

# Modelky a pečující matky

mediální prezentace žen kandidujících do krajských voleb 2012

Mgr. Dita Jahodová

Bc. Miroslava Čechová

Pod odborným vedením PhDr. Hany Havelkové, Ph. D.



FÓRUM 50%







FÓRUM 50%



Fórum 50 % vzniklo v roce 2004 v reakci na nízké zastoupení žen na všech úrovních rozhodování. Naší vizí je společnost s vyrovnaným zastoupením žen a mužů v politice a ve veřejném životě. Posláním Fóra 50 % je podporovat ženy ve vstupu do politiky a podporovat

politicky ve výkonu jejich funkcí. Prosazujeme proto systémové změny pomáhající zmírnit strukturální překážky, které ženám působení ve veřejném životě znesnadňují. Hlavním principem naší činnosti je nadstranickost.

# Úvod

Tato publikace vzniká v návaznosti na analýzy Fóra 50 % ke krajským volbám 2012 (Analýza zastoupení žen na kandidátních listinách pro krajské volby 2012, Genderová analýza výsledků voleb do zastupitelstev krajů a senátu 2012) v rámci projektu „Dámy mají přednost“ podpořeného Nadací Open Society Fund Praha.

Cílem publikace je podat detailnější pohled na mediální reprezentaci žen kandidujících do krajských voleb. Zaměřuje se na repre-

zentaci lídryň ze strany jednotlivých politických stran a mediální obraz kandidátek a kandidátů do krajských voleb v denním tisku.

Autorky textů by na tomto místě rády poděkovaly PhDr. Haně Havelkové, Ph. D. za odbornou spolupráci a podnětné komentáře.

Mgr. Dita Jahodová  
Bc. Miroslava Čechová

## Reprezentace lídryň v předvolební kampani z genderové perspektivy

Dita Jahodová

### Metodologie

Ke studiu mediální reprezentace lídryň v předvolební kampani ke krajským volbám 2012 jsem použila srovnávací analýzu propagačních materiálů, které jednotlivé strany k těmto volbám vytvořily. Při sběru dat jsem spolu se svou kolegyní Miroslavou Čechovou narazila na značnou neochotu velké části politických stran poskytnout nám tištěné předvolební materiály. Oslovily jsme centrály politických stran, které kandidovaly ve třinácti krajích. Z toho nám odpovědělo pouze několik stran, z nichž některé nás odkázaly na internetové stránky, jiné nám materiály přislíbily, avšak ani po opakovaných urgencích je nedodaly a pouze malá část politických stran nám tištěné materiály opravdu zaslala. Ve své analýze jsem tedy vycházela do značné míry z materiálů, které se mi podařilo dohledat na internetových stránkách.

Zaměřila jsem se na prezentaci lídryň prostřednictvím video medailonků. Tyto medailonky byly uveřejněny na osobních stránkách lídryň, které zřídily jednotlivé strany, za něž kandidovaly. Dále jsem sledovala způsoby zobrazování lídryň<sup>1</sup> a předvolební slogany, které měly uvedené na svých propagačních materiálech. Vodítkem pro srovnání mi byla otázka: Jaký obraz političky lídryně v medailoncích a na fotografiích reprezentují a spoluutvářejí?<sup>2</sup>

### Prezentace lídryň prostřednictvím video medailonků

Lídryně ve svých video medailoncích zvolily různé strategie, jak prezentovat sebe a politiku, kterou na krajské úrovni chtějí prosazovat. V jejich medailoncích lze vysledovat dvě silné tendence – sebeprezentace zaměřená na osobnost lídryně, sebeprezentace zaměřená na činy lídryně. V tomto ohledu hrála při volbě sebeprezentace velkou roli předchozí zkušenost lídryň v politice. Ty lídryně, které neměly předchozí

zkušenost s politikou v krajském zastupitelstvu či v parlamentu se ve svých video medailoncích zaměřily na svou osobnost a své schopnosti. S touto formou sebeprezentace se setkáváme u Lenky Kadlecové (kandidátka na hejtmanku Libereckého kraje za ČSSD) a Evy Bartoňové (kandidátka na hejtmanku Libereckého kraje za ODS).

**Lenka Kadlecová** se v medailonku zaměřila na představení sebe jako vytrvalé, odhodlané, přívětivé a pečující ženy, která stejně jako pečuje o sebe, o svou rodinu a lidi v seniorském domě, bude v případě zvolení pečovat o Liberecký kraj. Již samotný začátek medailonku je velmi sugestivní, zvoní budík, Lenka Kadlecová vstává z postele, rozhrnuje závěsy, dává si svou ranní dávku vitamínů a jde si zaběhat. Navozuje dojem, že je čas, aby se Liberecký kraj probudil a začal se sebou něco dělat, aby se dostal do lepší kondice. Zároveň tím představuje svůj přístup k politice, který je postavený na vůli a vytrvalosti.

Dále se v medailonku objevuje rovina zdraví. Ta se vztahuje jak k osobě Lenky Kadlecové jakožto ženy dbající o svou tělesnou vitalitu a duševní rovnováhu, tak k samotnému kraji jakožto organismu, u něhož by se mělo rovněž dbát na zdravé fungování, které je základem prosperity.

Aktivita a cílevědomost je v další části medailonku vztažena k tématu žen v politice. Kadlecová přímo říká: „Ženy chtějí měnit věci k lepšímu, tak jim k tomu dejte šanci.“ Prezentuje ženy v politice jako nositelky změny, čímž odkazuje na jistý potenciál spojený se vstupem žen do politiky. Bohužel nijak blíže nespecifikuje ani změnu, ani potenciál, který může spočívat ve vyšším zastoupení žen v politice. Kadlecová jako jediná ve svém medailonku uvádí, že podporuje vyšší zastoupení žen v politice. Toto tvrzení je ovšem prezentováno v poněkud genderově stereotypním kontextu. Kadlecová sedí u snídani a říká: „I když jednou za čas dostanu chuť na pořádnou chlapskou snídani, tak plně podporuji větší zastoupení žen v politice.“ Průměr „pořádné chlapské snídani“ navozuje dojem velké a vydatné snídani. Dochází zde k reprodukci stereotypu spojující muže se silou a mocí, který je následně využit k určitému vyvážení v české politice stále ještě odvážného tvrzení o vyšším zastoupení žen v politice.

Významnou tematickou rovinnou představuje rovněž domov a rodina. Liberecký kraj považuje Kadlecová za domov. Domov, na který je hrdá a s nímž cítí sounáležitost. Domov, na němž chce stejně jako na sobě dále pracovat a vytvořit z něj respektovaný a prosperující prostor,

1 Vycházela jsem ze srovnání fotografií, které měly lídryně na titulní straně svých osobních stránek zřízených jednotlivými politickými stranami. V těch případech, kdy strana lídryním nezřídila speciální stránky, jsem vycházela z fotografie, kterou daná strana lídryni prezentovala.

2 K této otázce mě inspiroval text Zuzany Maďarové Koštrukcia komunálnej politiky ako doma. (Maďarová, Zuzana. 2011. „Koštrukcia komunálnej politiky ako doma“. In Jana Cviková (ed.). Politika a političky: aspekty politickej subjektivity žien. Bratislava: Aspekt, s. 93 – 139.)



kde se lidem bude žít dobře. Těžiště úspěchu, tak jak jej v medailonku prezentuje, spočívá v předávání zkušeností, vzájemné diskusi jdoucí napříč generacemi a pohlavím, dále v péči, naslouchání a jednotě. Kadlecová zde přímo používá příměr „společně za jeden provaz“. Navozuje tak dojem, že všichni lidé žijící v Libereckém kraji mohou participovat na jeho chodu a utvářet ho. Pracuje zde s paralelou chodu kraje a chodu rodiny, kdy dává kredit starším mužům (konkrétně svému otci a dědovi) a spojuje je s určitou životní moudrostí. Ona je pak ve vztahu k nim prezentována jako ta, která má na paměti jejich názor, ale zároveň si dokáže prosadit svou. Konstruuje se tak obraz političky, která je schopná prosadit své záměry a zároveň je schopná respektovat názor druhých.

Celý medailonek vyznívá až pohádkově. Je poněkud složité uvěřit, že je možné region s vysokou nezaměstnaností a sociálními rozdíly s takovou lehkostí a ladností „ozdravit“ a proměnit jej v prosperující kraj.

S jinou strategií sebe prezentace zaměřené na svou osobu přichází **Eva Bartoňová**. Její medailonek je mnohem více profesní. Již v úvodní části je o Evě Bartoňové uvedeno, že se nebojí zodpovědnosti, což je dále v medailonku podpořeno tím, že již v současné době zastává významnou pozici na MŠMT. Podobně jako se v medailonku Lenky Kadlecové pracuje s paralelou péče o rodinu a péče o kraj, tak je možné v medailonku Evy Bartoňové vysledovat paralelu mezi správou kraje a správou školy. Naznačuje to i slovník, s nímž Eva Bartoňová pracuje: moje úkoly, výborné školství, výborné zdravotnictví, chytrý kraj. Eva Bartoňová se v rámci své práce na ministerstvu zabývá rozpočtem. Prosperitu kraje spojuje s ekonomickou prosperitou, kterou vidí v dobré spolupráci s podnikateli a ve vzdělání. Prezentuje se jako zkušená hospodářka, která ví, jak nakládat se svěřenými finančními zdroji. Až to chvílemi vypadá, že více než lidé žijící v Libereckém kraji, jí zajímá dobře sestavený rozpočet.

Ve svém medailonku mnohdy hovoří z míst, která jsou situována ve výšce – věž v Liberci, lanovka, vysílač na Ještědu. Což na jednu stranu vyvolává dojem jistého přehledu a nadhledu, na druhou stranu určité nadřazenosti, exkluzivity a vzdálenosti běžnému dění. Přestože v úvodu je zmíněno, že Eva Bartoňová chce lidi spojovat a ne rozdělovat, je její medailonek postaven na individualitě a výlučnosti. Bartoňová se zde prezentuje jako kultivovaná a pragmatická politička, které jde o efektivní fungování kraje a institucí v jeho správě. Na rozdíl od Kadlecové zde není zmínka o žádné péči a vzájemné diskusi. Zároveň se zde nepracuje s iluzí o participaci všech občanů a občanek žijících v Libereckém kraji na chodu tohoto kraje. Naopak velký důraz klade Bartoňová na pozitivní reprezentaci navenek, která může přitáhnout nové investice a zvýšit turistický ruch.

Se sebe prezentací prostřednictvím činů se setkáváme u **Jany Vaňhové** (kandidátka na hejtmanku Ústeckého kraje za ČSSD), která obhajovala svůj post hejtmanky. Jana Vaňhová v rámci své předvolební kampaně nevytvořila přímo medailonek, ale několik dní před volbami se na jejích internetových stránkách objevilo video s názvem „Ústecký kraj nejlepším regionem“. Video je postavené na prezentaci úspěchů, jichž Ústecký kraj pod vedením Jany Vaňhové dosáhl. Tato prezentace se opírá o výsledky studie „Socioekonomický rozvoj krajů a krajských měst ČR v letech 2008 až 2012“, kterou provedl odborný tým z VŠE. Vaňhová je zde prezentována jako hejtmanka, za jejížhož působení došlo ke stabilizaci a zlepšení sociální a ekonomické situace obyvatelstva v kraji, klesla kriminalita, zlepšila se dopravní infrastruktura, rozběhly se podpůrné aktivity v sociálně vyloučených lokalitách a zvýšil se zájem podnikatelských subjektů o investice v tomto kraji. Z videa se už ale občané a občanky nedoví, do jaké míry jsou tyto úspěchy spojené s krajskou politikou a do jaké míry jsou ovlivněné politikou státní a činností nevládních organizací.

Video konstruuje Vaňhovou jako političku, za níž stojí nejen zkušenosti, ale rovněž velký kus odvedené práce. Političku, která umí jednat s lidmi, naslouchat jim a zasazovat se o jejich zájmy. Medailonek vyznívá velmi pozitivně a seriózně. Nikde ovšem nenajdeme, co by

Jana Vaňhová chtěla zlepšit, na čem by podle ní bylo třeba dále pracovat, což ubírá medailonku na důvěryhodnosti.

Dalším příkladem sebe prezentace prostřednictvím činů je video medailonek **Heleny Langšádlové** (kandidátka na hejtmanku Středočeského kraje za TOP 09 + STAN), která je zkušenou poslankyní. Helena Langšádlová ve svém video medailonku přichází s kritikou stávající politiky ve Středočeském kraji a konkrétními návrhy řešení v podobě novely zákona a čtrnácti opatření, která by měla zabránit korupčnímu jednání. Spolu s tématem korupce řeší rovněž otázku dostupnosti informací, kdy prosazuje zveřejnění všech uzavřených smluv a zakázek nad 50 000 Kč na webových stránkách kraje. Dalším jejím cílem je zlepšení spolupráce kraje s obcemi a zvýšení zahraničních investic ve Středočeském kraji. Helena Langšádlová je v medailonku prezentována jako zkušená a rozhodná politička, která ví, čeho chce dosáhnout. V medailonku používá spojení „trvám na tom“, „víme kudy dál“, „konkrétní kroky, které budou zamezovat korupci“. Vytváří se zde obraz političky, která chce dělat krajskou politiku strategicky a koncepčně; političky, která umí vystupovat na veřejnosti a jednat s lidmi z různých oborů a různého věku (politická reprezentace, zástupci a zástupkyně institucí, lékaři a lékařky, lidé se zdravotním postižením, studující, senioři a seniorky).

Propojení obou tendencí – sebe prezentace zaměřená na osobnost lídryně, sebe prezentace zaměřená na činy lídryně – můžeme sledovat v medailonku **Karoly Haasové** (kandidátka na hejtmanku Ústeckého kraje za TOP 09 + STAN). Karola Haasová staví svůj předvolební medailonek jak na kritice stávající vlády v Ústeckém kraji, kdy poukazuje na netransparentní hospodaření a koncepční nedostatky v politice, tak na prezentaci sebe jako nositelky změny. V medailonku přímo uvádí: „Musím říct, že mám alergii na naše politiky z řad ČSSD a ODS a chtěla bych politiku změnit, aby byla solidní, transparentní, abychom se chovali k Ústeckému kraji konečně dobře, aby tady bylo pěkné místo k žití.“ Opět se zde setkáváme s rovinou zdraví. Haasová se prezentuje jako lékařka, která může Ústecký kraj vyléčit od neduhů spojených se stávající vládou v tomto kraji. Změna, jíž by měla být Haasová nositelkou, ovšem není v medailonku nijak konkrétněji popsána, ani není blíže specifikován způsob, jak jí chce dosáhnout.

## Genderové stereotypy v reprezentaci lídryň

V průběhu analýzy jsem identifikovala čtyři různé genderové stereotypy, s nimiž se při reprezentaci lídryň opakovaně pracuje: **1) přívětivá pečující žena, 2) fyzicky atraktivní a věčně mladá žena, 3) nevinná dívka, 4) muž jako potvrzovatel „kvality“.**

Se stereotypem přívětivé pečující ženy se setkáváme například u Lenky Kadlecové (ČSSD), která je v medailonku a na některých billboardech prezentovaná jako milá empatická žena starající se o svou rodinu, lidi v seniorském věku a sociálně slabé. Rovněž vizuální reprezentace Karoly Haasové pracuje s konotací vřelé pečující matky.

hlavní stránka > Volby > 2012 Krajská zastupitelstva > Lidé > MUDr. Karola Haasová

**MUDr. Karola Haasová**

Kandidátka na hejtmanku Ústeckého kraje

Karola Haasová se narodila 17. 7. 1964 v Ústí nad Labem, kde také se svou rodinou žije. Je vdána a má 2 děti (12 a 16 let). V roce 1988 ukončila studium na III. Lékařské fakultě Univerzity Karlovy v Praze a nyní pracuje v Centru imunologie a mikrobiologie Zdravotního ústavu se sídlem v Ústí nad Labem. Zastává zde vedoucí funkci v Oddělení virologie. Karola Haasová se dále zabývá imunologií, alergologií a mikrobiologií.

V politice se věnuje především sociální oblasti. V letechních volbách chce kandidovat proto, že považuje tzv. „koalici“ ČSSD a ODS přímo za nemaselnou. Argument: že komunističtí a krajští politici se píší „o něčem jiném“ než na celostátní úrovni, nemůže obstát. Přidává jí totiž, že vždy jde a šlo pouze o rozdělení zájmových sítí k prospěchu těchto stran a jejich straníků.

V centru jejího zájmu zůstávají sociální věci, kulturní politika a zdravotnictví.

**Rozhovory a komentáře**

**Finanční ústava ohlídá i hospodaření krajů**  
11.10.2012  
Vláda schválila návrh ústavního zákona o rozpočtové odpovědnosti. Finanční ústava mimo jiné stanoví maximální limit pro výši vládního dluhu a vzrůst Národní rozpočtové rady, TOP 09 a Starostové souhlasí a podporují tento návrh, protože zavádí principy odpovědného hospodaření také na krajích. [zob](#)

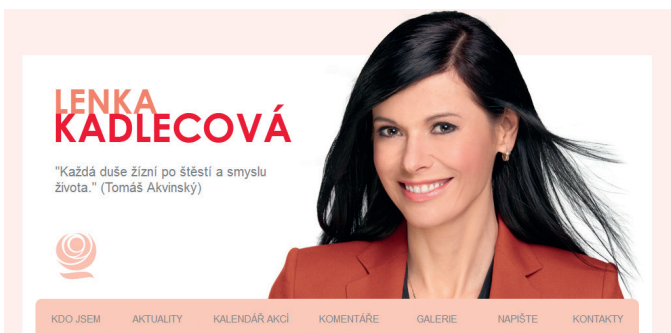
**TOP PRIORITY ČI DONUTY KRAJE K TRANSPARENTNÍMU HOSPODÁŘENÍ**  
10.10.2012

**Kontakt**  
Email: [karola.haasova@ula.top09.cz](mailto:karola.haasova@ula.top09.cz)  
Osobní stránky: [www.karola-haasova.cz](http://www.karola-haasova.cz)  
Facebook: [facebook.com/karola.haasova](https://www.facebook.com/karola.haasova)  
Volební stránky kraje: [ustecky.kraj](http://ustecky.kraj.cz)

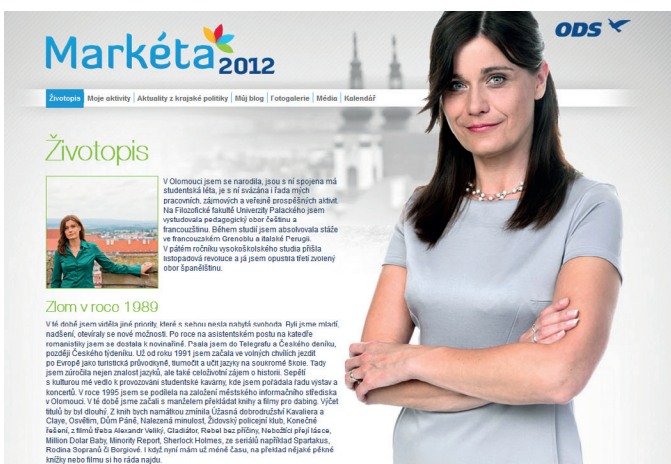
**Fotografie**

**MLADÍ MUSÍ MÍT DŮVOD ŽÍT V ÚSTECKÉM KRAJI**  
VÍC, NEŽ SI MYSLÍTE  
Zveřejněno 12.-13. 10.

Druhý genderový stereotyp se týká fyzického vzhledu lídryň. Vychází se zde z předpokladu, že symbolický kapitál (Bourdieu 1998)<sup>3</sup> žen spočívá do značné míry v jejich fyzické atraktivitě. Například Lenka Kadlecová (ČSSD) působí na titulní fotografii svých webových stránek jako modelka disponující mnoha atributy heteronormativního ideálu krásy bílé ženy ze střední třídy. Na fotografii reprezentuje představu mladé sebevědomé atraktivní ženy, která má před sebou slibnou kariéru. Lehký vítr ve vlasech navozuje dojem svěžího vzduchu, který v případě jejího zvolení do pozice hejtmanky zavane Libereckým krajem. Fotografie Lenky Kadlecové je dobrým příkladem projevu stranické politiky prostřednictvím image lídryně.



Jiným příkladem je Markéta Záleská (ODS), ta na fotografii představuje mladou sebevědomou atraktivní političku. Je jen velmi decentně namalovaná, nemá náušnice, je oblečena do elegantních šatů sportovnějšiho střihu a nemá vyretušované všechny vrásky. Její založené, sportem vypracované ruce značí výkonnost, rozhodnost, spolehlivost a preciznost. Fotografie působí více realisticky než v případě Lenky Kadlecové.



U některých lídryň středního věku se tlak na fyzickou atraktivitu projevuje snahou vytvořit dojem mladistvějšiho vzhledu. Toho je na fotografiích dosahováno kombinací více prvků – vhodnou volbou oblečení, účesu a odstraněním vrásek. S touto tendencí se setkáváme u Evy Bartoňové a Jany Vaňhové.

S třetím genderovým stereotypem nevinné dívky pracuje ve své předvolební kampani Dělnická strana sociální spravedlnosti. Simona Skoumalová (lídryně DSSS v Jihomoravském kraji) je na plakátu zachycena jako nevinná, naivní blondátka s růžovými korálky kolem krku. Toto zobrazení můžeme číst jako strategii zjemnění a uhlazení rasistické a xenofobní politiky DSSS. Předvolební plakát lídryně vyznívá velmi idealisticky, k čemuž přispívají i paprsky

3 Pierre Bourdieu ve své knize *Teorie jednání* charakterizuje symbolický kapitál jako vlastnost, kterou aktéři prostřednictvím kategorií vnímání a hodnocení rozpoznávají a uznávají. Má symbolickou účinnost, „protože odpovídá na sociálně ustavená, kolektivní očekávání“ a na sociálně ustavené víry“ (Bourdieu 1998: 131). A je předmětem i nástrojem kolektivních i individuálních strategií.



slunce ve vlasech Simony Skoumalové a její dívčí úsměv. Simona Skoumalová na plakátu nevystupuje jako sebevědomý subjekt, ale spíše jako objekt zájmu strany. Její plakát je dobrým příkladem využití mladé pohledné ženy v předvolební kampani pro zvýšení pozitivní reprezentace strany a nalákání voličů a voliček.

Čtvrtý genderový stereotyp, který se v reprezentacích objevuje, je posílení pozice lídryň prostřednictvím pozitivní reference o nich ze strany jiných mužů. Spoluutváří a reprodukuje se zde stereotypní představa, že ten, kdo dává ženám a jejich činům hodnotu, jsou muži. Tato forma genderové stereotypizace jde napříč politickým spektrem. Setkáváme se s ní u Jany Vaňhové, Karoly Haasové a i Evy Bartoňové.

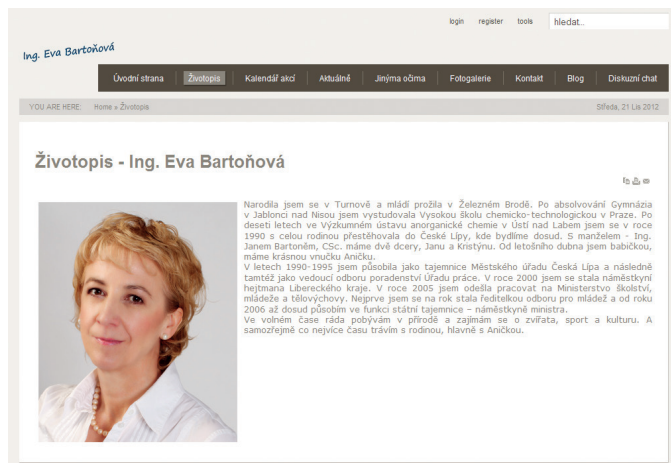
## Reprezentace důstojnosti, serióznosti a profesionality

Ve srovnání s analýzami reprezentace žen v politice v 90. letech 20. století, kdy byly ženy využívány jako zkrášlovací prvek (Havelková 2007), v předvolební kampani ke krajským volbám 2012 lze sledovat zvyšující se důraz na reprezentaci lídryň jako důstojných a seriózních profesionálek.

V případě zkušených političek (Helena Langšádlová, Jana Vaňhová) je prezentace jejich důstojnosti, serióznosti a profesionality postavena z velké části na jejich zkušenostech a činech. Zároveň v případě Jany Vaňhové je důstojnost podpořena i vizuální reprezentací, kdy je na předvolebních propagačních materiálech a na svých internetových stránkách v bílém saku.



V případě méně zkušených kandidátek na hejtmanky se reprezentace jejich serióznosti a profesionality více soustřeďuje okolo jejich vzhledu. Podobně jako Jana Vaňhová i Eva Bartoňová používá na předvolebním materiálech bílé oblečení, které rovněž vytváří dojem mladistvějšiho vzhledu a odkazuje k „pořádku“ a „čistotě“. Například na svých internetových stránkách je zachycena v bílé skládané haleně. Samotný střih halenky, náhrdelník a náušnice z perel dodávají celé fotografii dojem serióznosti. Eva Bartoňová na fotografii reprezentuje a spoluvytváří představu profesionální konzervativní političky.





Důstojnost se rovněž může vázat k věku a vykonávané profesi, čehož využívá ve své prezentaci Karola Haasová, která je lékařka ve středním věku. Dále je možné důstojnost a respekt vyjádřit postojem těla, čehož využívá Markéta Záleská. Ta se na svých internetových stránkách prezentuje maskulinním postojem se založenými rukama (viz. obrázek výše).

## Nová tvář

V rámci předvolební kampaně mnohé strany při prezentaci lídryň pracovaly s konceptem „nové tváře“. Tento koncept může v kontextu politiky nést několik významů: distancování se od předchozí politiky, čistou transparentní politikou, inovativní metody v politice. Zároveň v situaci, kdy je v politice velmi málo žen, může tvář ženy tyto významy ještě posílit.

Koncept „nové tváře“ byl v případě lídryň často využit v propagačních předvolebních materiálech – billboardy, plakáty, inzerce v novinách. Pro představu uvádím několik příkladů:

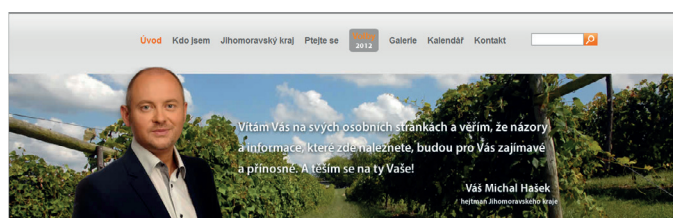


## Stranická reprezentace

Při bližším zkoumání webových stránek jednotlivých lídryň a lídrů jsem zjistila, že mnohé velké strany, které kandidují ve všech třinácti krajích, mají určitou strategii zobrazování svých lídrů a lídryň. Většinou se jedná o zdánlivé drobnosti jako je sako, vázanka či sportovnější vzhled, avšak tyto drobnosti významně ovlivňují celkové vyznění fotografií.

Stranická strategie zobrazování je dobře patrná u lídrů ČSSD a ODS. Například lídři ČSSD nemají kravatu a knoflík u krku mají rozepnutý, což odkazuje k určité neupjatosti, kterou lze rovněž chápat jako určitou formu vstřícnosti a otevřenosti. Na rozdíl od toho lídři ODS jsou všichni vyfoceni s perfektně uvázanou luxusnější kravatou, což posiluje dojem profesionality a preciznosti. Tyto jemné nuance odkazují k širší strategii jak oslovit potencionální voliče a voličky. Například Tomáš Jirsa (kandidát na hejtmana Jihočeského kraje za

ODS) stojí nad golfovým hřištěm, jeho opálená tvář pěkně kontrastuje s bílou košilí a reprezentativní světle modrou kravatou. Jeho postoj je lehce ležerní, což vytváří dojem jistého nadhledu, který je umocněn jeho pozicí nad golfovým hřištěm. Zelené pozadí hřiště působí velmi vyváženě a napomáhá reprezentaci Tomáše Jirsy jako uvážlivého, zkušeného politika se smyslem pro „fair play“. Fotografie rovněž pracuje s maskulinitou Tomáše Jirsy, kdy ho prezentuje jako vitálního muže středního věku, který dbá na svou fyzickou. Taktéž Michal Hašek (kandidát na hejtmana v Jihomoravském kraji za ČSSD) má v pozadí své titulní fotografie zeleň, tu však netvoří golfové hřiště, ale vinice. Fotografie tak prezentuje Haška jako politika spjatého se svým krajem, který si váží kulturních hodnot spojených s vinařskou tradicí a lidské práce, jež je k obdělání vinohradů třeba. Vinice neodkazuje pouze ke kulturním hodnotám a spojitosti Haška s krajem, ale též je symbolem plodnosti – prosperity. Hašek je tedy prezentován jako politik, jehož působení ve funkci hejtmana může kraji přinést prosperitu.



Takto výrazně odlišné reprezentace mezi lídryněmi za ODS a lídryněmi za ČSSD nenajdeme. V tomto ohledu jistou roli hraje skutečnost, že lídryně jsou zachyceny na jednobarevném pozadí, čímž se celá pozornost soustřeďuje pouze na ně – na jejich vzhled, postoj a výraz tváře. Pozadí krajiny či města, které u mužských lídrů významným způsobem dotváří celkové sdělení, na fotografiích lídryň chybí.

Přesto i v případě reprezentace lídryň se dají vysledovat jisté stranické odlišnosti. Například Lenka Kadlecová i Jana Vaňhová (lídryně za ČSSD) mají obě sako, zatímco Markéta Záleská a Eva Bartoňová (lídryně za ODS) nikoli.

S velmi specifickým zobrazením jsem se setkala u lídryně KSČM Hany Horské. Její fotografie je jak vystřižená z časopisu z 80. let a navozuje dojem dob minulých. Což lze interpretovat jako strategii, jak oslovit určitou část starší generace, kdy se pracuje s něčím, co tyto lidé znají a prostřednictvím čehož se vytváří určitý dojem jistoty. Zároveň se zde objevuje konotace se sociálními jistotami. S touto strategií reprezentace se setkáváme i u ostatních stranických lídrů KSČM. Hana Horská na rozdíl od výše zmíněných lídryň na fotografii nereprezentuje obraz sebevědomé a zkušené političky, ale spíše obraz paní učitelky ze školní fotografie. Z genderového hlediska zde dochází k významnému mocenskému posunu, kdy je politička reprezentována skrze feminizované povolání, které není ve srovnání s povoláními, které vykonávají převážně muži, natolik ceněno. Reprezentaci Hany Horské je možné rovněž interpretovat jako určitou snahu o oproštění se od kapitalistických marketingových strategií, které většina politických stran v rámci předvolební kampaně využívá. V této souvislosti ovšem vyvstává otázka, do jaké míry je takováto vizuální reprezentace zamýšlenou strategií a do jaké míry se jedná spíše o jistou strnulost KSČM v této oblasti.

## Závěr

V souvislosti s prezentací političek se stále setkáváme s tvrzením, že se ženy prezentují prostřednictvím své osobnosti, zatímco muži skrze své činy. Má zjištění z analýzy reprezentace lídryň v rámci předvolební kampaně ke krajským volbám 2012 ovšem docházejí k jiným závěrům. **Lídryně, které mají předchozí zkušenost s politikou v krajském zastupitelstvu či parlamentu, tuto zkušenost ve své sebe prezentaci využívají a prezentují se skrze ni.** Vzhledem k velmi nízkému počtu žen, které zastávaly funkci hejtmanky či poslankyně, lze předpokládat, že i prezentací kandidátek zaměřených na jejich činy nebude příliš mnoho. V tomto ohledu mají mnozí jejich straničtí kolegové výhodu, protože značná část z nich se může opřít o svou předchozí zkušenost v politice a prezentovat se prostřednictvím toho, čeho dosáhli.

**Reprezentaci lídryň v předvolební kampani je třeba zároveň chápat jako marketingovou strategii stran postavenou mimo jiné i na genderových stereotypch, které posilují pozitivní čtení kandidátek.** Přestože lídryně na fotografiích reprezentují a spoluutvářejí různé obrazy političek, u každé z nich se objevují určité genderově stereotypní atributy, které dotvářejí celkový dojem. Genderově stereotypní reprezentace se ovšem neomezuje pouze na kandidátky, strany s ní pracují i v případě kandidátů. U předvolební kampaně ke krajským volbám 2012 tedy nelze hovořit o genderově neutrální reprezentaci ani u kandidátek ani u kandidátů.

## Použitá literatura:

Bourdieu, Pierre. 1998. *Teorie jednání*. Praha: Karolinum.

Havelková, Hana. 2007. *Diskurz k politické participaci žen v publicistice Mladé fronty Dnes, Lidových novin a Respektu 1990 – 1998*. Praha (Disertační práce).

Maďarová, Zuzana. 2011. „Kostrukcia komunálnej politiky ako doma“. In Jana Cviková (ed.). *Politiky a političky: aspekty politickej subjektivity žien*. Bratislava: Aspekt, s. 93 – 139.

# Odlíšné způsoby prezentace kandidátů a kandidátek v krajských volbách: Analýza novinových článků

Miroslava Čechová

Cílem mé práce bylo identifikovat tendence, jak jsou v novinových článcích prezentovány ženy – kandidátky do krajských voleb. Tedy, jaké nároky jsou na ženy v článcích kladeny a co se od nich z pohledu novinářů/ek očekává? Jinak řečeno, bylo by hodnotově na stejné úrovni, kdyby se stejně, jak se píše o ženách, hovořilo o mužích? Dále mě zajímalo, jaký je rozdíl mezi předvolebními sliby žen a mužů a zda tyto rozdíly mají genderové konotace.

## Metodologie: Sběr dat a postupy při jejich analýze

Svou pozornost jsem v práci zaměřila na genderovou analýzu vybraných novinových článků (nikoli inzercí politických stran<sup>1</sup>) z MF Dnes, LN, HN a Právo (celostátní včetně příloh ze středních Čech) v období od 1. srpna do 13. října 2012, tedy do posledního dne krajských voleb.<sup>2</sup> Prvotní podmínkou pro výběr novinového článku do analýzy bylo, aby článek jakýmkoli způsobem obsahoval odkaz na krajské volby.

Články vybrané k analýze byly charakteristické tím, že většina z nich byla čistě popisná. Věnovaly se například popisu toho, co kdo

z kandidujících řekl, co prosazuje za názor a témata a dále například jaká témata jsou v jakém kraji nejdůležitější. Články, jejichž autoři a autorky se pouštěli do argumentace či hlubší analýzy situace určitého jevu souvisejícího s krajskými volbami, byly pouze tři. Konkrétně se jednalo o články MF Dnes „Ženy se v politice neprosadí“ (3. 9. 2012), „Paroubek už netáhne. Na mítincích je pusto“ (11. 10. 2012) a „Sliby = dluhy“ (12. 10. 2012).

Analýza článků je postavena na zakotvené teorii inspirované Straussem a Corbinovou (1999), tedy na takzvaném „trychtýřovém modelu“. Mé kroky při analýze sledovaly následující linii. Nejprve jsem sebraná data (články) roztřídila do tří kategorií:

První kategorií byly články, které jakýmkoli způsobem obsahovaly zmínku o ženách – kandidátkách do krajských voleb. V těchto článcích současně byl ve všech případech vždy minimálně odkaz na muže – kandidáta. Články, ve kterých by byly zmíněny pouze ženy – kandidátky, jsem ve sledovaném období nenalezla. Do druhé kategorie jsem zařadila takové články, které se sice zabývaly krajskými volbami, ale jejich pozornost byla zaměřena pouze na muže – kandidáty. Takových článků bylo ve sledovaném období přibližně stejné množství jako článků zařazených do první kategorie. Tyto články jsem při analýze využila pro dokreslení některých nalezených jevů. Do třetí kategorie jsem zařadila články, které se týkaly voleb obecně – jednalo se především o předvolební výzkumy zaměřené na voličské preference jednotlivých politických stran, nikoli kandidátů/kandidátek. Pouze jeden z těchto „statistických článků“ přitom ukazoval procentuální podíl žen – kandidátek napříč všemi politickými stra-

1 Do dat pro analýzu jsem nezahrnula inzerci jednotlivých politických stran, která byla v novinách především obrazová a které bylo vzhledem k počtu článků o krajských volbách přibližně stejné množství - často se opakovala stejná inzercie. Interpretaci vizuální reprezentace lídryň spolu s předvolebními slogany se věnovala ve své analýze Mgr. Dita Jahodová.

2 Články byly sbírány i z týdeníku Respekt, ale neobjevilo se zde žádné téma, které by se zaměřovalo jakýmkoli způsobem na ženy v politice, proto jsem analýzu tohoto periodika vyloučila.

nami a nejvyšší počet kandidujících žen ve straně Suverenita, která měla na kandidátce do krajských voleb zastoupeno 66,6% žen (HN, 12. –14. 10. 2012). Tyto články jsem neanalyzovala.

V další fázi analýzy dat jsem postupovala tak, že jsem pročetla články z první (výchozí) kategorie a kódovala je z genderové perspektivy nejprve pomocí otevřených kódů (kategorie definované na základě jevů identifikovaných v textech). Při opětovném pročitání jsem definovala kódy axiální (hledání vztahu mezi otevřenými kódy). Stejně jsem postupovala i v případě článků zařazených do druhé kategorie, ale to až po definování kódů v kategorii první.

Interpretace těchto dat je založena především na vztahové argumentaci související s pohlavím a k němu předpokládaným genderem – tedy na sledování a odhalování rozdílů, zda a případně jak se v člancích hovoří o ženách a mužích aspirujících na aktivní účast v krajské politice a co se od nich očekává.

Jako doplňkovou metodu jsem zvolila kvantitativní obsahovou analýzu článků. Tuto analýzu jsem provedla ve všech analyzovaných člancích. Zvolenou metodu jsem využila při sledování toho, kolik prostoru je věnováno výroky žen a mužů. Sledovala jsem nejen citace, ale i parafráze výroky kandidátů/tek autory/řkami článků. Za jednotku prostoru věnovaného výroku jsem považovala vždy jednu i víc citací (parafrází) jednoho/né lídra/yně v jednom článku. Dále jsem tuto metodu využila pro sledování prostoru, který byl věnován lídrům/lídryním a kandidátům/kandidátkám z druhých a dalších pozic na kandidátní listině. Oběma analýzami jsem chtěla zjistit, kolik prostoru pro prezentaci je v médiích kandidátům/škám dáváno a zda má genderové (jak se prostor liší v závislosti na pohlaví) a mocenské konotace (umístění na kandidátní listině).

## Analýza článků a interpretace získaných dat

Při analýze „základních“ novinových článků jsem identifikovala čtyři základní kategorie, které se v člancích objevovaly. Existenci prvních dvou jmenovaných kategorií jsem přitom předpokládala již před samotnou analýzou textu. První kategorie, která se při analýze objevila, byla témata krajských voleb a jejich genderová konotace. Druhou kategorií, kterou jsem při kódování novinových článků identifikovala, byl rozdílný způsob prezentace političek a politiků kandidujících v krajských volbách. Třetí kategorií, která byla velice výrazná, byl způsob využívání jazyka při pojmenování funkcí a statusů mužů a žen. Nakonec za zmínku stojí ještě čtvrtá kategorie, která vzešla z analýzy článků, a to patrně známky přetrvávající nerovnosti v praxi.

### Témata krajských voleb a jejich genderové konotace

V člancích o krajských volbách dominovala celostátní témata zaměřená především na finance. Nejvýrazněji věnovali novináři pozornost tématu církevních restitucí, dále také zvyšování DPH a zadlužování státu a v neposlední řadě korupci a boji proti ní. Hlavní slovo v těchto tématech přitom měli předsedové největších politických stran (ODS, ČSSD). Krajským tématům byla oproti celostátním věnována menší pozornost, tzn. menší obsáhlost článků, stručné popisy bez obsáhlejších diskusí a komentářů apod. Tato témata jsem při analýze shrnula do tří kategorií: finance, doprava, sociální otázky.

Nejčastěji skloňovaným tématem na úrovni krajů byly finance. Jejich podtémata se do značné míry prolínala s celostátními zájmy. Kandidáti a kandidátky v předvolebních prohlášeních kladli důraz především na spravedlivé rozdělování krajských dotací, správné hospodaření kraje (vyrovnaný rozpočet a nezadlužování kraje), boj s korupcí, zveřejňování výdajů a smluv nad 100 000 Kč na internetu a další. Tématům se věnovali muži i ženy.

Dalším tématem, kterému byla věnována pozornost, a to ve většině krajů, byla doprava (oprava a výstavba dálnic a rychlostních silnic, dostupnost veřejné dopravy). Tou se zabývali především mužští kandidáti, ale prostor v tomto tématu dostaly i kandidátky. Ženy i muži měli tendenci se ve svých názorech přiklánět k volebnímu prohlášení svých stran. Jejich zájem směřoval v tomto směru i do sociálních otázek. Příkladem může být vyjádření Jany Vaňhové (LN, 7. 8. 2012), která prosazuje v rámci dostupné dopravy jízdné pro školáky na území Středočeského kraje zdarma. Dalším příkladem je vyjádření Jiřího Běhouka (ČSSD), který opravu silnice považuje za nezbytnou podmínku pro cestu do práce nebo k lékaři (LN, 19. 9. 2012).

Jak již bylo naznačeno, kandidáty a kandidátky zajímala nejen problematika financování a dopravy, ale soustředili se i na sociální témata. Zde opět není možné říci, že by předvolební sliby vycházely z genderových stereotypů, tedy že by ženy prosazovaly sociální témata a muži téma financí a dopravy, ale v názorech kandidátů/kandidátek je spíše viditelná příslušnost k určité politické straně. O sociálních tématech se v člancích vyjádřili kandidáti a kandidátky z ČSSD (a její nové odnože Středočeši. cz) a kandidáti z ODS. Zde je vidět rozdílný přístup k sociálním otázkám. Zatímco zástupci/kyně ČSSD a Středočeši. cz kladli v sociálních otázkách důraz na dostupnost a kvalitu zdravotnické péče a podporu školáků/aček, rodin s dětmi a seniorů/ek, zástupci ODS kladli důraz na kvalitní vzdělávání, zvláště však podporovali technické školství, dále svou pozornost zaměřili na podporu firem na Ostravsku z důvodu zajištění dostatečného množství pracovních příležitostí.

### Způsoby prezentace kandidujících političek a politiků

Druhou rovinnou, kterou jsem při analýze identifikovala, je prezentace kandidujících političek a politiků ze strany novinářů. Způsob prezentace kandidujících jsem analyzovala na dvou úrovních. První úroveň byl prostor, který byl jednotlivým kandidátům a kandidátkám v denících věnován. Druhou úrovní byl samotný způsob slovní (obsahové) prezentace kandidujících.

#### Prostor věnovaný ženám/mužům

Počet všech, kteří byli citováni nebo parafrázováni, byl 41, z toho 11 žen (tento poměr odpovídá poměru kandidujících mužů a žen – viz výzkum Šprincová 2012). Většinou byl dán prostor lídrům a lídryním, tedy 34 mužům a 8 ženám. Prostor mluvit vícekrát než jednou měli pouze lídři/lídryně. Nejvíce prostoru dostala Helena Langšádlová, která mluvila v různých denících ve sledovaném období šestkrát. Nejvíce prostoru bylo dáno kandidátům/kandidátkám za politické strany ODS, ČSSD a TOP09. Prostor věnovaný rozhovoru byl dán šesti kandidátům a pouze jedné kandidátce, mediálně známé Heleně Langšádlové. Rozhovory, které byly novinářům/řkám poskytnuty, byly parafrázovány u tří žen. Oproti tomu výpovědi mužů byly vždy citovány.

#### Slovní (obsahová) prezentace kandidujících žen a mužů

V analyzovaných člancích autoři/rky ve většině případů přistupovali k názorům/výpovědím žen a mužů stejně. Citovali nebo parafrázovali jejich výroky, aniž by je jakkoli kriticky hodnotili<sup>3</sup>. Výjimkou byl článek v MF Dnes (12. 10. 2012), kde se autor článku snažil přistupovat kriticky ke všem výpovědím lídrů a lídryň ČSSD. Všech se zeptal na jejich hlavní volební slib. Při předkládání odpovědí jednotlivých lídrů a lídryň upozornil především na *opatrnost*, se kterou všichni oslovení k položené otázce přistupovali. Na první pohled se tak článek jeví jako genderově neutrální. Při bližším pohledu je však vidět tendence autora zaměřovat se především na výpovědi lídryň a dohledávat míru jejich pravdivosti či důležitosti:

3 Jinou rovinnou je potom samotný popis a prezentace kandidátek a kandidátů.



„Ústecká hejtmanka Jana Vaňhová odpověděla, že se zasadí o zachování sítě krajských nemocnic a počtu hasičů a policistů. Jenomže ministerstvo vnitra údajně žádné hasiče a policisty propouštět nebude, takže jde o poněkud planý poplach.“

„Chce snížit nezaměstnanost v Libereckém kraji za pomoci ekonomické diplomacie. Přitom Liberecký kraj nevykazuje v nezaměstnanosti žádné hrozivé číslo. Drží se na celorepublikovém průměru.“ (o Kadlecové)

Oproti tomu výpovědi mužů jsou autorem článku předkládány čistě popisně a dále nejsou nijak komentovány, natož aby byla dohlédávána jejich pravdivost či uskutečnitelnost:

„Již citovaný Běhounek mluvil o „autobusech na zavolání“ v menších vesnicích, kdy se více lidí může domluvit...“

Tento článek potom působí, jakoby bylo potřeba hlídat, zda političky dělají „mužskou“ politiku správně nebo spíše sledovat, jak ji nedělají správně, protože nerozumí tomu, jaké otázky jsou pro kraj nejdůležitější.

Při analýze se také objevila tendence novinářů/řek k využívání političek a současně kandidátek (avšak výhradně ne-lídryň) v krajských volbách čistě **marketingově**. Konkrétně jsem našla články, které v nadpisech slibovaly informace o kandidátkách, v článku však o nich byla pouze zmínka a článek se dál věnoval buď nově vzniklému hnutí, nebo kauze Davida Ratha. Využívání žen je v tomto případě možné označit za čistě instrumentální, neboť nadpisy typu „Místo Ratha jde do voleb jeho žena (LN, 10. 8. 2012)“ a „Rathův fanklub a jeho ženy jdou do voleb (MF Dnes, 11. 8. 2012)“ jsou účelové s marketingovým cílem – žena nebo informace o intimních vztazích prodávají článek.

V průběhu analýzy jsem též zaznamenala tendenci posuzování **vzhledu**, a to v případě ženy i muže. Vypadá to, jakoby v případě ženy byl pro autora článku MF Dnes „samozřejmou“ součástí jejího popisu fyzický vzhled, který má mít v případě ženy kladné vyznění. Jak píše ve své studii Ostertágová (2011: 143) „Zdá se, že novináři a novinárky nehodnotí (ženy – MČ) prostřednictvím její politické činnosti, ale prostřednictvím její osoby.“

„(...) kandidátka na libereckou hejtmanku Lenka Kadlecová. Mimořádně pohledná žena (...) (MF Dnes, 12. 10. 2012).“

U muže byla v jiném článku pozornost zaměřena na jeho oblečení, nikoli však jako součást představení kandidáta, ale jako poukázání na upadající vliv politika a zájem o něj:

„(...) včera to byl jiný muž. Oblečen do staršího pruhovaného svetry a příliš dlouhých manšestrových kalhot bere do rukou letáčky LEV 21, knihy s názvem „Jaký opravdu jsem“ a kmitá kolem náměstí (MF Dnes, 11. 10. 2012).“

V již zmíněném článku (MF Dnes, 12. 10. 2012) je také viditelná tendence hovořit o **(ne)zkušenosti** kandidátek. Na muže se v tomto případě zapomíná. Jakoby všichni muži vstupující do politiky byli automaticky muži zkušení a v politice zblhlí. Poutač tohoto článku v polovině stránky zní: „Proč kandidátka na hejtmanku komunikuje jen po e-mailu“ a následuje komentář:

„(...) vysokou politikou **dosud nedotčená a trochu nesmělá** kandidátka na libereckou hejtmanku (...) podle kolegů dává přednost komunikaci s novináři prostřednictvím emailu.“ „Od **nezkušené** Kadlecové však přišla jedna z **originálnějších odpovědí** (MF Dnes, 12. 10. 2012).“

To, že dva lídři odpověděli formou SMS autor článku sice uvedl, nebylo to však pro něho tolik zajímavé, aby tomu věnoval stejnou pozornost, jako odpovědi emailem, kterou dostal od lídryně.

Jak jsem naznačila v začátku kapitoly, v novinových článcích převládá tendence autorů/řek prezentovat kandidáty/kandidátky bez ohledu na pohlaví. V některých případech se ale stále objevují silné genderové konotace, a to jak směrem k ženám (co jsou a co by měly být, jak vypadají atd. ), tak směrem k mužům, kde se tato diskuse

vynechává, což vede k prezentaci spojení muže – politika jako něčeho samozřejmého, co nevyžaduje další zkoumání.

Zajímavým posunem, který je třeba vyzdvihnout, je absence snahy popisovat schopnosti žen – kandidátek v domácí sféře (jakými jsou matkami, jak budou stíhat plnit roli ženy v domácnosti a současně političky apod. ). O snaze takto ženy popisovat vypovídaly přitom ještě nedávné výzkumy jak v Čechách (Baslarová, Binková 2006:44), tak na Slovensku ještě v roce 2010 (Ostertágová 2011). V naposledy zmíněné studii autorka sledovala v médiích kandidaturu Ivetu Radičové na post prezidentky a vyzdvihování její mateřské povinnosti uzavírá slovy: „Političky sa môžu stať ‚tvrdými‘ až po tom, čo si splnia povinnosti v súkromnej sfére, akosa od nich stereotypne očakava (Ostertágová 2011: 144).“ Otázkou je, zda se skutečně jedná o posun v uvažování o kandidátkách nebo zda absence pozornosti věnovaná ženám a „jejich“ domácím povinnostem není způsobena všeobecně malou pozorností deníků věnovanou krajským volbám.

### Způsob prezentace kandidujících z pohledu jazyka

V článcích stále přetrvává generické maskulinum, tedy tendence označovat skupinu žen a mužů pojmenováním v mužském tvaru (Baslarová, Binková 2006:5). Typickým příkladem je podtitulek: „*Politici už pilují sliby pro krajské volby* (LN, 7. 8. 2012).“ Pokud jsou osoby pojmenovávány zvláště, je u nich v analyzovaných článcích vždy používán správný tvar ve vztahu k pohlaví kandidáta/kandidátky, to však platí pouze u označení – hejtmán/ka, starosta/ka a kandidát/ka.

Problémem stále zůstává označení lídryně, neboť označení lídryně se nepoužívá. Na tento jev poukázaly ve své analýze již Baslarová a Binková (2006: 8-9). Oproti zmíněné analýze je však vidět posun. Zatímco v roce 2006 byly ženy v článcích většinou označovány jako *lídr*, v mé analýze se ukázalo, že tento styl pojmenování kandidátek se příliš neobjevuje. Zaznamenala jsem pouze jednou: „*řekla Langšádlová, coby lídr středočeské kandidátky* (Právo, 31. 8. 2012)“ Ukazuje se zde nová tendence a to využívání alternativního pojmenování namísto slova lídryně. Příkladem je označení „volební jednička“, „jednička na kandidátce“, „jednička ODS“, „stranu vede do voleb“ atd. Otázkou je, zda tato synonyma mají stejnou symbolickou hodnotu jako označení „lídryně“ nebo spíše „lídr“ a dále, zda se při užívání alternativních pojmenování nacházíme na pomyslném přechodu k používání slova „lídryně“, ke kterému nám dosud bránil nezvyk při užívání „nového“ slova.

### Přetrvávající nerovnost v praxi

Přetrvávající nerovnost v přístupu žen do politiky v praxi je stále viditelná. Vypadá to, že ženy si nerovnosti také již uvědomují, i když je pravděpodobně nevnímají jako překážku zapříčiněnou pohlavím. Toto dokládá výpověď Lenky Kohoutové, kterou jsem vybrala pouze jako anekdotický příklad:

„*Kandidátovi může pomoci, když si v určité oblasti vypracuje jméno, řekla LN Lenka Kohoutová (ODS) s tím, že jí prý pomohla práce pro postižené* (LN, 12. 10. 2012).“ (Článek o preferenčních hlasech – pozn. autorky)

Zmíněná kandidátka si uvědomuje, že pokud bude aktivní a bude vidět svou práci (v sociálních otázkách), potom má vyšší šanci na zvolení tzv. preferenčními hlasy. Uvědomuje si současně, že tato její aktivity pouze její šanci na zvolení zvyšuje, ale nezaručuje, což dokládá slovo „může“. Dle autora článku (LN, 12. 10. 2012) se k jejímu tvrzení přidává i senátorský kandidát za ČSSD Stanislav Křeček, který zdůrazňuje: „Voliči dají přednost tomu, o kom mají povědomí.“ Ačkoliv z článku není zřejmý kontext, ve kterém hovořil Stanislav Křeček, je možné z jeho výpovědi vycítit (na rozdíl od Lenky Kohoutové) spíše pasivní přístup. Kandidát nepopisuje potřebu aktivně se zapojit do procesu sebe prezentace mezi voliči/voličkami jakoukoli společensky prospěšnou aktivitou. Dle jeho slov stačí, když ho bude vidět, a to v podstatě jakkoli. Můžeme tedy dovozovat, že například v rámci předvolební kampaně apod.

Jako doklad toho, že si situaci o nerovných „startovních“ pozicích mužů a žen kandidátky před volbami pravděpodobně uvědomovaly, svědčí také komentář bezpartijní kandidující starostky Hlavence Jarmily Smotlachové k situaci, která nastala, když se muži, kteří měli největší šance na úspěch (rivalové z ODS a ČSSD) ve volbách, nedostavili na setkání se starosty. Smotlachová to komentovala slovy: „*Urází mě to a vypovídá to o jejich přílišné sebejistotě. Přesně tohle by lidé měli vidět, že právě tihle dva ani nepřijdou*“ (LN, 12. 10. 2012).“

Z uvedeného vyplývá, že si kandidátka pravděpodobně je vědoma toho, že muži, kteří mají „předem jasné výsledky“, nemusí bojovat. Jinak řečeno, nemusí být tolik aktivní jako (především) ženy, protože jsou v čele kandidátních listin. Výhodnější pozici si evidentně uvědomují i sami muži tím, že se mítinku nezúčastnili, to navíc jako doložení přílišné sebejistoty.

## Shrnutí

Krajským volbám nebylo v analyzovaných denících věnováno v předvolebním období příliš mnoho pozornosti, a to především co se týče hlubší reflexe novinářů/novinářek v rámci článků. Většina článků, které se zabývaly krajskými volbami, byla čistě popisná. Jen tři články (vyjma rozhovorů) byly obsahově plnější. V těchto článcích bylo možné nejlépe vysledovat **přetrvávající genderově stereotypní přístup novinářů/novinářek při prezentaci kandidátů a kandidátek** v tomto případě do krajských voleb.

Poměrně zajímavým zjištěním je, že **témata krajských voleb, kterými se prezentovali kandidáti a kandidátky, neměla genderové konotace, ale lišila se výhradně podle příslušnosti k politické straně.** Příjemným zjištěním je také to, že **prostor, který byl věnován vyjádření kandidátek a kandidátů, byl proporčně stejný, jako byl poměr kandidujících mužů a žen.** To ale neznamená, že byl prostor dáván stejně – **šesti mužům byl dán prostor pro vlastní prezentaci prostřednictvím obsáhlých rozhovorů a tato možnost byla dána pouze jedné ženě.** Ostatní kandidáti/ky se mohli prezentovat pouze prostřednictvím krátkých citací. Za vyzdvihnutí stojí, že **parafrázovány byly pouze (některé) výpovědi žen, zatímco muži byli vždy citováni.** Otázkou je, zda tento jev nemá genderové konotace ve smyslu, že výpovědi žen je možné upravovat/opravovat, zatímco do projevu mužů se nezasahuje, neboť jak vyplynulo z analýzy, jsou **jejich názory vnímány jako fakt a dále neanalyzovány a nekritizovány.** Tento jev by bylo dobré sledovat na větším vzorku, aby se dala potvrdit nebo vyvrátit pravdivost nastolené otázky.

Jak jsem již naznačila, vzhledem k velkému počtu článků, které pouze reprodukovaly tvrzení kandidátů a kandidátek, nebylo možné příliš sledovat způsob reprezentace kandidátů/tek novináři/řkami z pohledu genderu. Většina článků se tak tvářila jako genderově neutrální, nicméně se zde přesto objevovaly tendence k tradičnímu genderovému přístupu. Příkladem může být **využívání žen za marketingovým účelem** a také **využívání otázky vzhledu odlišně v případě muže a v případě ženy.** V obsáhlejších článcích se pak projevily **tendence novinářů/novinářek věnovat pozornost především schopnostem, zkušenostem a správnosti, případně pravdivosti tvrzení kandidujících žen.** Kandidáti – muži byli v těchto otázkách pro novináře/řky zcela neviditelní.

Genderovaný byl také jazyk užívaný v analyzovaných článcích. Nejčastějším jevem, který se na úrovni jazyka v článcích objevoval, bylo **generické maskulinum.** V případě popisu jednotlivých osob bylo vždy využito přechylování, výjimkou stále zůstává pojmenování „lídr/yně“. Zde je viditelný **posun od původního využívání označení „lídr“** (jak pro muže, tak pro ženy) k tendenci využívat alternativní pojmenování namísto ženského tvaru „lídryně“. Do budoucna bude jistě zajímavé jazykový vývoj tohoto jevu sledovat.

## Použitá literatura:

Baslarová, I. , Binková, P. 2006. *Mediální obraz českých političek v období voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2006: Rovné příležitosti vs. promeškaná příležitost? (Analýza diskurzů).* Praha: Občanské sdružení Fórum 50%.

Ostertágová, Alexandra. „Úspěšná, a předsa „slabá“?“ In. Cviková, Jana (ed. ). 2011. *Politiky a političky: Aspekty politické subjektivity žen.* Bratislava: Aspekt.

Strauss, A. , Corbinová, J. 1999. *Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky metody zakotvené teorie.* Boskovice: Nakladatelství Albert a Sdružení Podané ruce.

Šprincová, V. 2012. *Analýza výsledků krajských voleb 2012.* Praha: Open society fund. Dostupné z: <[http://aa.ecn.cz/img\\_upload/666f72756d35302d66669313030313139/analiza\\_volby\\_kraje\\_2012\\_vysledky.pdf](http://aa.ecn.cz/img_upload/666f72756d35302d66669313030313139/analiza_volby_kraje_2012_vysledky.pdf)>.





FÓRUM **50%**



**NADACE  
OPEN SOCIETY FUND  
PRAHA**

Vydalo Fórum 50 %, o. p. s.

ISBN 978-80-904447-2-7

Copyright Fórum 50 %, o. p. s. [www.padesatprocent.cz](http://www.padesatprocent.cz)

1. vydání

