu je stále obtížné, ne-li nemožné*“. Dále vyvstávají doplňujícími dotazy od opozice i složek integrovaného záchranného systému „*Vy už jste se včera za nedostatek roušek a dalších ochranných prostředků omluvil, teď jsou tedy některé dodávky zajištěné. Je to, podle Vás, záruka, že už se situace nebude opakovat?*“ V neposlední řadě bylo možné slyšet výhledy a predikce „*Celá situace bude mít zřejmě i ekonomický dopad; Třeba se potom setkáme s nějakým optimističtější závěrem*“ a mnoha dalších (Trampota, Klabíková Rábová, 2020).

1. 1. 3 Kompozice

Co se týče kompozice, ta se opírá o tři základní body, a to o informační hodnotu, rámování a významovost neboli modalitu. G. Kress a van Leeuwen zastávali názor, že jsou určité prvky, které je třeba zvýraznit, aby byly více na očích a dostaly se tak do naší pozornosti (Leeuwen, 2001). Česká televize využívá bohaté spektrum tematických rámců, které postihují téměř všechny oblasti veřejného života. Tento článek se ale zaměřuje na ty, které se objevovaly frekventovaněji. Jak již bylo zmíněno, téma koronaviru zasáhlo veškeré oblasti veřejného

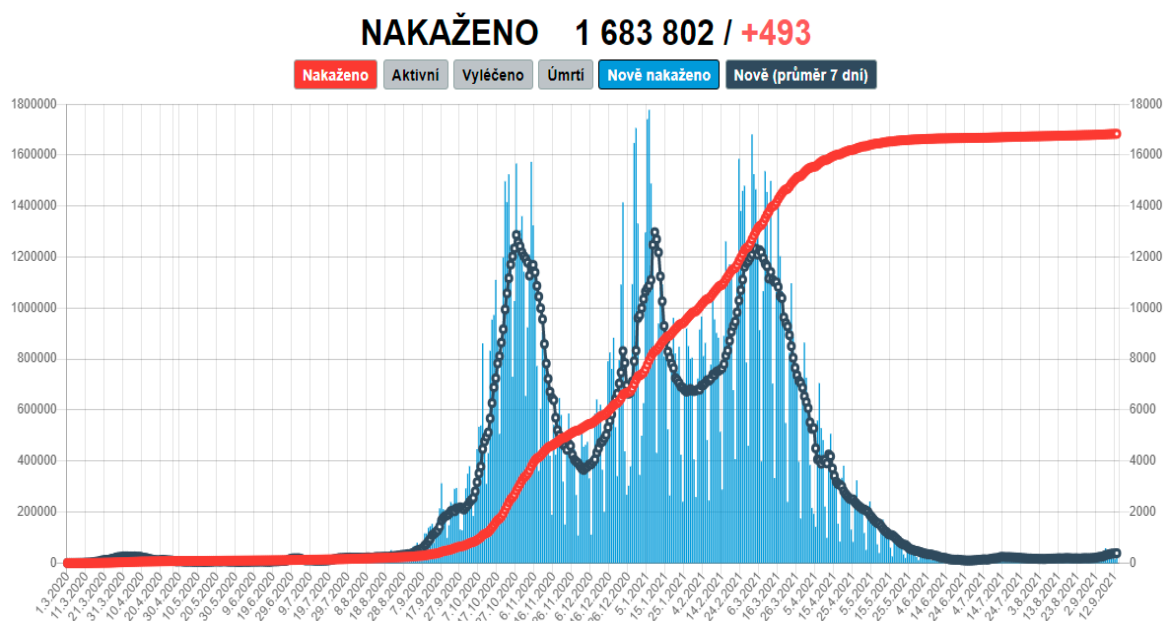
života a vedlo k široké rozrůzněnosti podtémat. To má za následek, že odlišná témata se ve zpravodajství objevují až ke konci relace, a to jen zcela okrajově.

Vzhledem k silné monotematicčnosti je téma koronaviru spojeno s širokým záběrem podtémat, která se pohybují od statistiky nakažených/vyléčených přes práci zdravotníků, testování na Covid-19, nová vládní opatření a informace o jejich (ne)dodržování. Referování se rozrůstá o informování o ekonomických problémech, situaci v zahraničí a o marném hledání léku proti koronaviru. Postupně se krystalizují silné tematické rámce.

Jako jedno z nejvýraznějších témat jsou nepochybně opatření proti Covid-19, jejich uplatňování a dodržování. Velká část vysílání měla vzhledem k charakteru tématu instruktážní charakter. Moderátoři s redaktory deskriptivně popisují jednotlivá vládní nařízení, taktéž pojednávají o tom, jak jsou tato nařízení dodržována a jaké sankce hrozí za jejich nedodržování. Vysílání probíhá za podpory ilustračních záběrů a infografiky. Představitelé vlády často mají delší promluvy bez přerušování. Větší prostor pro monologická vyjádření dostávají zejména premiér Babiš, ministr vnitra Hamáček, ministr zdravotnictví Vojtěch / Prymula / Blatný / Arenberger. V den vyhlášení nouzového stavu toto téma vyplňuje celou relaci a v následujících dnech zabírá naprostou většinu relace. Součástí jsou i tiskové konference se silně formálním charakterem (Trampota, Klabíková Rábová, 2020).

Výraznou součástí vizualizací ve zprávách jsou informace o počtu nakažených, hospitalizovaných, případně zesnulých na Covid-19 v České republice. Vše je i graficky znázorněno.

Obr. č. 1.: počet nakažených s Covid-19 v ČR.



Zdroj: <https://www.covdata.cz/cesko.php>

V souvislosti s charakteristikou daného tématu jsou ve zprávách opakovaně zařazovány vizualizace ze zdravotnického prostředí. Zdravotníci v ochranných oděvech od hlavy k patě jsou spolu s pracovníky v laboratořích nejvýraznějším zobrazením.

Obr. č. 2.: PCR testování v ČR.



Zdroj: <https://www.blesk.cz/clanek/zpravy-koronavirus/665761/pokud-nam-nejsi-ochotny-pomoci-nevolej-sanitku-nechod-k-lekari-a-zemri-drsna-slova-lekare-tomase-o-situaci-v-nemocnicich.html>

Vedle zdravotníků se objevují také vizualizace dalších záchranných složek (vojsko, policie), a to nejčastěji při kontrole dodržování vládních opatření na ulicích či při kontrolách na státních hranicích.

V návaznosti na zdravotnickou vizualizaci dochází ve zpravodajství ke zviditelňování profesí spojených se zvládnutím koronavirové nákazy. Přináší se mnoho informací převážně o lidech, kteří při vykonávání svých profesí čelí hrozbě nákazy – tzv. lidé v první linii. Nejde už jen o lékaře či zdravotnické sestry, ale také o pracovníky sociálních služeb, hasiče, učitele nebo poštovní doručovatele. Příběhy, které v sobě nosí drobná hrdinství, se stávají symbolickou odměnou lidem s potřebnou profesí, a můžeme říct, že zařazování těchto příběhů rozhodně přispívá k silnější koherenci společnosti.

Dále se opakovaně řeší dostupnost zdravotnického materiálu, zejména roušek, respirátorů FFP2 (či KN95) či jehel, a jejich zajištění, distribuce a přístupnost. Vzhledem k tomu, že roušek/respirátorů bylo zejména na začátku pandemie absolutní nedostatek, tak se zpravodajství opakovaně věnuje také pokusům jejich výroby českými subjekty. Co se týče dostupnosti roušek, téma zpočátku pandemie nevykazovalo stoprocentní vyjasněnost. Vládní představitelé se častokrát vyjadřovali v rozporu s tvrzeními nejruznějších lékařů. Zde musíme

podotknout, že tato nevyjasněnost nevyplývala z projevů moderátorů či redaktorů, ale z tématu samotného. Téma dostupnosti zdravotnického materiálu je jedno z mála tematických polí, kde se moderátoři obražejí k vládě s kritickými otázkami. Například moderátorka ČT Augustová se 15. 3. 2020 zeptala ministra Hamáčka: „*Jak mají lidé postupovat, když je roušek nedostatek?*“ (Trampota, Klabíková Rábová, 2020)

Důležitým tématem, které ovlivnilo fungování mnoha rodin, je téma týkající se zavírání škol- a s tím související zavedení domácí výuky. Nejasný je také konkrétní výhled, za jakých podmínek a kdy dojde k úplnému otevření všech škol. Opakovaně se zařazují reportáže o tom, jaké má nastavený režim úskalí a především, jak ho (ne)zvládají rodiny. Pokud jde o tematický rámec, sám o sobě nevyznívá vždy jen kriticky, spíše popisně (jak situaci popisuje sám ministr školství Plaga).

Značné omezení cestovního ruchu a uzavření hranic se od vyhlášení nouzového stavu stalo dalším výrazným tématem. Prostor věnovaný tomuto tématu je rozsáhlý, a to především proto, že omezení cestování a mobility byly klíčovými prvky vyhlášení nouzového stavu. Nejprve je téma uváděno jako ekonomický problém pro podnikatele v restauračním byznysu a hotelnictví. Později, s plánovaným blížícím se uvolňováním opatření, zejména pro možné vycestování v létě na dovolenou, se řeší téma tzv. covid-pasů. Téma je také spojováno s přeshraniční mobilitou pendlerů.

Zdůrazňuje se omezená mobilita obyvatelstva, a to na základě opakujících se reportáží z prázdných ulic velkých měst, z hraničních přechodů, případně dopravních uzlů (např. vlakové nádraží, letiště). Nezapomíná se ani na přehled opatření v jednotlivých zemích, zejména z oblastí, které trpí zastavením turismu (přímořské oblasti, lyžařské areály).

Objevuje se podtéma ekonomických důsledků trvání nouzového stavu a s tím spojené zvýšení nezaměstnanosti a utlumení hospodářské a průmyslové výroby. Část podtématu reflektuje návrhy a rozhodnutí státu ohledně finanční podpory (programy podpory COVID apod.), a to nejen podnikatelům, ale také jednotlivcům, jako fyzickým osobám, které postihla koronavirová krize. Téma se prezentuje v souvislosti s pohostinstvím, hotelnictvím, anebo se objevují reportáže z velkých českých firem (Škoda Auto apod.). Avšak, vzhledem na administrativní náročnost a pomalost žádostí o podporu či nesystémovost, se téma posouvá z nestranně-informační roviny ke kritičtějšímu tónu zdůrazňujícímu nepříznivou situaci (Trampota, Klabíková Rábová, 2020).

Nedílnou součástí zpravodajství se stává informování o situaci koronavirové nákazy v zahraničí včetně přehledů dat a opatření. Výběr zemí závisí od měnící se situace. Můžeme si všimnout, že zpočátku nám byly poskytovány reportáže z Itálie či Španělska, protože tam byla

situace v rámci Evropské unie nejhorší. Později byly přidány reportáže z USA a Velké Britanie (i kvůli nákaze britského premiéra Borise Johnsona). Postupně bylo zařazováno více zpráv z USA, a to v souvislosti s rostoucí intenzitou nákazy v této oblasti. V některých případech reportáže v kontrastu poukazují na lehkovážný přístup či chybějící opatření, jako např. v Rusku, Bělorusku, na Ukrajině. Vedle dat ohledně nakažených, vyléčených a zemřelých, se toto téma spojovalo také s prezentací opatření, později s jejich uvolňováním. Následně bylo téma spojeno s otázkou (ne)možností cestovat do těchto zemí.

2 Předvýzkum

Analýza manipulativních technik ve vybraných českých denících.

Monitorované téma: šíření koronavirové nákazy v ČR a v zahraničí.

Sledované deníky: BLESK, MF DNES, PRÁVO

Vzorek: 78 článků (s délkou textu od tří odstavců až po celostránkové rozhovory)

Sledované období: 18. 4. 2020

Pro kódovací knihu byly vytyčeny následující sledované obsahové jednotky:

Článek vzbuzuje rozhořčení, strach, nenávisť, článek uklidňující čtenáře, v článku se objevuje svalování viny/fabulování/nálepkování, relativizace, celkové negativní rámování článku, nepodložená tvrzení, selektivní výběr informací, manipulace obrázkem/fotografií, názor autora ve zpravodajství, emotivně zabarveno (nenávisť), soucit. Negativní slovesa.

Počet citovaných a jejich odbornost k tématu.

Dále se uplatňuje sledování prvků argumentace:

- ad populum (k davu – každý/všichni);
- argumentum ex concessis: v tom, co tvrdí odpůrce, hledáme, zda to snad není v rozporu s tím, co tvrdil dříve, nebo s tím, jak se sám chová, nebo s tím, co uznává společnost;
- falešné dilema: omezíme uvažované možnosti pouze na dvě, ostatní nebereme v úvahu. Nabídnuté možnosti spolu kontrastují, ale nejsou logicky opačné;
- kluzký svah (angl. slippery slope): řetěz navazujících argumentů, z nichž každý je platný jen s jistou pravděpodobností. Každý dílčí argument pootočí směrem, kam chceme dojít;
- potlačená evidence: předložení jen té části evidence, která tvrzení dokládá, a současné zamlčení částí, které tvrzení odporují.

Výběr deníků: Z českých deníků byly vybrány ty, které jsou často zmiňovány jako příklady nejčtenějších českých tištěných periodik. Sobotní vydání bylo vybráno záměrně, neboť všechny

vybrané deníky v tento den obsahují bohaté přílohy i na nejrůznější komentáře a shrnutí aktuálních informací z právě končícího týdne.

Data z výzkumu MEDIA PROJEKT za 1. a 2. čtvrtletí 2020, zveřejněná ve čtvrtek 13. srpna 2020 ukázala, že tiskové tituly i přes dopady pandemie koronaviru a přijatých regulačních opatření oslovily výraznou většinu populace v ČR. Tiskové tituly čte více než 8 z 10 obyvatel ČR ve věku mezi 12–79 lety. Celkový zásah tisku je téměř 84 % populace.

Deníky a jejich přílohy oslovily celkem 64 % populace. Čtenářem alespoň jednoho časopisu vydávaného v ČR je 77 % občanů ČR ve věku 12–79 let, tj. absolutně 6,8 mil. osob. Celková čtenost všech tiskových titulů na vydání dosahuje téměř než 68 % populace ve věku 12–79 let, čtenost na vydání deníků a jejich příloh je téměř 42 %, čtenost časopisů na vydání je 58 %. Skupina denního tisku zůstává nadále stabilní a pořadí titulů se dlouhodobě nemění. Nejčtenějším celostátním deníkem je Blesk (763 tis. čtenářů na vydání) následovaný MF DNES (479 tis. čtenářů) a Právem (207 tis. čtenářů).

Celkem 465 tis. čtenářů na vydání má Deník - síť regionálních titulů vydavatelství Vltava Labe Media. Mezi přílohami deníků je nejčtenější Blesk magazín TV (aktuálně 995 tis. čtenářů) a druhý nejčtenější TV magazín se 765 tis. čtenářů.

Tab. č. 1.: celostátní deníky v ČR.

	Čtenost	PN
Blesk	763 000	153 031
MF DNES	479 000	97 875
Právo	207 000	59 698
Aha!	192 000	36 827
Lidové noviny	178 000	28 578
Sport	173 000	22 117
Hospodářské noviny	146 000	27 996

Zdroj: http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/medialni_data/vyzkum_ctenosti

(Čtenost – čtenost na vydání. PN – průměrný prodaný náklad v kusech.)

Cíl: Cílem analýzy bylo ve vybraných denících zjistit, zda a případně v jaké míře se na nich vyskytují manipulativní techniky, které mohou mít vliv na samotné čtenáře a pochopení celého významu tištěné zprávy.

2.1 Základní zjištění

Tab. č. 2: Informování o šíření koronaviru v ČR a nejrozšířenější manipulativní techniky v denících, které vyšly v sobotu 18. 4. 2020.

Manipulativní techniky	BLESK 21 článků k tématu koronavirus	MF DNES 24 článků k tématu koronavirus	PRÁVO 33 článků k tématu koronavirus
Článek vzbuzuje strach, rozhořčení, nenávisť. Celkové negativní rámování článku.	14x	13x	6x
Článek čtenáře uklidní	6x plus; 1x neutrální	4x plus; 7x neutrální	14x plus; 11x neutrální
relativizace/ paušalizování	3x relativizace	9x paušalizování	2x
názor autora ve zpravodajství	1x	2x	0x
ad populum (k davu – každý/všichni)	2x	6x	2x
kluzký svah (angl. slippery slope)/ personalizování	1x	1x	2x
negativní slovesa	3x	3x	2x
počet citovaných	18x	14x	33x

Zdroj: vlastní šetření

2.2 Slovní závěr – hodnocení BLESK 18. 4. 2020

V prvním sledovaném deníku BLESK byl největší podíl použitých negativních výrazů. A to hned na druhé i třetí straně vydání. Výrazy jako „tragédie v nemocnici – zastřelil se pacient“, „strach z nákazy“, „nešel k doktorovi a zemřel“, „lékaři nemají“, „mrtvice útočí za koronaviru“, „snáším strašlivé bolesti“, vyvolávají ve čtenáři jasnou skepsi o aktuální situaci. Negativní výrazy v titulcích jsou ještě zvýrazněny kontrastní červeno-černou barvou a všude přítomným logem koronaviru, který se dostal i jako podklad pod čísla jednotlivých stránek. To vše vyvolává ve čtenářích negativní emoce vzbuzující strach.

Paradoxem uvedených titulků ještě je, že po samotném přečtení celého článku se až poté dozvídáme, že k avizované tragédii v nemocnici – zastřelení pacienta na pokoji – není žádná souvislost s avizovaným hlavním tématem – koronavirem.

Ve druhém velkém článku na straně 3 (rozsahem přes 1/2 strany) s vyobrazeným skleslým pacientem na lůžku, se v titulku dozvídáme, že pacient snáší strašlivé bolesti kvůli nemoci Covid-19. Při přečtení celého článku se však dozvíme, že tento pacient má výhřez plotýnek a čeká na brzkou operaci.

Kladně laděné články k tématu koronaviru v deníku BLESK nalézáme až od strany 4 a 5, kde se informuje o zvýšení ošetrovného a o vyplácení 25 tis. Kč živnostníkům. I zde se však dozvídáme jen o velkých chybách, kterých se živnostníci dopouštějí při vyplňování žádosti. Na zdůraznění, kdy k vyplácení bude reálně docházet, se však vztahuje pouze jediná věta z celkové 1/2 strany tištěného textu.

I na straně 5 si můžeme všimnout, že optimisticky laděné zprávy jsou okamžitě zahaleny do negativní nálady. Viz konkrétní příklad příspěvku, který referuje o uzdravování jednoho z nejznámějších pacientů – pražského taxikáře. Avšak ihned je doplněno, že sestřička, která se starala od začátku o tohoto pacienta v Thomayerově nemocnici, zemřela právě v důsledku nákazy koronavirem od dotyčného pacienta.

Také na straně 14 ve sportovní sekci deníku BLESK je možné nalézt manipulativní techniky v článku pojednávajícím o tom, jak se fotbalista Milan Škoda zastává kolegů fotbalistů, aby si také mohli, jako OSVČ, sáhnout na podporu od státu. Ministryně financí Alena Schillerová není v článku ani citována. Je jí jen vkládáno vyjádření, že na sportovce „*bolševicky pohrozí a zaklekne na ně finančák*“, pokud budou tito sportovci žádat o státní kompenzační příspěvek 25 tis. Kč. V následujícím odstavci je dále připomenut plat paní ministryně 209 400 Kč, který však s výzvou fotbalisty Milana Škody nemá vůbec nic společného.

Konkrétní uvedené výrazy vytvářející emoce: „*strach Čechy odrazuje od návštěvy lékařů*“, „*karanténu ukončí až rychlotesty, ale lékaři je nemají*“, „*bez turistů jsou na dně*“.

V rámci sledovaných 21 článků se objevuje 18 citací. Odkaz na následující političky na str. 4 není ve fázi přímé citace, ale jen jakéhosi odkazu na ně. Doslova se píše: „*podle návrhu Maláčové...*“, „*Schillerová včera prozradila...*“ – není v článku však uvedena jejich funkce ve vládě ČR ani cokoliv dalšího k těmto ministryním.

Deník BLESK 18. 4. 2020 ve sledovaných člancích opakovaně neuváděl funkci citovaných osob. Zde také bylo možné sledovat různé způsoby snižování autority: u jmen ministrů nebyl uváděn resort, který řídí, dokonce nebylo uvedeno ani jejich celé jméno, ale jen

příjmení. U nejmladšího ministra byl ještě zdůrazněn jeho věk, který však s daným tématem neměl nic spojujícího.

Závěr

Mediální sdělení zprostředkovávají určité významy, které značným způsobem ovlivňují to, jak se člověk dívá na svět i na kulturní dění ve společnosti. Společnost klade na vizuální aspekty nemalý význam. Rozborem mediálního obrazu onemocnění Covid-19 v České televizi jsme si ukázali, jakou roli hraje vizuální komunikace v reprezentaci politiků, moderátorů, lékařů, sester a jiných důležitých osob. Můžeme říct, že tyto obrazy, které nám jsou zprostředkovány, jsou ve své podstatě účelné, protože byly vytvořeny za určitým záměrem. Mitchell ve své knize vyzdvihl důležitost čtenáře a upozornil, že právě ten přisuzuje obrazu určité významy, protože ty nejsou jeho nezbytnou součástí (Mitchell, 1995). Nejen český, ale také zahraniční mediální obraz Covidu-19 nás vrhá do prostředí plného hlubokých významů, symbolů, marketingových strategií a využívá naší neschopnosti reflexe. Televize je považována za jakousi videotvorbu určenou pro masmediální prezentaci určité události, ale již si neuvědomujeme, že televize je také nástrojem k manipulaci či konstrukci reality. V médiích tedy hraje vizuální komunikace klíčovou roli.

Dichotomii slova a obrazu lze překonat pomocí využití konceptu textu. Propojení těchto textů mezi sebou pak můžeme uchopit jako mediální prostředí. Mediální systém funguje jako otevřený systém, který propojuje prvky a soustavy obsahující různé významy. Právě pohybové, flexibilní pojetí vizuálních sdělení osvobozuje tato sdělení z konečného čtení a interpretace. Obrazy onemocnění Covid-19 jsou jistým typem vizuální komunikace, která využívá prostředek masových médií ke svému šíření. Ve své podstatě jde o určité nástroje komunikace, jejichž významy a podtexty jsou lépe pochopitelné díky Barthesovi a jeho konceptům.

V souvislosti s charakteristikou tématu byly například opakovaně a velmi intenzivně zařazovány obrazy ze zdravotnického prostředí, které zdůrazňovaly důležitost sdělení a měly dominantní postavení. Analýzou obrazu byl zapojen prvek diváctví do rozboru mediálního obrazu, a tím byl vystaven most k jeho teorii. Tato analýza pomohla pochopit vztahy mezi vizuálním textem a zobrazenými prvky. Tím bylo zjištěno, že určité prvky byly pravidelně používány a některé striktně dodržovány tak, aby to splnilo svůj účel. Aby se osvětlily samotné obrazové reprezentace a jejich multimodální základ, byla v této práci použita teorie multimodality od Gunthera Kresse, která pomohla pochopit samotnou komunikaci mezi příjemcem a vizuálním sdělením.

Na jedné straně obrazy představují významnou cestu medializace v současné společnosti, na straně druhé naše sémiologická analýza a vizuální komunikace představují důležitý nástroj, který pomáhá odhalit a pochopit vizuální zacházení s reprezentací či společenskými jevy. Je tedy nezbytné, aby byl obraz chápán jako určitý prostředek, který se masově šíří v mediálním prostředí a ovlivňuje tím naše životy.

Vzhledem k tomu, že v rámci předvýzkumu (monitoring médií: 18. 4. 2020) došlo k potvrzení výskytu několika manipulativních technik, které se objevují v předních českých denících, dojde k časovému rozšíření celého monitorovaného období. Analyzované téma (informování o koronavirové situaci v ČR i ve světě) bude autor monitorovat i zpětně. Konkrétně od začátku března 2020 (informování o prvním potvrzeném pacientovi s COVID-19 na území ČR) až do konce roku 2020, resp. do skončení celosvětové pandemie.

Poděkování

Tento článek byl vydán v rámci projektu Interního grantového systému Metropolitní Univerzity Praha č. 55-79, 2021 „Přístup českých médií k bezpečnostním rizikům v komunikaci“, financovaného z podpory MŠMT na specifický vysokoškolský výzkum v roce 2020 a 2021.

Seznam použité literatury

- 1) AIELLO, G. *Theoretical Advances in Critical Visual Analysis: Perception, Ideology, Mythologies, and Social Semiotics*, 2006, s. 92. ISBN 80-866-0328-8
- 2) BARTHES, Roland., *Rétorika obrazu*. In: CÍSAŘ, Karel. (Ed.) *Co je to fotografie?*, Praha: Herrmann, 2004, 365 s. ISBN 80-239-5169-6
- 3) LEEUWEN, T., JEWITT, C. *Handbook of visual analysis*, 2001, s. 140. ISBN-13: 978-0761964773
- 4) MITCHELL, W. *Picture theory: essays on verbal and visual representation*. Chicago: The University of Chicago Press, 1995, 445 s. ISBN 978-0-226-53232-5.
- 5) SEKULA, A. *O vynalezení fotografického obrazu*. In: CÍSAŘ, Karel. (Ed.) *Co je to fotografie?*, Praha: Herrmann, 2004, 365 s. ISBN 80-239-5169-6.
- 6) TRAMPOTA T., KLABÍKOVÁ RÁBOVÁ, T. *Analýza mediální reprezentace tématu Covid 19 a vyhlášení nouzového stavu*, 2020
- 7) VAN LEEUWEN, T. *Introducing social semiotics*. New York: Routledge, 2005, 301 s. ISBN 04-152-4944-9.

Internetové zdroje:

- 1) <https://www.covdata.cz/cesko.php>
- 2) <https://www.blesk.cz/clanek/zpravy-koronavirus/665761/pokud-nam-nejsi-ochotny-pomoci-nevolej-sanitku-nechod-k-lekari-a-zemri-drsna-slova-lekare-tomase-o-situaci-v-nemocnicich.html>
- 3) http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/medialni_data/vyzkum_ctenosti

Kontakt

Ing. Zdeněk Eška, MBA, LL.B.

Metropolitan University Prague, Doctoral programme student – Media Studies

Dubečská 10, Prague 10, Czech Republic

Email: eskaz9ax@student.mup.cz