

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

katedra sociologie, andragogiky

a kulturní antropologie



Blanka Moravcová

**OBRAZ CIZINCŮ ŽIJÍCÍCH  
ČI PŮSOBÍCÍCH V PRAZE  
V PRAŽSKÝCH TIŠTĚNÝCH MÉDIÍCH**

bakalářská diplomová práce

Olomouc 2014

vedoucí práce: Mgr. Andrea Preissová Krejčí, Ph.D.

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně pod vedením Andrey Preissové Krejčí za použití literatury uvedené v závěru práce.

V Olomouci dne

## **Poděkování**

Děkuji Mgr. Andree Preissové Krejčí, Ph.D. za odborný dohled nad touto prací, za čas a úsilí, který jí věnovala, a za její ochotu pomoci mi v době, kdy jsem to potřebovala. Rovněž děkuji svým rodičům a sestře, kteří mě při tvorbě práce velice podporovali, radili mi a poskytovali cennou zpětnou vazbu.

## **Anotace**

Cílem této bakalářské práce je popsat, jaký obraz vytvářejí pražská tištěná periodika o cizincích žijících či působících v Praze. V teoretické části se práce věnuje konceptu sociální konstrukce reality, objektivitě médií, vlivu médií na společnost a v neposlední řadě také stereotypům a jejich reprodukci v rámci výroby a přenosu mediálních obsahů. Empirická část práce je založena na kvantitativní obsahové analýze, která je aplikována na články vydané za rok 2013 třemi vybranými pražskými deníky. Práce zabývá počtem článků o pražských cizincích vydaných ve vymezeném období, jejich hlavními tématy, nejčastěji zmiňovanými národnostmi a celkovým hodnocením cizinců. Na základě získaných informací se pak snaží komplexně popsat, jakým způsobem jsou tito cizinci prezentováni.

Klíčová slova: cizinec, Praha, média, tisk, sociální konstruktivismus, stereotyp, prezentace, komunikace.

## **Abstract**

The goal of this bachelor thesis is to describe the portrayal of the foreigners living or working in Prague, created by the Prague daily press. The theoretical part of the thesis deals with the concept of the social construction of reality, the objectivity of the media, the impact of the media on the society and the stereotypes and their reproduction within the production and transmission of the media contents. The empirical part of the work is based on the quantitative content analysis, which is applied to the articles published in 2013 by three selected Prague daily newspapers. The work focuses on the number of the articles presenting foreigners in Prague published within the specified period of time, their main topics, the most frequently mentioned nationalities and the overall assessment of the foreigners. Based on the acquired data, it then endeavours to describe the way the foreigners are presented.

Keywords: foreigner, Prague, media, press, social constructivism, stereotype, presentation, communication.

## Obsah

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| Úvod .....                                               | 7  |
| Teoretická východiska.....                               | 10 |
| Médium a mediální komunikace.....                        | 10 |
| Sociální konstrukce reality .....                        | 13 |
| Média, realita a objektivita .....                       | 14 |
| Vliv médií .....                                         | 18 |
| Stereotyp – my a oni .....                               | 22 |
| Zobrazování menšin a cizinců v médiích.....              | 24 |
| Shrnutí teoretických východisek.....                     | 26 |
| Zkoumané téma .....                                      | 27 |
| Cizinci na území ČR v historii a dnes.....               | 27 |
| Cizinci v ČR a v Praze – základní statistické údaje..... | 31 |
| Cizinci a česká média.....                               | 32 |
| Empirická část práce .....                               | 36 |
| Cíl práce .....                                          | 36 |
| Výzkumná metoda .....                                    | 36 |
| Výzkumný vzorek.....                                     | 37 |
| Profily zkoumaných deníků .....                          | 40 |
| Výzkumné otázky a stanovení kategorií .....              | 42 |
| Analytická část.....                                     | 45 |
| Závěr výzkumu – odpověď na hlavní výzkumnou otázku.....  | 53 |
| Závěr.....                                               | 54 |
| Seznam literatury.....                                   | 56 |
| Tištěné zdroje.....                                      | 56 |

|                              |    |
|------------------------------|----|
| Internetové zdroje .....     | 58 |
| Seznam tabulek a grafů ..... | 61 |
| Tabulky .....                | 61 |
| Grafy .....                  | 61 |

## Úvod

Praha, metropole České republiky, se honosí nejen titulem hlavní město, ale i přídomek největší a nejlidnatější. K tomuto označení přispívají jednak občané České republiky, kteří v Praze žijí nebo se do ní z různých důvodů stěhují, ale i cizinci, kteří do Prahy proudí. Nehovoříme samozřejmě zdaleka jen o turistech, kteří přijíždějí obdivovat památky historického centra města. Jedná se nám nyní o všechny, kteří v Praze trvale pobývají nebo jakýmkoli způsobem působí, ať už dlouhodobě nebo jednorázově.

Myslím si, že je neoddiskutovatelné, že zejména na cizince dlouhodobě pobývající v ČR působí česká společnost a její kultura, ať už si pod těmito pojmy představíme cokoli. Setkávají se s ní na každém kroku a ve větší či menší míře se jejímu tlaku musejí podřizovat bez ohledu na to, jestli se ve výsledku jedná o život v komunitě příslušníků jejich vlastní kultury s velmi omezeným vlivem kultury české nebo o plnou asimilaci. Poněkud nenápadněji působí kultury cizinců na naši kulturu, kulturu majoritní. Setkáváme se s příslušníky cizích kultur, nezdědka s nimi komunikujeme, oni poskytují služby nám nebo my jim a v neposlední řadě se o nich samotných nebo jejich aktivitách dozvídáme zprostředkovaně skrze (mas)média.

Přestože média mohou být bezpochyby velmi cenným zdrojem informací, ne vždy vytvářejí nestranný, pravdivý, celistvý a objektivní<sup>1</sup> obraz toho, o čem referují. Pomocí všemožných technik, způsobů, ale i složitých mechanismů, které přesahují jednotlivá média, vytvářejí vědomě či nevědomě určitou realitu, kterou předkládají recipientům jako pravdivou a správnou. Pokud se ztotožníme např. s názory tzv. Birminghamské školy, která považuje příjemce za aktivního účastníka procesu (mediální) komunikace, můžeme argumentovat tím, že jedinec má možnost a schopnost přistupovat k mediálním obsahům kriticky a utvářet si vlastní pohled na věc. Jen těžko však může být naprosto imunní proti působení

---

<sup>1</sup> O problematičnosti pojmu *objektivita* pojednáme v kapitole *Média, realita a objektivita*.

médií a musí se na ně svým způsobem spoléhat, protože nemá možnost ověřovat si sto procent uvedených informací.

V naší práci se pokusíme prostřednictvím kvantitativní analýzy vybraných pražských tištěných periodik zjistit, jaký obraz tato média vytvářejí o cizincích žijících nebo působících v Praze. Předpokládáme ovšem, že média o cizincích, jakožto o početné, ačkoli národnostně roztržštěné menšině skutečně hovoří.

V teoretické části práce se zaměříme na samotná média. Popíšeme, jak média vytvářejí obraz reality, který je dále předáván recipientům, v našem případě čtenářům pražských tištěných periodik. Zaměříme se na také na faktory, které ovlivňují výběr a podobu výsledných sdělení, a případná zkreslení. Nakonec se budeme věnovat souvislosti médií se stereotypizací, která je z našeho kulturně antropologického hlediska nežádoucím – přestože ve společnosti velmi rozšířeným – jevem.

Jelikož cílem naší práce není popsat média jako taková, nýbrž teoretická východiska aplikovat na pražská tištěná média, další část věnujeme cizincům v Praze, o jejichž prezentaci se nám bude jednat v analytické části. Ve stručnosti shrneme základní informace o cizincích v Praze a v celé České republice v historii a dnes. Vymezíme pojem cizinec tak, jak ho definuje česká legislativa, podíváme se na právní postavení cizinců u nás a na demografické údaje týkající se pražských cizinců.

V následující metodologické části popíšeme metodu, kterou jsme zvolili pro náš výzkum. Stanovíme si hlavní i vedlejší cíle a výzkumný vzorek, na nějž budeme výzkumnou metodu aplikovat. V analytické části pak budeme prezentovat výsledky, ke kterým jsme dospěli.

Na závěr úvodu si uveďme výstižný citát, který by měl osvětlit, proč si myslíme, že naše téma a výzkum bezpochyby patří ke kulturní antropologii a je nutné se jím zabývat: „*Není možné hovořit o médiích, aniž bychom se současně*



*nezmínili o moci kultury.*“<sup>2</sup> Domníváme se, že tento vztah funguje i naopak. V našem globalizovaném světě není možné zabývat se kulturami a přitom pominuli média.

---

<sup>2</sup> ROACH, C. *Communication and Culture in War and Peace*. Londýn: Sage, 1993, s. 12.  
cit. dle JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007, s. 152.

## Teoretická východiska

### Médium a mediální komunikace

První kapitolu věnujeme samotným pojmům *médium* a *mediální komunikace*. Bude přínosné začít u těchto dvou základních a od sebe neoddělitelných pojmů předtím, než se začneme zabývat samotným jejich působením na společnost či jednotlivce, abychom vysvětlili, jakým způsobem je v naší práci budeme chápat.

Slovo *médium* pochází z latiny, v níž označuje *prostředí, prostředek* nebo *něco, co zprostředkovává děj*. V dnešní době je jeho využití daleko složitější. Obecně řečeno se může jednoduše jednat o cokoli, co existuje uprostřed a spojuje dvě či více stran. Ve specifitějším, fyzikálním významu hovoříme o médiu jako o vlastnosti látek, která umožňuje určité procesy. My se budeme zabývat jeho třetím významem – médiem jakožto důležitou součástí komunikace, zejména masové nebo mediální komunikace.<sup>3</sup>

Médium je v pojetí mediálních studií důležitým prvkem při přenosu informace od komunikátora k adresátovi. Reifová ve svém *Slovníku mediální komunikace* definuje médium jako „*prostředky masové komunikace, které přenášejí informace v různých formách a za různým účelem*“<sup>4</sup>. Za médium v tomto smyslu můžeme podle Reifové považovat fyzikální prostředí, které umožňuje komunikaci (např. vzduch pro přenos elektromagnetických vln), techniku výroby materiálního nosiče, na který je sdělení vázáno (např. výroba drážek na gramofonové desce), kód, kterým je sdělení zakódováno a zpracováno (analogický, digitální), komplex zahrnující prostředí, v němž je sdělení vytvářeno, technologické aspekty a samotného komunikátora (např. rozhlas), a konečně můžeme médium chápat jako typ sociální instituce. Tyto instituce mají obvykle podobu velkých mediálních organizací a náplní jejich činnosti je vytváření veřejně

---

<sup>3</sup> REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 139–140.

<sup>4</sup> Tamtéž.

dostupných, standardizovaných, profesionály vytvářených sdělení, která jsou za pomoci určitých technologií předávána heterogennímu a disperznímu publiku.<sup>5</sup>

Právě tuto mnohoznačnost slova médium považujeme za poněkud nešťastnou. Svádí totiž k chápání úlohy masového média jako pouhého prostředníka mezi událostmi a společností. Podle nás je však zapotřebí uvědomit si význam, který masová média mají, v širším kontextu.

Masová média mají totiž kromě přenosu informací i řadu dalších funkcí, které z nich činí instituce s nedozírným vlivem na naši společnost. Média představují vedle zdroje informací, z něhož může čerpat široká veřejnost, i zdroj moci. Mohou se stát prostředkem vlivu, ovládání a společenských změn. Poskytují prostor pro události veřejného života na národní i mezinárodní úrovni a představují přístup ke slávě a postavení veřejně činných osob. Pro nás je ale důležité, že média přicházejí s vlastními výklady sociální reality a konstruují tak její obraz, který je prezentován příjemcům. Ovlivňují společenské hodnoty a normy a ukazují, co je považováno za normální a co za deviantní či zcela neakceptovatelné.<sup>6</sup>

Pokud se přidržíme McQuaila, který vytvořil známou typologii komunikace, masovou, resp. mediální komunikaci bychom mohli zahrnout pod komunikaci celospolečenskou – takovou, která je potenciálně dostupná všem příslušníkům určité společnosti. McQuail takovouto komunikaci považuje z hlediska složitosti za nejnáročnější.<sup>7</sup> Právě dosah mediálních obsahů a možný dopad na široký okruh příjemců podle nás dávají masovým médiím privilegované postavení, které je činí klíčovými hybnými silami lidské společnosti.

Od pojmu *médium* se nyní vraťme k pojmu *mediální komunikace*, kterou budeme pro naše účely používat synonymně ke komunikaci masové.

---

<sup>5</sup> REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 139–140.

<sup>6</sup> MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2002, s. 21.

<sup>7</sup> Tamtéž.

Komunikaci chápeme jako sociální interakci, při níž dochází k výměně sdělení za pomoci symbolů.<sup>8</sup> Mediální komunikaci pak vymezuje využití médií ve významu, který jsme zdůraznili výše.

Pro popis procesu, kterým mediální či jiná komunikace probíhá, bývají obvykle používány dva základní modely. Bude užitečné mít je na paměti, až se budeme zabývat mediálními účinky.

Prvním z těchto modelů je tzv. přenosový model, který na mediální komunikaci nahlíží z pohledu produkce sdělení. Popis komunikačního aktu podle něj bude zhruba následující: Zdroj (podavatel) pojme úmysl předat sdělení, a proto je zakóduje a pomocí signálu a za využití vysílače je určitým kanálem pošle příjemci. Ten ho přijme, dekoduje a sdělení si interpretuje. Jeho reakce poskytuje podavateli zpětnou vazbu o tom, jak byl jeho záměr úspěšný. Celý proces přitom mohou ovlivňovat a rušit tzv. šumy. Model pojímá komunikaci jako lineární, v podstatě mechanickou činnost a klade důraz na tvorbu a přenos sdělení.<sup>9</sup>

Téměř v opozici proti přenosovému modelu stojí druhý model, model kulturní neboli rituálový. Ten zdůrazňuje nelineární povahu komunikace a důležitou roli v něm hraje příjemce, jeho interpretace a také kontext, v němž se komunikace odehrává. Tento model je spojován s osobou Stuarta Halla a dříve zmiňovanou Birminghamskou školou. Z pozice kulturní antropologie ho považujeme za zajímavější a více se k němu budeme klonit, protože bere v úvahu sémiotickou problematiku a zabývá se různými významy a znaky, ze kterých si významy vyvozujeme.

---

<sup>8</sup> REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 98–99.

<sup>9</sup> MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2002, s. 72–74.

## Sociální konstrukce reality

Jak jsme objasnili v předchozí kapitole, média z našeho pohledu vykonávají nejen funkci zprostředkovatele reality, ale zejména funkci zdroje představ o realitě, které jsou distribuovány směrem k publiku. Média tedy podle nás realitu pouze nepopisují, nýbrž do určité míry konstruují. Tento pohled na média vychází z mnohem širšího myšlenkového konceptu, který si v této kapitole představíme.

*„Společnost je výtvorem člověka. Společnost je objektivní realitou. Člověk je výtvorem společnosti.“<sup>10</sup>* Takto bychom slovy jeho autorů mohli shrnout jeden z nejvyužívanějších konceptů, z něhož výzkumy médií přímo vycházejí či se jím alespoň inspiroují. Teorii sociální konstrukce reality ve své stejnojmenné, primárně sociologické práci z roku 1966 popsali Peter Ludwig Berger a Thomas Luckmann.<sup>11</sup> Jejich jména jsou nyní zmiňována vždy, když se setkáme se směrem nazývaným *sociální konstruktivismus*. Berger a Luckmann se ve své práci pokoušejí vyložit realitu jako sociálně vytvářený a podmíněný fenomén. Podobné myšlenky, jako ty, se kterými autoři přicházejí, se již dříve vyskytly nejen v sociologii, ale i v dalších vědách, Berger a Luckmann je však poprvé zasadili do systematického moderního díla.

Podle sociálního konstruktivismu není důležité, jaké věci skutečně jsou, tedy jestli je naše vědění o nich *platné*. Roli hraje pouze to, jestli je společnost, ve které žijeme, prezentuje jako *dané*. Vše, co považujeme za *dané*, pak vytváří realitu, v níž žijeme. To, co je chápáno jako nezpochybnitelná realita v jedné společnosti, se však zdaleka nemusí shodovat s realitou společnosti jiné. Podobné rozdíly pak existují i mezi realitami jedinců. Různé reality se mezi sebou setkávají a navzájem se ovlivňují. Člověk nejintenzivněji vnímá svou realitu „tad“ a „tady“, naopak velmi rozdílné jedince a jiné kultury obvykle vnímá jako odtažité, nepochopitelné.

---

<sup>10</sup> BERGER, P. a T. LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: Pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999, s. 64.

<sup>11</sup> Tamtéž, s. 7–185.

Člověk se podle Bergera a Luckmanna tzv. externalizuje – neustále se projevuje do okolního světa. Je pro něj nezbytné utvářet si své okolí, protože na rozdíl od jiných živočichů nemá vlastní přirozené a stabilní prostředí. V další fázi procesu konstrukce reality, tzv. objektivaci, se projevy od jedince odpoutávají a stávají se objektivní realitou. Za velmi důležitý nástroj Berger a Luckmann považují jazyk, který se podle nich stává „(...) *úložištěm nesmírného množství skupinových sedimentací* (...)“<sup>12</sup>. V rámci objektivace rovněž dochází k tzv. habituaci, tedy osvojení určitých vzorců, či modelů toho, jak má člověk vykonávat co nejefektivněji a co nejsnadněji opakující se činnosti. Podobně život zjednodušuje tzv. typizace, v rámci které si jedinec vytváří určité typy, díky kterým člověk může vnímat a poznávat nové věci tak, jako by byly známé. Celý cyklus uzavírá proces internalizace, během kterého jedinec zpětně přijímá podněty z „objektivní reality“, kterou však vytvořila samotná společnost.

Ačkoli se zdá, že je celý cyklus uzavřen, musíme ještě zmínit další důležitý proces, který je „vykonstruované“ společnosti vlastní. Je jím tzv. legitimizace, kterou Berger a Luckmann dále rozvádějí do několika stupňů. Legitimizace je výsledkem potřeby společnosti utvrzovat se ve vlastní společnosti, vlastním řádu. Pro dohled nad řádem využívá instituce, které si vytváří, nicméně hlavní způsob „sebeochrany“ vychází od samotných jedinců, kteří jsou vychováni k tomu, aby svět vnímali očima své společnosti a její kultury. Za nejvýznamnější instituci považují Berger s Luckmannem jazyk, který nejlépe umožňuje jedincům mezi sebou interagovat a vytvářet nové symbolické významy.<sup>13</sup>

## **Média, realita a objektivita**

Primární činnost médií – tedy sběr informací, zpracování a jejich distribuce – bývá v mediálních studiích označován pojmem *mediace*. Mediace

---

<sup>12</sup> BERGER, P. a T. LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: Pojednání o sociologii věděni*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999, s. 71.

<sup>13</sup> Tamtéž.

umožňuje jedincům seznámit se s něčím, čeho se sami nezúčastnili. Důležitá je ovšem otázka, *jakým způsobem* tak média činí – neutrálně nebo ideologicky či jinak zkresleně? Jsou média schopna objektivně reprezentovat informace, které získávají, příjemcům, nebo spíše sama realitu pro publikum vytvářejí?

Podobně jako se různí odpovědi na další teoretická témata, ani v případě této otázky neznáme jasnou odpověď. Německý mediální teoretik Winfried Schulz nicméně rozděluje dva hlavní proudy, které odpovídají rozdílně.<sup>14</sup>

První z proudů označuje jako proud ptolemaiovský. Ten nahlíží na realitu jako na danou a média podle něj tuto realitu mohou objektivně zprostředkovávat. Druhý, tzv. kopernikovský proud se naopak domnívá, že realita je velmi dynamická a média se podílejí na její konstrukci. Jedná se o náhled konstruktivistický, který se silně opírá o epistemologický základ teorie sociální konstrukce reality. Realita z tohoto pohledu nepředchází mediální obsahy a neodráží se v nich, nýbrž vzniká až v momentě, kdy je jimi definována. Média se tudíž stávají klíčovými a mocnými institucemi, které mají schopnost ovlivnit, co bude společností považováno za reálné.<sup>15</sup> K tomuto konceptu se přikloníme i my a společně s McQuailem budeme věřit, že: *„Média do značné míry konstruují společenskou realitu a hlavní rysy normality pro potřeby veřejného, sdíleného společenského života, slouží rovněž jako rozhodující zdroj standardů, modelů a norem.“*<sup>16</sup>

Ke kopernikovskému konceptu a jeho konstruktivistickým základům se nepřikláníme náhodně. Vede nás k tomu fakt, že považujeme za nemožné v rámci mediace přinášet zcela objektivní informace a že proces mediace je vždy aspoň do určité míry procesem, při kterém se konstruuje realita předkládaná příjemcům sdělení.

---

<sup>14</sup> SCHULZ, W. Masová média a realita: "ptolemaiovské" a "kopernikovské" pojetí. In: JIRÁK, J. a B. ŘÍCHOVÁ. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, 2000, s. 24–40.

<sup>15</sup> REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 21.

<sup>16</sup> MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2002, s. 72–74.

Nejsnadněji si uvedenou tezi můžeme ilustrovat na příkladu zpravodajských sdělení. Zejména u tohoto typu textů je v rámci tzv. seriózních médií předpokládána jejich objektivita neboli informační kvalita. Jedná se o požadavek, který se týká výběru relevantních informací, jejich získávání a práce s nimi, a to jak na rovině tématicko-obsahové, tak při jazykovém zpracování.<sup>17</sup> Např. McQuail uvádí následující znaky objektivní žurnalistiky:

1. vylučování subjektivního pohledu či osobnostního zaujetí;
2. absence stranění (vyvarování se veškeré předpojatosti);
3. respektování přesnosti a dalších kritérií pravdivosti, tedy relevance a úplnosti;
4. nepřipustnost skrytých motivů či stranění třetí straně.

Pokud se ovšem nad jednotlivými body zamyslíme hlouběji, zjistíme, že splnit všechny tyto požadavky je v praxi nemožné. Už výběrem tématu žurnalista na základě *vlastního* výběru a zkušeností ze *své* reality přisuzuje některým informacím větší důležitost než jiným. Společně s Jirákem a Köpplovou můžeme prohlásit, že „*veškerá mediální sdělení jsou pouze interpretace*“.<sup>18</sup>

Na tvorbu mediálních sdělení navíc působí i řada dalších vlivů zevnitř i zvenčí, které objektivitu neumožňují. I když pomineme natolik složité a těžko uchopitelné vlivy jako samotný jazyk, který představuje v Durkheimově pojetí společenský fakt<sup>19</sup>, stále nám zbývá řada snadněji popsatelných faktorů, které tvůrce textu omezují a dávají jim k dispozici pouze určité pole působnosti. Alespoň některé z nich si teď vyjmenujme:

1. typ média (tištěné, rozhlas, audiovizuální, příp. nové médium);
2. typ média (tištěné, rozhlas, audiovizuální, příp. nové médium);
3. postavení původce v mediální hierarchii a odvozená autonomie jeho práce (např. populární komentátor má větší míru svobody než autor neznámý);

---

<sup>17</sup> JÍLEK, V. Žurnalistické texty jako výsledek působení jazykových a mimojazykových vlivů. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, s. 58.

<sup>18</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007, s. 79.

<sup>19</sup> JANDOUREK, J. *Sociologický slovník*. Praha: Portál, 2001, s. 81.



4. řešení vztahu mezi organizací a vlastníkem;
5. sebedefinice média vůči společnosti – angažovanost vs. neutrálnost (žurnalista a médium jako interpreti složitých problémů, informátoři o aktuálním dění nebo kritici představitelů státní moci a podnikatelů);
6. tlak času a prostoru (délky příspěvku v médiu);
7. dostupnost zdrojů;
8. způsoby šíření média;
9. vztahy ke klientům, zdrojům, publiku, konkurentům a společnosti;
10. legislativní regulace atp.<sup>20</sup>

Z těchto několika odstavců vidíme, že ideální objektivita žurnalistických sdělení není v praxi dosažitelná. I text, který se jeví jako nezaujatý, může recipientům nabídnout jen více či méně zkreslený, vykonstruovaný pohled na svět.<sup>21</sup>

Vedle „nezbytného“ zkreslení ovšem existuje ještě druhý typ nepřesného či přímo lživého zobrazení reality, který bývá v mediálních studiích označován jako mediální bias neboli předpojatost. Jedná se o předpokládanou nebo doloženou a většinou opakovanou deformaci v reprezentaci nějakého jevu, která může být způsobena vědomě či nevědomě.<sup>22</sup> Ze zpravodajského sektoru přitom může přesahovat až do oblasti fikce. Podle Jiráka a Köpplové existuje hned několik druhů takovéto předpojatosti, které se zakládají na lži, propagandě nebo ideologii. Mezi konkrétnější příklady tohoto jevu bychom mohli zařadit i nacionalistický a etnocentrický výběr témat a pohledů na svět nebo odsouvání etnických a jiných menšin na okraj a jejich zobrazování v podřadných rolích.<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007, s. 78–79.

<sup>21</sup> Jinak je tomu samozřejmě v případě publicistických textů, v nichž je persvazivní funkce, konativní funkce a tendenčnost, tedy subjektivita, když ne vyžadována, tak alespoň očekávána. Samotnou kapitolou je pak bulvární, „neseriózní“ žurnalistika, jejíž podstatou je diváka ohromit a pobavit a objektivita, obvykle úmyslně, ustupuje do pozadí.

<sup>22</sup> BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001, s. 299.

<sup>23</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 288–289.

## Vliv médií

*„Zájem odborníků z řady společenských vědních oborů i představitelů nejrůznějších společenských skupin o média je založen na předpokladu, že média ovlivňují jedince i společnost, že mají nějaký významný účinek.“*<sup>24</sup> I my se v naší práci přidržíme této prakticky nikdy nezpochybňované a snad i nezpochybnitelné myšlenky a budeme předpokládat, že vliv médií je reálný. V následujících kapitolách si představíme několik teoretických konceptů, které získaly v rámci mediálních studií ohlas.

Na úvod si připomeneme, že média jsou natolik spjata s mnoha ekonomickými a technologickými možnostmi a společenskými vlivy, že je nemožné oddělit je od sociokulturního systému, z něhož vycházejí. Sama média pak tento systém zpětně rozvíjejí a obohacují. Pokud ovšem chceme zkoumat účinky médií, zjistíme, že jejich propojenost s kulturou nám do značné míry brání. Vždy musíme vzít v potaz celý společenský kontext, a přesto nejsme schopni přesně určit, nakolik v daném výsledném účinku hrála roli média a nakolik mohly přispět další faktory.

Snaha postihnout vliv médií a případně jej omezit či využít pro určité účely provází společnost už dlouhá léta. V dnešní době se diskuse o účincích médií často rozhoří v době voleb, kdy se kandidáti snaží sami sebe prezentovat v co nejlepším světle před co nejširším publikem, nebo v souvislosti s reklamou a komerčními sděleními. V minulosti (ale i dnes) bychom zase našli snadno patrné omezování mediálních obsahů v podobě cenzury a naopak využívání prostoru k šíření propagandy. U všech příkladů, které bychom mohli uvést, nacházíme jeden společný prvek – víru ve vliv médií na publikum.<sup>25</sup>

Počátky systematictějšího výzkumu vlivu médií můžeme datovat zhruba do 20. let 20. století. Primární otázkou, kterou se teoretičtí výzkumníci zpravidla zabývali, bylo určit, jak *silná* média jsou. V návaznosti na tyto všezahrnující

---

<sup>24</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 288–289.

<sup>25</sup> MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2002, s. 359–364.

teorie vznikla řada hypotéz a představ o tom, jak konkrétně se mediální vliv projevuje na jedinci a ve struktuře společnosti. Jak ovšem uvádějí Jiráček a Köpplová, ani přes největší snahu se zatím badatelům nepodařilo plně postihnout povahu vlivu médií. Proto musíme uvažovat pouze o „(...) předpokládaných účincích médií, vědomi si toho, že jakkoliv je vliv médií na jednotlivce i společnost zřejmý a nepopíratelný, výklad povahy tohoto vlivu je obtížný a možnost důkazu namnoze nereálná“.<sup>26</sup>

Pokud se dnes podíváme na dosavadní výzkumy médií, můžeme, ač velmi zjednodušeně, rozlišit dva proudy, které rozdílně pohlíží na moc médií a postavení jejich publika. První z nich, tzv. kultivační proud, přikládá médiím téměř neomezenou moc nad víceméně pasivním, „bezbranným“ publikem. Druhý, tzv. etnografický pohled, sice média považuje za důležitý sociokulturní prvek s významným vlivem, ale zároveň přikládá publiku daleko větší schopnost těmto vlivům aktivně čelit.<sup>27</sup>

Tato dvě pojetí nezmiňujeme proto, abychom se nutně rozhodli, které z nich je správné. Chceme pouze poukázat na to, jak rozdílné názory se vyskytují v oblasti mediálních studií. V naší analýze totiž budeme zkoumat obsahy, které mohou mít na čtenáře vliv, ale nebudeme se zabývat jejich skutečným dopadem. Proto si myslíme, že je dobré si připomenout, že obsahy, které média přinášejí, mají vliv na své publikum, nicméně zatím nemůžeme přesně určit, jak velký.

### **Příklad předpokládaných účinků médií 1: Nastolování agendy**

Pod pojmem agenda-setting neboli nastolování agendy obecně rozumíme proces prosazování určitých témat do veřejného diskurzu nebo naopak jejich vylučování. Pokud jej vztáhneme čistě k mediálním studiím, míníme hypotézu, podle které mají média moc do značné míry určovat aktuální témata veřejného a politického diskurzu a ovlivňovat, jakým způsobem je o těchto tématech smýšleno. Média mají podle tohoto konceptu moc vybírat či zamítat témata, klást

---

<sup>26</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 173.

<sup>27</sup> Tamtéž, s. 172.

na některá z nich důraz a jiná potlačovat a určovat tak, jaká témata budou společností považována za relevantní. Média nejsou sice jediným faktorem, který působí na veřejné povědomí, ale svým dosahem a určitým výsadním místem ve společnosti rozhodně patří k velmi důležitým vlivům. Jako taková proto bývají vyhledávaným cílem osob a institucí, které si přejí prosadit své zájmy mezi ostatními.<sup>28</sup>

Pojem agenda-setting jako první použili Maxwell E. McCombs a Donald L. Shaw ve svém článku *The Agenda-Setting Function of the Mass Media* z roku 1972, v němž ze svého výzkumu předvolební kampaně v Severní Karolině vyvodili, že „masová média nastolují společnosti její agendu“<sup>29</sup> Srovnávali přitom posuny v mínění nerozhodnutých voličů s množstvím vytištěných a vysílaných sdělení ve vybraných médiích.<sup>30</sup> Z pozdějších výzkumů nicméně vyplynulo, že pro ustanovení agendy je spíše než četnost výskytu nějakého tématu důležité jeho „zarámování“, tedy jeho celkový kontext, způsob zpracování a nabídnutá interpretace.<sup>31</sup>

S nastolováním agendy úzce souvisí výběr témat, která média a jejich představitelé považují za vhodná pro zpracování. Pokud se v této otázce zaměříme na zpravodajské texty, je nezbytné pojednat o tzv. zpravodajských hodnotách. Pojmem zpravodajské hodnoty míníme „soubor kritérií, jimiž média poměřují zpravodajskou přijatelnost událostí zpravodajskou vhodnost jejich zpracování“<sup>32</sup>. O zpravodajských hodnotách hovořil v knize *Public Opinion* vydané roku 1922 Walter Lippman, nicméně již dříve bychom o nich mohli nalézt zmínku u německého autora Kaspara Stieler, který působil v 17. století. Za důležité faktory při výběru témat považoval důležitost, blízkost, dramatickosti a negativnost. Zpravodajské hodnoty pak v průběhu let rozvedla a upřesnila celá

---

<sup>28</sup> REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 16–17.

<sup>29</sup> Tamtéž, s. 15.

<sup>30</sup> MCCOMBS, M. E. a D. L. SHAW. *The Agenda-Setting Function of Mass Media. The Public Opinion Quarterly*. 1972, roč. 36, č. 2, s. 176–187.

<sup>31</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007, s. 181–182.

<sup>32</sup> BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001, s. 240.

řada analytiků a mediálních vědců.<sup>33</sup> Někteří z nich dospěli až ke dvanácti kritériím, která považují za relevantní, např. Westerstahl a Johansson se však spokojili s pěti. Za hlavní faktory ovlivňující výběr událostí ke zpracování považují důležitost, blízkost, dramatickост, přístup a ideologii.<sup>34</sup>

### **Příklad předpokládaných účinků médií 2: Gatekeeping**

Přestože má kořeny v sociální psychologii, stal se tzv. gatekeeping pro mediální studia jedním z nejdůležitějších konceptů vlivu médií. Jedná se totiž o účinný způsob, kterým média potenciálně ovlivňují smýšlení a obsahy myslí svých příjemců.

Doslovný překlad výrazu *gatekeeping* by mohl znít *hlídání dveří*. O něco podobného skutečně jde, byť v přeneseném významu. V kontextu mediálních studií gatekeeping označuje schopnost a možnost médií, resp. držitelů určitých pozic uvnitř mediálních organizací rozhodovat o výběru témat a událostí, které budou zpracovány do podoby mediálních sdělení. Rozhodují tedy, co projde pomyslnou „mediální branou“ a co naopak nebude zprostředkováno. Zmínění držitelé pozic pak vystupují jako tzv. gatekeeperi.<sup>35</sup>

Na roli gatekeepingu poprvé upozornil sociální psycholog K. Lewin, který zkoumal procesy při rozhodování o rodinných nákupech. V rámci mediálních studií myšlenku gatekeepingu rozvinul roku 1950 D. M. White, který sledoval činnost tří tiskových agentur a zjišťoval, podle jakých kritérií agentury vybírají, které z dostupných materiálů uveřejní a které nikoli. Ukázalo se, že hlavní úlohu sehráli editoři, kteří se často rozhodovali veskrze subjektivně. V průběhu druhé poloviny 20. století byla vydána řada studií, které Whiteův koncept upravovaly a upozorňovaly na další faktory, které na mediální obsahy působí. Kromě subjektivních preferencí komunikátorů jsou to např. velikost daného média,

---

<sup>33</sup> BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001, s. 240–241.

<sup>34</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 26–27.

<sup>35</sup> REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 70–71.

domnělé hodnoty publika, interpersonální vztahy v redakci nebo nedostatek času a místa.<sup>36</sup>

## **Stereotyp – my a oni**

*„Stereotypem se rozumí klasifikace určitých skupin a jejich reprezentace pomocí zjednodušujících, neověřitelných, zobecňujících znaků, jež výslovně (explicitně) či nepřímo (implicitně) představují soubor hodnot, soudů a předpokladů týkající se takových skupin, jejich vlastností, minulosti a vývoje,“* vysvětlují Jiráček a Köpplová.<sup>37</sup>

Prvním, kdo použil termín stereotyp v kontextu společenských věd, byl americký teoretik politiky a komentátor W. Lippmann. Jeho popis daného jevu je stále aktuální. V díle *Public Opinion*, původně vydaném roku 1922, Lippmann poukazuje na fakt, že každý z nás zná do hloubky pouze malý výsek reality a o zbytku se dozvídá prostřednictvím nepřímých zdrojů. Navíc ani k předmětům, které jsme schopni bezprostředně vnímat a posuzovat, nepřístupujeme zcela nezaujatě bez jakéhosi předvzdělení a předem dané interpretace. Lippmann doslova říká: *„Většinou to není tak, že bychom nejdříve viděli a pak definovali, napřed definujeme a pak vidíme.“*<sup>38</sup>

V tomto procesu je pro nás opěrným bodem naše kultura, která pro nás předem nadefinovala, co vybrat z nepřehledného chaosu tvořícího svět a co a jak vidět. Máme sklon vyzdvihovat, co se nám jeví jako blízké a známé, a cokoli byt' jen trochu odlišného od našich kulturně vštípených představ považovat za velmi cizí, zvláštní a nepochopitelné. Stereotypy se mohou v průběhu času měnit a upravovat například vlivem osobní zkušenosti, ovšem bývají spíše rigidní.

---

<sup>36</sup> REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 70–71.

<sup>37</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007, s. 144.

<sup>38</sup> LIPPMANN, W. *Public Opinion*. 2. vyd. New Brunswick: Transaction Publishers, 1998, s. 81. „For the most part we do not first see, and then define, we define and then see.“

Pokud se naše zkušenost liší od stereotypu, máme sklon ji označit za výjimku, která potvrzuje pravidlo.<sup>39</sup>

Stereotypizace je pro jedince z jistého úhlu pohledu žádoucím nástrojem, protože mu pomáhá vytvářet si jakési kategorie, podle nichž je schopen snadněji se orientovat ve světě. Podle Lippmanna přináší navíc i další výhody. Umožňuje nám například obhájit si svou pozici v rámci společnosti a dává nám pocit sounáležitosti s dalšími členy naší kultury, kteří sdílejí naše představy. I proto přecitlivěle reagujeme na jakékoli zpochybnění našich zažitých stereotypů: narušují naše základní představy o tom, jak funguje společnost a celý svět, jehož jsme součástí.<sup>40</sup>

Přestože stereotypizaci nemůžeme označit za čistě negativní jev, už z její charakteristiky je zřejmé, že má své stinné stránky. Pokud totiž realitu redukuje a rozdělujeme na zjednodušené, často nepodložené kategorie, ignorujeme její komplikovanost a docházíme ke zkresleným závěrům o svém okolí i o nás samých.

Jak už bylo naznačeno, stereotypy často vystupují do popředí, když se setkáváme s něčím novým, neznámým. Právě pocit sounáležitosti mezi „námi“ a vymezování se proti „cizím“ může snadno vést k negativnímu postoji k neznámému, který se promítá do našeho vnímání i chování. Přitom si ovšem neuvědomujeme, že námi přijatý úhel pohledu se zdaleka nemusí zakládat na faktech. Jak upozorňuje S. Hall, vytvoření opozitní dvojice *my a oni* s sebou nese i své konotace: opozice jako *normální a deviantní, normální a patologické* nebo *akceptovatelné a neakceptovatelné*.<sup>41</sup>

Stereotypy mohou fungovat jako individuální představy jedince, v našem případě se však zaměříme na představy předávané v rámci kultury, tzv. kulturní

---

<sup>39</sup> LIPPMANN, W. *Public Opinion*. 2. vyd. New Brunswick: Transaction Publishers, 1998, s. 79–130.

<sup>40</sup> Tamtéž.

<sup>41</sup> HALL, S. The spectacle of the "Other". In: HALL, S. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. The Open University, 1997, s. 223–290.

stereotypy.<sup>42</sup> Právě v nich totiž sehrávají zásadní roli mediální obsahy: „Zvláště tam, kde publikum nemá vlastní zkušenost s nějakou skupinou, je velmi pravděpodobné, že bude považovat za ‚skutečnost‘ to, co o této skupině nabízejí média.“<sup>43</sup> Jiráček a Köppllová dokonce prohlašují, že média představují v současnosti hlavní zdroj stereotypních představ. Jsou totiž spjata s převažujícími trendy ve společnosti, tzv. hlavním proudem, a prezentují tak stereotypy převládajících vrstev. Mediální organizace ze své podstaty zpravidla vycházejí vstříc představám svého publika a prezentují události v takovém světle, o kterém se domnívají, že bude publiku imponovat. Pokud tedy považují určitou stereotypní představu za veřejně preferovanou, je pravděpodobné, že se jí budou držet i při produkci mediálních obsahů. Takto reprodukováný stereotyp pak zpětně utvrzuje publikum ve „správnosti“ jeho představ a vzniká koloběh, který kopíruje konstruktivistické schéma vytváření společenské reality.<sup>44</sup>

### **Zobrazování menšin a cizinců v médiích**

Zaměříme se nyní na mediální zobrazování skupiny, která nás v rámci této práce zajímá nejvíce. Kromě cizinců se v této kapitole budeme věnovat i etnickým menšinám, protože hranice mezi oběma skupinami není zcela zřetelná.

T. Trampota věnuje ve své knize *Zpravodajství* celou jednu kapitolu zobrazování minorit. Uvádí, že způsob, jakým média menšiny zobrazují, bývá někdy charakterizován jako „*pohled očima bílého heterosexuálního muže*“<sup>45</sup>. Tato charakteristika vychází z představy, že v redakcích převládají představitelé určité sociální třídy a popisují svět ze své perspektivy. Někdy se explicitně vymezují vůči minoritě, někdy poněkud implicitněji zdůrazňováním odlišných atributů aktérů. Příslušnost k minoritě je tak v důsledku považována za nenormální, dochází k rozlišování skupin *my* a *oni* a ke stereotypizaci.

---

<sup>42</sup> MALINA, J. a kol. *Antropologický slovník (s přihlédnutím k dějinám literatury a umění) aneb co by mohl o člověku vědět každý člověk*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2009, s. 3921.

<sup>43</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPLLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007, s. 144.

<sup>44</sup> Tamtéž.

<sup>45</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 97.



Trampota tvrdí, že „*hlavním určujícím faktorem reprezentace sociálních skupin je otázka, v souvislosti se kterými událostmi se dostávají do mediálních obsahů a do jaké míry*“<sup>46</sup>. Obecně mají média sklon zobrazovat menšiny spíše v souvislosti s negativními tématy (se zločinem, ilegální prací nebo ilegálním pobytem na území ČR). Trampota navíc upozorňuje, že i při pozitivním zobrazení příslušníka minority mohou média přispívat k posílení stereotypu, a to tím, že tento pozitivní příklad prezentují jako výjimku.<sup>47</sup>

Původem nizozemský lingvista zabývající se analýzou diskurzu T. A. van Dijk ve své knize *Communicating Racism: Ethnic Prejudice in Thought and Talk*<sup>48</sup> z roku 1987 srovnal výsledky několika studií mediálního obrazu etnických minorit ve Spojených státech a došel k následujícím závěrům: Etnické menšiny bývají v tisku „podreprezentovány“ a jejich představitelé bývají zřídka zaměstnání v mediálních organizacích. Často bývají zobrazovány v souvislosti se společenskými problémy nebo jako hrozba pro majoritní kulturu a její hodnoty; každodennímu životu menšin naopak není věnován dostatek prostoru. Výrazně nedostatečně je hovořeno rovněž o otázce rasismu. V souladu s tím, co tvrdí Trampota, bývají menšiny prezentovány z „bílé“ perspektivy a prostor pro vyjádření se mívají spíše majoritní autority.

Otázky rasové (příp. i národnostní) diskriminace a stereotypů ve společnosti a v médiích se van Dijk přímo dotýká i ve svém článku *A New(s) Racism – a Discourse Analytical Approach*. Van Dijk se domnívá, že přestože se v dnešní době obvykle nesetkáváme s prvky „starého rasismu“ ve formě otroctví, segregace atp., rasismus se pouze přetransformoval do nové podoby. Ta není postavena na biologických kritériích etnik, nýbrž na jejich *odlišnosti*, která se ve van Dijkově pojetí rovná jakési *nedostatečnosti*, nižšímu postavení minorit. Právě zobrazování těchto rozdílností je typické pro média. V článku poukazuje van Dijk na omezené možnosti etnických menšin, resp. Afroameričanů ovlivňovat produkci zpráv a vůbec do nich zasahovat (hovoří například o absenci citací

---

<sup>46</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 97.

<sup>47</sup> Tamtéž, s. 26–27.

<sup>48</sup> VAN DIJK, T. A. *Communicating Racism: Ethnic Prejudice in Thought and Talk*. Newbury Park: SAGE Publications, 1987, s. 44–45.

příslušníků minorit). Dále si všímá kontextu a ladění článků, v nichž se Afroameričané nejčastěji objevují: jsou to podle něj taková sdělení, v nichž je kladen důraz na kriminální či z pohledu majority nemorální chování *jich*, a to často v kontrastu ke slušné většině, *nám*. Teoreticky i na příkladu pak autor ukazuje jazykové jevy, které implicitně vyjadřují odlišnost minority od většinové společnosti.<sup>49</sup>

### **Shrnutí teoretických východisek**

Účelem teoretické části bylo shrnout teoretická východiska, ze kterých tato práce vychází. Média považujeme nejen za zprostředkovatele reality, jak z jejich definice vyplývá, ale hlavně za důležitý prvek, jenž konstruuje sociální realitu. Činní tak za pomoci mnoha mechanismů, z nichž jsme si některé popsali. Média z tohoto pohledu proto vystupují jako relativně mocná společenská instituce, která je schopná šířit a konstituovat představy, které mohou, ale nemusí mít pevné základy v realitě. Stávají se proto mnohdy ideálním prostředkem legitimizace stereotypního uvažování. Příjemci mediálních obsahů podle nás nejsou bezbranní a mají možnost mediálně vytvářenou a šířenou realitu kriticky reflektovat, avšak nikoli bezvýhradně.

---

<sup>49</sup> VAN DIJK, T. A. New(s) racism: A Discourse Analytical Approach. In: *Discourse in Society* [online]. 2000 [cit. 2014-03-02]. Dostupné z: <http://www.discourses.org/OldArticles/New%28s%29%20racism%20-%20A%20discourse%20analytical%20approach.pdf>.

## Zkoumané téma

### Cizinci na území ČR v historii a dnes

Podíváme-li se na cizince na území ČR z pohledu moderní historie, zjistíme, že přistěhovalectví z cizích států v rozsáhlejší měřítku je relativně novým fenoménem. Daleko typičtější pro naše dějiny je emigrace do zahraničí a případná imigrace nazpět, např. po skončení obou světových válek.<sup>50</sup>

Už v Rakousku-Uhersku ovšem existovala poměrně přísná ustanovení, která určovala, za jakých podmínek mohlo být cizinci přiděleno státní občanství. Počet cizinců byl nízký a v rakouské části státu se začal zvedat až od roku 1869, přesto ani poté nepředstavoval větší podíl z celkového množství obyvatel. Otázkou přistěhovalectví se zabývala také legislativa předválečného Československa. Mnoho zákonů, které vymezovaly postavení cizinců, bylo přijato roku 1928. Stát byl na jejich základě poměrně liberální k uprchlíkům a bezdomovcům, ale stanovoval jim povinnost pohybovat se na našem území pouze s cestovním pasem. Kvůli ochraně pracovního trhu museli zaměstnavatelé žádat o povolení zaměstnávat cizince. Pokud chtěl cizinec pobývat na území republiky po dobu delší než dva měsíce, bylo třeba získat povolení u okresního úřadu v místě zamýšleného pobytu. Délka pobytu obvykle nepřesahovala dva roky. Hlavním cílem těchto opatření byla evidence cizinců. Podmínky pro pobyt se radikálně zpřísnily po konferenci v Mnichově.<sup>51</sup>

Po druhé světové válce se do Československa vraceli emigranti ze zahraničí. Imigrantům cizích státních příslušností (kromě slovanských) však situace nakloněna nebyla – existovaly spíše tendence vybudovat stát s co nejmenším procentem etnických menšin, zejména Němců, kteří byli hromadně vyhoštěni. I v poválečné migrační vlně přesto můžeme zaznamenat několik

---

<sup>50</sup> BARŠOVÁ, A. a P. BARŠA. *Přistěhovalectví a liberální stát: Imigrační a integrační politiky v USA, západní Evropě a Česku*. Brno: Mezinárodní politologický ústav, 2005, s. 205.

<sup>51</sup> Tamtéž, s. 211–219.

zajímavých momentů. Za zmínku stojí například příchod zhruba třinácti tisíc Řeků, kteří svou vlast opustili mezi roky 1948 a 1950 kvůli občanské válce, nebo vlna slovenských Romů, která k nám proudila již od roku 1945.

Podmínky socialistického státního uspořádání v letech 1948–1989 prakticky zrušily potřebu vypořádávat se s vnějšími imigračními tlaky a explicitně formulovat imigrační politiku státu. Významnější roli hrálo pouze dočasné pracovní a studijní přistěhovalectví z dalších socialistických zemí, které iniciovala Rada vzájemné hospodářské pomoci. Dlouhodobě fungovala například spolupráce s Polskem a s Vietnamem. Počet polských pracovníků roku 1974 vystoupal k číslu 20 825 a z Vietnamu byli v několika vlnách přijati studenti k odbornému vzdělávání a zaměstnanci k práci v průmyslu. Země spolupracovala také s Kubou, Mongolskem, Angolou, Severní Koreou, Laosem a Kyprem.<sup>52</sup> Proud imigrantů byl regulovaný a poměrně stabilní. Např. v druhé polovině osmdesátých let se počet cizinců ve státě pohyboval mezi třiceti čtyřmi a třiceti sedmi tisíci osob.<sup>53</sup>

Zásadním zlomem se stal rok 1989, po kterém se české země staly cílem dočasné i trvalé migrace. Hlavní motivací pro imigraci do českých zemí byly ekonomické zájmy migrantů a lepší životní podmínky. Většina cizinců se usazovala zejména v regionálních centrech a městech s vyšším počtem obyvatel. Jejich počet během devadesátých let vystoupal až ke dvěma stům tisíc.<sup>54</sup>

V prvních letech po listopadové revoluci legislativa neusilovala ani tak o omezování migrace, jako spíš o její evidenci, přestože se objevily první zákony určující pravidla pro získávání trvalého pobytu na našem území. Zhruba od roku 1996 se předpisy začaly zpřísňovat v souvislosti s dopady nelegální migrace nebo vzrůstající mírou nezaměstnanosti. Rovněž nastala snaha harmonizovat českou imigrační politiku s politikou Evropské unie. Období vyvrcholilo přijetím

---

<sup>52</sup> BARŠOVÁ, A. a P. BARŠA. *Přistěhovalectví a liberální stát: Imigrační a integrační politiky v USA, západní Evropě a Česku*. Brno: Mezinárodní politologický ústav, 2005, s. 215–219.

<sup>53</sup> UHEREK, Z. Cizinecké komunity a městský prostor v České republice. *Sociologický časopis*. 2003, roč. 39, č. 2, s. 193–216.

<sup>54</sup> Tamtéž, s. 3.

nového cizineckého zákona a nového azylového zákona, které vstoupily v platnost k 1. lednu 2000.<sup>55</sup>

Cizinců na našem území přibývalo do roku 1999, v roce 2000 jejich počet mírně klesl a poté opět stoupal, velmi strmě zejména od roku 2004, kdy ČR vstoupila do Evropské unie. Imigrace dosáhla svého maxima v roce 2008, kdy na území ČR pobývalo přibližně 439 000 osob. Od té doby počet cizinců více méně stagnuje.<sup>56</sup> Je však třeba připomenout, že číselné údaje jsou svým způsobem spíše orientační, protože se týkají pouze osob, které přicestovaly a zdržovaly se legálně.

Dnes právní rámec cizinců na našem území upravují především *Zákon č. 326/1999 Sb., tzv. „cizinecký zákon“*, *Předpis č. 325/1999 Sb., tzv. „zákon azylu“*, a případně také *Zákon č. 221/23 Sb. o dočasné ochraně*. Nutno ovšem podotknout, že články těchto norem jsou často pozměňovány, doplňovány či rušeny.

Cizinecký zákon definuje cizince jako fyzickou osobu, která není státním občanem ČR. Za cizince jsou považováni i občané členských států Evropské unie či dalších států, které jsou s ČR spjaty smluvními vztahy, i osoby bez státního občanství.<sup>57</sup>

Cizinecký zákon se nevztahuje na cizince, který:

- a. je žadatelem o udělení mezinárodní ochrany, azylantem anebo osobou požívající doplňkové ochrany nebo podal proti rozhodnutí soudu o žalobě proti rozhodnutí ve věci mezinárodní ochrany kasační stížnost, nestanoví-li tento zákon nebo zvláštní právní předpis jinak;

---

<sup>55</sup> BARŠOVÁ, A. a P. BARŠA. *Přistěhovalectví a liberální stát: Imigrační a integrační politiky v USA, západní Evropě a Česku*. Brno: Mezinárodní politologický ústav, 2005, s. 219–239.

<sup>56</sup> Cizinci: Počet cizinců. *Český statistický úřad* [online]. 2013 [cit. 2014-03-11]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/cizinci.nsf/kapitola/ciz\\_pocet\\_cizincu](http://www.czso.cz/csu/cizinci.nsf/kapitola/ciz_pocet_cizincu).

<sup>57</sup> Počet cizinců – Metodika: KATEGORIE A TYPY POBYTŮ CIZINCŮ V ČR (A). *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2014-03-13]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/cizinci.nsf/o/ciz\\_pocet\\_cizincu-metodika:\\_kategorie\\_a\\_typy\\_pobytu\\_cizincu\\_v\\_cr\\_%28a%29](http://www.czso.cz/csu/cizinci.nsf/o/ciz_pocet_cizincu-metodika:_kategorie_a_typy_pobytu_cizincu_v_cr_%28a%29).

- b. pobývá na území na základě zvláštního právního předpisu upravujícího přechodný pobyt cizích ozbrojených sil na území;
- c. požádal Českou republiku o udělení oprávnění k pobytu za účelem poskytnutí dočasné ochrany na území, a cizince, který pobývá na území na základě uděleného oprávnění k pobytu za účelem dočasné ochrany, pokud tento zákon nebo zvláštní právní předpis nestanoví jinak.

Zákon o azylu je naopak zaměřen na první výše zmíněnou kategorii, na níž se nevztahuje cizinecký zákon.<sup>58</sup>

Cizinecký zákon rozlišuje rovněž kategorie, do nichž jsou cizinci, na něž se zákon vztahuje, zařazeni dle svého občanství. Pro každou z těchto skupin platí jiné postavení v rámci českého právního řádu. Občané EU v první fázi pobytu na našem území získávají tzv. přechodný pobyt a po pěti letech nebo i dříve mají nárok na pobyt trvalý. Rodinní příslušníci občanů EU mohou v ČR do doby tří měsíců pobývat bez víza na základě tzv. krátkodobého pobytu a pro přechodný pobyt potřebují povolení, jinak se ale jejich status podobá členům EU. Nejsložitějším procesem procházejí občané tzv. třetích zemí, tedy zemí mimo EU. Doba pro získání trvalého pobytu je však i u nich pět let.<sup>59</sup>

Rozsáhlým tématem diskusí i příčinou vzniku mnoha opatření je ilegální imigrace. Ministerstvo vnitra ČR se v tomto směru zaměřuje na dvě kategorie migrace: nelegální překročení schengenské hranice a nelegální pobyt. Po vstupu ČR do schengenského prostoru roku 2007 byl zaznamenán výrazný pokles počtu osob zjištěných při nelegální migraci, a to kvůli upuštění od kontrol na státních hranicích. Poslední údaje ministerstva vnitra za rok 2012 hovoří o dopadení 3476 osob při nelegálním pobytu a 119 osob při pokusu o nelegální vstup do ČR,

---

<sup>58</sup> Zákon o pobytu cizinců na území České republiky a o změně některých zákonů. Zákon č. 326/1999 Sb. v účinném znění ke dni 1. 3. 2014.

<sup>59</sup> Počet cizinců – Metodika: KATEGORIE A TYPY POBYTŮ CIZINCŮ V ČR (A). Český statistický úřad [online]. [cit. 2014-03-13]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/cizinci.nsf/o/ciz\\_pocet\\_cizincu-metodika:\\_kategorie\\_a\\_typy\\_pobytu\\_cizincu\\_v\\_cr\\_%28a%29](http://www.czso.cz/csu/cizinci.nsf/o/ciz_pocet_cizincu-metodika:_kategorie_a_typy_pobytu_cizincu_v_cr_%28a%29).

resp. schengenského prostoru. Drtivá většina z těchto osob přitom pocházela z „třetích zemí“. Mezi cizince nejčastěji nelegálně pobývajících na našem území patřili Ukrajinci, Rusové, Vietnamci, Slováci, Číňané, Mongolové, Uzbeki, Moldavané, Arménové a Gruzínci. Hranice nejčastěji přecházeli Rusové, Albánci, Arménové, Turci, Ukrajinci, Ázerbájdžánci, Afghánci, Nigerijci a Mongolové. Mnoho z nich bylo dopadeno opakovaně. S nelegální migrací rovněž souviselo využívání padělaných cestovních dokladů.<sup>60</sup>

Pokud hovoříme o cizincích v ČR, musíme se zmínit i o cestovním ruchu, jehož význam se s drobnými výjimkami každoročně zvyšuje.

### **Cizinci v ČR a v Praze – základní statistické údaje**

Cizinci tvoří v ČR nezanedbatelnou, ba naopak významnou část obyvatelstva. Koncentrují se především v Praze a ve středních Čechách, avšak i v ostatních regionech se jejich počet pohybuje v řádu tisíců.

Poslední dostupné statistiky Českého statistického úřadu uvádějí údaje platné k 31. 12. 2012 a nezahrnují cizince s platným azylem na území ČR. Podle nich k danému datu pobývalo v ČR 435 946 cizinců, z nichž se na našem území 426 024 zdržovalo po dobu delší než dvanáct měsíců.<sup>61</sup> Nejčastěji zastoupeným občanstvím bylo občanství ukrajinské (118 932 osob), slovenské (81 253 osob), vietnamské (58 205 osob), ruské (32 376 osob) a polské (19 058 osob).<sup>62</sup>

Statistiky týkající se cizinců v Praze nicméně přesně neodrážejí celorepublikovou strukturu. Nejvyšší zastoupení má podle dostupných údajů opět

---

<sup>60</sup> Zpráva o situaci v oblasti migrace a integrace cizinců na území České republiky v roce 2012. In: *Ministerstvo vnitra České republiky* [online]. 2013 [cit. 2014-03-13]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/migracni-a-azylova-politika-ceske-republiky-470144.aspx?q=Y2hudW09NA%3d%3d>.

<sup>61</sup> Srov. Cizinci celkem podle státního občanství (stav k 31. 12.). *Český statistický úřad* [online]. 2013 [cit. 2014-02-27]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E003D965E/\\$File/141413\\_t1-01.pdf](http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E003D965E/$File/141413_t1-01.pdf).

<sup>62</sup> 5 nejčastějších státních občanství cizinců podle oblastí, kraje a okresu v letech 2011-2012 (31.12.). *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2014-02-27]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E003D9632/\\$File/141413\\_t1-03.pdf](http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E003D9632/$File/141413_t1-03.pdf).

Ukrajina (49 695 osob), následuje Slovensko (22 408 osob), po něm Rusko (19 587 osob), Vietnam (11 001 osob) a Polsko (2 489 osob).<sup>63</sup>

Činnosti, které cizinci v Praze vykonávají, jsou velmi pestré. Zaměstnaných bylo v Praze v letech 2010 a 2011 více než 100 000 cizinců.<sup>64</sup> Rozsáhlou skupinou jsou také studenti. ČSÚ neuvádí, kolik osob navštěvovalo všechny typy vzdělávacích zařízení, ale na pražských vysokých školách v akademickém roce 2012/2013 studovalo téměř 40 000 cizinců, což tvořilo 10,4 % celkového počtu studentů.<sup>65</sup>

Praha v roce 2013 přilákala i velké množství zahraničních turistů. Pražská informační služba na základě statistik ČSÚ uvádí, že Prahu loni navštívilo 4 753 824 cizinců. Turisté přijížděli nejčastěji z Německa, Ruska, Spojených států, Velké Británie, Itálie, Francie, Slovenska, Španělska, Polska a různých asijských zemí.<sup>66</sup> Hranici 100 000 návštěvníků překročily také Čína, Japonsko a Rakousko.<sup>67</sup>

### **Cizinci a česká média**

Podobně jako v zahraničí můžeme i u nás nalézt řadu výzkumů, které se věnují mediální prezentaci cizinců všeobecně nebo prezentaci některých etnických skupin. Uveďme si proto alespoň některé z nich, které se nejvíce podobají naší práci, a zrekapitulujme výsledky, které tyto výzkumy přinesly.

---

<sup>63</sup> 5 nejčastějších státních občanství cizinců podle oblasti, kraje a okresu v letech 2011-2012 (31.12.). *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2014-02-27]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E003D9632/\\$File/141413\\_t1-03.pdf](http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E003D9632/$File/141413_t1-03.pdf).

<sup>64</sup> Zaměstnanost cizinců v oblastech, krajích a okresech (stav k 31. 12.). *Český statistický úřad* [online]. 2013 [cit. 2014-02-27]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E003D9607/\\$File/141413\\_t3-07.pdf](http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E003D9607/$File/141413_t3-07.pdf).

<sup>65</sup> Studenti VŠ podle města, ve kterém studují v akademickém roce 2012/13 k 31. 12. 2012. *Český statistický úřad* [online]. 2013 [cit. 2014-02-27]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E004E5CBA/\\$File/141413\\_t4-14.pdf](http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E004E5CBA/$File/141413_t4-14.pdf).

<sup>66</sup> Jedná se o asijské země kromě Číny, Izraele, Indie, Japonska a Jižní Koreje, které ČSÚ sleduje zvlášť.

<sup>67</sup> Cestovní ruch v Praze v r. 2013 - celkové zhodnocení (analýza PIS-PCT). *Oddělení cestovního ruchu* [online]. 2014 [cit. 2014-03-17]. Dostupné z: [http://cestovniruch.praha.eu/jnp/cz/pruzkumy\\_a\\_statistiky/rok\\_2013/index.html](http://cestovniruch.praha.eu/jnp/cz/pruzkumy_a_statistiky/rok_2013/index.html).



Analýza s názvem *Obraz cizinců v médiích: Zpráva o projektu za rok 2001* provedená Ústavem pro jazyk český nastiňuje dva typy případů, v nichž jsou cizinci považováni za téma, které je vhodné v českých médiích prezentovat. Zaprvé jsou to situace, kdy se samotní cizinci nebo některý jejich aspekt vztahu k českým občanům stávají hlavním tématem textu. Zadruhé pak takové, kdy jsou cizinci aktéry událostí, které pro média mají hodnotu zprávy.<sup>68</sup>

Jedním ze závěrů, k nimž uvedený výzkum dospěl, je, že „jedním z nejsilněji působících faktorů, který ovlivňuje rozhodování o tom, zda se nějaká událost stane zprávou, je její negativnost“<sup>69</sup>. Typické je spojování cizinců s kriminalitou, dopravními nehodami a dalšími neštěstími, a to jak v bulvárním tisku, tak v tisku seriózním.<sup>70</sup> „V domácím zpravodajství se o cizincích hovoří velmi často v souvislosti s negativními událostmi,“ shrnuje studie.<sup>71</sup> Výzkum poukazuje také na několik jevů, které se objevily ve zkoumaných článcích. Zmiňuje například tzv. titulkovou xenofobii, tedy ve své podstatě zbytečné uvádění národnosti aktérů událostí v titulcích článků. Za obdobně důležité považuje využití národnosti jako explanačního prostředku, který vysvětluje, proč aktér článku jednal tak, jak jednal (např. Ukrajinec jednal určitým způsobem, *protože je Ukrajinec*). Akcent na nečeskou etnicitu osob nebo odkazování na ně jako na cizince podle výzkumu rovněž přispívá k vnímání událostí a osob v kategoriích *my* a *oni*.<sup>72</sup>

K podobným závěrům došel i výzkum Ústavu pro jazyk český provedený o rok později. Potvrzuje, že nejčastějším žánrem spjatým s cizinci je zpráva, přesněji zpráva o zločinu, a opět dokládá jednotlivé jazykové a mediální mechanismy, které podporují stereotypní vnímání a myšlení čtenářů. Na rozdíl

---

<sup>68</sup> KARHANOVÁ, K. a P. KADERKA. *Obraz cizinců v médiích: Zpráva o projektu za rok 2001. Cizinci v České republice* [online]. [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: [http://www.cizinci.cz/files/clanky/121/Obraz\\_cizincu\\_v\\_mediich.pdf](http://www.cizinci.cz/files/clanky/121/Obraz_cizincu_v_mediich.pdf).

<sup>69</sup> Tamtéž, s. 4.

<sup>70</sup> Tento jev odpovídá výběru témat dle zpravodajských hodnot, o kterém jsme hovořili v jedné z předchozích kapitol.

<sup>71</sup> KARHANOVÁ, K. a P. KADERKA. *Obraz cizinců v médiích: Zpráva o projektu za rok 2001. Cizinci v České republice* [online]. [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: [http://www.cizinci.cz/files/clanky/121/Obraz\\_cizincu\\_v\\_mediich.pdf](http://www.cizinci.cz/files/clanky/121/Obraz_cizincu_v_mediich.pdf).

<sup>72</sup> Tamtéž, s. 6.

od předchozí analýzy ovšem v závěru důrazně upozorňuje, že nestačí pouze sledovat jevy objevující se v textech, ale je třeba vzít v úvahu jednotlivé čtenáře a jejich interpretace.<sup>73</sup>

Rozsáhlejší publikaci zaměřenou na mediální prezentaci cizinců pod názvem *Cizinci, našinci a média: Mediální analýzy* vydalo v roce 2007 Multikulturní centrum Praha, o. s.<sup>74</sup>, vzhledem k tématu naší práce je však důležitější zaměřit se na jinou výzkumnou studii tohoto centra, která byla vydána již o čtyři roky dříve.<sup>75</sup> Analýza s názvem *Jak se (ne)píše o cizincích* se soustředí na tři etnické skupiny na našem území, Vietnamce, Ukrajince a Rumuny, a mapuje jejich zobrazování v několika celorepublikových tištěných médiích v časovém rozmezí jednoho roku. Potvrzuje hlavní poznatek uvedených analýz Ústavu pro jazyk český, že typickým článkem zabývajícím se cizinci je zpráva tzv. černé kroniky, tedy zpráva referující o kriminalitě cizinců, nehodách či dalších pro cizince nepříznivých jevech. Výrazně také poukazuje na omezený prostor určený pro vyjádření cizinců. Upozorňuje rovněž, že zatímco periodika překypují články, které bychom mohli zahrnout do pomyslné kategorie *problémy s cizinci*, článků, které by se zabývaly *problémy cizinců*, už nalezneme podstatně méně.

Studie se zřiká možnosti stanovit „pozitivnost“ či „negativnost“ zkoumaných článků vzhledem k tomu, že se ve člancích často objevuje obojí hodnocení nebo že zabarvení není vyjádřeno explicitně či je vázáno na široký, těžko postižitelný kontext. Přesto je však na jejích výsledcích patrné, že autoři nepovažují současnou prezentaci cizinců za uspokojující, protože není vyvážená,

---

<sup>73</sup> KARHANOVÁ, K. a P. KADERKA. Obraz cizinců v médiích: Zpráva o projektu za rok 2001. *Cizinci v České republice* [online]. [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: [http://www.cizinci.cz/files/clanky/121/Obraz\\_cizincu\\_v\\_mediich.pdf](http://www.cizinci.cz/files/clanky/121/Obraz_cizincu_v_mediich.pdf).

<sup>74</sup> BURGETOVÁ, E. a M. ČERNÁ. *Cizinci, našinci a média: Mediální analýzy*. Praha: Multikulturní centrum Praha, o. s., 2007.

<sup>75</sup> KLVÁČOVÁ, P. a T. BITRICH. *Jak se (ne)píše o cizincích*. *Multikulturní centrum Praha* [online]. 2003 [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: [http://aa.ecn.cz/img\\_upload/bacca6403f52f8f0f60667687afefbf5/Jak\\_se\\_\\_ne\\_pise\\_o\\_cizincich\\_2003.pdf](http://aa.ecn.cz/img_upload/bacca6403f52f8f0f60667687afefbf5/Jak_se__ne_pise_o_cizincich_2003.pdf).

koresponduje s všeobecně rozšířenými stereotypními představami a tyto představy podporuje.<sup>76</sup>

Z novějších výzkumů uvedme dvě stručné studie zabývající se lety 2008 a 2009, které zpracovala agentura Newton media a které byly uveřejněny na serveru [www.migraceonline.cz](http://www.migraceonline.cz).<sup>77</sup> Podle jejich výsledků, které se více méně shodují, byli „nejviditelnější“ menšinou v českém tisku vzhledem k reálnému zastoupení příslušníků menšin v ČR Číňané. Naopak nejméně média hovořila o Ukrajincích. Pozitivně laděných článků bylo uveřejněno minimum, převládaly články neutrální a články s problematickým tónem. Většina textů informovala o cizincích v obecné, neosobní rovině, konkrétní jména nebo příběhy jednotlivců se objevovaly pouze výjimečně.

---

<sup>76</sup> KLVAČOVÁ, P. a T. BITRICH. Jak se (ne)píše o cizincích. *Multikulturní centrum Praha* [online]. 2003 [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: [http://aa.ecn.cz/img\\_upload/bacca6403f52f8f0f60667687afefbf5/Jak\\_se\\_\\_ne\\_pise\\_o\\_cizincich\\_2003.pdf](http://aa.ecn.cz/img_upload/bacca6403f52f8f0f60667687afefbf5/Jak_se__ne_pise_o_cizincich_2003.pdf).

<sup>77</sup> TOŠNEROVÁ, B. Mediální obraz cizinců v českém tisku za roky 2008 a 2009. *Migrace online* [online]. 2009 [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: [http://aa.ecn.cz/img\\_upload/224c0704b7b7746e8a07df9a8b20c098/BTosnerova\\_MedialniObrazCizincu.pdf](http://aa.ecn.cz/img_upload/224c0704b7b7746e8a07df9a8b20c098/BTosnerova_MedialniObrazCizincu.pdf); SAKOVÁ, T. Mediální obraz cizinců v ČR. *Migrace online* [online]. 2009 [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: [http://aa.ecn.cz/img\\_upload/224c0704b7b7746e8a07df9a8b20c098/NMedia\\_MedialniObrazCizincuVCR\\_3.pdf](http://aa.ecn.cz/img_upload/224c0704b7b7746e8a07df9a8b20c098/NMedia_MedialniObrazCizincuVCR_3.pdf).

## Empirická část práce

### Cíl práce

Práce si klade za cíl zmapovat, jakým způsobem pražský denní tisk prezentuje cizince žijící nebo působící v Praze. K dosažení tohoto cíle využijeme kvantitativní obsahové analýzy<sup>78</sup> některých pražských tištěných periodik vydaných ve vymezeném časovém úseku. Zaměříme se přitom na zodpovězení několika dílčích výzkumných otázek, které nám umožní postihnout různé aspekty zobrazování cizinců v Praze. Pokusíme se zjistit, jak často se o cizincích hovořilo a v souvislosti s jakými tématy. Obdobné otázky si budeme klást i v návaznosti na jednotlivé národnostní skupiny. Zkoumat budeme rovněž celkové hodnocení cizinců.

### Výzkumná metoda

Výzkumnou metodou, na které jsme se rozhodli založit náš výzkum, je kvantitativní analýza obsahu. Jedná se o vysoce strukturovaný a selektivní proces, který pochází se sociálněvědních kvantitativních metod. Za vhodný pro naše účely jej považujeme hned z několika důvodů. Doménou kvantitativní analýzy obsahu je zkoumání dokumentů, a to i v rozsáhlém měřítku. Jelikož se chceme zabývat psanými mediálními texty a zpracovat přitom značné množství dostupného materiálu, tento jeho rys je pro nás velmi důležitý. Vzhledem k pevné struktuře této metody podléhá každý krok analýzy přesným pravidlům a jeho výsledky jsou poměrně snadno ověřitelné. Navíc se dají jasné a přehledně znázornit v tabulkách a grafech.<sup>79</sup>

Je ovšem nutné podotknout, že i námi vybraná metoda má své slabiny, které je třeba mít na paměti, a úskalí, kterých je třeba se co nejzodpovědněji

---

<sup>78</sup> Dle KRIPPENDORFF, K. *Content Analysis*. Beverly Hills: SAGE, 1981.

<sup>79</sup> SCHERER, H. Úvod do metody obsahové analýzy. In: REIFOVÁ, I. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2011, s. 29–50.

vyvarovat. Především si musíme uvědomit, že i když postup práce je pevně daný, vytváření kategorií je poměrně subjektivní záležitost a nikdy nejsou zcela objektivní a úplné. Je proto nezbytné neustále usilovat o intersubjektivitu, na což upozorňuje např. McQuail<sup>80</sup> Sami jako jeden z hlavních problémů vidíme nemožnost kvantitativně vyčíst z textu kontext či skryté významy, které jsou ovšem nesmírně důležité. Kvantitativní obsahová analýza totiž primárně vychází z procesuálního modelu komunikace a předpokládá, že frekvence vybraných referencí přesvědčivě a objektivně vyjadřuje převažující význam textu.<sup>81</sup>

I přes vyjmenované nedostatky jsme však přesvědčeni, že námi vybraná metoda poslouží svému účelu a pomůže nám splnit cíle, které jsme si stanovili. Přestože nedokáže postihnout mediální prezentaci cizinců v celé její komplexnosti, představuje podle nás dobrý výchozí bod pro výzkum tohoto tématu.

### **Výzkumný vzorek**

Pro vymezení výzkumného vzorku pro naši analýzu bylo potřeba provést předvýzkum, který nám napověděl, jaký rozsah vzorku bude adekvátní vzhledem k rozsahu práce a k náročnosti výzkumu. Na základě předvýzkumu jsme poté k analýze vybrali tři pražská denní periodika, resp. jejich sekce, které jsou věnovány Praze:

1. Pražský deník – sekce 1;
2. Mladá fronta Dnes (dále jen MF Dnes) – příloha Praha;
3. Metro – Praha.

Přestože vzorek obsahuje pouze tři tituly, považujeme jej za dostatečně pestrý. Zahrnuje totiž tři různé typy denního tisku. V případě Pražského deníku se jedná o samostatné periodikum zaměřené na pražský region. MF Dnes je příkladem celostátního tisku s regionální přílohou. Metro je podobně jako Pražský

---

<sup>80</sup> MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2002, s. 309.

<sup>81</sup> Tamtéž.

deník regionálního zaměření, nicméně na rozdíl od Deníku je k dostání zdarma. Pokud jsme navíc nechtěli ustoupit od podmínky, že budeme zkoumat pouze tištěná periodika, která vycházejí s vysokou frekvencí a jsou dostupná široké veřejnosti, rozšířit vzorek o další tituly bylo prakticky nemožné.

Vzorek bylo nutno omezit také z časového hlediska. Určili jsme si proto, že budeme analyzovat pouze články ve výtiscích, které vyšly v období od 1. 1. 2013 do 31. 12. 2013. Toto vymezení se ukázalo pro naši práci dostatečné.

Do analýzy byly až na několik výjimek (viz dále) zařazeny všechny články pojednávající o cizincích žijících či působících na území ČR, které vyšly ve vymezeném období ve vybraných periodikách. Původní záměr této práce referovat pouze o osobách žijících v Praze dlouhodobě nebylo možno realizovat, protože zkoumaný materiál neposkytoval dostatečné množství údajů, podle kterých bychom dokázali určit délku pobytu jednotlivých aktérů.

Za cizince/cizinku v našem výzkumu považujeme osobu, která splňuje alespoň jedno z následujících kritérií:

- a. je v článku explicitně označena či označována jako cizinec/cizinka;
- b. je v článku explicitně označena či označována jako příslušník či příslušnice jiné národnosti než české;
- c. dle článku pochází z oblasti mimo území ČR;
- d. hovoří jiným jazykem než českým jako svou mateřštinou.

Toto vymezení jsme po předběžném prohlížení materiálů a po zvážení zvolili za nejvhodnější. Umožnilo nám totiž vedle článků hovořících explicitně o cizincích zahrnout i takové, které neobsahovaly slovo *cizinec*, ale bezpochyby se týkaly osob běžně za cizince považovaných.

Pro dosažení cílů práce bylo rovněž nutno vyřadit několik typů článků, v nichž se sice cizinci objevovali, ale jejichž celkové zaměření nebylo v souladu s cíli práce.

Z analýzy byly vyřazeny následující skupiny článků:

1. články v podobě inzerce, reklamy atp.;
2. články zabývající se historií bez zřetelnější souvislosti se současným děním;
3. články o veřejně činných osobách – cizincích, kteří v ČR pobývali nebo pracovali z titulu své funkce a jejichž činnost nepřekročila rámec jejich postavení a účel jejich pobytu;
4. články kulturního zpravodajství pokud nepřekročily předpokládaný rámec oznámení či recenze kulturní akce;
5. články sportovního zpravodajství.

Zejména body 3., 4. a 5. představují poměrně radikální, ale podle nás nutné omezení. Při jejich formulaci jsme se inspirovali výzkumem Klvačové a Bitricha, kteří rovněž vynechali články týkající se kultury a sportu, protože se domnívají, že „o sportovcích a umělcích se píše víc jako o jakýchkoli jiných sportovcích a umělcích než jako o cizincích“<sup>82</sup>. Bod č. 3 nám umožnil aplikovat podobné pravidlo i na další sféry veřejné činnosti cizinců v ČR. Pro větší názornost uveďme příklad, který lépe ozřejmí, které články byly zahrnuty do analýzy, a které nikoli: Zatímco jsme nezařadili pozvánky na koncerty zahraničních kapel a jejich recenze, zprávy týkající se amerického zpěváka, který nešťastnou náhodou zabil při koncertě v Praze fanouška, zahrnuty byly.

Tato redukce se nám zdála nutná, přesto si uvědomujeme, že jsme jejím využitím vyřadili rozsáhlé skupiny článků, které mohly cizince prezentovat v pozitivním světle.

---

<sup>82</sup> KLVAČOVÁ, P. a T. BITRICH. Jak se (ne)píše o cizincích. *Multikulturní centrum Praha* [online]. 2003[cit. 2014-02-24], s. 11. Dostupné z: [http://aa.ecn.cz/img\\_upload/bacca6403f52f8f0f60667687afefbf5/Jak\\_se\\_\\_ne\\_pise\\_o\\_cizincich\\_2003.pdf](http://aa.ecn.cz/img_upload/bacca6403f52f8f0f60667687afefbf5/Jak_se__ne_pise_o_cizincich_2003.pdf).

## Profily zkoumaných deníků

### MF Dnes – příloha Praha

MF Dnes představuje v současnosti nejrozšířenější „seriózní“ placený český deník, který přináší informace z různých polí zájmu. Vedle celorepublikového a zahraničního zpravodajství se věnuje také regionálnímu dění, a proto vychází ve čtrnácti mutacích, které odpovídají členění republiky na kraje.<sup>83</sup> My se budeme věnovat pouze mutaci pražské, resp. příloze Praha. Deník vydává mediální společnost MAFRA a vychází od roku 1990, kdy navázal na titul Mladá fronta.<sup>84</sup> V roce 2011 bylo denně průměrně prodáno 222 000 výtisků. O své politické orientaci MF Dnes tvrdí, že jako deník „*není závislá na žádné politické straně*“ a „*nedává přednost žádnému úzce vymezenému ideovému proudu*“<sup>85</sup>, přestože zpravidla bývá považována za médium klonící se k pravému středu politického spektra.<sup>86</sup> Dále zdůrazňuje svou snahu o nestrannost a vyznávání hodnot svobody, politické a názorové plurality a tržního hospodářství.<sup>87</sup>

Zajímavý je pro nás také třetí bod z Etického kodexu novinářů mediální skupiny MAFRA, který jsou zaměstnanci i externisté povinováni dodržovat: „*Média skupiny MAFRA se vyhýbají jakýmkoliv předsudkům a pejorativním výrazům ve spojení s rasou, národností, pohlavím, náboženským vyznáním,*

---

<sup>83</sup> O MF Dnes. MAFRA A.S. *DNES* [online]. 2013 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <https://www.mfdnes.cz/mfdnes>.

<sup>84</sup> Historie MFD. MAFRA A.S. *DNES* [online]. 2013 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <https://www.mfdnes.cz/mfdnes/historie>.

<sup>85</sup> Otázky a odpovědi. MAFRA A.S. *DNES* [online]. 2013 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: [https://www.mfdnes.cz/sites/default/files/obrazky/u42/mf\\_dnes/redakce/otazky\\_a\\_odpoved\\_i\\_mfd.pdf](https://www.mfdnes.cz/sites/default/files/obrazky/u42/mf_dnes/redakce/otazky_a_odpoved_i_mfd.pdf).

<sup>86</sup> Mladá Fronta Dnes. *Presseurop* [online]. 2012 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.presseurop.eu/cs/content/source-profile/593-mlada-fronta-dnes>.

<sup>87</sup> Otázky a odpovědi. MAFRA A.S. *DNES* [online]. 2013 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: [https://www.mfdnes.cz/sites/default/files/obrazky/u42/mf\\_dnes/redakce/otazky\\_a\\_odpoved\\_i\\_mfd.pdf](https://www.mfdnes.cz/sites/default/files/obrazky/u42/mf_dnes/redakce/otazky_a_odpoved_i_mfd.pdf).



*politickým přesvědčením, sexuální orientací či profesním a společenským zařazením.*“<sup>88</sup>

### **Pražský deník – sekce 1**

Pražský deník patří do skupiny regionálně zaměřených deníků vydavatelství Vltava-Labe-Press a vychází od roku 2006. Za cíl si klade „*maximální reflektování událostí z Prahy a jejího nejbližšího okolí*“, a proto se věnuje tématům z oblasti pražského kulturního a politického života, komentářům, glosám a názorům čtenářů.<sup>89</sup> Vedle informací z Prahy zprostředkovává také dění z celé republiky a ze zahraničí, takže náš výzkum omezili pouze na první sekci, která je věnována Praze. Průměrnou čtenost nebo náklad se nám nepodařilo dohledat, nicméně součet průměrných měsíčních čteností středočeských Deníků a Pražského deníku za rok 2013 byla podle Unie vydavatelů 97 000 a součet průměrných měsíčních čteností všech deníků 773 000.<sup>90</sup> Etický kodex společnosti v současnosti není, alespoň pokud víme, dostupný.

### **Metro – Praha**

Deník Metro podobně jako MF Dnes vydává mediální společnost MAFRA. Jedná se o periodikum, které není specifické pouze pro českou metropoli, ale v různojazyčných vydáních vychází ve velkých městech po celém světě, odkud je dále distribuováno. V ČR se Metro poprvé představilo roku 1997. Jeho denní náklad se pohybuje okolo 350 000 kusů a dostupné je zdarma na mnoha distribučních místech po celé ČR. Zaručuje si tak rozsáhlý okruh čtenářů. Neomezuje se pouze na pražský region, přestože hlavní město je jeho doménou. Jeho konkrétní podoba se přizpůsobuje regionu, pro který je určeno.

---

<sup>88</sup> Etický kodex novinářů mediální skupiny MAFRA. MAFRA A.S. DNES [online]. 2013 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: [https://www.mfdnes.cz/sites/default/files/obrazky/u42/mf\\_dnes/redakce/otazky\\_a\\_odpovedi\\_mfd.pdf](https://www.mfdnes.cz/sites/default/files/obrazky/u42/mf_dnes/redakce/otazky_a_odpovedi_mfd.pdf).

<sup>89</sup> Pražský deník. VLTAVA-LABE-PRESS, a.s. VLP [online]. 2009 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.vlp.cz/denik-stredni-cechy/prazsky-denik.html>.

<sup>90</sup> Media Project. Unie vydavatelů ČR [online]. 2014 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/Ro%C4%8Dn%C3%AD.pdf>.

My jsme pro náš výzkum zvolili pouze část pražské úpravy deníku nazvanou *Praha*, která je zaměřena na pražské zpravodajství.<sup>91</sup>

### **Výzkumné otázky a stanovení kategorií**

Námi vybraná metoda výzkumu předpokládá stanovení kategorií, do nichž budeme rozřazovat námi stanovené jednotky podle pevně vymezených kritérií. Na základě tohoto třídění tak budeme schopni nasbíraný materiál kvantitativně zpracovat a odpovědět na výzkumné otázky. V této kapitole proto ozřejmíme, jakou hlavní výzkumnou otázku (HVO) a dílčí výzkumné otázky (DVO 1 až 6) jsme si stanovili, jakým způsobem budeme postupovat při jejich zodpovídání, jaké kategorie jsme si pro výzkum zvolili a na základě kterých kritérií jsme do nich řadili zkoumané jednotky.

Za jednotku výzkumu jsme si stanovili článek.

**HVO: Jaký obraz cizinců žijících či působících v Praze vytváří pražský denní tisk?**

Odpověď na hlavní výzkumnou získáme zodpovězením otázek dílčích.

**DVO1: Kolikrát bylo v analyzovaných periodikách o cizincích pojednáváno?**

Účelem této výzkumné otázky je zjistit, kolik článků týkajících se cizinců v ČR bylo v rámci výzkumného vzorku za dané období uveřejněno. Sledovat budeme četnost jednotek (článků) v jednotlivých periodikách za měsíc i během celého roku. Součtem poté získáme celkový počet článků a jejich rozložení v průběhu roku.

---

<sup>91</sup> O nás. MAFRA A.S. *Metro.cz* [online]. [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.metro.cz/Servis.aspx?y=metro/metro-o-nas.htm>.

## **DVO2: V souvislosti s jakými tématy byli cizinci nejčastěji zmiňováni?**

Pro zodpovězení DVO2 bylo nutné vytvořit si několik kategorií, do nichž budeme články o cizincích třídit. Články budeme rozřazovat na základě jejich hlavního tématu. Každý článek přitom může být přiřazen pouze k jedné kategorii. Pokud je v jednom článku obsaženo více témat, řadíme jej do tematické kategorie, která nejlépe vystihuje ústřední téma článku. Účelem této výzkumné otázky je zjistit, jak frekventovaná byla jednotlivá témata. Myslíme si totiž, že pro získání představy o tom, jak vypadá mediální obraz cizinců, je důležité určit, v souvislosti se kterými tématy jsou cizinci nejčastěji zmiňováni.

**Tabulka č. 1: Kategorizace článků podle tématu**

| téma                                   | charakteristika článků                                                                                                             |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>kriminalita</i>                     | článek, v němž je cizinec spojován s trestnou či kriminální činností, a to buď v roli pachatele, nebo v roli oběti                 |
| <i>turismus</i>                        | článek, v němž je cizinec zmiňován v souvislosti s cestovním ruchem                                                                |
| <i>demografie</i>                      | článek, v němž je cizinec zmíněn v souvislosti s demografickými údaji o Praze či ČR                                                |
| <i>imigrační politika, imigrace</i>    | článek, který se zabývá imigrací ze zahraničí do ČR nebo imigrační politikou ČR                                                    |
| <i>zdravotnictví a sociální témata</i> | článek, který hovoří o zdravotnických či sociálně zaměřených tématech                                                              |
| <i>kultura a sport</i>                 | článek, který se dotýká kulturního dění či sportu v Praze                                                                          |
| <i>školy a vzdělávání</i>              | článek, který se zabývá vzděláváním či výchovou cizinců                                                                            |
| <i>multikulturalismus</i>              | článek, který se dotýká problému multikulturalismu, upozorňuje na interkulturní rozdílnosti nebo se zabývá životním stylem cizinců |
| <i>nehody</i>                          | článek, v němž je cizinec spojován s jakoukoli nehodou či úrazem                                                                   |
| <i>jiné</i>                            | článek, který se věnuje specifickému tématu a nepřísluší do žádné z dalších kategorií                                              |

## **DVO3: Které národnosti se ve člancích objevovaly nejčastěji?**

Tentokrát se pokusíme vysledovat, o kterých národnostech se v člancích pojednávalo nejčastěji. Za kategorie v tomto případě považujeme jednotlivé národnosti, ke kterým přidáváme kategorii „nespecifikováno“, do níž budeme řadit články, u jejichž aktérů není národnost zřejmá. Pokud se v jednom článku

objevilo více národností, budeme jej započítávat vícekrát, tj. ke každé uvedené národnosti.

#### **DVO4: S jakými tématy byly jednotlivé národnosti spojovány?**

Při zodpovídání této otázky budeme postupovat obdobně jako u DVO2 (rozřazovat budeme do stejných kategorií) a využijeme poznatky z odpovědi na DVO3. Ke každé zmíněné národnosti tak budeme schopni přiřadit tematickou skladbu článků, které o jejích příslušnících vyšly. Vzhledem k tomu, že národností obsažených ve zkoumaných pramenech bude jistě mnoho, zaměříme se na prezentaci výsledků týkajících se těch z nich, které byly nejčastěji zmiňovány.

Kromě kategorií shodných s DVO2 budeme rozlišovat i několik podkategorií spadajících pod kategorii „kriminalita“.

**Tabulka č. 2: Kategorizace článků o kriminalitě**

| kriminalita                     | charakteristika článků                                                                 |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>vražda, zabití</i>           | cizinec jako pachatel vraždy nebo zabití                                               |
| <i>krádež</i>                   | cizinec jako pachatel krádeže                                                          |
| <i>loupež</i>                   | cizinec jako pachatel loupeže                                                          |
| <i>napadení, pokus o vraždu</i> | cizinec jako útočník při napadení nebo pachatel pokusu o vraždu                        |
| <i>padělání zboží</i>           | cizinec jako padělatel zboží                                                           |
| <i>padělání dokladů</i>         | cizinec jako padělatel dokladů nebo osoba, která tyto doklady zneužívá                 |
| <i>drogy</i>                    | cizinec jako producent či dealer zakázaných návykových látek                           |
| <i>nelegální pobyt</i>          | cizinec nelegálně pobývajícím na území ČR                                              |
| <i>finanční podvody</i>         | cizinec jako pachatel finančních podvodů                                               |
| <i>výtržnictví, opilost</i>     | cizinec jako výtržník, vandal či osoba nevhodně se chovající po požití alkoholu        |
| <i>cizinec jako oběť</i>        | cizinec jako oběť trestné činnosti                                                     |
| <i>různé</i>                    | cizinec spojen s jiným nebo blíže nespecifikovaným typem trestné činnosti či přestupků |

#### **DVO5: Byli cizinci prezentováni spíše negativně nebo pozitivně?**

Hledání odpovědi na tuto otázku je za pomoci kvantitativní obsahové analýzy poněkud problematické. Na rozdíl od kvalitativních metod totiž

kvantitativní postup neumožňuje hlouběji analyzovat jednotlivé články a hledat implicitně vyjádřené prvky negativního či pozitivního hodnocení zkoumaného jevu. Z tohoto důvodu od zkoumání hodnocení cizinců např. Klvačová a Bitrich ustupují.<sup>92</sup> Přestože si i my uvědomujeme úskalí tohoto úkolu, nezříkáme se zcela možnosti zabývat se jím. Pro rozdělení do tří kategorií, které si stanovíme, bude důležité nejen samotné téma článku, ale také jeho naladění a celkové vyznění. Z tohoto důvodu může být i článek, který spadá do obecné kategorie „kriminálnosti“, ale cizinec v něm vystupuje jako oběť trestného činu, považován za neutrální.

**Tabulka č. 3: Kategorizace článků podle hodnocení**

| hodnocení        | charakteristika článků                                                             |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>negativní</i> | cizinec spojován s negativními společenskými jevy nebo považován za jejich příčinu |
| <i>neutrální</i> | chybí pozitivní či negativní zabarvení                                             |
| <i>pozitivní</i> | cizinec jako vykonavatel veřejně prospěšné činnosti či skutku                      |

### **Analytická část**

#### **DVO1: Kolikrát bylo v analyzovaných periodikách o cizincích pojednáváno?**

Na základě výše uvedených kritérií jsme vyselektovali 324 článků. O cizincích ve smyslu, který jsme si vymezili, tedy vybrané deníky hovořily 324krát. MF Dnes cizince zmiňovala v 88 článcích, Pražský deník o nich pojednával ve 195 článcích a deník Metro v 41 článcích. Rozdílné počty článků lze vysvětlit na základě prostoru, který je v jednotlivých denících věnován pražskému regionu. Zatímco v Pražském deníku je mu věnováno přibližně osm až dvanáct stran, v MF Dnes je to přibližně 5 stran a v deníku Metro se počet stran liší a jeho formát je navíc menší než u dalších dvou periodik.

---

<sup>92</sup> KLVAČOVÁ, P. a T. BITRICH. Jak se (ne)píše o cizincích. *Multikulturní centrum Praha* [online]. 2003[cit. 2014-02-24]. Dostupné z: [http://aa.ecn.cz/img\\_upload/bacca6403f52f8f0f60667687afefbf5/Jak\\_se\\_\\_ne\\_pise\\_o\\_cizincich\\_2003.pdf](http://aa.ecn.cz/img_upload/bacca6403f52f8f0f60667687afefbf5/Jak_se__ne_pise_o_cizincich_2003.pdf).

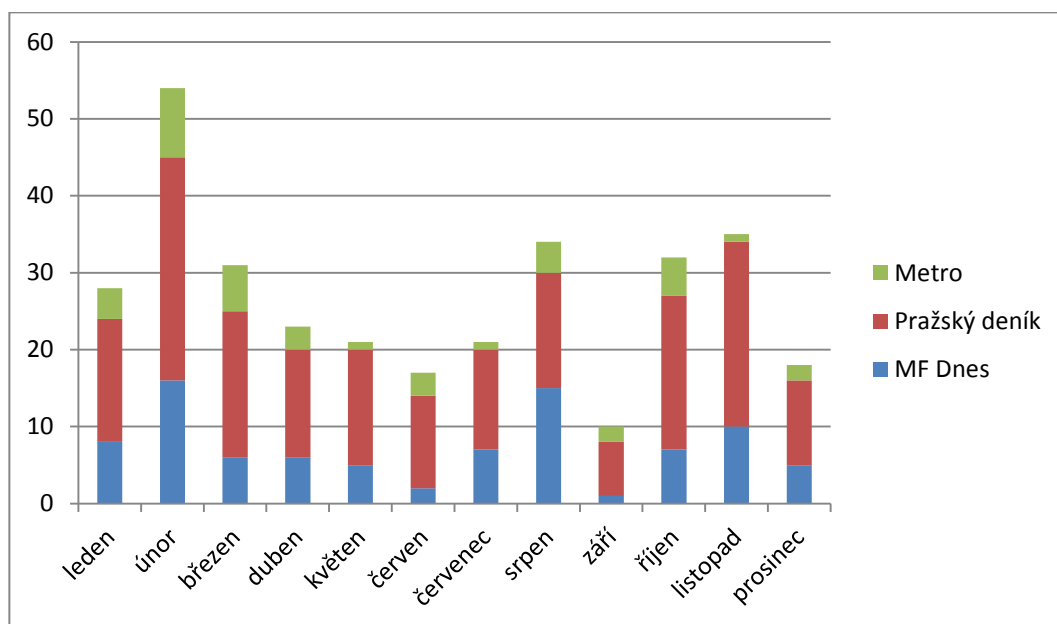
Zajímavé je ovšem rozložení článků v průběhu roku. Počet článků v jednotlivých měsících totiž značně kolísá a v tomto kolísání můžeme napříč vybranými deníky sledovat určité podobnosti.

Jednoznačně nejvíce článků o cizincích vyšlo v únoru, a to nejen celkově, ale i v rámci jednotlivých periodik. V MF Dnes se o cizincích psalo šestnáctkrát, v Pražském deníku dvacet devětkrát a v Metru devětkrát. Celkový součet článků tedy činí padesát čtyři. Tento jev si vysvětlujeme jako důsledek několika témat aktuálních v dané době, která se vícekrát objevila napříč zkoumanými deníky (např. soud amerického zpěváka, který při koncertě v Praze zabil fanouška, nebo pobyt dánských studentů v Praze spojený s konzumací alkoholu a s výtržnictvím).

Nejméně článků vyšlo naopak v září; jejich celkový počet nepřesáhl číslo deset. V MF Dnes jsme našli pouze jeden relevantní článek, v Metru dva a v Pražském Deníku sedm. Nejvyšší počet článků v Deníku připisujeme jednak prostoru, který věnuje dění v Praze, a jednak přítomnosti strany určené pro tzv. černou kroniku. Všech jedenáct publikovaných článků mělo souvislost s kriminalitou.

Relativně nízký počet článků v některých dalších měsících si vysvětlujeme tím, že se média soustředila na zobrazování jiných, v dané době důležitých témat (např. povodně v červnu), nebo absencí dostatku témat se zpravodajskou hodnotou, v nichž by cizinci figurovali.

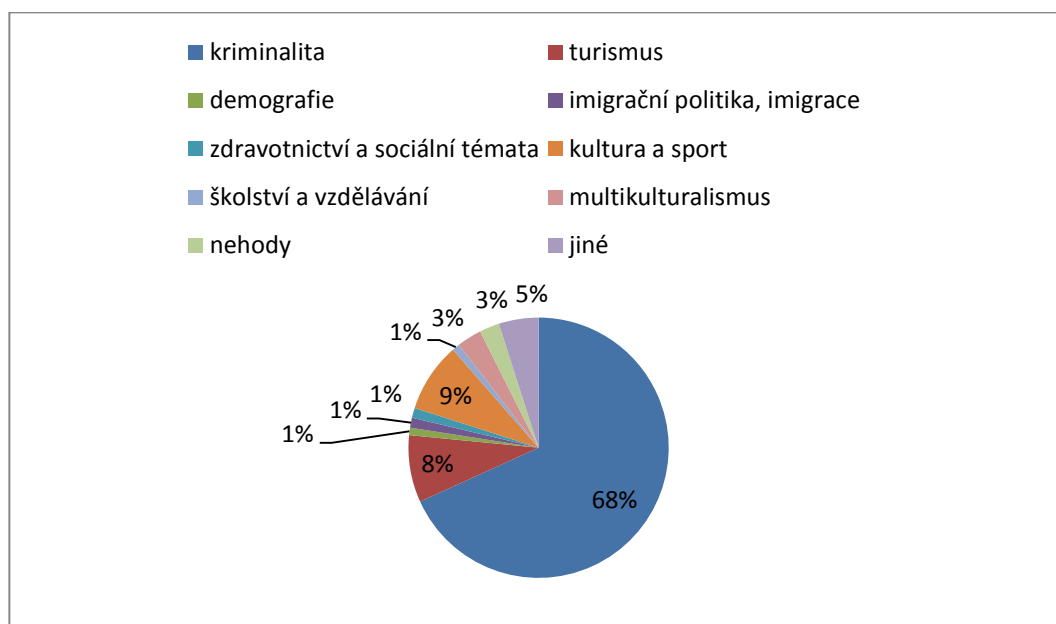
**Graf č. 1: Počet vydaných článků za měsíc**



**DVO2: V souvislosti s jakými tématy byli cizinci nejčastěji zmiňováni?**

Pokud jde o tematické zaměření analyzovaných článků, náš výzkum potvrdil výsledky předchozích výzkumů týkajících se cizinců v české mediální sféře. Téma kriminality, které zpravidla s velkým náskokem před ostatními figuruje na prvním místě, u nás představuje šedesát osm procent veškerých článků. Se zastoupením devět procent následuje zpravodajství týkající se oblasti kultury a sportu a poté téma turismu s osmi procenty. Kompletní výsledky zobrazuje graf č. 2.

**Graf č. 2: Tematické zaměření článků**



Přestože si uvědomujeme, že kriminalita jako taková představuje pro novináře atraktivní téma, považujeme námi zjištěné procento takto zaměřených článků o cizincích za určitý projev zaujatosti. Opíráme se přitom částečně o výzkum Klvačové a Bitricha. Ti zjistili, že ze všech článků týkajících se cizinců, které zařadili do své analýzy, 75 % souviselo s kriminalitou. Pro srovnání poté zkoumali, jaký podíl tvořily články o kriminalitě mezi všemi články, které v průběhu jednoho měsíce vyšly ve dvou denících. Zaměřili se na deníky MF Dnes a Právo a ukázalo se, že „v tomto případě je podíl článků o zločinu asi o polovinu až o dvě třetiny menší – asi 18 % v deníku MF Dnes a 24 % v deníku Právo (...)“<sup>93</sup>. Přestože výzkum Klvačové a Bitricha není zcela srovnatelný s naším, věříme, že má i vzhledem k naší práci určitou nezanedbatelnou výpovědní hodnotu.

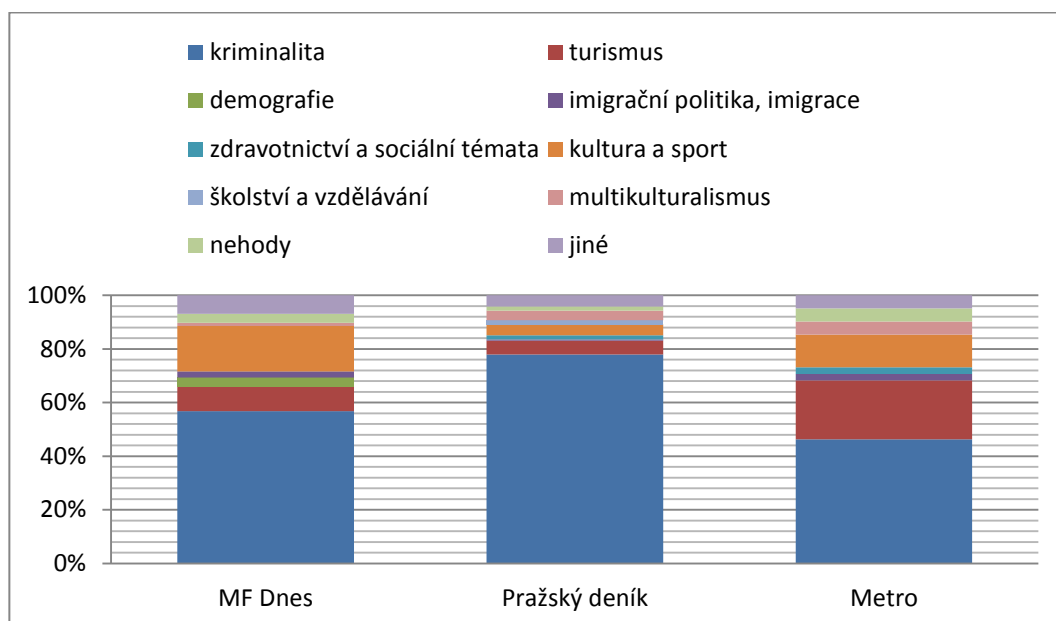
K zajímavým výsledkům jsme dospěli, když jsme zkoušeli porovnat tematickou skladbu jednotlivých periodik v našem výzkumu. Zjistili jsme totiž,

<sup>93</sup> KLVAČOVÁ, P. a T. BITRICH. Jak se (ne)píše o cizincích. *Multikulturní centrum Praha* [online]. 2003 [cit. 2014-02-24], s. 10–11. Dostupné z: [http://aa.ecn.cz/img\\_upload/bacca6403f52f8f0f60667687afefbf5/Jak\\_se\\_\\_ne\\_pise\\_o\\_cizincich\\_2003.pdf](http://aa.ecn.cz/img_upload/bacca6403f52f8f0f60667687afefbf5/Jak_se__ne_pise_o_cizincich_2003.pdf).



že se od sebe diametrálně liší, a to zejména pokud porovnáme Pražský deník a deník Metro.

**Graf č. 3: Tematická skladba zkoumaných deníků**



Zatímco v Deníku tvoří články spjaté s kriminalitou 78 % a podíl ostatních témat je zanedbatelný, Metro o kriminalitě hovoří *jen* ve 46 % a poměrně velký prostor je věnován turismu (22 %) a kultuře a sportu (12 %). MF Dnes stojí s 57 % článků o kriminalitě mezi nimi a její druhou nejčastější kategorií je kultura a sport (17 %).

Zejména v Pražském deníku tvoří jiná témata než kriminalita zanedbatelnou skupinu.

### **DVO3: Které národnosti se ve člancích objevovaly nejčastěji?**

V našem výzkumném vzorku jsme našli zmínku o padesáti třech národnostech. Z nich byly nejčastěji zmiňovány ty, které uvádíme v tabulce č. 4. Nejrozsáhlejší skupinu čítající 107 článků tvořily články hovořící o cizincích, jejichž národnost nebyla specifikována.

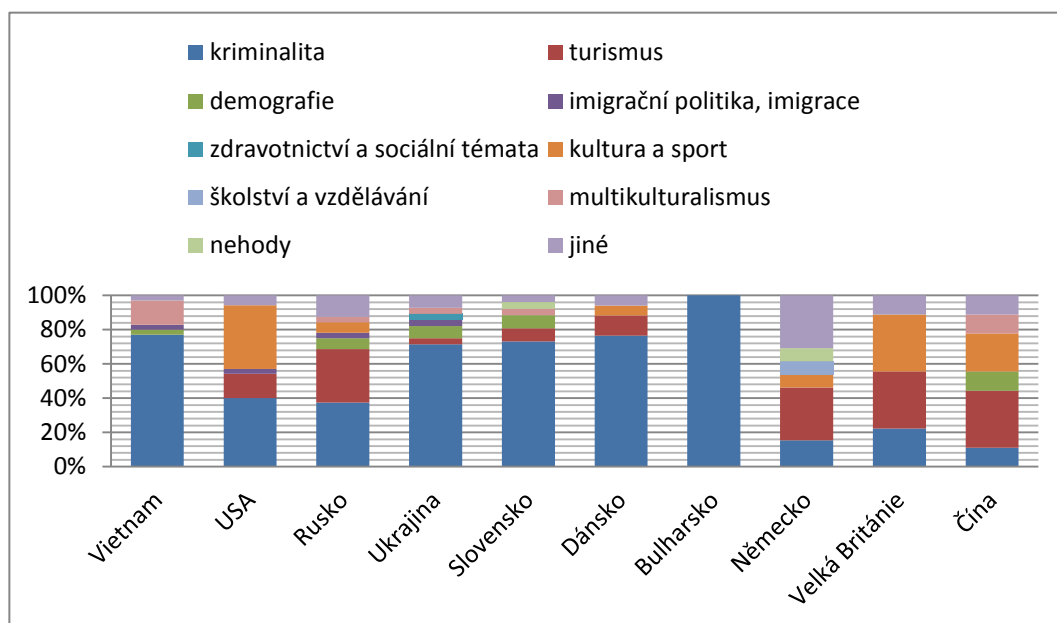
**Tabulka č. 4: Nejčastěji zmiňované národnosti**

| národnost          | Pražský deník | MF Dnes | Metro | celkem |
|--------------------|---------------|---------|-------|--------|
| 1. Vietnam         | 9             | 24      | 3     | 36     |
| 2. USA             | 16            | 12      | 7     | 35     |
| 3. Rusko           | 11            | 15      | 6     | 32     |
| 4. Ukrajina        | 6             | 20      | 2     | 28     |
| 5. Slovensko       | 8             | 16      | 2     | 26     |
| 6. Dánsko          | 6             | 8       | 3     | 17     |
| 7. Bulharsko       | 4             | 10      | 0     | 14     |
| 8. Německo         | 3             | 7       | 3     | 13     |
| 9. Čína            | 3             | 5       | 1     | 9      |
| 10. Velká Británie | 4             | 4       | 1     | 9      |

#### **DVO4: S jakými tématy byly jednotlivé národnosti spojovány?**

Tematická skladba článků u jednotlivých národností byla velmi různorodá. Zatímco u některých z nich se do popředí dostávala kriminalita, která převládala v rámci celého výzkumu, u jiných tvořila pouze malou, poměrně nevýznamnou část. Graf č. 4 ukazuje, jaká témata byla nejčastěji spojována s deseti nejčastěji zmiňovanými národnostmi, které jsme uvedli v odpovědi na předchozí výzkumnou otázku.

**Graf č. 4: Tematická skladba článků u deseti nejčastěji zmiňovaných národností**



Již při prvním pohledu na graf vidíme, že výsledky získané u jednotlivých národností jsou těžko srovnatelné. Zatímco u Bulharska, Dánska, Vietnamu, Slovenska a Ukrajiny tvoří kriminalita jako ústřední téma článků většinu, u Spojených států či Ruska se už dostáváme pod hranici padesáti procent. V případě Velké Británie, Německa a Číny pak hraje kriminalita více či méně zanedbatelnou roli a do popředí se dostává turismus, kultura a sport a kategorie „jiné“. Za povšimnutí stojí, že občané zemí, které bychom mohli označit za velmoci, byli co do témat prezentováni v pozitivnějším světle než příslušníci dalších národností.

Není překvapením, že německá, ruská, britská a čínská jsou státní příslušnosti, které byly nejčastěji spojovány s turismem. Obyvatelé těchto zemí představují velkou část zahraničních návštěvníků ČR. Zaměříme se však nyní ještě jednou důkladně na kategorii „kriminalita“. I uvnitř ní totiž můžeme nalézt velké rozdílnosti mezi jednotlivými národnostmi.

Specifické postavení mají v tomto směru zejména Dánsko a Spojené státy. Zatímco ostatní národnosti jsou s kriminalitou spojovány v souvislosti s různými jednotlivými událostmi, Dánové a Američané jsou ve zkoumaných denících zmiňováni zejména v souvislosti s jedním tématem, které bylo reflektováno několikrát a napříč celým zkoumaným vzorkem. O Dánech se hovořilo kvůli únorovým výtržnostem a opilectví v centru Prahy (jedenáct článků z třinácti) a o Američanech, lépe řečeno Američanovi deníky psaly, když zprostředkovávaly nejnovější informace o soudním řízení s již dříve zmiňovaným americkým zpěvákem.

Povaha článků o kriminalitě, které se týkaly Bulharů, Vietnamců, Slováků a Ukrajinců, byla zcela jiná. Jednalo se obvykle o jednotlivé případy, které noviny přinášely v podobě krátkých noticek nebo zpráv. Pro Bulhary byly nejtypičtější články o drobných kapesních krádežích. Vietnamci ve zkoumaných denících nejčastěji figurovali jako prodejci či producenti drog nebo padělaného zboží. U Slováků a Ukrajinců bylo nejběžnější spojení s vraždou nebo zabitím, ale výrazněji nepřevládalo.

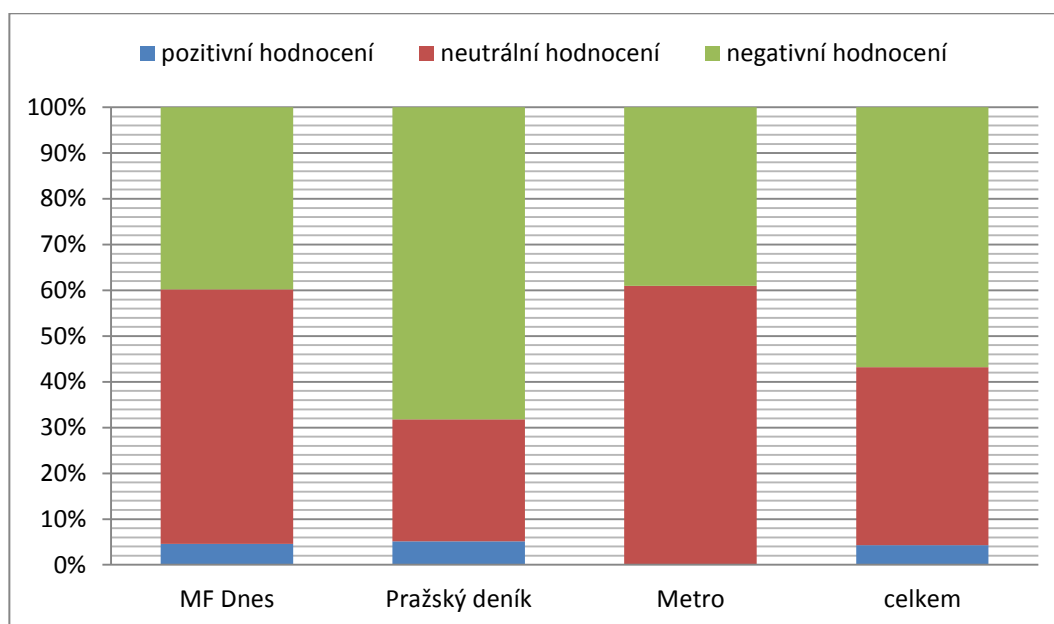
Kriminalita byla nejobvyklejším tématem i mezi dalšími národnostmi, které se v analyzovaných médiích v průběhu roku objevily. Typické bylo její spojení s občany východoevropských a blízkovýchodních států.

Jak je patrné, mezi deseti nejčastěji prezentovanými národnostmi jsou i čtyři z těch, které tvoří největší etnické minority v ČR. Menšina bulharských občanů navíc rovněž není zanedbatelná. Domníváme se proto, že by deníky měly více reflektovat témata týkající se každodenního života těchto menšin, jejichž příslušníci dlouhodobě nebo trvale pobývají v naší republice a zabývají se mnoha jinými aktivitami než těmi, které jim média připisují jako charakteristické.

#### **DVO5: Byli cizinci prezentováni spíše negativně nebo pozitivně?**

Jak už jsme uvedli výše, odpověď na tuto otázku za použití naší metody je pouze orientační, nikoli vyčerpávající. Přesto si zde uvedeme, k jakým výsledkům jsme dospěli.

**Graf č. 5: Hodnocení cizinců**



Už podle tematické skladby zkoumaných periodik se dalo očekávat, že prezentování cizinci budou hodnoceni převážně negativně. Toto očekávání se také potvrdilo; negativní hodnocení jsme zaznamenali v necelých 57 % článků.

Pozitivně naopak vyznívaly přibližně 4 % článků a neutrální charakter mělo necelých 39 % článků.

Nejbliže k celkově neutrálnímu hodnocení se dostala MF Dnes, která sice otiskla více negativně laděných článků než Metro, ale objevily se v ní i čtyři kladně laděné články. Metro skončilo v pomyslné soutěži o neutralnost na druhém místě a Pražský deník, ač otiskl nejvyšší procento pozitivních článků ze všech tří periodik, na třetím. Hodnotově nezabarvené články u něj totiž představovaly jen zhruba 27 %.

### **Závěr výzkumu – odpověď na hlavní výzkumnou otázku**

Za rok 2013 vyšlo v námi zkoumaných denících 324 článků týkajících se cizinců žijících nebo působících v Praze. Převládajícím tématem, s nímž byli tito cizinci spjati, byla kriminalita, která se v našem vzorku objevila u 68 % článků. S 9 % ji následovalo téma kultura a sport a s 8 % turismus. Další témata, zejména ty, které by reflektovaly každodenní život cizinců v ČR, byla upozaděna.

Pražské deníky v průběhu roku 2013 referovaly o zástupcích 53 národností, z nichž nejčastěji byla prezentována národnost vietnamská, americká, ruská, ukrajinská, slovenská, dánská, bulharská, německá, britská a dánská. Zatímco u některých z těchto národností podobně jako v celém výzkumu převládalo téma kriminality (Bulharsko, Dánsko, Vietnam, Slovensko, Ukrajina), u jiných se jednalo zejména o kulturu a sport a turismus (Velká Británie, Čína, Německo). Pokud výsledky zobecníme a vezmeme v úvahu i zmínky o dalších národnostech, které se neobjevovaly příliš frekventovaně, zdá se, že existuje rozdíl mezi zobrazováním cizinců z chudších zemí a světových velmocí.

Celkové hodnocení vystupujících cizinců bylo spíše negativní, objevilo se u necelých 57 % zkoumaných článků.

## Závěr

Cílem této práce bylo popsat, jaký mediální obraz cizinců žijících či působících v Praze vytváří pražský denní tisk. Za tímto účelem jsme prostřednictvím kvantitativní obsahové analýzy provedli rozbor několika pražských periodik.

Výsledek našeho výzkumu se shoduje nejen se zjištěními dosavadních prací na podobné téma, ale i s předpoklady, které jsme si uvedli v teoretické části práce. Z nich totiž zcela jasně vyplývalo, že cizinci budou nejpravděpodobněji zobrazováni poněkud jednostranně, spíše v negativním světle a v souvislosti s velmi omezenou skupinou témat, nejčastěji s kriminální činností. Všechny tyto předpovědi se vyplnily. Námi zjištěné výsledky si tedy snad můžeme vysvětlit jako důsledek několika vlivů. Prvním z nich je aplikace zpravodajských hodnot při výběru témat a tvorbě textů. Dalším je stereotypní uvažování, kterým tištěná média vycházejí vstříc vkusu svých čtenářů a zároveň je tímto uvažováním formují. V neposlední řadě je to i pomyslné členění české společnosti na kategorie *my* a *oni*.

Na rozdíl od předchozích prací, které se zabývají mediální prezentací cizinců, se náš výzkum neomezil na žádnou konkrétní národnostní skupinu. Měli jsme tedy možnost zaznamenat některé rozdílnosti mezi zobrazováním cizinců různých státních příslušností. Z našich výsledků vyplývá, že zatímco o občanech světových velmocí se zpravidla hovoří v souvislosti s neutrálně laděnými tématy, pro občany chudších regionů je typická spíše mnohokrát zmiňovaná spojitost s kriminalitou.

Ať už je však skutečnou příčinou výše popsaných jevů cokoli, domníváme se, že by média měla vyvinout větší snahu překonávat stereotypní myšlení a podporovat rozmanitější pohled na cizince v ČR. Za problematický v tomto směru považujeme konflikt mezi deklarovanou snahou o objektivitu při prezentaci menšin a zpravodajskými hodnotami, které novináře nutí vybírat si témata, která budou pro majoritní čtenáře atraktivní a lépe komerčně využitelná. V každém případě jsme přesvědčeni, že i když média představují pouze jeden ze zdrojů

informací, které má veřejnost k dispozici, pozitivnější obraz cizinců by znamenal krok správným směrem k překonávání stereotypů a etnocentrismu. Pro Prahu, kde je téma cizinců velmi aktuální, to platí obzvlášť.

Na poli výzkumu médií se nabízí řada dalších směrů, kterými by se mohly ubírat další kulturně-antropologické práce. Mezi ně patří například výzkumy podobné našemu, které by využívaly jiných, nejlépe kvalitativních metod, které jsme vzhledem k rozsahu této práce a jejich náročnosti v naší analýze nevyužili. Zajímavé by bezpochyby bylo také porovnávat mezi sebou specifitěji zaměřená média nebo se na média zaměřit z pohledu jejich příjemců.

Myslíme si, že výzkum médií jakožto důležitých institucí, které do jisté míry formují názor veřejnosti na cizince a cizí kultury, může být cenný pro kulturní antropologii. Doufáme tedy, že i tato práce přispěla alespoň drobným dílkem k poznání toho, jaká sdělení média vysílají směrem k příjemcům, kteří je využívají jako jeden ze zdrojů informací, díky nimž si vytvářejí svůj obraz světa.

## Seznam literatury

### Tištěné zdroje

BARŠOVÁ, A. a P. BARŠA. *Přistěhovalectví a liberální stát: Imigrační a integrační politiky v USA, západní Evropě a Česku*. Brno: Mezinárodní politologický ústav, 2005. ISBN 80-210-3875-6.

BERGER, P. a T. LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: Pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-85959-46-1.

BURGETOVÁ, E. a M. ČERNÁ. *Cizinci, našinci a média: Mediální analýzy*. Praha: Multikulturní centrum Praha, o. s., 2007. ISBN 80-239-8475-6.

BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-85947-67-6.

HALL, S. The spectacle of the "Other". In: HALL, S. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. The Open University, 1997. ISBN 0-7619-5432-5.

JANDOUREK, J. *Sociologický slovník*. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-535-0.

JÍLEK, V. *Žurnalistické texty jako výsledek působení jazykových a mimojazykových vlivů*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-2218-3.

JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.

JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

KRIPPENDORFF, K. *Content Analysis*. Beverly Hills: SAGE, 1981. ISBN 0803914989.



LIPPMANN, W. *Public Opinion*. 2. vyd. New Brunswick: Transaction Publishers, 1998. ISBN 1-56000-999-3.

MALINA, J. a kol. *Antropologický slovník (s přihlédnutím k dějinám literatury a umění) aneb co by mohl o člověku vědět každý člověk*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2009. ISBN 978-80-7204-560-0.

MCCOMBS, M. E. a D. L. SHAW. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*. 1972, roč. 36, č. 2, s. 176-187. ISSN 0033-362X.

MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-714-0.

REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

ROACH, C. *Communication and Culture in War and Peace*. Londýn: Sage, 1993. ISBN 9780803950634. cit. dle JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

SCHERER, H. Úvod do metody obsahové analýzy. In: REIFOVÁ, I. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2011, s. 29-50. ISBN 978-80-246-1980-4.

SCHULZ, W. Masová média a realita: "ptolemaiovské" a "kopernikovské" pojetí. In: JIRÁK, J. a B. ŘÍCHOVÁ. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-246-0182-6.

TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 26-27. ISBN 80-7367-096-8.

UHEREK, Z. Cizinecké komunity a městský prostor v České republice. *Sociologický časopis*. 2003, roč. 39, č. 2, s. 193-216. ISSN 0038-0288.

VAN DIJK, T. A. *Communicating Racism: Ethnic Prejudice in Thought and Talk*. Newbury Park: SAGE Publications, 1987. ISBN 0-8039-3627-3.

Zákon o pobytu cizinců na území České republiky a o změně některých zákonů.  
Zákon č. 326/1999 Sb. v účinném znění ke dni 1. 3. 2014.

### **Internetové zdroje**

5 nejčastějších státních občanství cizinců podle oblasti, kraje a okresu v letech 2011-2012 (31.12.). *Český statistický úřad* [online]. 2013 [cit. 2014-02-27]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E003D9632/\\$File/141413\\_t1-03.pdf](http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E003D9632/$File/141413_t1-03.pdf).

Cestovní ruch v Praze v r. 2013 - celkové zhodnocení (analýza PIS-PCT). *Oddělení cestovního ruchu* [online]. 2014 [cit. 2014-03-17]. Dostupné z: [http://cestovniruch.praha.eu/jnp/cz/pruzkumy\\_a\\_statistiky/rok\\_2013/index.html](http://cestovniruch.praha.eu/jnp/cz/pruzkumy_a_statistiky/rok_2013/index.html).

Cizinci celkem podle státního občanství (stav k 31. 12.). *Český statistický úřad* [online]. 2013 [cit. 2014-02-27]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E003D965E/\\$File/141413\\_t1-01.pdf](http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E003D965E/$File/141413_t1-01.pdf).

Cizinci: Počet cizinců. *Český statistický úřad* [online]. 2013 [cit. 2014-03-11]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/cizinci.nsf/kapitola/ciz\\_pocet\\_cizincu](http://www.czso.cz/csu/cizinci.nsf/kapitola/ciz_pocet_cizincu).

Etický kodex novinářů mediální skupiny MAFRA. MAFRA A.S. *DNES* [online]. 2013 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: [https://www.mfdnes.cz/sites/default/files/obrazky/u42/mf\\_dnes/redakce/otazky\\_a\\_odpovedi\\_mfd.pdf](https://www.mfdnes.cz/sites/default/files/obrazky/u42/mf_dnes/redakce/otazky_a_odpovedi_mfd.pdf).

Historie MFD. MAFRA A.S. *DNES* [online]. 2013 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <https://www.mfdnes.cz/mfdnes/historie>.

KANDERKA, P. a K. KARHANOVÁ. Obraz cizinců v médiích: Zpráva o projektu za rok 2002. *Cizinci v České republice* [online]. 2002 [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: [http://www.cizinci.cz/files/clanky/121/Obraz\\_cizincu\\_v\\_mediich.pdf](http://www.cizinci.cz/files/clanky/121/Obraz_cizincu_v_mediich.pdf).

KARHANOVÁ, K. a P. KADERKA. Obraz cizinců v médiích: Zpráva o projektu za rok 2001. *Cizinci v České republice* [online]. 2002 [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: [http://www.cizinci.cz/files/clanky/121/Obraz\\_cizincu\\_v\\_mediich.pdf](http://www.cizinci.cz/files/clanky/121/Obraz_cizincu_v_mediich.pdf).

KLVAČOVÁ, P. a T. BITRICH. Jak se (ne)píše o cizincích. *Multikulturní centrum Praha* [online]. 2003 [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: [http://aa.ecn.cz/img\\_upload/bacca6403f52f8f0f60667687afefbf5/Jak\\_se\\_\\_ne\\_pise\\_o\\_cizincich\\_2003.pdf](http://aa.ecn.cz/img_upload/bacca6403f52f8f0f60667687afefbf5/Jak_se__ne_pise_o_cizincich_2003.pdf).

Media Project. *Unie vydavatelů ČR* [online]. 2014 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/Ro%C4%8Dn%C3%AD.pdf>.

Mladá Fronta Dnes. *Presseurop* [online]. 2012 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.presseurop.eu/cs/content/source-profile/593-mlada-fronta-dnes>.

O MF Dnes. MAFRA A.S. *DNES* [online]. 2013 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <https://www.mfdnes.cz/mfdnes>.

O nás. MAFRA A.S. *Metro.cz* [online]. [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.metro.cz/Servis.aspx?y=metro/metro-o-nas.htm>.

Otázky a odpovědi. MAFRA A.S. *DNES* [online]. 2013 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: [https://www.mfdnes.cz/sites/default/files/obrazky/u42/mf\\_dnes/redakce/otazky\\_a\\_odpovedi\\_mfd.pdf](https://www.mfdnes.cz/sites/default/files/obrazky/u42/mf_dnes/redakce/otazky_a_odpovedi_mfd.pdf).

Počet cizinců – Metodika: KATEGORIE A TYPY POBYTŮ CIZINCŮ V ČR (A). *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2014-03-13]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/cizinci.nsf/o/ciz\\_pocet\\_cizincu-metodika:\\_kategorie\\_a\\_typy\\_pobytu\\_cizincu\\_v\\_cr\\_%28a%29](http://www.czso.cz/csu/cizinci.nsf/o/ciz_pocet_cizincu-metodika:_kategorie_a_typy_pobytu_cizincu_v_cr_%28a%29).

Pražský deník. VLTAVA-LABE-PRESS, a.s. *VLP* [online]. 2009 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.vlp.cz/denik-stredni-cechy/prazsky-denik.html>.

SAKOVÁ, T. Mediální obraz cizinců v ČR. *Migrace online* [online]. 2009 [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: [http://aa.ecn.cz/img\\_upload/224c0704b7b7746e8a07df9a8b20c098/NMedia\\_MedialniObrazCizincuVCR\\_3.pdf](http://aa.ecn.cz/img_upload/224c0704b7b7746e8a07df9a8b20c098/NMedia_MedialniObrazCizincuVCR_3.pdf).

Studenti VŠ podle města, ve kterém studují v akademickém roce 2012/13 k 31. 12. 2012. *Český statistický úřad* [online]. 2013 [cit. 2014-02-27]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E004E5CBA/\\$File/141413\\_t4-14.pdf](http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E004E5CBA/$File/141413_t4-14.pdf).

TOŠNEROVÁ, B. Mediální obraz cizinců v českém tisku za roky 2008 a 2009. *Migrace online* [online]. 2009 [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: [http://aa.ecn.cz/img\\_upload/224c0704b7b7746e8a07df9a8b20c098/BTosnerova\\_MedialniObrazCizincu.pdf](http://aa.ecn.cz/img_upload/224c0704b7b7746e8a07df9a8b20c098/BTosnerova_MedialniObrazCizincu.pdf).

VAN DIJK, T. A. New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach. In: *Discourse in Society* [online]. 2000 [cit. 2014-03-02]. Dostupné z: <http://www.discourses.org/OldArticles/New%28s%29%20racism%20-%20A%20discourse%20analytical%20approach.pdf>.

Zaměstnanost cizinců v oblastech, krajích a okresech (stav k 31. 12.). *Český statistický úřad* [online]. 2013 [cit. 2014-02-27]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E003D9607/\\$File/141413\\_t3-07.pdf](http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/2E003D9607/$File/141413_t3-07.pdf).

Zpráva o situaci v oblasti migrace a integrace cizinců na území České republiky v roce 2012. In: *Ministerstvo vnitra České republiky* [online]. 2013 [cit. 2014-03-13]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/migracni-a-azylova-politika-ceske-republiky-470144.aspx?q=Y2hudW09NA%3d%3d>.

## **Seznam tabulek a grafů**

### **Tabulky**

Tabulka č. 1: Kategorizace článků podle tématu, s. 43.

Tabulka č. 2: Kategorizace článků o kriminalitě, s. 44.

Tabulka č. 3: Kategorizace článků podle hodnocení, s. 45.

Tabulka č. 4: Nejčastěji zmiňované národnosti, s. 50.

### **Grafy**

Graf č. 1: Počet vydaných článků za měsíc, s. 47.

Graf č. 2: Tematické zaměření článků, s. 48.

Graf č. 3: Tematická skladba zkoumaných deníků, s. 49.

Graf č. 4: Tematická skladba článků u deseti nejčastěji zmiňovaných národností, s. 50.

Graf č. 5: Hodnocení cizinců, s. 52.