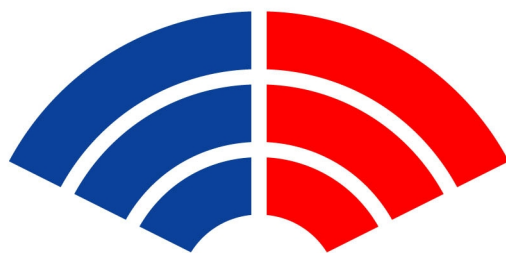


Občanské sdružení Fórum 50%



FÓRUM 50%

Rovné příležitosti českých političek ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2006 z pohledů médií



Mgr. Iva Baslarová, Mgr. Pavlína Binková

Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity, Katedra mediálních studií a žurnalistiky

Obsah

<u>Obsah.....</u>	<u>2</u>
<u>.....</u>	<u>2</u>
<u>Uvedení do tématu.....</u>	<u>3</u>
<u>Použitá metodologie.....</u>	<u>4</u>
<u>Kvantitativní část výzkumu – obsahová analýza.....</u>	<u>6</u>
<u>Zastoupení jednotlivých političek.....</u>	<u>6</u>
<u>Kauzy jako zdroj pozornosti.....</u>	<u>9</u>
<u>Tematizování rovných příležitostí v politice.....</u>	<u>11</u>
<u>Pozice žen.....</u>	<u>19</u>
<u>Jazykové fauly.....</u>	<u>19</u>
<u>Závěr.....</u>	<u>24</u>

Uvedení do tématu

Žijeme v mediovaném světě (Byerly, Ross 2004), média určitým způsobem determinují vnímání světa, ve kterém se nacházíme. To, jakým způsobem jsou v médiích – ať už v elektronických či tištěných – zobrazováni muži a ženy, vypovídá především o tom, jakým způsobem a kým je mediální svět konstruován. Média vlastní, ovládají a řídí především muži, proto je v jejich zájmu udržovat status quo, tedy dominanci patriarchálního řádu (Fiske, Hartley, 1981).

Řada obsahových analýz nejrůznějších českých médií dosvědčuje, že ženy a muži – femininita a maskulinita – jsou stále zobrazováni stereotypně; ženy bývají marginalizovány a stavěny do pozice objektu, nikoli subjektu. V tomto výzkumu jsme se zaměřily na zpodobnění žen-političek či žen-kandidátek ve volbách do Poslanecké sněmovny 2006, tedy na to, jakým způsobem o nich a o tematice rovných šancích česká média referují, jakou formu užívají, jaký dávají ženám prostor a s jakými tématy je spojují.

Základní hypotézou je, že téma rovných příležitostí se v českých médiích v době voleb do Poslanecké sněmovny 2006 vyskytovalo výrazně častěji než dříve. Média, od Mladé fronty Dnes, přes Respekt až k Vlastě, opakovaně zdůrazňovala genderovou nerovnováhu české politické scény: „Žen u nás kandiduje málo. To je taková zpráva pro média, jako že v únoru sněží. Jenomže anomálie malého zastoupení žen v politice je do očí bijící.“ (Mladá fronta Dnes, 27. 2. 2006) Domníváme se, že média reflektovala a přijala agendu rovných příležitostí. Zajímá nás tedy, zda s tematikou většího zastoupení žen v politice přicházejí média samotná, či zda tomu procesu napomohl vznik občanského sdružení Fórum 50% a dalších neziskových organizací, které se začaly intenzivně věnovat prosazení žen do vysoké politiky. Sledujeme, jak s tematikou rovných příležitostí nakládají a jak veřejnost informují o ženách aktivních na české politické scéně.



Použitá metodologie

Výzkum Rovné příležitosti českých političek ve volbách do Poslanecké sněmovny 2006 z pohledů médií jsme rozdělily v závislosti na zvolené metodologii na dvě části: kvantitativní a kvalitativní.

Už od počátku jsme se rozhodly sledovat pouze tištěná média. Tato volba byla daná snahou o pokrytí co největšího časového úseku co největšího počtu médií tak, aby byl vybraný vzorek pokud možno reprezentativní a zároveň realistický z hlediska nároků na zpracování. Zahrnutí audiovizuálních médií by vyžadovalo samostatný způsob kódování a analýzy, jež by původní záměr značně rozšířil. U vybraných

tištěných periodik jsme se zároveň soustředily především na samotný text, vizuální složku jsme na základní rovině do výzkumu zahrnuly pouze v kvantitativní části analýzy.

Ve výběru sledovaných periodik jsme se snažily zohlednit různé typy médií –podle obsahových i formálních kritérií, periodicity a zaměření na specifické skupiny čtenářek a čtenářů. Výsledný soubor tak zahrnuje následující média: deníky Hospodářské noviny, Mladá fronta Dnes a Blesk a jejich víkendové přílohy Magazin MF Dnes, magazin HN Víkend, Nedělní Blesk; týdeníky Respekt, Reflex a Týden; periodika určené primárně ženám – přílohu Mladé fronta Dnes Ona Dnes, časopis Vlasta a měsíčník Elle.

V případě deníků jsme se snažily o výběr, jenž by částečně postihl spektrum české mediální scény a umožnil výsledné srovnání tří různých typů periodik:

seriózní (HN), infotainment (MF), bulvární (Blesk).

Mezi časopisy jsme zahrnuly tři česká periodika zabývající se investigativní a analytickou žurnalistikou, jež se obecně zaměřují na aktuální společensko-kulturní a politické dění (Reflex, Respekt, Týden). Třetí kategorií jsou časopisy pro ženy – Vlasta představuje tradiční časopis, Elle exkluzivní a Ona Dnes zaujímá místo ve středu mezi oběma jmenovanými: oslovuje mladší čtenářské publikum než Vlasta a méně solventní oproti Elle.

	počet článků	procenta
Mladá fronta Dnes	305	72,1
Hospodářské noviny	70	16,5
Blesk	17	4,0
Týden	13	3,1
Respekt	10	2,4
Magazín MF Dnes	3	,7
Reflex	2	,5
Vlasta	2	,5
Nedělní Blesk	1	,2
celkem	423	100,0

tabulka č. 1: články podle periodika

Jak vyplývá z uvedené tabulky, ne všechna vybraná periodika se věnovala námi zvoleným tématům. Z analýzy tak vypadly: Víkend HN, příloha Ona Dnes a Elle (dva články uveřejněné v časopisu Elle, jež s vztahují k volbám nepřímo, zmiňujeme v kvalitativní části analýzy).

Vybraná periodika jsme sledovaly v období od 1. února do 1. července 2006. Začátek je vymezen časem oficiálního zahájení předvolební kampaně; ve snaze zhodnotit exponovanost jednotlivých témat a političek/kandidátek jsme analyzovaly ještě měsíc po volbách. Při výběru vzorku jsme využily fulltextové databáze firmy Anopress. Po pilotním průzkumu periodik v daném období (hledání klíčových témat a diskurzů, zmapování obsáhlosti významového pole, „ohraničení“ rozsáhlého tématu voleb) jsme se rozhodly pro kombinaci dvou skupin klíčových slov. Snažily jsme se o zachycení

všech textů uveřejněných v daném období, v nichž v přímé souvislosti s volbami do Poslanecké sněmovny vystupovaly ženy jako veřejně činné osoby a v nichž se objevovalo téma rovných šancí či jiná reflexe genderové problematiky.

K analýze jsme tedy na základě jmenovaných kritérií vybraly všechny články, ve kterých se objevil libovolný tvar výrazů: *politčka, poslankyně, ministryně, rovné šance, rovné příležitosti, feminismus, feministka, kandidátka, žena, ženy, chlap, mužství, ženství*, v kombinaci se slovy *volba, volby, sněmovna*. Snažily jsme se tak zúžit náš výzkum na texty týkající se bezprostředně tématu voleb, respektive situace na české politické scéně před volbami do Poslanecké sněmovny. Celkem jsme dohledaly 423 relevantních článků.

Pro zpracování kvantitativní části výzkumu metodou obsahové analýzy jsme použily program pro statistickou analýzu dat (SPSS). Pro kvalitativní část výzkumu jsme zvolily metodu diskurzivní analýzy, která nám umožnila zaostřit pozornost na hlubší významovou problematiku související s mediálním obrazem žen-političek; na užívání jazyka, volbu témat a způsoby jejich zpracování, konkrétní formy stereotypizací a mediální manipulace, na mocenskou rovinu mediální reprezentace a v neposlední řadě na to, jakým způsobem média konstruují, re-konstruují, ale také opouštějí diskurz rovných příležitostí.

Kvantitativní část výzkumu – obsahová analýza

Na základě předchozího pilotního průzkumu zvolených periodik jsme stanovily několik základních hypotéz:

- Média referují pouze o ženách ve vrcholových politických funkcích (ministřyně, poslankyně, volitelná místa kandidátek). Do povědomí čtenářů a čtenářek se tak dostává pouze úzce vymezená, elitní skupina osob.
- Ženy se dostávají do centra pozornosti médií pouze v souvislosti s kauzami – mediálně dlouhodobě sledovanými a pokrývanými událostmi.
- Pokud je ženám pozornost věnována, bývají přesto „umlčovány“ – vystupují tedy více v objektové nežli v subjektové pozici.
- Pozornost většímu spektru žen v politice je věnována v regionálních médiích.
- Média začala před volbami do Poslanecké sněmovny reflektovat téma rovných příležitostí – na rozdíl od předchozích voleb. Toto téma však do své agendy vnášejí nárazově a většinou v závislosti na podnětech zvenku – nejsou teda sama aktivními tvůrci agendy a rovné šance se stávají jakýmsi tématem „okurkové sezóny“.
- Na symbolické rovině jazykového vyjadřování existuje malá vůle a povědomí novinářek a novinářů využívat genderově korektní výrazy; médiím stále dominuje to, co jsme označily za tzv. *jazykové fauly* – označování žen v politických funkcích mužskými verzemi daného výrazu. Nejméně markantní a „společensky akceptovatelné“ se tyto výrazy zdají být v plurálu (na české politické scéně se tak vyskytují pouze politici, poslanci, kandidáti či lídři).
- „Faulování“ je sociálně zakořeněno a společensky akceptováno – často ho používají také ženy-novinářky, případně i samy političky, především členky pravicových strany zastávajících politiku asimilace a odmítajících kvóty.
- Existují rozdíly mezi referováním jednotlivých deníků: Hospodářské noviny jsou ve svém přístupu serióznější a analytičtější oproti Mladé frontě Dnes. Předpokládáme také, že v Blesku budou zvolená témata zastoupena minimálně.

Zastoupení jednotlivých političek

Více než 50 % všech citací zaujímá patnáct žen (viz tabulka č. 25 na konci souboru) – tuto skupinu lze rozdělit na členky vlády (reálné i potenciální – Buzková, Němcová, Parkanová), ženy spojené s kauzami (Jacques, Páralová, Pavlicová, Holubová, Bebarová, Jakubková), celebrity (Topolánková); vymyká se několik žen, jež lze pravděpodobně zařadit do kategorie žen-politických osobností (Fischerová, Kuchtová, Stehlíková).

V regionálních médiích (v našem vzorku výhradně krajské mutace Mladé fronty Dnes, tvořící 37 % všech analyzovaných článků) se objevila zmínka o političkách celkem 203krát (40 % všech zmínek) a objevila se v nich celkem jména 74 různých političek. Celostátní média uvedla pouze jména 59 političek (přestože se v nich objevilo 60 % všech zmínek) z celkového počtu 96.

	počet článků	procenta
MF celostátní	147	48,2
MF regionální	158	51,8
celkem	305	100,0

tabulka č. 2: podíl článků v celostátním a regionálním vydání Mladé fronty Dnes

Jak naznačovala naše hypotéza, důležitou roli hrála politická funkce mediované osobnosti, její aktuální hodnota na politickém trhu. K nejčastěji médií uváděným osobnostem patřily političky s funkcí poslankyně či ministřyně nebo osobnosti na prvních místech kandidátky.

O některých poslankyních z volebního období 2002-2006 se však média zmiňovala minimálně, v některých případech jen jednou, v souvislosti s jejich odchodem z funkce (Nedvědová, Vlčková ad.).

	počet citací
Jacques	43
Buzková	34
Němcová	24
Parkanová	17
Šojdrová	15
Kuchtová	13
Páralová	13
Bebarová-Rujbrová	11
Fischerová	10
Talmanová	8
Topolánková	8
Bérová	6
Holubová	6
Jakubková	6
Marvanová	6
Paroubková	6
Stehlíková	6
Benešová	5
Hamplová	5
Pavícová	5
Ulmannová	5
Bobošíková	4
Edelmannová	4
Chytilová	4
Kalábková	4
Nováková	4
Zubová	4
Dostálová	3
Gruntová	3
Hybášková	3
Konečná	3
Kupčová	3
Rázková	3
Bohdalová	2
Čurdová	2
Dundáčková	2
Semelová	2
Sommerová	2
Tylová	2
jiná politička*	21
celkem	327

tabulka č. 3: političky citované v celostátních médiích

* Jeden výskyt v celostátních médiích: Kujátová, Halíková, Martinová, Matějková, Procházková, Seitlová, Emmerová, Salmová, Hlinková, Levá, Paulu, Slámová, Cauševic, Šedivá, Součková, Záborcová, Čížková, Reedová, Veverková; *celkem uvedeno 59 političek*

	počet citací	procenta
poslankyně	209	36,9
kandidující	163	28,7
ministřyně	54	9,5
jiná politická funkce	49	6,1
manželka, matka, dcera	30	8,6
komunální politička - jiná	14	1,9
expertka gender	11	2,5
poslankyně EP	8	1,9
expertka	6	1,1
úřednice	4	,5
celebrita	4	,7
komunální politička - radní	3	,5
podnikatelka	3	,5
senátorka	2	,4
jiná zahraniční funkce	1	,2
jiné	14	1,9
celkem	567	100,0

tabulka č. 4: hlavní mediovaná funkce citovaných osob

Vzhledem ke kategorii kandidatury do Poslanecké sněmovny je zajímavé, kolik prostoru věnovala v předvolebním čase média političkám, které nekandidovaly do Poslanecké sněmovny – kupříkladu Petře Buzkové, Pavle Topolánkové či Zuzaně Paroubkové. V případě posledních dvou zmíněných žen se média zaměřovala především na fakt, že jsou „ženami slavných mužů“ – tedy dvou hlavních politických rivalů a konkurentů na post příštího premiéra. Například deník Blesk uvedl článek s tímto titulkem a podtitulkem: „Topolánková: Mirek je emotivní! Paroubková: Jirku nikdo nevytočí! Život ve volbách očima žen dvou největších politických rivalů.“ (Blesk, 27. 5. 2006). V podobné dikci se nese například i text Mladé Fronty Dnes z 9. 6. 2006 s titulkem „Topolánka vzpruží pivo, Paroubka masáž a kanape“, jehož hlavními aktérkami jsou obě zmíněné ženy.

	počet citací	procenta
jednička	197	34,7
nekandiduje	133	23,5
nevolitelná pozice	88	15,5
dvojka	84	14,8
jiná volitelná pozice	40	7,1
nelze určit	25	4,4
celkem	567	100,0

tabulka č. 5: pozice mediovaných osob na kandidátkách

Kauzy jako zdroj pozornosti

Skutečnost, že nejexponovanější bylo označení poslankyně, samozřejmě odráží fakt, že se jednalo o období před volbami do PS.

Důležitou roli v distribuci pozornosti médií, jež nám může něco napovědět o novinářské rutině, tak sehrávaly kauzy – to zda se jméno političky objevovalo v souvislosti s aktuální, žhavou společenskou událostí.

	počet	procenta
ano	78	18,4
ne	345	81,6
celkem	423	100,0

tabulka č. 6: počet článků s výskytem kauzy

	počet	procenta	validní procenta
Jacques - demonstrace, zásah policie	19	4,5	24,4
konflikt Macek-Rath	3	,7	3,8
Edelmannová - předsedkyně NS, památník v Letech	1	,2	1,3
škrty na kandidátce SZ	15	3,5	19,2
odvolání soudkyň	2	,5	2,6
Barková - Gross	1	,2	1,3
Paroubková - ženy nepatří do politiky	4	,9	5,1
maturitní otázky ČSSD	4	,9	5,1
většinový volební systém	1	,2	1,3
Páralová - preferenční hlasy	7	1,7	9,0
sestavení vlády	21	5,0	26,9
celkem	78	18,4	100,0
bez kauzy	345	81,6	
celkem	423	100,0	

tabulka č. 7: specifikace kauzy

	počet
Jacques	22
Němcová	11
Pavlicová	10
Šojdrová	10
Páralová	8
Holubová	5
Jakubková	5
Kuchtová	5
Buzková	4
Parkanová	4

tabulka č. 8: zmínka političky v souvislosti s kauzou – četnost

Ukazuje se, že nejexponovanější političky se v médiích ocitají právě v důsledku kauz – to je jednoznačně příklad Kateřiny Jacques, Miroslavy Němcové, Michaely Šojdrové či Aleny Páralové; u Simony Pavlicové je korespondence téměř stoprocentní (10 z celkového počtu 11 citací). Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2006 však měly i své ženy-mediální objevy, k nimž se řadí například právě Kateřina Jacques – v jejím případě je zájem o její osobu kauzou sice generován, avšak dále na ní mnohdy nezávislý. Referování o její osobě se budeme věnovat v kvalitativní části výzkumu, stejně jako konkrétním podmínkám, za nichž se i ostatní české političky stávají mediálně atraktivními.

Tematizování rovných příležitostí v politice

Na základě dat získaných kvantitativní obsahovou analýzou lze potvrdit, že v těchto volbách se jedním z vracejících se mediálních témat stala i rovnost šancí. Média přejímala tiskové zprávy neziskových organizací (ač často bez větší aktivity ve formě krátké zprávy v minimálním rozsahu do 100 slov). Mnohem častěji se však žurnalisté a žurnalistky pouštěli do investigativního objevování tohoto pole. I tato oblast se však nevyhnula vnitřním rozporům, jež rozkrývá až analýza předvolebního diskurzu rovných šancí.

V souvislosti s tematizováním vstupu žen do politiky média vyměřila poměrně málo prostoru straně Rovnost šancí, která si za svůj hlavní cíl určila dostat do Poslanecké sněmovny více žen. Naopak jsme zaznamenaly nadprezentaci kandidátek ze Strany zelených, která se sice ve svém programovém prohlášení rovněž velkou měrou hlásí k prosazování genderových aspektů do legislativy i praxe, ovšem nestanovuje si je jako nejvyšší prioritu.

	počet citací	procenta	validní procenta
SZ	139	24,5	26,7
ČSSD	101	17,8	19,4
ODS	97	17,1	18,7
KDU-ČSL	56	9,9	10,7
KSČM	49	8,6	4,9
Nezávislí	18	3,2	3,5
Rovnost šancí	18	3,2	3,5
US	10	1,8	1,9
SNK-ED	7	1,2	1,3
jiná	8	,9	1,5
nestraničná	18	3,2	3,5
celkem	521	91,9	100,0
nelze určit	46	8,1	
celkem	567	100,0	

tabulka č. 9: stranická příslušnost citovaných osob

Count		postoj novináře/novinářky				celkem
		ironizace	nehodnotící	stvrzující	jiný	
straničná	SZ	31	86	14	8	139
příslušnost	ČSSD	30	57	12	2	101
ženy	ODS	20	60	8	9	97
	KDU-ČSL	16	33	4	3	56
	KSČM	13	29	5	2	49
	Nezávislí	6	11	1	0	18
	Rovnost šancí	3	13	2	0	18
	SNK-ED	1	3	2	1	7
	US	2	1	2	5	10
	jiná strana	4	2	1	0	8
	nestraničná	1	9	3	2	18
	neurčeno	12	33	7	6	46

tabulka č. 10: subjektivní postoj novináře/novinářky k politickým podle stranické příslušnosti

Z další tabulky vyplývá, že zřetelně nejčastěji byli negativně či ironicky hodnoceny politicky vládních stran – ČSSD a KDU-ČSL (v poměru k celkovému množství zmínek).

Sledovaly jsme rovněž, v jaké míře se média věnují tematické rovných příležitostí, jak ji prezentují (pozitivně / neutrálně / negativně) a kdo je původcem či původkyní těchto informací (investigativní žurnalistika / neziskový sektor / politička či politik).

Z porovnání tří deníků, které jsme analyzovaly, vyplývá, že s tematikou rovných příležitostí přicházela nejčastěji Mladá fronta Dnes – a to celkem v 80 případech. Hospodářské noviny otiskly 25 článků s touto tematikou, Blesk pak pouze 1. Mladá fronta Dnes navíc podle výsledků kvantitativní analýzy ve více než polovině případů přicházela s touto tematikou sama v rámci investigativní žurnalistiky. Kvůli početní nevyváženosti nenabízíme větší komparaci uvedených deníků, v kvalitativní části výzkumu se však zaměříme na objasnění vysokého procenta agendování tématu rovných příležitostí novináři a novinářkami Mladé fronty Dnes.

	počet	procenta	validní procenta
pozitivní	82	19,4	31,8
neutrální	25	5,9	9,7
negativní	26	6,1	10,1
neurčeno	125	29,6	48,4
celkem	258	61,0	100,0
bez zmínky o RP	165	39,0	
celkem	423	100,0	

tabulka č. 11: téma rovných příležitostí – valence

	počet	procenta	validní procenta
investigativní žurnalistika	12	17,1	48,0
neziskový sektor	3	4,3	12,0
politik/čka	7	10,0	28,0
kauza	1	1,4	4,0
jiné	2	2,9	8,0
celkem	25	35,7	100,0
bez zmínky o RP	45	64,3	
celkem	70	100,0	

tabulka č. 12: rovné příležitosti v Hospodářských novinách – zdroj

	počet	procenta
investigativní žurnalistika	1	5,9
bez zmínky o RP	16	94,1
celkem	17	100,0

tabulka č. 13: rovné příležitosti v Blesku – zdroj

	počet	procenta	validní procenta
investigativní žurnalistika	45	14,8	56,3
neziskový sektor	14	4,6	17,5
politik/čka	15	4,9	18,8
jiné	6	2,0	7,5
celkem	80	26,2	100,0
bez zmínky o RP	225	73,8	
celkem	305	100,0	

tabulka č. 14: rovné příležitosti v Mladé frontě Dnes – zdroj

V následujících tabulkách uvádíme i hlavní témata a podtémata analyzovaných článků

	počet článků	procenta
volby	216	51,1
Parlament, Senát, vláda	66	15,6
rovnost příležitostí	36	8,5
politické skanály, osobní život	18	4,3
ekonomika	16	3,8
policie, kriminalita	15	3,5
senzace	15	3,5
regionální politika	11	2,6
občanská společnost	5	1,2
preferenze, výzkumy, volební účast	5	1,2
zahraniční politika	4	,9
sociální politika	4	,9
soudnictví	3	,7
média	2	,5
zdraví a životní styl	2	,5
podnikání	1	,2
korupce	1	,2
věda a výzkum	1	,2
kultura	1	,2
zábava	1	,2
celkem	423	100,0

tabulka č. 15: hlavní témata článků

Z tabulky č. 15 je patrné, že rovné příležitosti byly sice třetím nejčastějším tématem analyzovaných článků, celkem však tvoří pouhých 8,5 %. Více než padesát procent totiž zaujímají články s hlavním tématem vztaheným k volbám, texty spadající do kategorie „Parlament, Senát, vláda“ pak čítají 15,6 %.

	počet článků	procenta	validní procenta
regionální politika	77	18,2	19,0
Parlament, Senát, vláda	73	17,3	18,0
volby	71	16,8	17,5
politické skanály, osobní život	40	9,5	9,9
rovnost příležitostí	26	6,1	6,4
senzace	22	5,2	5,4
sociální politika	15	3,5	3,7
preferenze, výzkumy, volební účast	13	3,1	3,2
školství	12	2,8	3,0
občanská společnost	11	2,6	2,7
korupce	11	2,6	2,7
státní správa	6	1,4	1,5
ekonomika	5	1,2	1,2
média	5	1,2	1,2
podnikání	4	,9	1,0
kriminalita	3	,7	,7
kultura	3	,7	,7
zdraví a životní styl	3	,7	,7
policie	2	,5	,5
zábava	2	,5	,5
zahraniční politika	1	,2	,2
celkem	405	95,7	100,0
neuveдено	18	4,3	
celkem	423	100,0	

tabulka č. 16: první podtéma článků

V tabulce č. 16 je vidět, že jako první podtéma se rovné příležitosti objevily ve 26 člancích, což činí 6 % z celkového objemu. Co se týče pořadí témat se však dostávají na páté místo.

Tabulka č. 17 pak ukazuje, že jako druhé podtéma se vrací na třetí pozici co do četnosti uvedení, počet článků je však téměř shodný – 27, což činí více než 6 % z celkového množství analyzovaných článků.

V celkovém hodnocení se zdá, že zde platí: o politických se média ve sledovaném období zmiňovala především v souvislosti s volbami, skandálními a infotainmentovými či bulvárními tématy (vysoké zastoupení kategorií „politické skandály, osobní život“ a „senzace“ jako hlavní i vedlejší téma), v mnohem menší míře pak tématy vyžadujícími odborné znalosti či kompetence – zahraniční či sociální politika, školství, ekonomika ad. Významnou se ovšem stává taky vysoká četnost kategorie „regionální politika“ – poukazuje na fakt, že ženy se mnohem snáze uplatňují na místní úrovni.

	počet článků	procenta	validní procenta
regionální politika	31	7,3	13,7
senzace	29	6,9	12,8
rovnost příležitostí	27	6,4	11,9
volby	25	5,9	11,1
politické skanály, osobní život	25	5,9	11,1
Parlament, Senát, vláda	18	4,3	8,0
občanská společnost	15	3,5	6,6
sociální politika	10	2,4	4,4
zdraví a životní styl	8	1,9	3,5
preferenze, výzkumy, volební účast	7	1,7	3,1
média	7	1,7	3,1
kultura	6	1,4	2,7
zábava	6	1,4	2,7
ekonomika	3	,7	1,3
státní správa	3	,7	1,3
zahraniční politika	2	,5	,9
policie	1	,2	,4
podnikání	1	,2	,4
korupce	1	,2	,4
školství	1	,2	,4
celkem	226	53,4	100,0
neuveдено	197	46,6	
celkem	423	100,0	

tabulka č. 17: druhé podtéma článků

V další tabulce uvádíme přehled žánrů příspěvků podle jednotlivých deníků. Nejčastěji zastoupen ve všech denících je žánr zprávy. Toto zastoupení je statisticky významné v případě deníku Blesk – odkazuje ke skutečnosti, že tento deník téměř nevyužívá jiný žánr než „zprávu“. V případě deníků Mladá fronta Dnes a Hospodářských novin se částečně potvrdila naše hypotéza, že Hospodářské noviny věnují ve srovnání se zbývajícími dvěma deníky větší pozornost analytickým žánrům (významný rozdíl je v případě analytického komentáře, který je naopak v případě MF Dnes podreprezentován). Avšak i toto periodikum významně využívá oddechových žánrů – potvrdila se statistická významnost žánru fikce. Naopak, na rovině statistiky se neprokázala předpokládaná bulvarizující tendence MF Dnes – tato skutečnost může být dána rozestřenou hranicí mezi žánry story a reportáž, jež jsme vnímaly při k' dování - pokud bychom oba žánry sloučily v jednu proměnnou, její statistická významnost by v případě MF Dnes vzrostla.

			periodikum - deníky			celkem
			Hospodářské noviny	Mladá fronta Dnes	Blesk	
žánr	zpráva	počet	31	166	15	212
		počet procent vztážený k periodiku adjustovaný reziduál	44,3% -1,8	54,4% ,3	88,2% 2,9	54,1%
	reportáž	počet	4	29	0	33
		počet procent vztážený k periodiku adjustovaný reziduál	5,7% -,9	9,5% 1,5	,0% -1,3	8,4%
	story	počet	8	22	0	30
		počet procent vztážený k periodiku adjustovaný reziduál	11,4% 1,3	7,2% -,6	,0% -1,2	7,7%
	rozhovor	počet	5	21	2	28
		počet procent vztážený k periodiku adjustovaný reziduál	7,1% ,0	6,9% -,4	11,8% ,8	7,1%
	profil	počet	0	24	0	24
		počet procent vztážený k periodiku adjustovaný reziduál	,0% -2,4	7,9% 2,7	,0% -1,1	6,1%
	komentář	počet	5	13	0	18
		počet procent vztážený k periodiku adjustovaný reziduál	7,1% 1,1	4,3% -,6	,0% -,9	4,6%
	fejton, glosa	počet	4	13	0	17
		počet procent vztážený k periodiku adjustovaný reziduál	5,7% ,6	4,3% -,1	,0% -,9	4,3%
	analytický komentář	počet	6	2	0	8
		počet procent vztážený k periodiku adjustovaný reziduál	8,6% 4,3	,7% -3,6	,0% -,6	2,0%
	anketa	počet	0	8	0	8
		počet procent vztážený k periodiku adjustovaný reziduál	,0% -1,3	2,6% 1,5	,0% -,6	2,0%
	fikce	počet	6	0	0	6
		počet procent vztážený k periodiku adjustovaný reziduál	8,6% 5,3	,0% -4,6	,0% -,5	1,5%
	dopis	počet	1	4	0	5
		počet procent vztážený k periodiku adjustovaný reziduál	1,4% ,1	1,3% ,1	,0% -,5	1,3%
	sloupek	počet	0	3	0	3
		počet procent vztážený k periodiku adjustovaný reziduál	,0% -,8	1,0% ,9	,0% -,4	,8%
celkem		počet	70	305	17	392
		počet procent vztážený k periodiku	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

tabulka č. 18: žánry článků podle jednotlivých deníků

Obecně nás překvapil nízký počet článků k námi sledovanému tématu v Hospodářských novinách – tento deník se v tomto pohledu zdá být spíše konzervativní – dává přednost zavedeným tématům. Jak jsme viděli výše, Mladá fronta Dnes naopak častěji vnáší témata nová, zpracovává je ovšem v duchu infotainmentové žurnalistiky, často též povrchně a bez většího vhledu do problému. Hlubší analýzu rozdílu mezi jednotlivými periodiky a upřesnění statistických výsledků nám opět umožní kvalitativní analýza.

Větší rozdíl mezi třemi hlavními deníky není ani v případě hodnocení valence titulku – Hospodářské noviny dokonce nejčastěji rámují své příspěvky negativně (38,6 % všech článků) – a tato hodnota je vedle počtu ironických titulků časopisu Respekt jako jediná statisticky významná. Negativita titulků měla indikovat bulvarizující tendence daného média – v tomto ohledu se naše hypotéza o bulvární MF Dnes a seriózních HN neprokázala.

			zarámování titulkem					celkem
			negativní	neutrální	pozitivní	ironický	neurčeno	
periodikum Hospodářské noviny	počet		27	22	9	8	4	70
	procenta -periodikum		38,6%	31,4%	12,9%	11,4%	5,7%	100,0%
	adjustovaný reziduál		2,3	-1,1	-,1	-2,2	4,5	
Mladá fronta Dnes	počet		80	120	42	63	0	305
	procenta -periodikum		26,2%	39,3%	13,8%	20,7%	,0%	100,0%
	adjustovaný reziduál		-,7	1,4	,5	-,5	-3,2	
Blesk	počet		4	3	4	6	0	17
	procenta -periodikum		23,5%	17,6%	23,5%	35,3%	,0%	100,0%
	adjustovaný reziduál		-,3	-1,7	1,3	1,4	-,4	
MF Dnes magazín	počet		1	2	0	0	0	3
	procenta -periodikum		33,3%	66,7%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	adjustovaný reziduál		,2	1,1	-,7	-,9	-,2	
Nedělní Blesk	počet		1	0	0	0	0	1
	procenta -periodikum		100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	adjustovaný reziduál		1,6	-,8	-,4	-,5	-,1	
Respekt	počet		1	2	0	7	0	10
	procenta -periodikum		10,0%	20,0%	,0%	70,0%	,0%	100,0%
	adjustovaný reziduál		-1,2	-1,1	-1,3	3,8	-,3	
Reflex	počet		0	1	0	1	0	2
	procenta -periodikum		,0%	50,0%	,0%	50,0%	,0%	100,0%
	adjustovaný reziduál		-,9	,4	-,6	1,0	-,1	
Týden	počet		1	8	0	4	0	13
	procenta -periodikum		7,7%	61,5%	,0%	30,8%	,0%	100,0%
	adjustovaný reziduál		-1,6	1,8	-1,4	,8	-,4	
Vlasta	počet		0	0	1	1	0	2
	procenta -periodikum		,0%	,0%	50,0%	50,0%	,0%	100,0%
	adjustovaný reziduál		-,9	-1,1	1,5	1,0	-,1	
celkem	počet		115	158	56	90	4	423
	procenta -periodikum		27,2%	37,4%	13,2%	21,3%	,9%	100,0%

tabulka č. 19: rámování článku titulkem podle jednotlivých deníků

Pozice žen

Následující dvě tabulky ukazují, jaký prostor média ženám věnovala – fakt, že je uvedena žena hlavní aktérkou daného článku se neslučuje s předpokladem, že jí budou určeny hlavní citace článku. Poměrně vysoký je pak počet článků, ve kterých se zmínka o ženě nevyskytovala vůbec – může to být samozřejmě dáno žánrem (např. komentář - politička či kandidátka je hlavní postavou, nicméně o ní vypovídá někdo druhý), ovšem celkově to odpovídá hypotéze o „umlčování“ žen.

	počet	procenta
hlavní aktérka	150	26,1
protěžovaná	83	14,5
neutrální	106	18,5
vedlejší	100	17,5
marginální	107	18,7
vůbec	27	4,7
celkem	573	100,0

tabulka č. 20: pozice ženy v textu

	počet	procenta
hlavní citace	94	16,4
protěžovaná	47	8,2
neutrální	96	16,8
vedlejší	40	7,0
marginální	33	5,7
žádná	263	45,9
celkem	573	100,0

tabulka č. 21: pozice ženy v textu – vyjádřená citací

Jazykové fauly

Ustavování a užívání jazyka patří do specifické kategorie, které se věnuje feministická lingvistika. Feministky mluví o tzv. generickém maskulinu, které média užívají – jazyk tak napomáhá udržovat stávající rodové stereotypy (Valdrová, 2001). Zajímalo nás tedy, nakolik novináři a novinářky pracují s generickým maskulinem, tedy kdy pro ženy užívají nekorektní genderové tvary. Hledaly jsme především tzv. jazykové fauly: situace, kdy žurnalisté a žurnalistky používají pro označení pozic či funkcí žen mužské tvary, například ministr, poslanec, kandidát, lídr. Hospodářské noviny kupříkladu přinesly zprávu s titulkem: „Sněmovna může mít až šest místopředsedů.“ (Hospodářské noviny, 14. 6. 2006) V celém textu pak užívají pouze tvary předseda a místopředsedové, přestože o vyjádření požádali i poslankyni Strany zelených Kateřinu Jacques.

Dále jsme sledovaly stylistické vyjadřování autorů a autorek – jako nekorektní jsme vyhodnocovaly to, které vedlo ke stereotypizaci a nálepkování – kupříkladu hodnocení vzhledu žen, explicitní otázky na rodinu a děti, recepty apod. Rozhovoru s Kateřinou Jacques v Hospodářských novinách začínal těmito dvěma větami: „V den voleb, 2. června, bude Kateřině Jacques 35 let. Dvojce na pražské kandidátce Strany zelených (kandiduje hned za předsedou strany Martinem Bursíkem) ale lidé hádají méně.“ (Hospodářské noviny, 18. 4. 2006)

Důležitý je také výběr těch informací, které v článku budou. Mladá fronta Dnes kupříkladu otiskla ve své zprávě tento text: „Symbolický štafetový kolík a kytici předal včera odpoledne odstoupivší volební lídr křesťanských demokratů František Straka nové jedničce na kandidátce KDU-ČSL v Karlovarském kraji Janě Křížové. A k tomu ji dvakrát políbil na tvář.“ (Mladá fronta Dnes, 31. 3. 2006) Zmínka o políbení

tedy signifikuje galantnost muže vůči ženě, přičemž podle stereotypních tvrzení některých politiků mají být ženy ve vysoké politice právě proto, aby ji svou přítomností „zjemnily“.

Novináři a novinářky se mohou také dopouštět potvrzování stereotypů: „Žen je v politice málo. Mohou za to muži? Určitě, někteří mají stále silně zakořeněnou představu, že žena do politiky nepatří, navíc, nedej bože, aby byla ještě nad nimi! Nedělejme ale z mužů bubáky. Kandidátky stran nejsou bez žen jen kvůli tomu, že si je tam nepřejí muži. Ženy na nich chybí i kvůli tomu, že tam chybět chtějí. Do politiky se jich moc netlačí. Škoda, ty které to na střední Moravě zkusily, určitě nepatří k těm bezvýznamným. Naopak.“ (Mladá fronta Dnes, 2. 5. 2006) Žurnalisté a žurnalistky se také nevyhýbají dvojsmyslným vyjádřením, Hospodářské noviny například odstavec zprávy o ženách, které opouštějí vysokou politiku opatřily podtitulkem: „Zpátky k rodinám.“ (Hospodářské noviny, 29. 3. 2006)

Důležité je také to, na co se novinářky a novináři v rozhovorech ptají, protože tím určují směr hovoru: „Rozezlení kolegové tehdy mluvili o infantilním kroku a o hloupé blondýně. Muži by si asi sotva něco podobného dovolili říct. (...) Když se nějaký muž pro něco rozhodne a na svém názoru si trvá, řeknou o něm skoro obdivně, že je tvrdohlavý. Když jsem totéž udělala já, říkali o mně, že jsem se špatně vyspala a že nevím, co činím. Čelit tomu nebylo snadné. Snáz to zvládá chlap, pro kterého je prostředí neustálých soubojů přirozenější. Já byla špatná, protože jsem trvala na svém, ale podívejte se, za jaké vlastnosti jsou muži v politice oceňováni – nejvíc se tu cení silné figury, které si stojí za svým, jako byl Miloš Zeman, Václav Klaus nebo teď ‚buldozer‘ Jirí Paroubek.“ (Z rozhovoru s Hanou Marvanovou, Mladá fronta Dnes, 20. 3. 2006)

Užívání jazyka jsme sledovaly zvláště u novinářů a zvláště u novinářek, kromě toho také u samotných akterek.

Ukázalo se, že média v případě, kdy mluví v singuláru o konkrétní ženě, dokáží užívat správné tvary „kandidátka, poslankyně, politička, ministryně“, větší problém však mají se slovem „lídryně“. Z médií používal tento výraz správně pouze Blesk, ostatní média v drtivé většině případů psala o ženách jako o „lídrech“ – viz příklad: „Na obou kandidátních listinách je po sedmi ženách a obě mají ženy i v čele kandidátky – zatímco Zelené vede do voleb známá odpůrkyně Temelína Dana Kuchtová, lídrem evropských demokratů je táborská exmístostarostka, právnička Jana Borská.“ (Mladá fronta Dnes, 29. 3. 2006) Hospodářské noviny pak přinesly titulek: „Je lídrem strany. I když o to zpočátku nestála.“ (Hospodářské noviny, 19. 5. 2006) Sledovaná média navíc v mnoha případech užívají expresivní stylistické obraty, které ještě umocňují nerovné postavení žen v mediálním světě: „Až na pátém místě se krčí bývalý lídr ODS z posledních voleb do poslanecké sněmovny Alena Páralová.“ (Mladá fronta Dnes, 30. 3. 2006); titulek a podtitulek: „Lídři si předali štafetový kolík. KDU-ČSL povede do voleb v kraji zdravotní sestra Jana Křížová.“ (Mladá fronta Dnes, 31. 3. 2006) V některých případech pak dokonce dochází k pravopisným chybám, které neodstraní ani korektor/korektorka či editor/editorka zmíněného média: „Lídr Nezávislých demokratů v kraji Jana Wolfová řekla, že výzkumy nesleduje.“ (Mladá fronta Dnes, 28. 4. 2006)

	klíčové slovo politička	užito v mužské m tvaru	klíčové slovo poslankyně	užito v mužské m tvaru	klíčové slovo ministryně	užito v mužské m tvaru	klíčové slovo kandidátka	užito v mužské m tvaru	zmínka o Fóru 50 %
celkem	25	11	154	79	75	44	59	31	11

tabulka č. 22: četnost výskytu klíčových slova, resp. jejich mužských verzí

Count	periodikum			Reflex
	Mladá fronta Dnes	Hospodářské noviny	Respekt	
užití výrazu lídr pro ženu	41	0	0	1
zmínka o Fóru 50%	7	3	1	0

tabulka č. 23: užití výrazu „lídr“ pro ženu a zmínka o Fóru 50% podle periodik

tabulka č. 24: užití genderově nekorektních výrazů novináři a novinářkami podle pohlaví

			pohlaví				celkem
			muž	žena	obojí	nevedeno	
genderově nekorektní výrazy: novináři/novinářky	ano	počet	99	29	7	49	184
		procenta - pohlaví	50,8%	34,5%	26,9%	41,5%	43,5%
		adjustovaný reziduál	2,8	-1,9	-1,8	-,5	
	ne	počet	96	55	19	69	239
		procenta - pohlaví	49,2%	65,5%	73,1%	58,5%	56,5%
		adjustovaný reziduál	-2,8	1,9	1,8	,5	
celkem	počet	195	84	26	118	423	
	procenta - pohlaví	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabulky ukazují, že jazykových nekorektností se dopouštějí častěji muži (zhruba v polovině případů), ženy pak o něco méně (v jedné třetině případů). V případě mužů je četnost genderově nekorektních projevů statisticky významná – ukázal se tak rozdíl mezi referováním novinářů a novinářek, který jsme původně neočekávali.

Zajímavé je také, všimnout si toho, kdy o sobě genderově nekorektně vypovídají samotné aktérky – podle sledovaných dat je tomu tak v 15 % případů – to je poměrně významný podíl.

	počet	procenta
ano	65	15,4
ne	358	84,6
celkem	423	100,0

tabulka č. 25: užití genderově nekorektních výrazů političkami/citovanými osobami

Na závěr uvádíme přehled všech političek či kandidátek, o kterých média ve sledovaném období psala – do tabulky je řadíme je podle počtu citací. V poznámce mimo tabulku uvádíme pro větší přehlednost ženy, které byly zmíněny pouze jedenkrát.

	počet citací	procenta
Kateřina Jacques, SZ	46	8,7
Petra Buzková, ČSSD	42	7,9
Miroslava Němcová, ODS	30	5,7
Vlasta Parkanová, KDU-ČSL	29	5,5
Alena Páralová, ODS	25	4,7
Dana Kuchtová, SZ	20	3,8
Michaela Šojdrová, KDU-ČSL	20	3,8
Zuzka Bebarová-Rujbrová, KSČM	15	2,8
Eva Jakubková, SZ	15	2,8
Simona Pavicová, SZ	11	2,1
Olga Zubová, SZ	11	2,1
Táňa Fischerová, nes. (US)	10	1,9
Eva Holubová, SZ	10	1,9
Džamila Stehlíková, SZ	10	1,9
Lucie Talmanová, ODS	10	1,9
Pavla Topolánková	10	1,9
Dana Hamplová, Nezávislí	9	1,7
Eva Tylová, SZ	9	1,7
Zuzana Paroubková	7	1,3
Dana Bérová, nes. (US)	6	1,2
Jitka Gruntová, KSČM	6	1,2
Kateřina Dostálová, ODS	6	1,2
Zdena Horníková, ODS	6	1,2
Eva Levá, KSČM	6	1,2
Hana Marvanová, US	6	1,2
Hana Orgoníková, ČSSD	6	1,2
Zdena Ulmannová, RŠ	6	1,2
Jitka Vojtilová, ČSSD	6	1,2
Jana Volfová, Nez. dem.	6	1,2
Marie Benešová, ČSSD	5	,9
Jana Boboříková, Nezávislí	5	,9
Gabriela Kalábková, ČSSD	5	,9
Kateřina Konečná, KSČM	5	,9
Milada Emmerová, ČSSD	4	,8
Jana Hybášková, SNK-ED	4	,8
Věra Chytilová, RŠ	4	,8
Jitka Kupčová, ČSSD	4	,8
Eva Nováková, ČSSD	4	,8
Jana Křížová, KDU-ČSL	4	,8
Petra Edelmannová, Národní strana	4	,8
Vlasta Bohdalová, ČSSD	4	,8
Milada Halíková, nes. (KSČM)	3	,6
Soňa Marková, KSČM	3	,6
Markéta Reedová, SNK-ED	3	,6
Klára Slámová, ODS	3	,6
Iva Šedivá, ČSSD	3	,6
Marta Semelová, KSČM	2	,4
Blanka Paulu, ČSSD	2	,4
Anna Čurdová, ČSSD	2	,4
Liběna Hlinková, ODS	2	,4
Marie Salmová, Koruna Česká	2	,4
Daniela Rázková, KDU-ČSL	2	,4
E. Dundáčková, ODS	2	,4
Lidmila Brynychová, KSČM	2	,4
Alexandra Merunková,	2	,4
Marcela Martinová, ČSSD	2	,4
Vladimíra Lesenská, ČSSD	2	,4
Olga Sommerová, RŠ	2	,4
Dana Lysáková, KSČM	2	,4
Dagmar Molendová, ODS	2	,4
Jiná politička*	38	7,2
celkem	530	100,0

tabulka č. 26: přehled všech citovaných političek ve všech médiích

* Následující političky byly zmíněny pouze jedenkrát:

Marie Čauševic NEZ-DEM, Květoslava Čelišová KSČM, Kateřina Čížková SZ, Eva Dundáčková ODS, Gabriela Filipi ODS, Eva Frélichová RŠ, Jana Hasmanová RŠ, Květa Končická KSČM, Yvona Kubjátová ČSSD, Jiřina Jelínková US, Valerie Lukášová US, Monika Makkiešová ODS, Helena Mallotová ODS, Jindřiška Maršová ČSSD, Daniela Matějková SZ, Lenka Mazuchová ČSSD, Alexandra Merunková NK, Jaroslava Moserová NK, Veronika Nedvědová ODS, Alice Nelis RŠ, Soňa Paukertová BEZPP, Martina Pokorná SZ, Jitka Procházková SZ, Marie Rusová KSČM, Jana Rybínová ODS, Erika Sedláčková KSČM, Jitka Seitlová Nezávislí, Marie Součková ČSSD, Alena Svobodová KSČM, Kamila Šmirausová US, Ivana Toufarová ODS, Jana Vaňhová ČSSD, Miroslava Vlčková KSČM, Jiřina Vyšejnová ODS, Ivana Záborcová KSČM, Ladislava Zelenková ČSSD; celkem 96 jmen

Závěr

Po uvedení jednotlivých tabulek a podkapitol kvantitativního výzkumu můžeme přejít ke srovnání výsledků s hypotézami, které jsme si v úvodu stanovili.

Potvrdila se hypotéza, že média referují především o ženách ve vrcholových politických funkcích a do povědomí čtenářů a čtenářek se tak dostává pouze úzce vymezená, elitní skupina osob. Více než 50 % všech citací se týká patnácti žen – tuto skupinu lze rozdělit na členky vlády (reálné i potenciální – Buzková, Němcová, Parkanová), ženy spojené s kauzami (Jacques, Páralová, Pavlicová, Holubová, Bebarová, Jakubková), celebrity (Topolánková, Paroubková); vymyká se několik žen, jež lze pravděpodobně zařadit do kategorie žen-politických osobností (Fischerová, Kuchtová, Stehlíková).

Tím se také potvrzuje hypotéza, podle které se ženy dostávají do centra pozornosti médií v souvislosti s kauzami, tedy mediálně dlouhodobě sledovanými a pokrývanými událostmi. Stejně tak je pozornost ženám často věnována spíše v regionálních mutacích uvedených periodik – tedy v oblastech s menším celospolečenským dopadem, kde osloví menší počet čtenářek a čtenářů. V regionálních mutacích MF Dnes se také objevuje širší spektrum zmínek o různých ženách než v celostátních vydáních.

Dochází také k paradoxu, kdy média o ženách sice referují, nicméně neúměrně tomu jim nedávají prostor k vyjádření, a tím je tedy „umlčují“. Téměř v polovině případů se při zmínce o političkách či kandidátkách neobjevila žádná citace uvedených žen, přičemž byly v celé čtvrtině hlavními aktérkami článku. Hlavní citace jim pak byla věnována pouze v šestnácti procentech případů.

V kvantitativní části výzkumu se do značné míry nepotvrdila hypotéza, že média nejsou sama aktivními tvůrci agendy. Zmínka o občanském sdružení Fórum 50 %, které provádělo nadstranický zácvik političek a snažilo se o kampaň vedoucí ke zvyšování žen v politice se objevila jen v 11 sledovaných článcích (2,6 %). Rovné šance se tedy stávaly tématem „okurkové sezóny“ jen pro část sledovaných médií. Zdánlivě pozitivní skutečností však je, že Mladá fronta Dnes ve více než polovině případů přinesla články o rovných příležitostech v politice díky investigativní žurnalistice. Tomuto jevu se proto budeme více věnovat v kvalitativní části výzkumu.

V úrovni čistě kvantitativní analýzy se také zcela nepotvrdil předpoklad o seriózních Hospodářských novinách vs. bulvarizující Mladé frontě Dnes. Pečlivé čtení příspěvků ovšem naznačuje přítomnost výraznějších rozdílů na hlubší sémantické rovině významů. V případě deníku Blesk se potvrdil předpoklad, že sledované téma bude tvořit pouze okrajovou část jeho agendy.

Částečně se také nepotvrdila hypotéza, podle které na symbolické rovině jazykového vyjadřování existuje stejná míra užití genderově nekorektních výrazů novinářkami i novináři. Ženy-novinářky užívají genderově nekorektní výrazy a stylistiku méně – v jedné třetině případů. Muži-novináři pak častěji, téměř v polovině článků, které vyprodukují. Poměrně často však používají maskulinum samy ženy-kandidátky: zaznamenaly jsem ho v 15 % sledovaných článků.

Jako nejobtížnější slovo jsme vyhodnotily termín „lídryně“, který užívá jen minimální počet novinářů a novinářek – Mladá fronta Dnes kupříkladu užívá mužskou verzi „lídri“ do titulků i tehdy, kdy ho „vkládá“ citované ženě do úst – přestože v článku není ani zmínka o tom, že by tak sama sebe označila. Také tímto zjištěním se budeme podrobněji zabývat v kvalitativní části výzkumu.