

**Západočeská univerzita v Plzni**  
**Fakulta filozofická**

**Bakalářská práce**

**Mediální obraz Vietnamců v českém tisku**

**Plzeň 2015**

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Fakulta filozofická**

Katedra sociologie

**Studijní program Sociologie**

**Studijní obor Sociologie**

**Bakalářská práce**

**Mediální obraz Vietnamců v českém tisku**

**Jindřich Vaniš**

*Vedoucí práce:*

PhDr. Mgr. František Kalvas, Ph.D.

Katedra sociologie

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2015

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval samostatně a použil jen  
uvedených pramenů a literatury.

*Plzeň, duben 2015 .....*

## **Poděkování**

*Na tomto místě bych rád poděkoval svému vedoucímu práce PhDr. Mgr. Františku Kalvasovi, Ph.D. za jeho cenné rady, pevné nervy a především všechnen čas, který mi byl ochoten poskytnout při konzultacích. Moje poděkování patří také všem, kteří mě po celou dobu studia podporovali, především mé snoubence Janě.*

## Obsah

1	Úvod .....	6
2	Konstrukce reality v médiích.....	8
2.1	Sociálně konstruovaná realita .....	8
2.2	Mediálně konstruovaná realita.....	9
2.3	Mechanismy konstrukce zpráv .....	10
2.3.1	Gatekeeping.....	11
2.3.2	Zpravodajské hodnoty .....	12
2.3.3	Agenda setting.....	13
2.4	Reprezentace a stereotypy v médiích.....	14
3	Vietnamská minorita v české společnosti.....	18
3.1	Historie česko-vietnamských vztahů .....	19
3.2	Vietnamská komunita v současnosti.....	20
3.3	Vietnamská komunita v očích majority .....	22
4	Obraz národnostních menšin v médiích .....	24
4.1	Výzkumy prezentace Vietnamců v českých médiích .....	26
5	Metodologie – kvantitativní část .....	28
5.1	Cíle výzkumu a stanovení výzkumné otázky.....	29
5.2	Hypotézy .....	29
5.3	Operacionalizace.....	32
5.4	Výběrový soubor.....	36
5.5	Metody sběru a analýzy dat .....	36
6	Metodologie – sémiotická analýza .....	40
7	Analýza dat .....	41
7.1	Charakteristika zkoumaného vzorku.....	41
7.2	Charakteristika článků .....	42
7.3	Tématické zařazení vietnamské agendy.....	45
7.4	Mediální přítomnost Vietnamců .....	47
7.5	Kriminalita Vietnamců v médiích.....	48
8	Analýza vybraných článků .....	55
9	Závěr.....	59
10	Seznam použité literatury a pramenů .....	62
11	Resumé .....	67
12	Přílohy .....	68

# 1 Úvod

Média mají stále nezanedbatelný vliv na životy většiny lidí ve společnosti. Mohou plnit celou řadu funkcí od přenášení kultury širším vrstvám společnosti, zvyšování aktuálnosti informací až po vysvětlování nebo komentování událostí či problémů. Tradiční názor na roli médií v demokratické společnosti shrnul německý sociolog Jürgen Habermas, podle kterého média dohlíží na společensko-politické prostředí. Kromě jiného však také představují hlavní zdroj znalostí a postojů o etnických minoritách tím, že tyto společenské skupiny reprezentují. Další charakteristickou vlastností mediálního diskurzu je, že předkládá pouze určité prvky reality. Takový přístup médií, byť nezáměrný, může u publika vyvolat pocit nepřátelství či zkreslit mínění o cizích národech.

Přirozený zdroj informací o cizincích představují média. Způsob, jakým se o cizincích píše či mluví může podstatně ovlivnit všeobecně sdílené představy, které o nich společnost chová. Zároveň média tíhnou k předpojatosti, poněvadž elity či důležité osobnosti prezentují častěji, zatímco lidé s nízkým sociálním statusem či příslušníky etnických menšin umísťují do méně významného postavení. (Jiráková, Köpplová 2007: 131). Dochází k utváření stereotypů, které si sebou určité společenské skupiny nesou. Zvláště silný proces stereotypizace lze očekávat tam, kde konzumentům médií chybí žitá zkušenost s určitou společenskou skupinou.

Předkládaná bakalářská práce se snaží analyzovat mediální obraz Vietnamské menšiny v českém tisku. Vietnamci v České republice tvoří třetí nejpočetnější komunitu cizinců a patří ke skupinám, o kterých panují kontroverze či předsudky vyplývající z určité uzavřenosti a izolovanosti této komunity. Asiaté jsou v Česku často spojováni s pracovitostí, případně jsou známí jako majitelé večerek s nekonečnou otevírací dobou či jako pěstitelé a překupníci marihuany. Podle každoročního průzkumu CVVM „*Naše společnost*“, který měří postoje Čechů k národnostním skupinám žijících v ČR, patří Vietnamci dlouhodobě k spíše nesympatickým národům žijícím v Čechách. V této práci se pokusím odpovědět na otázku, do jaké míry může být tento pohled na vietnamskou komunitu podporován a akcentován českým tiskem.

V teoretické části popisují základní pojmy a teorie vycházející z koncepce mediální konstrukce reality. Zabývám se mechanismy, pomocí kterých mediální tvůrci konstruují svá sdělení a stereotypy, která v tomto procesu produkují. Na závěr uvádím stručnou charakteristiku vietnamské komunity žijící v České republice a dostupné výzkumy, které se věnují prezentaci této komunity v českých médiích.

Cílem práce je v empirické části ověřit, zda-li nedochází k podreprerentaci a stereotypní charakterizaci Vietnamců v médiích denního tisku. Pomocí kvantitativní obsahové analýzy budu analyzovat mediální obraz vietnamské komunity v novinových článcích a pokusím se vysvětlit změny ve vývoji postojů k Vietnamcům podle dotazníkového šetření agentur CVVM a STEM. Pro popis nejčastěji se objevujících stereotypů využiji kvalitativní analýzu.

## 2 Konstrukce reality v médiích

### 2.1 Sociálně konstruovaná realita

Na konci šedesátých let P.Berger a T.Luckmann představili myšlenku sociálně vytvářené reality, kterou formulovali v knize *Sociální konstrukce reality*. V popředí jejich zájmu se stalo zkoumání každodenního vědění, toho co *každý* ve svém neteoretickém nebo předteoretickém vědění *ví*. Autoři považují společnost za existující jak v objektivní, tak subjektivní realitě. Člověk je vtažen do společenské dialektiky procesem internalizace, tedy skrze aktivní porozumění nebo interpretaci objektivních událostí. Nerozumíme přitom jen jazyku těch druhých, ale jejich světu. (Jandourek 2005: 45-46)

Realita je podle Bergera a Luckmanna vytvářena sociálně. Jejich teorie vychází ze tří procesů: externalizace, objektivizace a internalizace. Sociální řád se utváří v procesu externalizace, přičemž člověk si buduje sociální řád při své neustálé externalizaci. Pro člověka je neustálá externalizace nutností. Jedinec je ve své přirozenosti vnitřně nestabilní, proto si kolem sebe vytváří stabilní prostředí, tedy stabilní sociální řád. Proces, při němž externalizované produkty lidské činnosti nabývají objektivní povahu, se nazývá objektivizace. (Berger, Luckmann 1999)

Svrchovanou realitu představuje pro autory realita každodenního života. Tu prožíváme společně s ostatními aktéry, vstupujeme s nimi do každodenních interakcí a to především prostřednictvím jazyka. Symbolický jazyk je základním stavebním prvkem reality každodenního života a běžného vnímání této reality. Prostřednictvím jazyka lidé uchopují objekty světa a chápou vztahy mezi nimi. V jazyce se hromadí významy a strukturované zkušenosti. Pomocí jazyka se přenáší sociální zásoba vědění, která umožňuje chápat člověku jeho situaci a omezení této situace. Poskytuje návody, jak určité situace chápat a jak je řešit. (tamtéž)

Pokud použijeme konstruktivistické paradigma na mediální konstrukci reality, pak můžeme konstatovat, že média svou externalizací vytvářejí pravidla, která veřejnost přebírá za své. Významy slov, zvuků a obrazů, které se v médiích používají, jsou



společensky a kulturně podmíněné konstrukce. Média nabízejí obsahy, které jsou složené z prvků, jež mají jako celek nějaký významový potenciál, který se projeví v konkrétním mediálním produktu, jakmile se ho zmocní uživatel. Média nabízejí sdělení, jež působí, jako by byla věrným obrazem mimomediálního světa. Tím bezděky zastírají nejen skutečnost, že se jedná o umělá, vytvořená sdělení s vysokým autorským podílem, nýbrž i skutečnost, že jde o významuplné sdělení. (Jirák, Köpplová 2007: 136-137)

## 2.2 Mediálně konstruovaná realita

Ústředním předpokladem vztahujícím se ke společnosti i ke kultuře je skutečnost, že mediální instituce se věnují produkci a distribuci „vědění“ v nejširším slova smyslu. Toto vědění nám zprostředkovává realitu a umožňuje přisuzovat smysl našim zkušenostem se sociálním světem. Informace, obrazy a ideje zpřístupňované médii mohou být pro většinu lidí hlavním zdrojem uvědomování si sdíleného uplynulého času a současného společenského postavení. Jedná se především o informace, které lidé nemohou pozorovat osobně a přímo a dostávají se k příjemcům zprostředkovaně. Mediální instituce tak konstitují společenskou realitu a hlavní rysy normality pro potřeby společenského života. Zároveň představují hlavní zdroj standardů, modelů a norem. (McQuail 2007: 87)

Každé mediální sdělení se nějakým způsobem vztahuje k mimomediálnímu skutečným. Jednak využívá prvků ze smyslově vnímatelného světa, který nás obklopuje a prostřednictvím těchto prvků představuje svět soudů, představ a sociálních vztahů v němž žijeme. Sdělení může popírat, nebo potvrzovat představy o tomto světě a je nositelem ideologie. Skutečnost (realita) a ideologie jsou dva klíčové pojmy, s jejichž pomocí je možné vykládat postavení mediálních produktů vůči společenskému kontextu, v němž vznikají. *Hegemonní* model vychází z předpokladu, že v každé společnosti existuje základní nerovnost mezi sociálními skupinami, pokud jde o podíl na moci. V tomto modelu představují mediální produkty především projevy světa ekonomicky a politicky mocných. *Pluralitní* model zdůrazňuje rozdíly v mediovaných obsazích, což podporuje možnost výběru. Pokud ve společnosti dominují nějaké hodnoty, představy či postoje, je to proto, že je sdílí většina společnosti, protože mediální produkce je v tomto

modelu chápána jako výsledek snahy uspokojit publikum. (Jirák, Köpplová 2007: 140-141)

Při popisu obsahu mediálních produktů stojí na jedné straně mediální skutečnost, neboli vše, co se objevuje v médiích a na druhé straně sociální skutečnost, tedy vše co každému příslušníkovi nabízí společnost jako představu o světě. Obě tyto skutečnosti jsou neustále vytvářené, potvrzované a opravované společenskou praxí a jsou to vlastně sociálně určené konstrukce reality, které vznikají tím, jak se do konkrétních sdělení proměňují příslušné abstraktní hodnoty, postoje a soudy. (tamtéž)

### **2.3 Mechanismy konstrukce zpráv**

Podle McCombse prodělávají každodenní události a situace přeměnu pod vlivem profesních rutin zpravodajských organizací. To vede k tomu, že zpravodajská média nabízejí omezený pohled na širší prostředí, který je podobný pohledu na vnější svět skrz úzké štěrbinové okno. (McCombs 2009) Trampota v této souvislosti uvádí, že se zpravodajství prezentuje jako reflexe aktuální reality. Účelem zpráv je reprezentovat „svět venku“. V mnoha případech se skutečně stává zpravodajství jediným zdrojem informací o společenských jevech a událostech, se kterým nemají publika možnost bezprostředního kontaktu. Příjemci zpráv jsou tak často závislí na způsobu zpracování událostí médii. To vyvolává určitá očekávání společnosti k tomu, v jakém vztahu je mediální obraz událostí ke skutečnému světu. (Trampota 2006: 12). Zpravodajství poskytuje základní hodnoty sdílené s ostatními členy společnosti a je opakující reprezentací toho, co a kdo je ve společnosti důležitý, co je z hlediska sociálního systému normativně správné a co znamená porušení společenských norem. Zároveň také ukazuje jaké sankce za případné porušení norem mohou následovat. (tamtéž). Podle Halla není zpravodajství pouhým kulturním výtvozem, ale je produktem mnoha institucionálních definic a významů, které přikazují udržovat status quo produkce zpráv a reflektují jakousi nepsanou ideologii žurnalistiky. (Campbell 1995: 18). Práci novinářů ovlivňuje několik faktorů, například tlaky trhu, profesní postavení nebo kolektivní charakter práce. Zpravodajský diskurz je pak determinován právě tím způsobem, jakým novináři jednájí v rámci těchto struktur, norem a tlaků. Pod vlivem práce Winfrieda Schutze o *Konstrukci reality ve zpravodajských médiích* bylo upuštěno

od představy, že by žurnalisté byli schopni objektivně znázorňovat realitu. Schutz hovoří o konstituci či dokoliv o konstrukci masovými médii. Kritéria, podle kterých se tyto konstrukce tvoří, jsou hodnoty zpráv. (Schutz cit. in Kunczik 1995: 125-126)

### 2.3.1 Gatekeeping

Jako gatekeeping můžeme označovat procesy, které určují, zda se z tématu či události stane zpráva a zařadí se do zpravodajství. Pojem poprvé použil sociální psycholog Karl Lewin v rámci výzkumného šetření zaměřeného na rozhodovací procesy při rodinných nákupech potravin. Lewin zaznamenal, že informace musí projít určitými kanály obsahujícími „*vchodové oblasti*“ (gate areas), kde se pod vlivem nejrůznějších příznivých i nepříznivých sil přijímají rozhodnutí. Jeho myšlenky pak v 50. letech využil mediální teoretik David Manning White, když zkoumal kritéria a postupy editorů amerických regionálních novin při přebírání agenturního zpravodajství. (McQuail 2002: 241). Další výzkumy gatekeepingu prováděli např. Walter Gieber, R. M. Brown, či Pamela Shoemakerová, podle které začíná proces gatekeepingu v okamžiku, kdy se redaktor poprvé dozví o aktuálním či potenciálním sdělení a končí v době, kdy je toto sdělení přeneseno k příjemci. Shoemakerová vychází z teze, že všichni pracovníci zpravodajství jsou do určité míry „*gatekeepery*“, protože gatekeeping je součástí celého procesu výběru a produkce zpráv. Dle tvrzení Shoemakerové se gatekeeping uskutečňuje na různých úrovních v rámci mediální organizace a je třeba sledovat nejen subjektivní gatekeeping na úrovni jednotlivce, ale i další úrovně výroby zpravodajství a jejich vlivy na konečnou podobu zpravodajství. (Shoemaker 1997: 57).

Gatekeeping ovšem také znamená ohraničení určitých množství informací, tzn. selekce témat, které jsou shledané jako hodné komunikace. „*Gatekeeper*“ rozhoduje, které události se stanou veřejnými událostmi a které nikoliv. Účastní se tak formování společenských a světonázorových postojů příjemců. Jinak řečeno, každé jeho rozhodnutí o zveřejnění nějakého tématu znamená také vytlačení tématu jiného či více jiných témat. Jako jeden z nejdůležitějších faktorů při výběru zpráv působí tlak na to, že musí vyjít noviny. Masová média patří mezi formální organizace, které rutinně zpracovávají neočekávané události. Jedním z nejdůležitějších faktorů procesu výběru je

časová tíseň a nedostatek místa, která ovlivňují chování gatekeeperů. (Kunzick 1995: 115)

### 2.3.2 Zpravodajské hodnoty

Zpravodajské hodnoty představují vlastnosti, které událost musí mít, aby byla vybrána a stala se zprávou. Pojem zpravodajských hodnot jako první použil Walter Lippmann ve své knize *Public Opinion* z roku 1922. Lippmann se pokoušel vysvětlit, co novináři při selekci propouštějí jako *“news values”* neboli zpravodajskou hodnotu. Podle Lippmanna představuje zpravodajská hodnota to, *“co má jasný obsah, který lze vykládat jednoznačně, superlativy, konflikty, překvapení, to, s čím se čtenář může identifikovat, tedy blízkost prostorovou nebo psychologickou, osobní zaujatost, to, co má pro čtenáře důsledky”* (Lippmann 1965: 203). Lippmann definoval pět zpravodajských hodnot, které z události v moderní společnosti udělají zprávu: jednoznačnost, překvapení, prostorovou blízkost, osobní zaujetí a konflikt. Koncept v roce 1965 empiricky prokázali mediální analytici Johan Galtung a Marie Ruge při studiu zahraničního zpravodajství v norském tisku. Podle autorů se stane událost tím spíše zprávou, čím více bude vyhovovat určitým organizačním a některým kulturním či ideologickým kritériím. (McQuail 2002: 242) Galtung a Ruge uvádějí, že pozornost u příjemců mediálních sdělení budí taková událost, která je určitým způsobem odkloněna od normy, a tím získává šanci být zveřejněna. Na základě analýzy tištěného zahraničního zpravodajství dospěli ke dvanácti hodnotám. Na každé úrovni výběru se navíc uplatňuje princip selekce a deformace. Čím více zpravodajských hodnot událost naplňuje, tím spíše se stane zprávou. Zároveň jsou při zpracování příběhu zdůrazňovány hodnoty, které byly důvodem výběru. (Trampota 2006: 26-27)

I možnost zpracování určité události a technologické či organizační možnosti média jsou důležitými faktory, které ovlivňují výběr a konečnou podobu zpráv. Jestliže nabízí nějaká událost určité možnosti zpracování, má větší naději stát se předmětem zájmu médií. Burton s Jirákem uvádějí, že možnost zjednodušení či zjednoznačnění zvyšuje události naději na přilákání pozornosti. Podle autorů tuto šanci dále posiluje možnost podat zprávu z určitého úhlu, například kladený důraz na negativitu. (Burton, Jirák 2001: 247)

### 2.3.3 Agenda setting

V rámci analýzy mediálního obrazu Vietnamců se budu zabývat tématy o vietnamské komunitě, které jsou prosazovány do mediálního diskurzu. Na základě výsledků analýzy a pomocí konceptu nastolování témat se budu snažit nalézt souvislost mezi postoji majoritní společnosti a tématy, které se v denním tisku objevují.

Koncept agenda setting, neboli nastolování témat úzce souvisí s procesem gatekeepingu a vychází z předpokladu, že důraz a význam, který je médiu přikládán určitému problému, ovlivňuje způsob, jakým tento problém vnímá a přijímá publikum. Výraz agenda setting se poprvé objevil v roce 1972 v článku McCombsa a Shawa *The agenda-setting function of the mass media*, vydaném v časopise *Public Opinion Quarterly*. McCombs a Shaw došli k závěru, že média nastolují veřejnosti její agendu – konstruují vlastní realitu. Říkají, o čem má veřejnost přemýšlet a čeho si má všimnout. Vyslovili hypotézu, že média nabízejí veřejnosti témata – agendu a že tato témata jsou veřejností akceptována. *"Mezi nejdůležitější důsledky nastolování agendy patří usměrňování, tj. zvýznamňování perspektiv, podle nichž se bude následně orientovat názor veřejnosti na veřejné osoby. Zpravodajství mají o některé témata zájem, zatímco jiná témata ignorují, a tím ovlivňují standardy, podle nichž hodnotíme vlády, prezidenty, politická rozhodnutí a uchazeče o veřejné funkce"* (McCombs 2009: 176-177). Nastolování agendy nefunguje na každého příjemce stejně. Nejedná se tedy o jednotný účinek na celé publikum. Méně zkušené publikum má větší šance agendě podlehnout. McCombs je přesvědčen o tom, že čím menší je zkušenost příjemce s daným tématem, tím vyšší šanci má médium, že jedince pomocí konceptu nastolování agendy ovlivní. Takový člověk je více závislý na médiích a potřebě být informován. Naopak člověk, který již s daným tématem zkušenost má, bude mít nižší vnímavost vůči mediální agendě. Velmi důležitou roli přitom podle McCombsa sehrávají použité obrazové a jazykové prostředky. (tamtéž)

## 2.4 Reprezentace a stereotypy v médiích

Abychom mohli odpovědět na otázku, do jaké míry odpovídá mediální skutečnost sociální skutečnosti, je potřeba vysvětlit pojmy reprezentace a stereotypy.

Lidé prožívají svět díky znakům a kódům, které nesou určité významy. Tyto významy dovolují lidem vykládat si svět tak, aby pro ně byl srozumitelný. Lidé jsou však schopni porozumět i významům, které nemusí automaticky představovat výklad skutečnosti. Jinak řečeno významy jsou nejen pochopitelné, ale některé z nich jsou chápány jako možný popis světa, ve kterém žijeme. Takové významy jsou považovány za samozřejmé ba dokonce přirozené výklady světa – za jeho reprezentace. V mediálním světě se pod pojmem reprezentace rozumí proces, jímž jsou abstraktním ideologickým pojmům dávány konkrétní podoby. (Jirák, Köpplová 2007: 141-142) Média nám prostřednictvím reprezentace předvádějí ideologii tak, jako by šlo o přirozený stav věcí, jako by šlo o realitu. Podle Trampoty mají média sklon některé aktéry zpravodajských příběhů znázorňovat určitým ustáleným způsobem, a tím vytvářet jejich mediální reprezentace. Reprezentace různých představitelů různých sociálních skupin ve zprávách může vykazovat různou míru ustálenosti, případně nabývat rozdílné variability. Jednotlivé reprezentace se zakládají na opakovaném výběru a zdůraznění určitých atributů popisovaného a opomíjení jiných. (Trampota 2006: 92).

Význam reprezentace se v souvislosti s mediálními produkty a jejich obsahy a významy používá v několika různých významech. Přehledně je shrnul Richard Dyer ve své knize *Talking popular television seriously* (1985) do čtyř kategorií. Prvním typem je re-representace, tedy znovu – předvedení, jde o opakované zobrazování jistých představ o světě. Druhým typem je reprezentativnost, jedná se o typizaci. Typy mají blízko ke stereotypům, ale narozdíl od reálného života neexistují. Třetím způsobem reprezentace je prezentace, tedy předvedení, jak mediální instituce ovlivňuje podobu mediovaného textu, sdělení. Čtvrtým způsobem je reprezentace v tom smyslu, co si o předvedeném myslí publikum, protože význam zamýšlení se může velmi lišit o významu akceptovaného. (Dyer cit. in Jirák, Köpplová 2007: 141)

Celá řada reprezentací se děje prostřednictvím ustálených žánrů. Nejčastěji jsou zastoupena ve zpravodajství nebo v reklamách, poněvadž zde dochází k reprezentování širokých skupin lidí pomocí „*reprezentativních*“ vzorů či popisů. Tato problematika je charakteristická pro média jako celek, jelikož reprezentace politiků, žen, bezdomovců, cizinců apod. je jednotlivým médiím natolik blízká, že jsou pro příjemce srozumitelná napříč médii. (Burton, Jiráček 2001: 194) Pro všechny reprezentace sociální skutečnosti platí, že popisují různě existující nebo hypotetické společenské skupiny a jejich skupinové identity (hodnoty, postoje, předsudky). Především za té situace, kde publikum nemá vlastní zkušenost s nějakou skupinou, je pravděpodobné, že bude považovat za „*skutečnost*“ to, co o této skupině nabízejí média. Tak dochází za podpory médií ke stereotypizaci různých skupin a vzniku stereotypů. (Jiráček, Köpplová 2007: 144)

Stereotypem se zpravidla rozumí výrazně zjednodušené a hodnotící názory na postoje, chování či očekávání určitých skupin či jednotlivců. Velký sociologický slovník uvádí, že se jedná o „*velmi stabilní prvek ve vědomí, resp. psychický a přeneseně i sociální mechanismus, regulující vnímání a hodnocení určitých skupin jevů, ovlivňující názory, mínění, postoje i chování [...] vznikají a jsou utvrzovány na základě vlastních zkušeností, často souvisí s přeceněním jednotlivé, třeba nahodilé události [...] mají spíše iracionální charakter a obtížně se proto měří čistě logickými argumenty.*“ (Velký sociologický slovník, 1996: 1230) Stereotyp určitým způsobem deformuje původní předlohu, neboť je nejen zjednodušením, ale současně zjednodušené rysy přehánění. Jeho podstatnou vlastností je, že ho lze okamžitě poznat - obvykle díky výrazným detailům. K reprezentaci samotné bývá v komunikační praxi připojen i implicitní nevyřčený soud o vlastnostech reprezentovaného. Často bývá stereotyp užíván pro označení ustrnulého vztahu k sociálním, rasovým nebo například národnostním skupinám.

Giddens (1999) uvádí, že se často pojí s psychologickým mechanismem přenosu, při kterém se pocity nepřátelství nebo hněvu obracejí proti něčemu, co není jejich skutečným původcem. Lidé svůj hněv přenášejí na tzv. „*obětní beránky*“ o kterých si myslí, že způsobují veškeré příčiny svých obtíží. Pro Burtona s Jiráčkem představuje stereotyp konstitutivní prvek sociální konstrukce reality, poněvadž jsou především

typizovanými nositeli soudů, postojů, názorů, případně předsudků. (Burton, Jirák 2001: 197)

Pojem stereotyp v kontextu sociálních věd jako první užil Walter Lippmann ve své práci *Public Opinion* (1922). Lippmann označil stereotyp jako „*obraz v našich hlavách*“, který má vztah k ostatním lidem v našem okolí. Podle Lippmanna nejsou lidé schopni poznat reálný svět ve své komplexnosti a potřebují si ho nějakým způsobem zjednodušit. Stereotypy umožňují vytvářet zjednodušené vzory, na základě kterých lidé vnímají své okolí. Také Lippmann připomíná, že stereotypy jsou silné obzvláště u národní etnické otázky – utváří je dominantní většina společnosti a nesou mocenský charakter. Lippmann vymezil čtyři funkce stereotypů. Jedná se o proces uspořádání – kdy stereotypy mohou sloužit k uspořádání reality do přijatelné a pochopitelné podoby a hrají významnou roli při porozumění světa a společnosti. Druhou funkcí popisuje takzvané zkratky. Při stereotypizaci dochází k zjednodušení a k vytváření „*metonymických zkratů*“, které vedou od pojmu přímo k významu. Nejsilnějšími zkratky jsou ikonické re-prezentace. Stereotypy kromě toho představují určitý konsensus jak nahlížet na svět, plní tedy funkci odkazování ke světu. Zde jsou stereotypy chápány jako výrazy dominantní ideologie. Jsou sociálně sdílené a předávané, dodávají vztahům ve společnosti a rozdělení moci zdání přirozenosti, odrážejí uznávaný soubor ideologických hodnot. Poslední funkcí, kterou Lippmann stereotypům přisuzuje, je vyjádření našich hodnot a postojů. (Lippmann 1965: 96) Stereotypy dokáží nabýt společenské a všeobecně uznávané platnosti pouze v té situaci, kdy je společnost přesvědčena o tom, že přenáší hodnoty či postoje určité skupiny. Zakládají se tedy na shodě a nejsou výrazem poznání světa, avšak nástrojem, jenž posiluje převažující mocenské vztahy v rámci společnosti.

Stereotypy se vyskytují a vytvářejí v nejrůznějších sociálních prostředích, ale mimořádná role se při jejich posilování a potvrzování přisuzuje médiím. Masová média ve svých produktech operují existujícími a převažujícími stereotypy, ať již jde o stereotyp rodových rolí ženy a muže, o stereotypy etnických menšin, stereotypy stárnutí apod. Podle Jiráka jsou veškeré jevy a skupiny, které se většinové společnosti jeví jako problémové a obtížně se s nimi vyrovnává, často v médiích marginalizovány a zřetelně zjednodušovány. Jelikož jsou média v moderním světě hlavním zdrojem představ a současně bývají ve velké většině (jako organizace i jako instituce) spjata s převažujícím



trendy ve společnosti, nabízejí především většinové stereotypy, tj. stereotypy rozhodujících vrstev a převažujících hodnot ve společnosti. Často si přitom téměř neuvědomujeme, že média neodrážejí sociální realitu, nýbrž ji výrazně a svérázně přetvářejí. Jirák zmiňuje dva důvody, proč k tomu dochází. Média musí především nabízet sdělení, která budou rezonovat s představami, hodnotami a postoji těch, kteří je konzumují. Současně přitom produkují a organizují sdělení podle vlastních vnitřních pravidel zpracování podmíněných myšlenkově i ekonomicky - podle tzv. "*mediální logiky*". Oba tyto faktory jsou na sebe navzájem navázány. Součástí mediální logiky je i skutečnost, že média se opírají o paušálně a nezpochybňované zjednodušující soudy prezentované jako nabyté zkušenosti, tedy o stereotypy. (Jirák 2005) Klasickým příkladem konstrukce stereotypu, který média šíří, může být stereotyp „*přihlouplé*“ blondýny, tak jak ho popsal Lacey. Blondýny jsou v médiích prezentovány jako nedůvtipné a omezené - a přitom neexistuje žádný prokazatelný vztah mezi barvou vlasů a inteligencí. Plavovlásky jsou současně považovány za atraktivní stejně tak v českém, jako britském, italském či severoamerickém prostředí. Proč jsou tedy blondýny terčem vtipů postavených na pointě ilustrující jejich intelektuální ochablost a podivnou logiku jejich chování? Proč ve filmových a televizních příbězích vystupují v roli nevinných naivek a jsou předváděny tak, aby byly zdůrazněny pouze jejich tělesné proporce? Blondýna je často považována za sexuálně přitažlivou a současně by měla být i hloupá. Pokud je blondýna často považována za sexuálně přitažlivou, proč by měla být hloupá? „*Kdyby byla žena sexuálně přitažlivá a k tomu inteligentní, je pravděpodobné, že by se v každém vztahu stala dominantním partnerem, což je role, již buržoazní společnost přisuzuje muži.*“ (Lacey cit. in Jirák Köpplová, 2007: 145-146)

### 3 Vietnamská minorita v české společnosti

Vietnamská menšina v Česku je tvořena obyvateli ČR vietnamské národnosti, tj. jednak občany České republiky hlásícími se k vietnamské národnosti, nebo občany jiných zemí, zvláště Socialistické republiky Vietnam, kteří mají v ČR dlouhodobý či trvalý pobyt. Podle českého statistického úřadu (ČSÚ 2014) tvoří vietnamská komunita v ČR po občanech Slovenska a Ukrajiny třetí největší menšinu s počtem 56 666 osob.

Vietnamská menšina nebyla v České republice až do roku 2013 oficiálně považována za národnostní menšinu. Rada vlády pro národnostní menšiny řadila vietnamskou komunitu mezi „*Jiná menšinová společenství*“, poněvadž nesplňovala speciální zákon č. 273/2001Sb. o právech příslušníků národnostních menšin a o změně některých zákonů, který nabyl účinnosti dne 2. srpna 2001. Podle tohoto zákona můžeme v České republice považovat za národnostní menšinu *"společenství občanů České republiky žijících na území současné České republiky, kteří se odlišují od ostatních občanů zpravidla společným etnickým původem, jazykem, kulturou a tradicemi, tvoří početní menšinu obyvatelstva a zároveň projevují vůli být považováni za národnostní menšinu za účelem společného úsilí o zachování a rozvoj vlastní svébytnosti, jazyka a kultury a zároveň za účelem vyjádření a ochrany zájmů jejich společenství, které se historicky utvořilo"*. Příslušníkem národnostní menšiny se rozumí *"občan České republiky, který se hlásí k jiné než české národnosti a projevuje přání být považován za příslušníka národnostní menšiny spolu s dalšími, kteří se hlásí ke stejné národnosti"*. (§ 2 odst. I a II)

Usnesením vlády ze 3.července 2013 došlo ke změně statutu Rady vlády pro národnostní menšiny, která byla rozšířena o zástupce vietnamské menšiny. Rada představuje poradní a iniciativní orgán vlády pro otázky týkající se národnostních menšin a jejich příslušníků. (Vláda ČR) Tento krok znamenal uznání vietnamské menšiny jako oficiální národnostní menšiny. Přiznaný status tak umožňuje za určitých zákonem stanovených podmínek právo na školní výuku ve svém jazyce nebo v tomto jazyce jednat se správními úřady. Zároveň má národnostní menšina právo žádat o dotace na kulturní a vzdělávací činnost.

### 3.1 Historie česko-vietnamských vztahů

Přítomnost Vietnamců v Čechách lze datovat již od 40.let minulého století a souvisí s tehdejší politickou orientací obou států. Do 90. let byla nicméně doba jejich pobytu vázána mezivládními dohodami, které občanům Vietnamu nabízely vysokoškolské vzdělání nebo vyučení s praxí v československých podnicích. V šedesátých a sedmdesátých letech považovali Českoslovenští občané Vietnamce za usměvavé a pilné lidi, kteří na sebe příliš neupozorňují. Vysokoškolští pedagogové byli překvapeni dobrými, leckdy vynikajícími studijními výsledky vietnamských studentů. Málokdo však věděl, že jsou pod kontrolou a že za špatné studijní výsledky se vystavují riziku návratu do vlasti. Vietnamská strana chápala špatné studijní výsledky jako negativní reklamu své vlasti, a proto nikdo ze studentů neopakoval ročník, ale v případě studijních problémů byl poslán domů. (Müllerová 2008: 137-138)

Důležitým mezníkem ve vývoji migrace vietnamské populace do Československa představoval rok 1973. Vládní delegace Vietnamské demokratické republiky navštívila Československo, aby projednala příchod nových deseti až dvanácti tisíc vietnamských občanů k získání profesních zkušeností. Na základě uzavřených smluv z roku 1973, 1974, 1979 a 1980 došlo k příjezdu velkého množství dělníků a učňů, kterým byl sjednán pobyt na čtyři roky s možností prodloužení a stážistům s pobytem na sedm let. (Brouček 2003) Největší počet vietnamských občanů zaznamenalo socialistické Československo v 1. polovině 80. let – více než 35 tisíc osob, přičemž dvě třetiny tvořili dělníci. (Martínková, Pechová 2011: 376)

Podle Müllerové dochází v osmdesátých letech ke změně pohledu české společnosti na vietnamské etnikum. Müllerová uvádí, že Vietnamci začínají cestovat po celém Československu a nakupovat určité druhy zboží, především mopedy, šicí stroje, kola či látky. Většinu tohoto zboží nakupovali ve velkém množství a posílali do své vlasti. Je nutné však zmínit, že v této době neexistovala směnitelnost vietnamského dongu se zahraniční měnou a nakoupení atraktivního zboží a jeho zaslání do Vietnamu bylo jediným způsobem, jak zhodnotit vydělané peníze. Během krátké doby jsou Vietnamci považováni za etnikum kupující určité druhy zboží za jakoukoliv cenu a zároveň za velmi schopné obchodníky. (Müllerová 2008: 139)

Zásadní zlom v česko-vietnamských vztazích představoval rok 1989. V této době dochází k odstoupení od bilaterálních smluv a veškerých styků s Vietnamem. Vietnamští pracovníci začali být posílání zpět domů, ne však všichni skutečně odjeli Ti, kteří změnili účel a formu svého pobytu, tu mohli zůstat. Využili znalost prostředí a začali podnikat. Na začátku 90. let si vietnamští obchodníci pronajímali stánky na tržištích a obchodovali s levným textilem nebo s elektronikou z Asie. Koncentrovali se zejména v místech slibující nejvyšší zisky, proto začínaly vznikat výrazné komunity ve velkých městech (v Praze, Brně, Ostravě, Chebu) a v pohraničí, kde se orientovali na klientelu majetnějších sousedů. (Martínková, Pechová 2011: 376) Základním spojujícím elementem fungování vietnamského etnika se stala tržnice a ústředními postavami vietnamské komunity dovozci zboží a majitelé tržnic. (tamtéž)

### **3.2 Vietnamská komunita v současnosti**

V současné době žije v České republice 56.666 cizinců vietnamské národnosti, přičemž 45.582 Vietnamců u nás pobývá na základě trvalého pobytu a 11.084 je registrováno s přechodným pobytem. (ČSU 2014) Jedná se o druhou nejpočetnější komunitu cizinců s trvalým pobytem u nás, avšak s velmi nízkým počtem udělených českých občanství. Od roku 2001 do roku 2011 bylo uděleno pouze 568 českých státních občanství. (ČSU 2011) Příčinou mohou být administrativní a finanční potíže spojené s procesem udělování občanství, nebo povinnost zřeknutí se původního občanství při žádosti o český pas. Poslední zmiňovaná povinnost však byla zrušena začátkem roku 2014.

Vietnamci se v České republice nejčastěji usazují ve velkých městech nebo v pohraničí. Nejvíce jich ke konci roku 2013 bylo evidováno v Praze, Jihomoravském kraji a Ústeckém kraji. Podle dostupných statistik je mezi Vietnamskými občany zastoupeno 43 % žen. (ČSU 2013) Většina vietnamských občanů v ČR je v ekonomicky aktivním věku od 20 do 50 let a podniká na základě živnostenského oprávnění (volné živnosti na nákup a prodej zboží), a to bez ohledu na svou původní profesi či vzdělání ve Vietnamu. Ze všech cizinců vlastníků živnostenského oprávnění patří mezi druhou nejpočetnější skupinu podnikající na základě živnosti. Tato skupina tvoří dokonce přes devadesát procent všech evidovaných zaměstnaných Vietnamců. (ČSU 2014)

Ekonomicky aktivní Vietnamci přijíždějí do České republiky převážně s vidinou výdělků a následného návratu do vlasti. Brouček formuluje smysl ekonomických aktivit Vietnamců v Čechách do tří zásad: uživit na dobré úrovni rodinu, finančně zabezpečit děti a postarat se o rodiče, kteří jsou ve Vietnamu. (Brouček 2005) Vietnamští podnikatelé většinou prodávají dovezené levné textilní, obuvnické a elektronické zboží, tabák a lihoviny. V posledních letech se však objevuje daleko více vietnamských občerstvení a restaurací, obchodů s potravinami a mnoho dalších firem. (Kocourek 2006: 108)

V ekonomické i společenské hierarchii komunity představuje doba příchodu vietnamských migrantů nejdůležitější stratifikační činitel. Nejvýše stojí tzv. starousedlíci se zkušenostmi z předrevolučního období. Samostatní obchodníci a podnikatelé tvoří střední třídu vietnamské komunity v ČR a na nejspodnější části žebříčku se obvykle nacházejí nově příchozí a nezkušení, kteří se pro krajany znalé českých poměrů stávají výnosným byznysem v oblasti překladatelských, právních a dalších služeb. Kvůli jazykové bariéře, neznalosti prostředí a pracovní vytíženosti se na tomto systému stala závislá převážná část komunity. (Martínková, Pechová 2011: 377)

Na základě dlouhodobého výzkumu Etnologického ústavu Akademie věd ČR zmiňuje Brouček samostatnost a izolovanost vietnamské komunity bez potřeby více se integrovat v České republice, pokud jde o všechny oblasti života, s výjimkou obchodních a podnikatelských aktivit. (Brouček 2003: 113) Výzkum zároveň charakterizuje život vietnamské komunity v ČR jako provizorium doprovázené stálou deklarací brzkého návratu do Vietnamu. Jiný výzkum Mezinárodní organizace pro migraci z roku 2003, jehož záměrem bylo poznání procesu integrace vybraných komunit migrantů, charakterizoval vietnamskou komunitu jako *separovanou komunitu*. Podle tohoto výzkumu jsou Vietnamci typičtí zejména tím, že velká část z nich přijela na pozvání rodinného příslušníka do ČR a často neudržují přátelské vztahy s majoritní populací. (Brouček cit in. Kocourek 2005: 112) Adaptace Vietnamců na české prostředí se podle Broučka (2003) odehrává hlavně kolem obchodních záležitostí, jinak o vědomou adaptaci příliš nestojí. Projevují se tak zde dvě protichůdné tendence. Na jedné straně přetrvávající izolovanost, na druhé straně nutná otevřená komunikace v oblasti podnikání. U některých dokonce může převládat přesvědčení, že je lepší se ne-integrovat. (Brouček 2005, 140)

Zcela jinou kapitolou je druhá generace Vietnamců, která prostřednictvím školní docházky zasahuje více do české společnosti a získává naopak kulturní a jazykovou bariéru vůči komunitě svých rodičů. Vietnamské děti a mládež se díky školní docházce daleko více identifikují s českou kulturou a samotná komunikace ve vietnamštině jim mnohdy činí velké potíže. (Martínková, Pechová: 2010)

Vietnamské menšině se nevyhýbá ani organizovaný zločin a různé typy zločineckých organizací. Jak uvádí Němec, v Čechách dosahuje organizace vietnamských zločineckých gangů třech typů. První typ je tvořen ustálenou skupinou lidí, kde nejvýše stojí šéf gangu. Jedná se většinou o osobu, která u nás koncem osmdesátých let minulého století studovala nebo v průběhu devadesátých let zbohatla důsledkem pašování cigaret, textilu, lihu i lidí. Druhým typem jsou gangy tvořené na rodinném principu, kde figurují výhradně členové z řad vlastní rodiny najímající další osoby. Dále jsou popisovány i tzv. pouliční gangy, které mají poměrně volnou organizaci. Členy bývá zhruba pět až deset osob, mezi kterými jsou teritoriální nebo příbuzenské vazby. Nejrozšířenějším typem kriminality je ve vietnamské komunitě ekonomická kriminalita, především daňové úniky, padělání značek, pašování a obchod s drogami. (Němec cit. in Blafková 2009).

### **3.3 Vietnamská komunita v očích majority**

Vnímání vietnamských občanů jako etnické skupiny není v českých podmínkách jednoznačné. Podle Drbohlava s Kučerou oscilují postoje českého obyvatelstva k vietnamské národnostní menšině mezi pocity opovržení a soucitu. První z postojů označuje jako „*protivietnamský*“, podle kterého se Vietnamci musí podřídít. Druhý je naopak „*provietnamský*“, který je postaven na povinnosti pomoci většinového obyvatelstva. „*Pokud chtějí žít v naší zemi, je jejich povinností znát naše zákony, dodržovat naše pravidla, chovat se slušně a být přínosem. Naší povinností pak je v rámci multikulturního soužití a vzájemného obohacení poskytnout rady a podat pomocnou ruku při jejich začleňování do naší kultury.*“ (Drbohlav, Kučera 2012: 8 )

Při hledání původu prvního z pohledů zde určitou roli sehrává skutečnost, že Vietnamci přijíždějící do Česka od padesátých let zpravidla zaplňovali nekvalifikovaná a

nepopulární pracovní místa ve výrobě a průmyslu. Většinovým obyvatelstvem byli vnímáni jako někdo na nižší úrovni. Majorita se k nim chovala mírně pohrdavě, přehlížela je a snaha poznat jejich kulturu byla mizivá, což do jisté míry trvá dodnes. Od okamžiku, kdy značná část Vietnamců začala podnikat, jsou vnímáni opět negativně, tentokrát však jako konkurence na pracovním trhu. Drbohlav s Kučerou se domnívají, že velký podíl na podobně záporně laděných postojích mají média. Podle nich často společnosti předkládají o jednání Vietnamců nepodložené nebo nepravdivé zprávy a celou situaci spíše demonizují. (tamtéž) Také Martínková s Pechovou souhlasí s tím, že média ukazují vietnamskou komunitu jednostranně a informují pouze o tom, co majoritu určitým způsobem „pálí“, a tedy to co ji zaujme, čímž si současně to které médium zvýší sledovanost. Autorky uvádí, že většina českých občanů považuje Vietnamce stále za tzv. „stánkaře“ i přesto, že se stále více vietnamských obchodníků přesouvá do kamenných obchodů a jejich děti disponují plynulou češtinou v kolektivu českých kamarádů. Obecně má pak majoritní společnost spojené Vietnamce s prostředím tržnic, hospodářské kriminality, pěstování marihuany a mafie. (Martínková, Pechová 2011)

Dlouhodobě se vztahem k národnostním skupinám v České republice věnuje kontinuální výzkum veřejného mínění Naše společnost, který provádí Sociologický ústav AV ČR. Na základě posledního dotazníkového šetření z března 2014 projevují občané České republiky k Vietnamcům o něco méně sympatie než antipatie v poměru (26 % / 30 %). Podobný výzkum provádí agentura STEM, která toleranci a vstřícnost k jednotlivým národům a etnikům v ČR zkoumá prostřednictvím ochoty lidí mít je za sousedy. Na základě tohoto, průzkumu uveřejněném v roce 2014, by zhruba dvě pětiny (40%) populace vnímaly sousedství Vietnamců: „*Velmi dobře, bez problémů*“. Podrobněji se výsledkům věnuji v kapitole věnované analýze dat.

## 4 Obraz národnostních menšin v médiích

Média mohou sehrát velkou roli při utváření pohledu většinové společnosti na nově příchozí. Často jejich prostřednictvím dochází ke zkreslení představy o jednotlivých cizincích, neúplné a nevyvážené informace mohou vést k dezinterpretaci faktů i k vytváření negativních obrazů.

Ve Spojených státech, Velké Británii, ale i v dalších zemích světa probíhají již od padesátých let výzkumná šetření, která se věnují mediální reprezentaci etnických menšin. Počáteční výzkumy zaměřovaly svou pozornost například na mediální zobrazování přistěhovalců v kontextu rasových nepokojů, etnického napětí či možných zdravotních rizik. V sedmdesátých letech byly publikovány studie, které se zabývaly kriminalizací černošské populace a vyvoláním morální paniky z pouličního násilí.. Od osmdesátých let přesunuli výzkumníci svůj badatelský zájem směrem k mediální prezentaci xenofobních a stereotypních zpráv. (Cottle, 2000: 8) O stereotypním uvažování v souvislosti s rasou hovoří ve své publikaci *Race, Myth and the News* i Campbell. Přestože podle něj mohou být stereotypy spojené s konkrétní rasou pozitivní, odkazují k užívání slovní rutiny, která se zdá publiku natolik přirozená, že o ní běžně nepřemýšlí. Campbell uvádí jasně vypovídající příklad: barvu kůže atleta lze rozeznat i se zavřenýma očima pouze za pomoci poslechu komentátora. Aniž by totiž řekl, zda se jedná o „bílého“ či „černého“ sportovce, jednotlivcům novinář přisoudil takové vlastnosti, na základě kterých nebylo těžké barvu kůže definovat. Černým sportovcům bylo přisouzeno slovo „*natural*“, bílým zase „*hardworking a inteligent*.“ (Campbell 1995: 60) Jednotlivé národy si tedy mohou nést pozitivní či negativní „*nálepky*“, pomocí kterých jsou identifikovány ve společnosti.

Opakovaný výzkum zobrazování etnických či národnostních menšin v médiích provedl mediální teoretik T. A. van Dijk. Své poznatky uvádí v publikaci *Communicating Rassism*, kde charakterizuje pět rysů prezentace menšinových skupin v tištěných médiích.

- a) Etnické menšiny zůstávají také menšinami v tisku - jsou zobrazovány pouze okrajově a jsou zároveň méně zaměstnávány v mediálních organizacích.



- b) Velké množství dominantních témat, která informují o událostech v souvislosti s menšinami, je více či méně spojováno s problémy, potížemi nebo ohrožením dominantních hodnot, zájmu, cílů nebo kultury majoritní populace.
- c) Události spojené s etnickými menšinami jsou důsledně popisovány pohledem většinové populace. Autoritám většinové populace je dáno více prostoru a jsou prezentovány důvěryhodněji, než mluvčím menšin.
- d) Témata, která jsou relevantní pro běžný každodenní život národnostních menšin, jako jsou práce, bydlení, zdraví, vzdělání, politický život nebo kultura, stejně jako diskriminace v těchto oblastech, jsou zřídka diskutovány v tisku, nevedou-li k "*problémům*" pro společnost jako celek, nebo pokud nevyvolávají senzaci.
- e) Zobrazování rasismu je systematicky podprezentováno a redukováno na incidenty diskriminace jednotlivců nebo připisováno malým pravicovým skupinám, které se nachází v chudých městských oblastech. Rasismus elit nebo institucí je prezentován zřídka. (Dijk 1987: 44-45)

Podle Dijka zastávají novináři a editoři nepřímou roli při reprodukci rasismu ve společnosti. Částečně je produkce negativních zpráv důsledkem výrobního zpravodajství a zpravodajských hodnot. Na druhou stranu však některé obsahy, styly a vlastnosti článků mohou být vysvětleny pouze výrazem dominantní ideologie třídy a etnické skupiny, ke které novináři patří. (tamtéž). Také Cottle zmiňuje vliv na prezentaci etnik v masových médiích národnostní skladbou pracovníků. Zástupci etnických minorit bývají ve většinových médiích jako zaměstnanci silně podprezentováni a nemají do médií přístup ani jako informační zdroje. Dále autor zdůrazňuje tržní tlaky, které způsobují snahu zpravodajských organizací zasáhnout maximální počet lidí a proto upřednostňují zájmy majoritní střední třídy na úkor hlasů a názorů etnických minorit. V kontextu informování o etnických minoritách pak zprávy staví do popředí obrazy etnických minorit kvůli konfliktu, dramatu, kontroverznosti, násilí a deviaci. (Cottle 2000: 21)

Faktor negativnosti působí při výběru událostí pro zpravodajství velmi silně. Kritérium negativnosti může být podporováno kritériem jednoznačnosti – čím negativnější událost, tím jednoznačnější je její hodnocení. Zajímavý jev, který můžeme nalézt převážně v kriminálním zpravodajství, představuje „*titulková xenofobie*“. Pod

tímto pojmem označuje lingvista Marek Nekula skutečnost, kdy je v titulcích uváděna národnost nebo etnická příslušnost pachatele, aniž by představovala podstatnou informaci. Zločin je tak viděn z pohledu pachatelovy etnické příslušnosti. Tato skutečnost je závažná také proto, poněvadž mnoho čtenářů se spokojí pouze s přečtením titulku a heslovité, citově zabarvené znění titulku, se jim snáze vtiskne do paměti. Téměř diskriminační charakter má přitom fakt, že etnická příslušnost českých pachatelů se v kriminálním zpravodajství nezmiňuje. (Nekula cit. in Karhanová, Kaderka 2002: 8)

#### **4.1 Výzkumy prezentace Vietnamců v českých médiích**

Není příliš mnoho studií, které by zkoumaly mediální obraz vietnamské menšiny v ČR, avšak výsledky zjištěné v několika málo studiích nejsou v rozporu se znaky zobrazování etnických, národnostních a rasových menšin uvedených v předchozí kapitole.

Reprezentací cizinců v českých médiích se věnovali Petra Klvačová a Tomáš Bitrich (2003), kteří zkoumali kontexty, skrz které se národnostní menšiny obvykle dostávají do médií. Autoři analyzovali během jednoho roku články o menšinách Vietnamců, Ukrajinců a Rumunů v nejčtenějších denících a týdenících. Výzkumníci došli k závěru, že o každé ze skupin se píše v souvislosti s několika málo tématy, ve kterých dominují články s kriminalitou. V rámci analýzy reprezentace Vietnamců konstatují, že nejvíce článků je spojovaných s provozováním stánkového prodeje. Jedná se především o pašování padělaného zboží přes hranice a o jeho prodej na tržištích. Podle autorů představuje největší problém ve způsobu psaní o menšinách v nemožnosti vyjádření se cizinců k událostem. Perspektiva samotných cizinců v člancích chybí. I v případě, že cizinci dostanou v novinách příležitost komentovat svoji situaci, je zde velká asymetrie mezi tím, kolik prostoru dostanou zástupci majority a kolik zástupci cizinců. (Klvačová, Bitrich 2003)

Další výzkum provedl etnolog Stanislav Brouček (2003), který sledoval v období 1998 a 1999 nejenom ústřední deníky, nýbrž také český rozhlas a čtyři nejsledovanější televizní kanály. Brouček analyzoval celkem 785 článků, které se vztahovaly k Vietnamu, k Vietnamcům žijících u nás nebo k vietnamství, přičemž 497 článků se

věnovalo tématu kriminality. Nejvíce článků se v rámci tohoto tématu týkala podvodů se značkovým zbožím. Podle Broučka však tyto závěry nevypovídají nic o realitě, poněvadž bychom museli mít srovnání s kriminalitou majoritní populace a ostatních imigračních skupin. Můžeme však konstatovat, že kriminalita Vietnamců v České republice je pro média nejatraktivnějším tématem v souvislosti s touto skupinou obyvatel. V této souvislosti Brouček uvádí, že Vietnamci jsou na rozdíl od podezřelých z majoritního obyvatelstva často uváděni plnými jmény, případně etnonymem Vietnamec či označením rasové příslušnosti. Ostatní témata se v analyzovaných článcích objevují s výrazně menším zastoupením. Zajímavá je skutečnost, že se v článcích nevyskytuje samostatné téma ani subtéma kultury. Autor se domnívá, že ve sledovaných letech média poměrně málo odrážela přítomnost minorit v naší společnosti. (Brouček 2003).

Reprezentaci Vietnamců v tisku se také věnoval výzkum společnosti NEWTON Media v rámci analýzy stereotypních atributů Albánců, Ukrajinců a Vietnamců, kteří žijí u nás. Výzkum kladl důraz na vývoj medializace těchto atributů v čase. Analýza se zabývala příspěvky o Vietnamcích, které byly uveřejněny v nejčtenějších denících, rozhlase a televizních kanálech v období od 1.1.2000 do 31.8.2013. Podle závěrů studie je vietnamská komunita prezentována nejpestřeji ze všech sledovaných národnostních menšin. S touto komunitou je spojováno nejvíce kontextů a velká pozornost je věnována podnikatelské činnosti. Na rozdíl od Ukrajinců a Albánců se však u Vietnamců objevuje i pozitivně laděný atribut, kteří autoři studie nazývají "*integrace*" a "*druhá generace*". Média reflektují život zde narozených mladých a vystudovaných Vietnamců. V tomto kontextu jsou Vietnamci zobrazováni jako dobře integrovaní, pracovití, kladoucí důraz na vzdělání, dokonale česky mluvící apod. U všech zkoumaných skupin je v popředí témat organizovaná kriminalita a platí, že média mnohem častěji referují o anonymních objektech než o konkrétních subjektech, které by se sami prostřednictvím médií vyjadřovali ke svému životu či událostem, o nichž se v médiích píše. (Hejhalová 2013)

## 5 Metodologie – kvantitativní část

Jádrem této kapitoly jsou metodologické aspekty kvantitativní části práce. Zaměřím se na charakteristiku výzkumné metody, výzkumného vzorku a specifikaci výzkumných otázek včetně hypotéz.

Kvantitativní část výzkumu se zabývá analýzou obrazu vietnamské minority tak, jak je předkládán veřejnosti třemi českými celostátními deníky - Bleskem, MF Dnes a Prámem. Zvolená kvantitativní metoda - obsahová analýza - vychází ze sociálněvědních metod kvantifikace a soustředí se na obsahové parametry jednotlivých příspěvků. Jedná se o výzkumnou techniku, která umožňuje zjistit zopakovatelné a validní závěry z textů. Berelson definoval obsahovou analýzu jako „výzkumnou techniku pro objektivní, systematický a kvantitativní popis zřejmého obsahu komunikace.“ (Berelson cit. in Krippendorff 2003: 19) Typickou charakteristikou této metody je vysoký stupeň strukturovanosti a tím i ověřitelnosti. Kvantitativní obsahová analýza se skládá z několika základních kroků:

1. formulace výzkumné otázky nebo hypotézy
2. definice výběrového souboru/populace
3. výběr patřičného vzorku z populace
4. výběr a definice jednotky měření
5. konstrukce kategorií obsahu, které budou analyzovány
6. vystavení systému kvantifikace
7. trénink kódovačů a provedení pilotního výzkumu
8. kódování obsahů
9. analýza shromážděných dat
10. definice závěrů (Wimmer, Dominick cit. in Trampota, Vojtěchovská 2010: 104)

Jak Wimmer s Dominickem uvádějí, tato posloupnost nemusí být vždy dodržována a úvodní kroky analýzy lze kombinovat. Jádrem celé kvantitativní obsahové analýzy je konstrukce obsahových kategorií jednotlivých proměnných, kterých mohou zkoumané jednotky analýzy nabývat. Nejčastěji se používá dvou možných postupů stanovení kategorií: *emergent* kódování, kdy nejdříve předběžně prozkoumáme zkoumaný vzorek a poté vystavíme kategorie zkoumání, nebo tzv. *a priori* kódování,

kteřé ustavuje kategorie před samotným sběrem dat na základě určité teoretické nebo racionální úvahy. (Wimmer, Dominick cit. in Trampota, Vojtěchovská 2010: 106)

## 5.1 Cíle výzkumu a stanovení výzkumné otázky

Cílem této práce je zjistit, zdali nedochází k podreprezentaci a stereotypní charakterizaci Vietnamců v médiích denního tisku. Analýza se pokusí odhalit, jaké existují ustálené způsoby reprezentace vietnamské etnické skupiny v českých médiích a zdali tento způsob reprezentace může mít vliv na vývoj postojů majoritního obyvatelstva k Vietnamcům.

Hlavní výzkumné otázky, které si pokládám, zní:

- *Jakým způsobem a v jakých kontextech je prezentována vietnamská komunita žijící v ČR ve vybraných médiích denního tisku?*
- *Jakým způsobem může ovlivnit prezentace vietnamské komunity ve vybraných médiích denního tisku postoje českého obyvatelstva?*

## 5.2 Hypotézy

Empirická část práce vychází převážně z kvantitativní metodologie, proto na základě výzkumných otázek a teoretického kontextu stanovuji následující výzkumné hypotézy, které byly ověřovány v rámci obsahové analýzy.

- *Jakým způsobem a v jakých kontextech je prezentována vietnamská komunita žijící v ČR ve vybraných médiích denního tisku?*

*H1 Index mediální přítomnosti pro vietnamskou komunitu bude nižší, než index mediální přítomnosti největších národnostních menšin v ČR.*

Při stanovení hypotézy jsem chtěl vycházet z teoretického kontextu, na základě kterého zůstávají etnické menšiny také menšinou v tisku. Jsou prezentovány pouze zřídka, jejich život je popisován a zobrazován méně, než je tomu v případě majoritní populace. V rámci mého výzkumu však nebylo možné z časového hlediska ověřit podreprerentaci vietnamské menšiny vůči majoritní populaci. Vzhledem k rozsahu výběrového souboru (podrobněji kapitola výběrový soubor) by potvrdit tuto hypotézu znamenalo analyzovat velké množství článků, které se vztahují k majoritní populaci. Rozhodl jsem se ověřit reprezentaci vietnamské menšiny v tisku vůči reprezentaci ostatních národnostních menšin žijících v ČR. Vzhledem k relativní uzavřenosti vietnamské komunity a její částečné izolovanosti se domnívám, že se média denního tisku budou věnovat více tématům ostatních národnostních menšin než vietnamské menšině.

*H2 Podíl kriminálních článků, které jsou prezentovány jako velmi významné, bude vyšší, než podíl stejně významných článků, které nebudou spojovány s kriminalitou.*

Výše uvedená hypotéza vychází z výzkumných závěrů Van Dijka (2000), podle kterého se zpravodajská prezentace etnických menšin soustředí zejména na negativní a problematicky orientovaná témata. Národnostní menšiny nemusí být pro majoritní populaci zajímavým tématem a zpráva musí obsahovat jiné aspekty, které u čtenáře vzbudí pozornost. Podle výzkumů Broučka (2003) nebo Klvačové s Bitrichem (2003) patří kriminalita mezi nejvíce zastoupená témata v rámci prezentace vietnamské menšiny. Předpokládám, že téma kriminality bude ovlivňovat šanci, že se článek o Vietnamcích objeví mezi významnými články.

*H3 Podíl článků, ve kterých vystupují Vietnamci jako pachatelé trestných činů k celkovému počtu prezentovaných článků je vyšší, než podíl trestně stíhaných Vietnamců k celkovému počtu obyvatel vietnamské národnosti.*

Tato hypotéza má pomoci odhalit negativní stereotypizaci, která může být přenášena prostřednictvím článků v médiích denního tisku. Čerpá z teoretického konceptu, podle kterého přispívají média k reprodukci stereotypů o etnických menšinách. Zveřejněné zpravodajské texty a jejich tematika mohou vykreslovat

Vietnamce jako problémové, podvádějící, nepoctivé, agresivní atp., avšak ve skutečnosti nemusí kriminalita občanů vietnamské národnosti výrazně vybočovat.

*H4: Pokud se článek týká kriminality, je větší pravděpodobnost, že bude vietnamská etnicita přímo zmíněna v titulku, než když se článek týká jiných témat.*

Stejně jako u předchozí hypotézy vycházím z teoretického kontextu, který popsal Nekula (1995) jako titulkovou xenofobii. Předpokládám, že u článků, které se věnují kriminalitě, bude uváděna národnost v titulku bez ohledu na to, zda je informace nezbytně nutná. Zároveň se domnívám, že uvádění etnicity v titulku bude mnohem častější u kriminálních článků a tento rozdíl bude statisticky významný. Je nutné si uvědomit, že titulky jsou prvním textem, který čtenář v rámci celého článku čte, a mají za úkol upoutat pozornost. Právě zde může docházet k bulvarizaci či přehnané dramatickosti, která je často sama kritériem výběru zprávy.

- *Jakým způsobem může ovlivnit prezentace vietnamské komunity ve vybraných médiích denního tisku postoje českého obyvatelstva?*

*H5: Čím více bude článků o kriminalitě v daném roce, tím horší postoj k Vietnamcům zaujímá majoritní obyvatelstvo podle průzkumu CVVM a STEM v jednotlivých letech.*

Předpokládám, že na základě představeného konstruktivistického přístupu mohou média nejenom prezentovat skupinám mediálních příjemců obrazy a představy o svém pohledu na realitu, nýbrž mohou určitým způsobem ovlivňovat chování publika. Vycházím z konceptu nastolování agendy, podle kterého důraz kladený na nějaký problém nebo aktuální otázku v masových médiích ovlivňuje jejich zvýznamnění mezi publikem. (Kunczik, 195: 198) Podle tohoto konceptu se domnívám, že čím více budou média prezentovat a zvýznamňovat kriminalitu Vietnamců, tím více budou reflektovat čtenáři tento problém a zaujmou spíše negativní postoje.

### 5.3 Operacionalizace

Aby bylo možné ověřovat hypotézu H1, bylo nejprve nutné vytvořit pomocný index tzv. „mediální přítomnosti“. Index měří, kolik prostoru věnují celostátní deníky prezentaci témat, která jsou spojena s životem určité etnické menšiny v ČR v přepočtu na 100 obyvatel této menšiny. Počet článků o etnické menšině byl zjišťován pomocí databáze Anopress a přepočítán k průměrnému počtu obyvatel menšiny podle dostupných dat z českého statistického úřadu. Články, které se vztahují k etnickým menšinám žijícím u nás, jsou vyhledávány pomocí klíčových slov, jejichž kořen je odvozen od národnosti zkoumané menšiny. Výsledný index je pak porovnáván mezi jednotlivými etnickými menšinami. Domnívám se, že index mediální prezentace vietnamské menšiny bude nižší, než index zjištěný u nejpočetnějších menšin žijících u nás. Předpokládám tak s ohledem na relativní uzavřenost komunity, jejichž život není z hlediska zpravodajských hodnot pro majoritní populaci tolik zajímavý.

Pro ověření hypotézy H2 byly stanoveny kategorie hlavního kontextu článku. Za hlavní kontext je považováno ústřední téma, které je spojováno s životem Vietnamců v ČR. Pokud se v článku vyskytovalo několik témat, které se zabývají životem Vietnamců, bylo kódováno pouze to téma, kterému byla věnována největší pozornost v článku, tj. taková informace, která v článku zaujímá největší prostor podle počtu slov. Pro určení faktoru významnosti článku jsem neobjevil žádný referenční výzkum, který by se významností článku zabýval. V rámci ověření hypotézy H2 jsem tedy vytvořil indikátor „významnosti vietnamských témat“. Indikátor je měřen pomocí kategorií umístění a rozsahu článku. Kategorie umístění článku je kódována podle čísla stránky, na které byl článek prezentován, a kategorie rozsah článku je kódována na základě počtu slov článku. Kódování kategorií je následující:

- *Umístění článku*
  - a) Titulní strana – 9 bodů
  - b) Druhá až pátá strana, v případě Blesku druhá a třetí strana 6 bodů
  - c) Ostatní strany – 3 body



- *Rozsah článku*

- a) Článek o rozsahu 701 a více slov, v případě Blesku 401 a více slov – 7 bodů  
9 bodů
- b) Článek o rozsahu 401 - 700 slov, v případě Blesku 200 - 401 slov - 5 bodů
- c) Článek o rozsahu 0 - 400 slov, v případě Blesku 0 - 200 slov - 3 body

Prostřednictvím součtu bodů za umístění článku v rámci struktury novin a za rozsah článku v počtu slov bude určen indikátor významnosti vietnamských témat. Článek, jehož součet bodů se bude pohybovat v rozmezí 6-8 bodů bude chápán jako „méně významný článek“. Příspěvek, jehož bodové ohodnocení bude spadat do škály 9-13 bodů bude nahlížen jako „významný článek“. Za „velmi významné články“ budou považovány všechny příspěvky, jejichž součet bodů bude vyšší než 14 bodů. Podrobné hodnocení kategorií viz. tabulka č.1.

**Tab.č. 1 Významnost článků podle umístění a rozsahu**

	Článek o rozsahu 701 a více slov, v případě Blesku 401 a více slov	Článek o rozsahu 401-700 slov, v případě Blesku 200 - 401 slov	Článek o rozsahu 0 - 400 slov, v případě Blesku 0 - 200 slov
Titulní strana	Velmi významný	Velmi významný	Významný
Druhá až pátá strana, v případě Blesku druhá a třetí strana	Velmi významný	Významný	Méně významný
Ostatní strany	Významný	Méně významný	Méně významný

Zdroj: vlastní obsahová analýza

Na základě zjištění četnosti významných článků v jednotlivých kategoriích článků bylo dále porovnáváno, jak velký podíl představují tyto články ke všem článkům z dané kategorie. V rámci stanovené hypotézy jsem předpokládal, že podíl kriminálních článků bude nejvyšší ze všech sledovaných kategorií. Vycházím z konceptu zpravodajských hodnot a výzkumů, které se zabývají zobrazováním etnických menšin v médiích.

Hypotéza H3 mohla být ověřována na základě role, ve které byli Vietnamci v článcích spojovaných s kriminalitou prezentováni. Aby bylo možné hypotézu ověřit, bylo kódování kategorie následující:

- *Role Vietnamce (ky) v souvislosti s kriminální činností*
  - a) Oběť kriminální činnosti
  - b) Pachatel
  - c) Oběť i pachatel
  - d) Svědek
  - e) Hrdina – ten kdo pomůže
  - f) Jiná

Pro představu, do jaké míry prezentují deníky Vietnamce jako „*kriminálníky*“, byly články, ve kterých vystupují Vietnamci jako aktéři kriminálních činů, přepočteny k celkovému počtu článků o Vietnamcích žijících v ČR. Aby mohlo být možné potvrdit tuto hypotézu, byl na základě dostupných dat Ředitelství služeb cizinecké policie dále zjištěn skutečný počet trestně stíhaných nebo vyšetřovaných Vietnamců na území ČR. Tento počet byl dán do poměru k počtu obyvatel Vietnamské národnosti žijící na našem území a porovnán s přepočteným počtem kriminálních článků v denících. Domnívám se, že média denního tisku budou inklinovat k prezentaci Vietnamců jako „*kriminálních*“ bez ohledu na skutečnou míru kriminálních činů, čímž budou přispívat k produkci mediálních stereotypů.

*H4: Pokud se článek týká kriminality, je větší pravděpodobnost, že bude vietnamská etnicita přímo zmíněna v titulku, než když se článek týká jiných témat.*

Hypotéza H4 byla ověřována na základě kódování výskytu etnicity hlavního aktéra v titulku článku pro každý rok. Dále bylo nutné okódovat kategorie hlavního kontextu článku a vyhledat články, které jsou spojovány s kriminalitou. Aby bylo možné prokázat, zdali rozdíl mezi užitím etnicity v titulcích u kriminálních článků a užitím etnicity v titulcích u ostatních článků je statisticky významný, byl použit výpočet chí-kvadrát testu. Chí-kvadrát test je statistická neparametrická metoda, která se používá ke zjištění, zdali mezi dvěma znaky existuje prokazatelný vztah. Data uspořádáme do kontingenční tabulky. Kategorie jednoho znaku určují řádky a kategorie

druhého znaku sloupce. Jednotlivá pozorování jsou zařazena do příslušné buňky kontingenční tabulky podle hodnot daných dvou znaků. Pokud jeden ze znaků má  $r$  kategorií a druhý má  $s$  kategorií, dostáváme kontingenční tabulku typu  $r \times s$ . Poněvadž budu ve svém výzkumu zkoumat vztah mezi dvěma kategoriemi, použiji nejmenší tabulku typu  $2 \times 2$ , kterou nazýváme čtyřpolní tabulka. (LF Univerzita Palackého)

Základní myšlenka chí-kvadrát testu spočívá v porovnání pozorovaných a očekávaných četností. Pozorované četnosti zjistíme z kontingenční tabulky, zatímco očekávané četnosti je nutné vypočítat. Při výpočtu vycházíme z předpokladu, že platí nulová hypotéza, která předpokládá, že mezi dvěma kvalitativními veličinami není žádná závislost. Velikost rozdílů mezi pozorovanými a očekávanými četnostmi posuzujeme pomocí testové statistiky  $\chi^2$ . Na základě pravděpodobnostního rozložení chí-kvadrát se vypočítá pravděpodobnost výskytu takového nebo ještě extrémnější hodnoty. Tato hodnota se nazývá dosažená hladina významnosti statistického testu ( $p$ -hodnota). Pokud je menší než 0,05, nulovou hypotézu zamítáme. Znamená to, že pravděpodobnost, že by pozorované rozdíly či závislosti vznikly pouze náhodou, je menší než 5%. (tamtéž)

V rámci hypotézy H4 předpokládám, že bude záměrně užíváno etnicity v titulku u kriminálních témat v souvislosti s výskytem titulkové xenofobie. Při ověření této hypotézy se zaměřím jak na analýzu dat za celé období, tak na analýzu etnicity v titulku pro každý rok.

Pro ověření poslední hypotézy H5 byly nejdříve okódovány články podle hlavního kontextu a spočítána četnost kriminálních článků v jednotlivých letech. Kódovány byly pouze články, ve kterých vystupovali Vietnamci jako aktéři trestných činů. Následně byla použita data z výzkumů agentur CVVM a STEM, které měří postoje k Vietnamcům. Pro zjištění závislosti mezi počtem kriminálních článků a postoji k Vietnamcům byl použit výpočet korelačního koeficientu. Nejjednodušším vztahem dvou proměnných je vztah lineární, jehož míru lze zjistit korelačním koeficientem. Korelační koeficient ( $r$ ) nabývá hodnot od  $-1$  do  $+1$ , které značí perfektní lineární vztah (záporný nebo kladný). V případě kladné korelace hodnoty obou proměnných zároveň stoupají, pokud se jedná o zápornou korelaci, hodnota jedné proměnné stoupá a druhé klesá; v případě neexistence lineárního vztahu je korelační

koeficient roven nule. V rámci stanovené hypotézy byl spočítán korelační koeficient mezi počtem kriminálních článků v každém roce a postoji obyvatel ČR k Vietnamcům. Na základě výsledku korelačního koeficientu byla posouzena míra závislosti.

Hypotéza H5 předpokládá, že existuje vztah mezi tím, jak se o Vietnamcích píše v tisku a tím, jaké postoje k Vietnamcům zaujímá majoritní populace. Domnívám se, že bude silná závislost mezi prezentací Vietnamců v kriminálních člancích a postoji k Vietnamcům v jednotlivých letech.

## **5.4 Výběrový soubor**

Výběrový soubor byl tvořen všemi články celostátních deníků MF Dnes, Práva a Blesku, včetně všech svých regionálních mutací z let 2005 až 2013. Analýza zahrnovala články, které obsahovaly klíčové slovo „*Vietnamec*“ a jeho další gramatické varianty. Celostátní deníky byly vybrány záměrně, neboť podle průzkumu odhadu čtenosti tisku Media projekt (2014) realizovaném společnostmi MEDIAN a STEM/MARK patří výše zmiňovaná periodika k nejčtenějším celostátním deníkům u nás. Vůbec nejčtenějším celostátním deníkem je v České republice Blesk (1 107 tisíc čtenářů), následovaný MF Dnes (696 tisíc čtenářů) a Právnem (337 tisíc čtenářů). Kromě skutečnosti, že periodika představují nejčtenější deníky, reprezentují také odlišnou pravo-levicovou politickou orientaci a rozdílné zaměření k serióznímu či skandálnímu zpravodajství.

## **5.5 Metody sběru a analýzy dat**

Jako relevantní metodologický postup v rámci svého výzkumu jsem zvolil kvantitativní obsahovou analýzu. Vycházel jsem především z velkého množství mediálních textů, které bylo nutné zpracovat, a možnostmi testování teoreticky podložených hypotéz. Zároveň byl předmětem mého zájmu výzkum tématické agendy v médiích, pro který se kvantitativní obsahová analýza jeví jako velmi vhodná.

Obsahová analýza představuje systematickou a objektivní metodu, která se používá pro zkoumání mediální agendy a pro kvantifikaci mediálních obsahů. Jelikož tato metoda využívá kvantifikaci a je založena na využívání statistických procedur, je jejím kladem schopnost zpracovat velké množství textů. (Trampota, Vojtěchovská 2010: 110)

Před samotným sběrem dat bylo nejprve nutné určit kódovací jednotku. Kódovací jednotkou výzkumu je článek. V rámci analýzy pak byly zkoumány všechny články výběrového vzorku. Do výzkumného souboru nebyly zařazeny anotace článků, popisky k fotografiím, kulturní programy, články prezentující titulky jiných periodik, ankety. Článek, který je sdílený několika regionálními přílohami, byl chápán jako více kódovacích jednotek. Článek, který je rozdělen na dvě strany, byl považován za jednu kódovací jednotku.

K vyhledávání článků jsem zvolil volně přístupnou databázi informační agentury Anopress IT v Národní knihovně ČR, která shromažďuje a zpracovává plné texty novinových a časopisových článků. V databázi jsem vyhledával všechny články se slovy, které mají v základu „*Vietnamec*“. V období od roku 2005 až 2013 jsem našel celkem 4 275 článků. Každý článek obsahoval alespoň jedno klíčové slovo, avšak po přečtení byly vybrány pouze takové články, které se týkaly Vietnamců žijících v České republice. Jedná se tedy o články, které přímo zmiňují Vietnamce žijící v ČR nebo se věnovaly tématům, které bezprostředně k životu Vietnamců v ČR patří.

V dalším kroku jsem podle teoretických východisek vytvořil příslušné kódovací kategorie, které byly testovány na malém vzorku článků z hlediska jejich relevance pro kódování požadovaného obsahu. Na základě ověřování kategorií v pilotní studii jsem některé proměnné upravil, případně doplnil. V rámci kódovacího předpisu jsem stanovil následující analytické proměnné:

- *Deník* – celostátní deník, ve kterém byl článek vydán
- *Umístění* – stránka, na které byl článek vydán
- *Rozsah článku* - velikost článku podle počtu slov
- *Hloubka informace* - způsob, jakým jsou informace v předkládaném článku zarámovány. „*Deskriptivní článek*“ představuje článek, který popisuje problém nebo

událost a převažuje v něm zpravodajsko-deskriptivní perspektiva. „*Analytický článek*“ na rozdíl od deskriptivního článku prezentuje kromě samotného popisu problému či události také příčiny a následky, případně navrhuje alternativní řešení.

- *Geografické zarámování informace* - Informace uvedená v článku, která se vztahuje k regionálnímu (lokálnímu), celostátnímu nebo nadnárodnímu kontextu.
- *Kauza* – jedná se o časově ohraničenou událost, která se vztahuje k občanům vietnamské národnosti.
- *Citace příslušníka vietnamské minority* - zjišťuje se, jaký mají Vietnamci přístup do vybraných médií. Jak často jsou citováni či parafrázováni.
- *Hlavní kontext článků* - v jaké souvislosti je v článku Vietnamec(ci) především zmiňován. Kódovací klíč obsahoval možnosti:
  - a) *Vietnamské děti*
    - vzdělávání na českých školách
    - chování, volný čas
    - problematika češtiny
    - nadprůměrné výsledky
  - b) *Život Vietnamců v ČR*
    - povaha, chování
    - integrace, bydlení, životní styl, volný čas
    - problematika češtiny
    - druhá generace Vietnamců
  - c) *Zajímavé osudy – human interest story*
  - d) *Vietnamská kultura v ČR*
    - kultura, svátky, zvyky
    - kuchyně
    - konzumace psů
  - e) *Práce Vietnamců v továrnách*
  - f) *Podnikání*
    - provozování večerek
    - odchod ze stánků do kamenných obchodů
  - g) *Tržnice*
    - popis, vzhled, život na tržišti
    - nekvalitní zboží
    - provozování stánků

- výstavba, opravy, přesuny, demolice
- prodávání padělaného zboží
- prodávání nebezpečné pyrotechniky
- jiné

h) Kriminalita

- padělané zboží
- ilegální pobyty, převaděčství
- podvody státních orgánů
- nelegální výroba a distribuce tvrdých drog
- nelegální výroba a distribuce marihuany
- nelegální výroba a distribuce alkoholu
- nelegální výroba, dovoz a distribuce cigaret
- žhárství
- krádeže
- násilí
- vraždy
- obchod s lidmi
- jiné

i) Statistiky a počty o obyvatelstvu

j) Jiné

- *Role Vietnamce(ky) v souvislosti s kriminální činností* – pokud se Vietnamci v ČR v článku objevují v souvislosti s kriminální činností, je zde zjišťováno, v jaké roli se objevují.
- *Označení etnické příslušnosti v titulku* – sledovaný výskyt etnické příslušnosti v titulku

## 6 Metodologie – sémiotická analýza

Ačkoliv patří obsahová analýza k nejrozšířenějším výzkumným technikám, stejně jako jiné metody má i svá omezení. Zásadní omezení vyplývá ze samotného konstruktivistického paradigmatu, poněvadž jakákoliv „fakta“ jsou zde považována za dohodnutá, nelze pevně a jednoznačně stanovit ani význam jakéhokoliv sdělení. Další kritika spočívá v nemožnosti postihnout drobnější významové nuance zkoumaných textů. Proto často bývá kombinována s kvalitativními analytickými technikami. (Sedláková 2014: 296-297) Kvalitativní metody nedosahují výsledků pomocí statistických procedur nebo jiných způsobů kvantifikace, ale snaží se analytickým způsobem odhalit poznatky o podstatě jevu. Kvalitativní údaje ve smíšeném výzkumu podle Strausse a Corbinové (1999) efektivně slouží k ilustraci nebo vyjasnění kvantitativně odvozených závěrů, a proto jsem do výzkumu prezentace Vietnamců v českém tisku zařadil také sémiotickou analýzu.

Sémiotika, jako věda o znacích, vychází z předpokladu, že veškerá komunikace je založena na výměně znaků. Každé sdělení, stejně tak i jakýkoli mediální produkt, je podle sémiotické analýzy textem, který je možné „přečíst“, a to ať se jedná o fotografii, reklamu, titulek nebo článek. Proto je tato metoda vhodným nástrojem pro odhalení významů v mediálních sděleních. Základním prvkem této analýzy je tedy znak. Každý znak se skládá z označujícího a označovaného. Označující je fyzická podoba znaku tak, jak jej vnímáme smysly. Označované je mentální koncept, který znak představuje a jež znak pojí s reálným světem. Jeden označující se však může pojit s více označovanými, a tím vzniká prostor pro vytváření významů. Označování probíhá ve dvou rovinách. První rovina je denotativní, kdy jde o jednoznačný, doslovný význam znaku. Druhá rovina je pak konotativní, kdy dochází k druhotnému, asociativnímu významu. (Trampota, Vojtěchovská 2010: 118) Jinak řečeno mediální produkty se stávají „označujícím“, zatímco stereotypy jsou „označovaným“, (Jirák, Köpplová, 2009: 299)

V rámci sémiotické analýzy se zaměřím na rozbor mediálního sdělení ve dvou rovinách. Jedná se o denotativní úroveň analýzy, která se týká prvního významu slov v příslušné zprávě, a konotativní úroveň spojenou s asociacemi a kulturně přisouzenými odstíny.



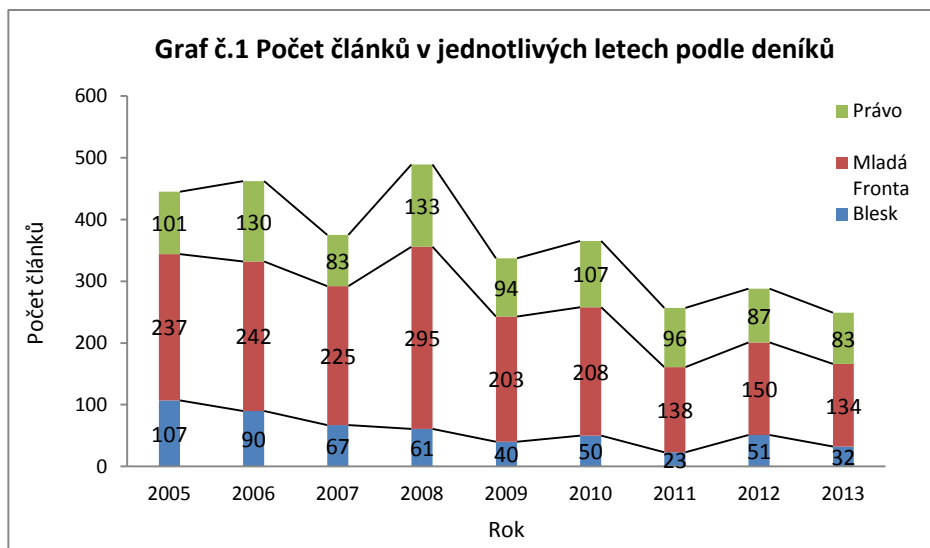
## **7 Analýza dat**

V analytické části práce nejprve popíši zkoumaný vzorek a charakteristiku článků včetně jejich tématického zařazení. Následně předložím zjištění, která vyplývají z ověření výzkumných hypotéz.

### **7.1 Charakteristika zkoumaného vzorku**

Výzkumný vzorek byl tvořen celkem 3 267 články deníků Blesk, MF Dnes a Právo. Velká většina článků se objevila v regionálních mutacích deníků – celkem 2 385, což představuje 73 % všech článků. Zbytek článků byl nalezen v celostátních vydáních. Nejvíce článků za celé sledované období bylo zaznamenáno v deníku MF Dnes (1 832) a to i nejvyšší počet článků v regionálním vydání (1 508). Důvodem je především skutečnost, že tento deník má ve všech krajích několikastránkové mutace, které jsou nejrozsáhlejší ze všech analyzovaných deníků. Ostatní noviny mají mutace pouze dvou až třístránkové (Právo), nebo vůbec (Blesk). Druhý nejvyšší počet článků byl nalezen v deníku Právo (914). Z toho na regionální mutace připadá 553 článků. Nejméně článků věnujících se Vietnamcům v České republice jsem našel v deníku Blesk (521), což je způsobeno především tím, že Blesk nemá žádné regionální mutace.

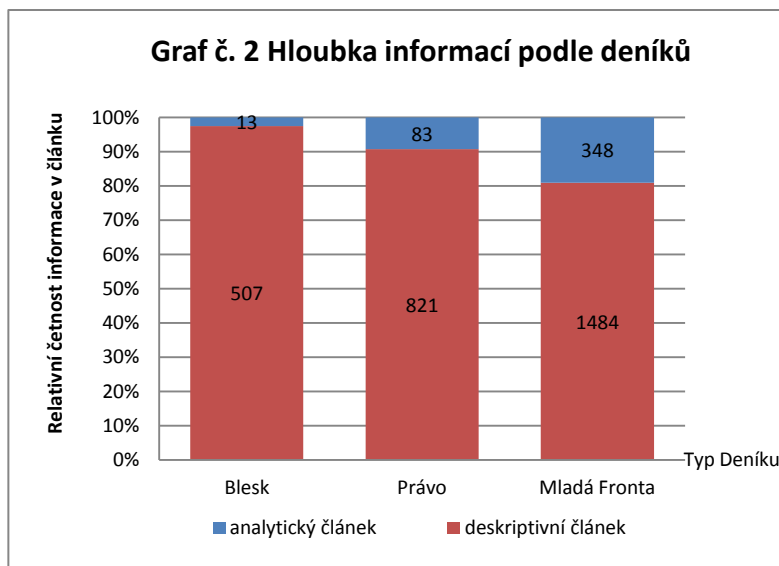
Pokud bychom se podívali na počet prezentovaných článků v jednotlivých letech, pak také v každém roce měl deník MF Dnes nejvyšší počet článků o Vietnamcích. Nejnižší zastoupení článků měl ve všech letech - s výjimkou roku 2005 - deník Blesk. Nejvyšší počet článků (489) zaznamenal výzkum v roce 2008. Během tohoto roku došlo k souběhu několika událostí, kterým věnovaly celostátní deníky větší pozornost. Jednak bylo zastaveno vydávání víz příchozím Vietnamcům do České republiky, v asijské tržnici Sapa v pražské Libuši došlo k velkému požáru a bývalí policejní inspektoři cizinecké policie Kábrt s Kocábem byli obžalováni za legalizaci pobytů Vietnamců a brání úplatků. Od roku 2008 až do roku 2013 lze pozorovat postupně se snižující trend počtu článků ve všech sledovaných periodikách.



(N = 3267)

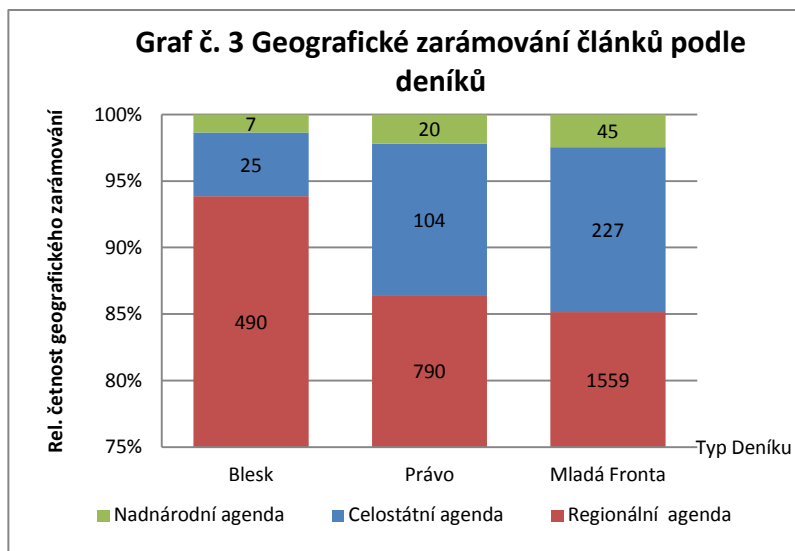
## 7.2 Charakteristika článků

V rámci analýzy mediálního obrazu Vietnamců jsem se zaměřil na množství pozornosti, která je věnována širšímu informování o vietnamských tématech. Vycházel jsem z průzkumu mediálního obrazu Romů, který provedla Christina Rougheriová v roce 1998 v řeckém tisku. Podle Rougheriové (1999) média obvykle referují o romských tématech a událostech bez návaznosti na vysvětlující rámec. Na základě výzkumu Rougheriové jsem zjišťoval, zdali je při informování o vietnamských tématech upřednostňován pouhý popis událostí nebo jsou v článcích uváděny hlubší příčiny a následky těchto událostí, včetně zveřejnění širšího kontextu témat. Podobně jako výzkum mediálního obrazu Romů v řeckém tisku, také v českém tisku jsou informace o vietnamských tématech prezentovány bez zakotvení do širšího kontextu a vysvětlujícího rámce. Celkový podíl analytických článků vykazoval 16 % a v jednotlivých letech se jeho počet výrazně neměnil. Nejvíce analytických článků bylo uveřejněno v deníku MF Dnes (23,4%). Nejméně analytických příspěvků bylo publikováno v Blesku (2,3%), což podle mého názoru odráží bulvární zaměření tohoto periodika, ve kterém není prostor pro hlubší rozbor témat.



(N = 3267)

U článků, které se vztahovaly k vietnamské menšině žijící u nás, jsem dále zjišťoval jejich geografické zarámování. Naprostá většina článků (86,9%) se vztahovala k regionálnímu kontextu. Témata v člancích, která se objevovala v národním kontextu, představovala 10,9% všech článků a nejméně byla vietnamská agenda umístěna do nadnárodního kontextu. (2,2%). Pokud bychom se podívali na podíl geografického zarámování v analytických člancích, jsou výsledky obdobné s rozdílem většího zastoupení celostátní agendy. Mezi analytickými články jsou nejvíce zastoupeny regionálně-lokální články (72,7%) následované články s celostátní (23,6%) a nadnárodní (3,7%) agendou. Nejvyšší podíl regionálních článků v rámci sledovaných deníků byl zjištěn u deníku Blesk (93,8%), což je z části způsobeno tím, že deník neposkytuje více prostoru pro analytické články, které by se věnovaly celostátním tématům. Na základě uvedených dat je patrné, že deníky považují události spojené s Vietnamci v ČR spíše za regionální téma. Většina článků má regionální charakter a dotýká se jen určité lokality. Tato zjištění odpovídají také charakteristice výzkumného vzorku, která potvrdila, že se většina článků objevuje v regionálních mutacích deníků.

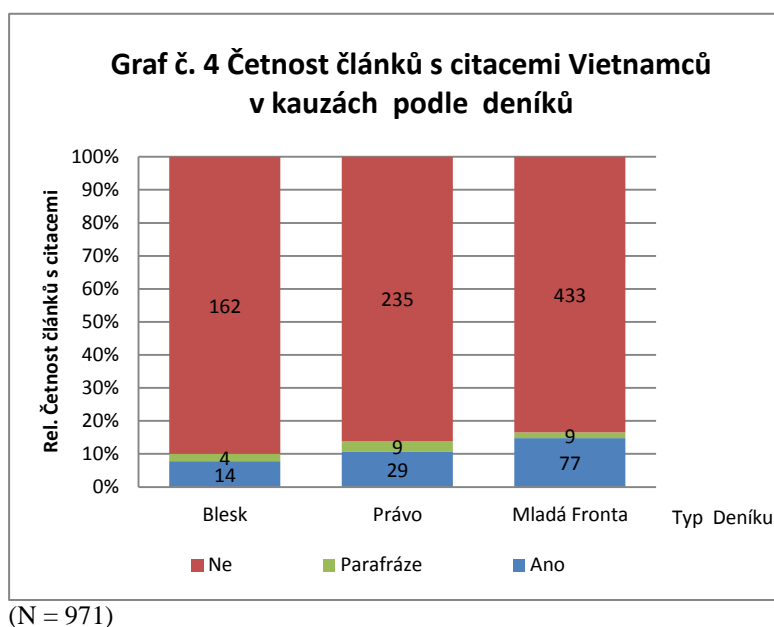


(N = 3267)

K jedním z problémů zobrazování etnických minorit ve většinových médiích patří jejich menší přístup do médií. Zástupci etnických minorit nejsou využíváni jako informační zdroje a není jim poskytnut téměř žádný prostor k vyjádření svého stanoviska. V rámci výzkumu jsem se snažil zjistit, jak velký prostor mají Vietnamci k tomu, aby o sobě mohli něco říci. Soustředil jsem se pouze na možnost příslušníků vietnamské menšiny vyjádřit se ke kauzám, poněvadž jsem chtěl eliminovat takové články, které se o Vietnamcích jen krátce zmiňovaly, nebo článek nebyl vhodný pro vyjádření stanoviska. Na základě získaných dat mohu potvrdit, že prostor, který média denního tisku poskytují Vietnamcům, je velmi malý. Ze všech článků, které se týkaly kauz, byli Vietnamci citováni jen v 12,3%, parafrázování v 2,3% a v 88,4% nepromlouvali v článcích vůbec. Zkoumané deníky se v prezentaci vietnamských stanovisek odlišují pouze minimálně. Příspěvky s citacemi a parafrázemi Vietnamců nejčastěji publikuje MF Dnes (16,6%) následovaná deníkem Právo (13,9%). Nejmenší prostor k vyjádření se ke kauze poskytuje příslušníkům vietnamské menšiny deník Blesk (10%). Na druhou stranu nesmíme opomenout fakt, že obzvláště v souvislosti s negativními událostmi jsou policisté často jedinými osobami, kteří s Vietnamci hovoří, a je tedy otázkou, do jaké míry je v možnostech autorů článků získat vyjádření Vietnamce do stanoveného termínu vydání článku.

Obsahová analýza potvrzuje výzkumné závěry Cottleho (2000), podle kterého mají etnické menšiny jako informační zdroje do médií pouze velmi malý přístup a jejich názory nejsou v novinách prezentovány. Podobně jako ve výzkumu Klvačové

s Bitrichem (2003), také v člancích o Vietnamcích jsou ve většině případů oslovenými informátory mluvčí policie, starostové obcí, zástupci státní správy nebo občané majoritní populace (89,9%). Zástupcům sdružující Vietnamce, nebo přímo občanům vietnamské osobnosti je věnován daleko menší přístup do médií denního tisku (6,4%). Možným vysvětlením může být skutečnost, že v důsledku omezeného prostoru deníků a časového tlaku na vydání novin není dostatek prostoru pro poskytnutí stanovisek všem zúčastněným stranám.



### 7.3 Tématické zařazení vietnamské agendy

V případě článků, ve kterých se mluví o Vietnamcích žijících v České republice, jsem identifikoval tři nejvýznamnější kontexty, skrz které se Vietnamci do tisku dostávají. Nejpočetnější skupina článků se týká *kriminality* (65,3% všech článků), což potvrzuje výzkumná zjištění Broučka (2003) nebo Klvačové s Bitrichem (2003). Jedná se především o skupinu článků, které jsou úzce spojené s násilím a vraždami (27,9%). Jde o různé typy činů, od hádek končící rvačkou, přes vyřizování si účtů v rámci organizovaných skupin, vydírání až po vraždy. Dále jsou nejvíce zastoupeny články, které se věnují pašování padělaného zboží přes hranice (13,6%) či nelegální výrobě a pěstování marihuany (11,7%). Články zpravidla krátce informují o úspěšném zákroku celníků, o policejním zásahu v pěstírně marihuany nebo na tržišti. Přitom tyto články

neinformují vždy jen o kriminalitě Vietnamců, ale také o jejich propojení s policisty a celníky. Jde o zapojení celníků do pašování a o úplatky, které policisté přijali či naopak odmítli. Kromě podvodů státních orgánů články popisují Vietnamce jako sňatkové podvodníky, kteří usilují o české občanství (9,1%) nebo jako dealery a výrobce tvrdých drog (8,8%). Podrobněji se kriminalitě věnují v kapitole věnované negativní stereotypizaci Vietnamců v médiích.

**Tab.č. 2 Počet článků podle hlavní kontextu (bez podkategorií)**

Hlavní kontext	Počet článků abs. četnost	Počet článků rel. četnost
Jiné	81	2,5%
Kriminalita	2 133	65,3%
Podnikání	79	2,4%
Práce Vietnamců v továrnách	44	1,3%
Statistiky	39	1,2%
Tržnice	389	11,9%
Vietnamská kultura	125	3,8%
Vietnamské děti	98	3,0%
Zajímavé osudy	15	0,4%
Život Vietnamců v ČR	264	8,1%
<b>Celkový součet</b>	<b>3 267</b>	<b>100,0%</b>

Zdroj: vlastní obsahová analýzy

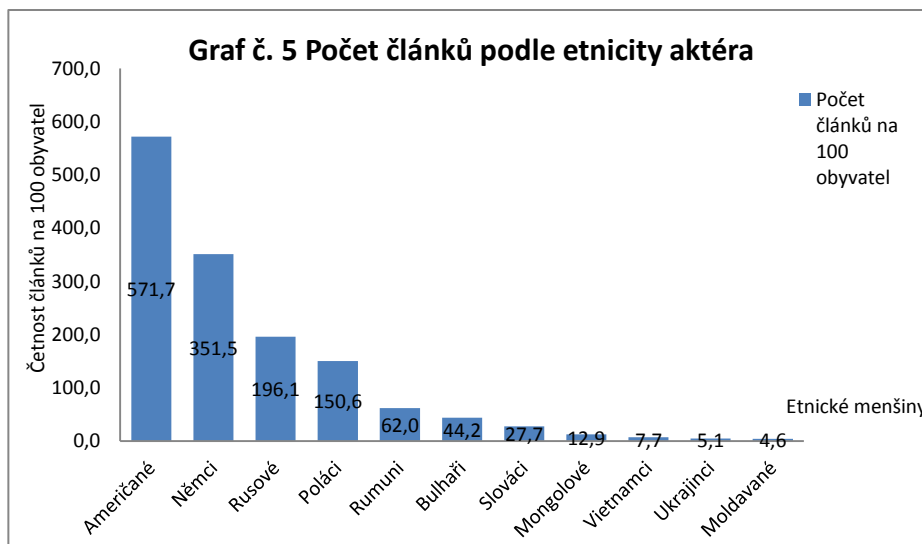
Vedle článků, které jsou přímo spojované s kriminalitou, je tu skupina článků, kde se píše o *vietnamských tržištích* (11,9% všech článků). V tomto případě lze vymezit dva hlavní způsoby, jakými se tržiště do novin dostávají. Velkou část tvoří případy, kdy jsou tržnice explicitně popisovány jako místo, kde se prodává padělané zboží (24,94%). Narozdíl od kriminálních článků, kde jsou prezentovány zásahy policie a zabavování pašovaného zboží na tržnicích, se v tomto případě jedná o obecnou charakteristiku tržnic. Druhou velkou část článků tvoří případy, které popisují činnosti související s přesunem, zánikem či výstavbou tržnic (24,16%). V tomto ohledu se spíše mluví o konkrétní události nebo kauze, která je přímo spojená s nějakým stánkem nebo konkrétním tržištěm.

Mezi poslední skupinu článků patří témata, která se věnují *Životu Vietnamců v ČR* (8,1% všech článků). Kromě zpravodajských článků sem patří reportáže, rozhovory s Vietnamci, úvahy a fejetony. Největší podíl v rámci této kategorie tvoří příspěvky, které se vztahují k integraci Vietnamců v ČR (68,9%). V těchto článcích nalezneme větší počet přímých či nepřímých citací (31,8%) a přesně polovinu (50%) analytických článků. V rámci této kategorie se můžeme dočíst o tom, proč Vietnamci přišli do Čech, jakým způsobem se s českým prostředím sžívají, nebo jaké problémy musí řešit v každodenním životě. Z těchto článků se čtenář může dozvědět nejvíce o životě Vietnamců, poněvadž se věnují problémům této komunity z jejich úhlu pohledu.

#### **7.4 Mediální přítomnost Vietnamců**

Zjištění případné podprezentace Vietnamců v tisku bylo základem pro stanovení hypotézy *H1 Index mediální přítomnosti pro vietnamskou komunitu bude nižší než index mediální přítomnosti největších národnostních menšin v ČR.*

Analýza byla v tomto směru zaměřena na konstrukci indexu mediální přítomnosti Vietnamců a jeho vyhodnocení. Celkem bylo vyhledáno 4 275 článků, které referují o Vietnamcích, což po přepočtu k obyvatelstvu činí 7,7 článků na 100 obyvatel. Pokud bychom toto číslo porovnali s ostatními etnickými menšinami u nás, pak méně se píše jen o Ukrajincích (5,1 článků na 100 obyvatel) a Moldavanech (4,6 článků na 100 obyvatel). Nejčastěji se do mediálního diskurzu dostávají Američané s počtem 571,7 článků na 100 obyvatel a Němci (361,5 článků na 100 obyvatel) .



Zdroj: ČSÚ, vlastní obsahová analýza

Na základě uvedených výsledků můžeme usuzovat, že menšina Vietnamců je v médiích denního tisku řidčeji zastoupena. Minorita Vietnamců není příliš zajímavá pro prezentaci v tisku, avšak hypotézu bychom museli zamítnout, poněvadž početnější ukrajinská menšina s méně početnou moldavskou menšinou je v médiích denního tisku zastoupena ještě méně. Je však třeba uvést na pravou míru existenci zkreslení, ke které mohlo při výběru článků dojít. Všechny analyzované články byly vyhledány v databázi pomocí klíčových slov, avšak vzhledem k jejich počtu nebylo možné jednotlivé články analyzovat a zjistit, které články se skutečně věnují životu konkrétní menšiny u nás a kde se objevuje klíčové slovo v jiném kontextu.

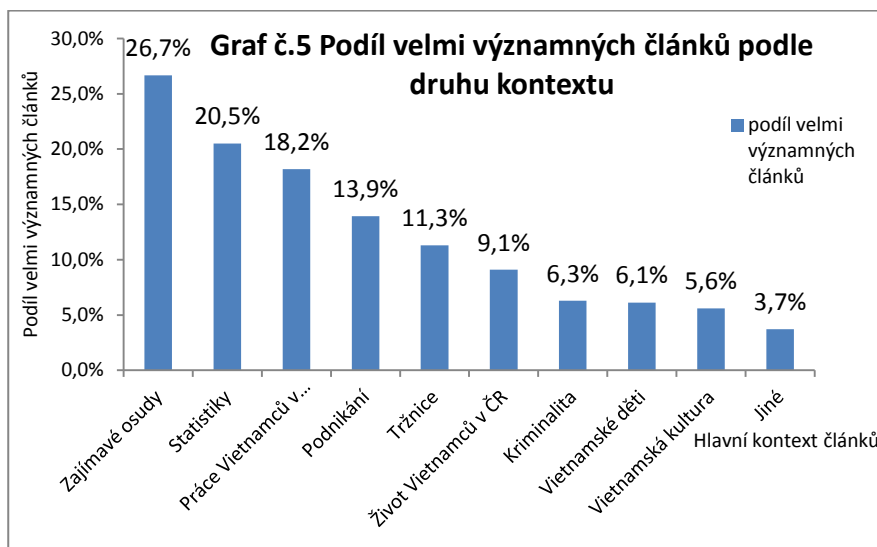
## 7.5 Kriminalita Vietnamců v médiích

Jak již bylo zmíněno v kapitole tematického zařazení článků, nejvíce jsou prezentováni Vietnamci v médiích denního tisku v souvislosti s kriminalitou. Získaná data dále potvrdila, že největší prostor kriminalitě přisuzuje deník Blesk (80,8%), následovaný deníkem Právo (75,19%) a MF Dnes (55,8%). Ač by se dala předpokládat dominance kriminálních témat v bulvárním tisku, nejedná se podle mého názoru o tak zásadní převahu oproti seriózněji zaměřenému Právu. Ve svém výzkumu jsem se dále soustředil na umístění a rozsah novinových článků, na základě kterých jsem posuzoval významnost celého článku. Významnost článku byla východiskem pro stanovení hypotézy H2: *Podíl kriminálních článků, které jsou prezentovány jako velmi významné,*



bude vyšší, než podíl stejně významných článků, které nebudou spojovány s kriminalitou.

Na základě analýzy dat za sledované období jsem identifikoval celkem 249 článků, které podle stanovených kritérií můžeme považovat za velmi významné články. Jedná se o články, které vyšly na titulních stranách s rozsahem nad 400 slov (v případě Blesku nad 200 slov), nebo články prezentované do páté strany deníku s rozsahem slov nad 700 (v případě Blesku do třetí strany a rozsah slov nad 400). Nejvíce zastoupenou skupinu představují články, ve kterých vystupují Vietnamci v kontextu s kriminalitou. Počet těchto článků dosahoval 134 (53,8%), což není žádným překvapením, srovnáme-li tento počet se zastoupením kriminálních článků v celém souboru (65,3%). Zajímavější zjištění nabízí pohled na podíl těchto článků ke všem kriminálním článkům, který činí 6,3%. V porovnání s ostatními kontexty článků představuje spíše spodní hranici všech výsledků, a výše uvedenou hypotézu H2 musíme tudíž zamítnout. Podle výsledků z grafu č. 5 je patrné, že největší šanci na výskyt na předních stranách deníku mají články, které popisují Zajímavé osudy Vietnamců (26,7%); je však nutné zmínit, že celkový počet představoval pouze 15 článků. Jedná se většinou o takové články, které se věnují konkrétnímu Vietnamci. Často mívají problematický tón, neboť popisují vážně nemocné Vietnamské děti nebo tragické osudy Vietnamců, kteří u nás podnikají.

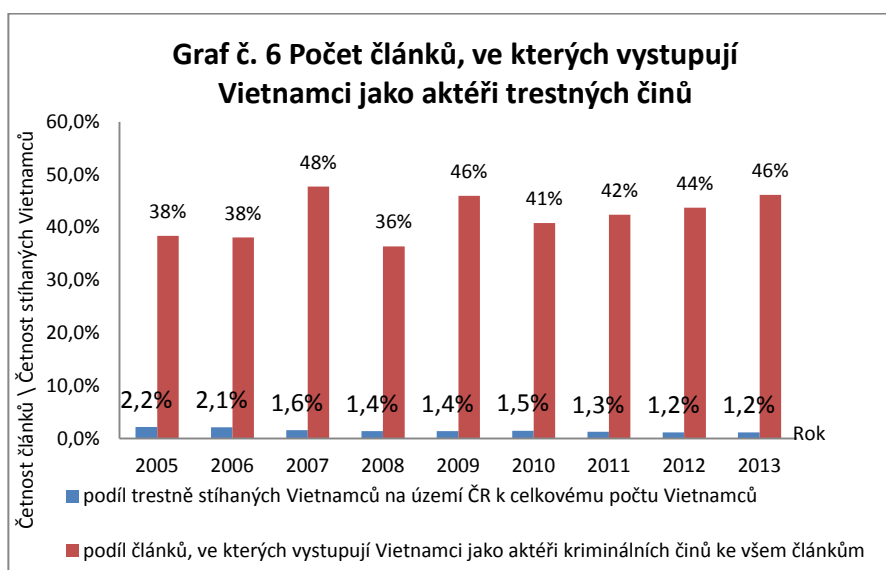


Zdroj: vlastní obsahová analýza

Vzhledem k tomu, že jedním z cílů mého výzkumu bylo prokázat, zdali nedochází k stereotypní charakterizaci Vietnamců v médiích denního tisku, ověřoval jsem následující hypotézu H3.

*H3 Podíl článků, ve kterých vystupují Vietnamci jako pachatelé trestných činů k celkovému počtu prezentovaných článků, je vyšší než podíl trestně stíhaných Vietnamců k celkovému počtu obyvatel vietnamské národnosti.*

Analýza dat ukázala, že podíl prezentovaných článků, ve kterých vystupují Vietnamci jako hlavní aktéři trestných činů, kolísá v jednotlivých letech mezi 36 až 48%. Jinak řečeno: více než ve třetině až v téměř polovině případů podávají média obraz o vietnamské menšině jako o lidech, kteří páchají trestnou činností. Pokud bychom se podívali na podíl skutečně trestně stíhaných a vyšetřovaných Vietnamců na území ČR, pak jejich počet se pohybuje kolem 2% v prvních dvou letech a od roku 2007 nepatrně klesá. Z těchto dat vyplývá, že v tištěných médiích je patrný proces negativní stereotypizace, tedy spojování Vietnamců převážně s negativním tématem kriminální činnosti bez ohledu na skutečnost. Dále můžeme konstatovat, že v souvislosti s touto skupinou obyvatel je kriminalita Vietnamců pro média nejatraktivnějším tématem. Důraz na kladenou negativitu v článcích může posilovat šanci u publika na přilákání pozornosti, ačkoliv se jedná o zjednodušený úhel pohledu.



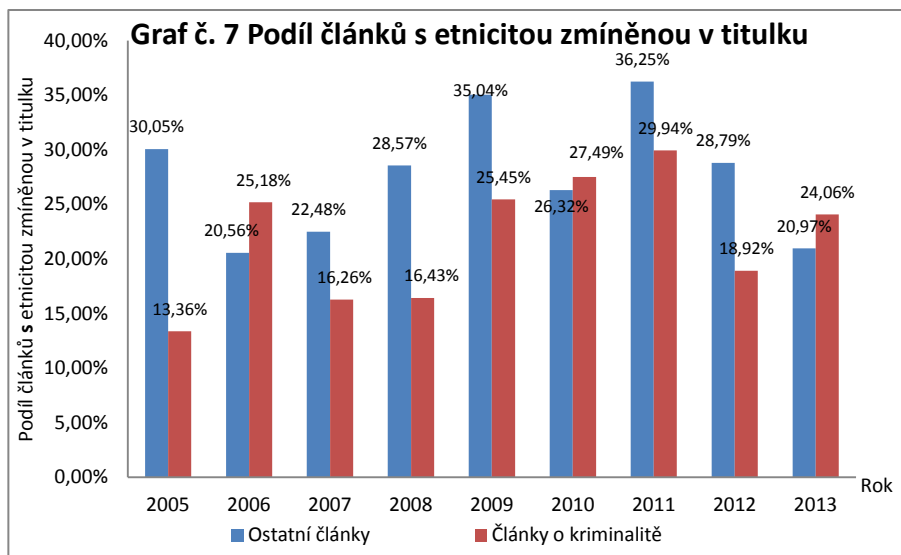
Zdroj: MVČR, vlastní obsahová analýza

V souvislosti s kriminalitou jsem se dále snažil potvrdit, zdali nedochází v tištěných médiích k titulkové xenofobii, tj. uvádění národnosti či etnické příslušnosti v titulku jako podstatného atributu pachatele nebo oběti i tam, kde to není podstatné. Problém je v tom, že čeští občané takto označováni nejsou, takže sdělením může čtenářům vsugerovat určité vysvětlení, že nebezpečí přichází od Vietnamců. V rámci analýzy jsem ověřoval hypotézu H4

*H4 Pokud se článek týká kriminality, je větší pravděpodobnost, že bude vietnamská etnicita přímo zmíněna v titulku, než když se článek týká jiných témat.*

Celkově bylo zjištěno 769 článků (23,5% všech článků), ve kterých se v titulku objevovala etnicita hlavního aktéra, přičemž nadpoloviční většina (458 článků) se týkala kriminality. Přibližně každý pátý článek o kriminalitě (21,5%) obsahuje v titulku národnost hlavního aktéra, aniž by tato informace byla zásadní pro význam prezentované informace, což ze všech analyzovaných článků představuje 14%. Zároveň je však nutné podotknout, že výzkum nezaznamenal hanlivá etnonyma nebo spíše nadávky adresované Vietnamců, jako například slovo „*rákosník*“ apod.

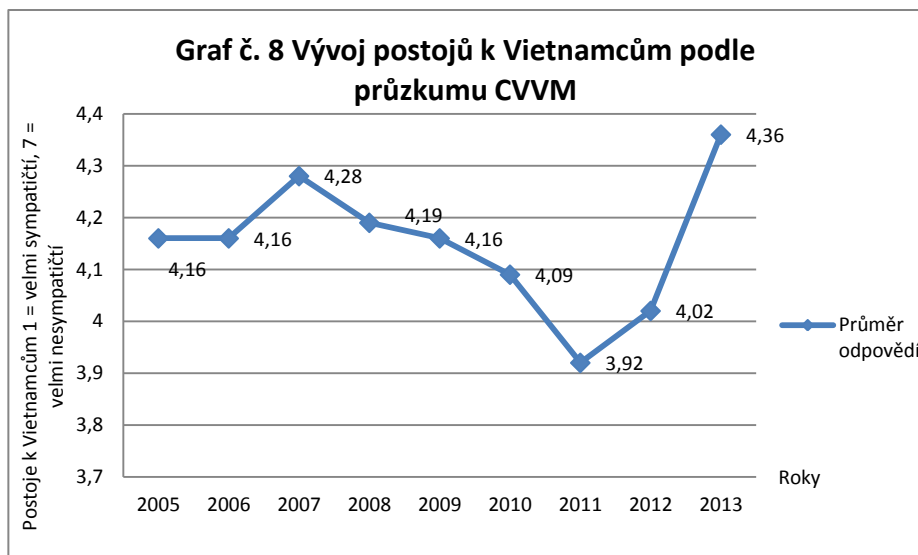
Pokud bychom se podívali na pravděpodobnost užívání etnicity v titulcích v souvislosti s kriminalitou, pak se výše uvedené hypotéza pro články za celé období nepotvrdila. Ačkoliv jsem zaznamenal výskyt etnicity v titulku u 21,5% všech kriminálních článků, u ostatních článků tvořil poměr 27,4%. Pomocí chí-kvadrát testu byla vypočítaná dosažená hladina významnosti  $p=0,000134$ , která je menší než 0,05 a přijmuta alternativní hypotéza o statistické významnosti rozdílů mezi etnicitou uváděnou v titulcích u kriminálních a ostatních článků. Můžeme tedy konstatovat, že pravděpodobnost výskytu etnicity v titulku je u kriminálních článků nižší než u ostatních článků. V případě jednotlivých let je situace obdobná: ve většině sledovaných let byl zaznamenán nižší výskyt etnicity v titulku u kriminálních článků než u ostatních témat. Výjimkou byly roky 2006, 2010 a 2013, avšak zjištěná hladina významnosti  $p$  dosahovala vyšších hodnot než 0,05, a rozdíly ve výskytu etnicity tak nebyly statisticky významné.



Zdroj: vlastní obsahová analýza

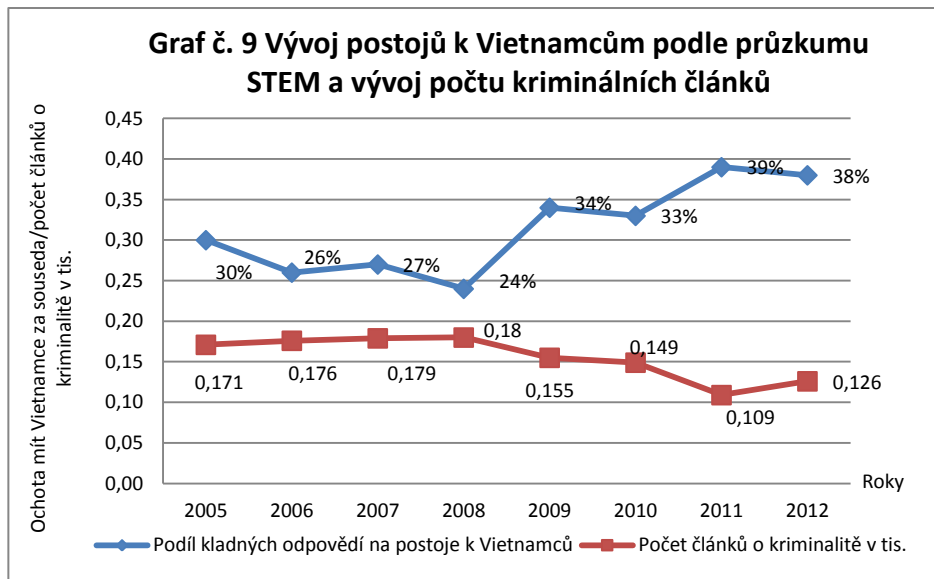
V poslední části kvantitativní analýzy jsem se pokusil vysvětlit vývoj postojů k Vietnamcům v jednotlivých letech na základě změn v počtu článků, které jsou v daném roce spojované s kriminalitou. Stanovil jsem hypotézu H5 *Čím více bude článků o kriminalitě v daném roce, tím horší postoj k Vietnamcům zaujímá majoritní obyvatelstvo podle průzkumu CVVM a STEM v jednotlivých letech.*

Agentura CVVM měří postoje k Vietnamcům na základě sedmibodové škály, na které bod 1 znamená „*velmi sympatičtí*“ a bod 7 „*velmi nesympatičtí*“. Dotazníková šetření probíhají každoročně, avšak od roku 2013 byla změněna sedmibodová škála na pětibodovou škálu. Výsledky z tohoto roku bylo nutné přepočítat na sedmibodovou škálu tak, aby byly porovnatelné s výsledky ostatních let. Při pohledu na výsledky dotazníkového šetření agentury CVVM korelační analýza nepotvrdila závislost mezi kriminálními články a postoji k Vietnamcům ve sledovaném období. Korelační koeficient byl vypočten  $(r)=0,36$  - slabou závislost, a hypotézu jsem tedy zamítl.



Zdroj: CVVM, Naše Společnost

Zajímavé výsledky jsem zjistil při korelační analýze druhého výzkumu postojů, prováděného agenturou STEM, a počtem článků o kriminalitě ve sledovaných letech. Agentura STEM měří postoje k Vietnamcům prostřednictvím odpovědi na otázku: „*Jak byste nesl(a), kdybyste měl(a) za souseda Vietnamce?*“ Podíly kladných odpovědí: „*Velmi dobře, bez problémů*“ představovaly data pro korelační analýzu, avšak bez dat za rok 2013, poněvadž v tomto roce se výzkum neuskutečnil. Korelační koeficient  $(r) = -0,95$  potvrdil velmi silnou zápornou závislost. Analýza tedy prokázala vztah mezi počtem pozitivních odpovědí na postoje k Vietnamcům a počtem kriminálních článků. Můžeme potvrdit, že čím více se píše v médiích denního tisku o Vietnamcích v souvislosti s kriminalitou, tím horší jsou postoje k Vietnamcům podle průzkumu agentury STEM. Zdali jsou postoje k Vietnamcům způsobené opravdu jen působením negativních stereotypů, je diskutabilní a obtížně měřitelné, avšak byla prokázána určitá souvislost. Zároveň se jedná o relativně překvapivý výsledek, poněvadž jsem předpokládal, že negativní stereotyp spíše ovlivní sympatie k Vietnamcům, než ochotu mít Vietnamce za souseda.



Zdroj: STEM, Trendy, vlastní obsahová analýza

## 8 Analýza vybraných článků

Na základě výsledků dat jsem se snažil poukázat na stereotypní obraz Vietnamců, který je v denním tisku prezentován. Analýza potvrdila silný akcent na prezentaci Vietnamců jako kriminálních. V této kapitole zaměřím pozornost na prostředky, které zkoumané české deníky využívají k posilování a reprodukci tohoto stereotypu.

Typickou strategií, jak udržovat mediální obraz Vietnamce jako kriminálního, představuje zdůrazňování etnicity pachatele.

*“V Hatích včera začala demolice ohořelého centra. Policie pátrá po Vietnamci, který požár způsobil”<sup>1</sup>*

*“V regionu stále kvete obchod s padělaným alkoholem. Celníci v minulých dnech například zadrželi tři Vietnamce, které sledovali od října. Muži, kteří měli své provozovny či bydliště v Petrovicích u Karviné, Marklovicích, Orlové a Bohumíně, nelegálně vyráběli a prodávali alkohol. Při prohlídkách deseti objektů a pozemků zabavili celníci téměř 2 300 litrů lihovin, jejichž prodejem by cizinci připravili stát o půl milionu korun na dani.”<sup>2</sup>*

Pro ilustraci zdůrazňování vietnamského původu pachatelů jsem vybral dvě výše uvedené citace. První zmínka pochází z článku, který vypovídá o pátrání policistů po občanu vietnamské národnosti, jenž založil požár v obchodním centru Excalibur City. V článku je uvedeno, že pachatel má na svědomí demolici části obchodního centra a policie se při hledání zaměřuje na letištní a hraniční přechody. Tento příspěvek je příkladem článku, ve kterém novináři odůvodněně informují o etnickém původu pachatelů, jelikož slouží jako jedna z charakteristik popisu hledaných osob.

<sup>1</sup> In „Část Excaliburu musí k zemi“ (MF Dnes, 28.12.2006)

<sup>2</sup> In „Vietnamci ve velkém padělali alkohol“ (MF Dnes, 4.5.2010)

Druhá citace byla vybrána z článku, který informuje o zásahu celníků ve skladech s padělaným alkoholem. Na denotativní úrovni článek popisuje pachatele, místo a množství zabaveného alkoholu včetně škody. Na konotativní úrovni článek asociuje pocit, že vysoký výskyt kriminality v dané oblasti je spojen s etnicitou pachatelů. Zde je zmínka o národnostní příslušnosti zbytečná. V poslední citované větě navíc autor zdůrazňuje nebezpečí, které představují cizinci pro společnost v případě, že nedojde k jejich dopadení.

Další případ, kdy je zdůrazňována etnicita pachatele, představuje kriminální činnost spojená s pěstováním marihuany - jako například v následujícím článku.

*“Vietnamci si obvykle vyhlédnou opuštěný zemědělský objekt v odlehlých částech obcí a v něm zřídí sofistikovanou výrobu drogy. V halách speciálně šlechtí marihuanu, používají hnojiva, zavlažovací systém, ultrafialové lampy, větráky. Občas mají objekty pod dohledem kamer, aby se „zahrádníci“ včas dozvěděli o návštěvě a mohli uprchnout.”<sup>3</sup>*

Článek informuje o nalezené pěstírně konopí, kterou objevili hasiči po zlikvidování požáru v teplické čtvrti Trnovany. Policie v objektu pachatele nedopadla, avšak podle tiskové mluvčí se může jednat o občana vietnamské národnosti. V článku pak mluvčí detailně popisuje, jakým způsobem Vietnamci vyrábí drogu. Na základě uvedených informací může čtenář nabýt představy, že Vietnamci jsou experty v pěstování konopí, poněvadž používají důmyslná a efektivní zařízení na výroby drogy. V tomto případě je posilován stereotyp Vietnamců - kriminálníků tím, že se chování konkrétního jedince přisuzuje chování charakteristické pro celou menšinu. Z citovaného úryvku vyplývá, že Vietnamci pracují organizovaně s naplánovanými pracovními postupy, což podporuje stereotyp tvrdě pracujících (byť v jiném slova smyslu.) Další nedostatek představuje absence vyjádření vietnamské menšiny nebo alespoň vietnamského zástupce k danému problému. Zajímavé je také přirovnání Vietnamců k „zahrádníkům“, které se objevuje v podobných člancích velmi často, viz. například následující citace z článku.

<sup>3</sup> In „Kraj je rájem pěstitelů "trávy" (MF Dnes,22.8.2009)



*„Odhalování podobných pěstíren nebývá v posledních letech na Děčínsku i jinde v kraji výjimkou, často patří vietnamským zahradníkům.“<sup>4</sup>*

Zahradník je člověk, který se odborně zabývá zahradnictvím. Přirovnání občanů vietnamské národnosti k zahradníkům v souvislosti s pěstováním konopí může vyvolat pocit, že je tato forma obživy pro Vietnamce přirozená. Také zde můžeme vidět označení, které je přisuzováno celé skupině vietnamských obyvatel, aniž by měli Vietnamci možnost se k mediálnímu obrazu vlastní skupiny vyjádřit.

Další strategií upevňování stereotypu Vietnamců - kriminálků je mediální umocňování zpravodajských hodnot negativity, konfliktu a expresivity užíváním slov a slovních spojení typu „řádění gangů“, <sup>5</sup> *surově podříznout*, <sup>6</sup> nebo „zřetovaný Vietnámec“<sup>7</sup> a zobecňováním nebezpečnosti a útočnosti Vietnamců na různé typy trestných činů a přestupků. Užívání expresivních výrazů jsem zaznamenal také v citaci z následujícího článku, který vyšel v Blesku a popisuje nelegální výrobu drog.

*„Továrna na drogy! Takový podnik v Česku provozoval gang šesti Vietnamců. Ve čtyřech varnách vyráběli obrovské množství pervitinu, který pak vyváželi do Německa. Policisté našli v Karlovarském a Jihočeském kraji čtyři varny, kde bylo obrovské množství pervitinu a surovin k jeho výrobě. "Podařilo se zajistit 14 kg metamfetaminu, dalších 100 kg chemické látky určené výrobě a sedm tun nebezpečných toxických odpadních louhů z výroby," uvedla mluvčí.“<sup>8</sup>*

<sup>4</sup> In „Policie odhalila pěstírnu s konopím“ (Právo, 9.12.2011)

<sup>5</sup> In „Tři Vietnamci jsou ve vazbě, unesli krajana“ (Právo, 17.8.2009)

<sup>6</sup> In „Muže ubodali, ženu podřízli!“ (Blesk, 14.10.2010)

<sup>7</sup> In „Majitel pitbulů má další problém“ (MF Dnes, 25.8.2009)

<sup>8</sup> In „Našli továrnu na drogy!“ (Blesk, 22.10.2013)

V článku je použito několik citově zabarvených výrazů, jejichž spojení s etnickou příslušností pachatele negativně zkresluje obraz celé skupiny. Spojením slov „továrna na drogy“ autor sdělované informaci přidává hodnotící význam tím, že zdůrazňuje rozsah kriminální činnosti. Stejný článek jsem našel v deníku MF Dnes, kde je však informace prezentovaná jiným způsobem:

*“Policisté zlikvidovali skupinu výrobců metamfetaminu. Při zásahu zadrželi největší množství drog v rámci jedné operace na území Česka. V jejich rukou skončili dva Češi a čtyři Vietnamci a odhalili dosud největší varnu na území hlavního města. Za jeden den v ní bylo možné "uvařit" 15 kg pervitinu.”<sup>9</sup>*

V porovnání s předchozím článkem vyznívá tento přece jenom o poznání lépe. V článku nejsou uvedeny expresivní výrazy a kromě označení vietnamské národnosti pachatele je uvedena také česká národnost. Je však stále sporné, zdali je zmínka o národnostní příslušnosti důležitá pro pochopení článku.

<sup>9</sup> In “Každý den uvařili 15 kilo pervitinu” (MF Dnes, 22.10.2013)

## 9 Závěr

Média hrají velkou roli při utváření pohledu většinové společnosti na cizince. Často může docházet jejich prostřednictvím ke zkreslení představy o jednotlivých cizincích a neúplné či nevyvážené informace vést k mylné interpretaci faktů a tím přispívat k vytváření negativních obrazů. Ve svém výzkumu jsem se zajímal, zdali také v českém tisku nedochází k posilování a reprodukci negativních stereotypů o cizincích, kteří žijí na našem území.

Jak již bylo uvedeno, cílem bylo zjistit, zdali nedochází k podreprerentaci a stereotypizaci této menšiny v tisku a prokázání případné závislosti mezi obsahem mediálního sdělení a změnou postoje k obyvatelstvu vietnamské národnosti. Inspirací pro můj výzkum byla skutečnost, že výzkumy zabývající se touto problematikou preferují převážně analýzy reprezentace Romů v médiích a vietnamská tematika není příliš probádána.

Podle zjištění Van Dijka (1987) zůstávají etnické menšiny také menšinou v tisku a není jim věnováno příliš mnoho pozornosti. V porovnání s ostatními menšinami žijícími v ČR také vietnamské menšině není věnováno příliš prostoru. Na základě indexu mediální přítomnosti připadá na 100 obyvatel vietnamské národnosti necelých 8 článků, které se nějakým způsobem dotýkají života Vietnamců u nás, což představuje po Moldavanech a Ukrajincích třetí nejmenší počet článků. Je však třeba zmínit, že uvedený počet může být ovlivněn nepřesností při sběru dat z informační databáze článků.

V rámci obsahové analýzy jsem identifikoval tři nejvýznamnější kontexty, skrz které se Vietnamci do tisku dostávají. Jedná se o kontext kriminality, vietnamských tržišť a života Vietnamců v ČR. Nejčastěji se jedná o regionální články mající deskriptivní charakter. Většina článků, která o Vietnamcích informuje, nějakým způsobem souvisí s kriminalitou a představuje tak hlavní sdělení o životě Vietnamců. Téměř v každém druhém článku (průměrně 42%) je prezentován občan vietnamské národnosti jako hlavní pachatel trestného činu, nejčastěji v souvislosti s násilím či vraždou, pašováním zboží nebo pěstováním marihuany. Téma kriminality je také

nejvíce zastoupeno na předních stranách deníků, avšak v porovnání s jinými kontexty je nižší pravděpodobnost, že se na titulce objeví.

Míru korespondence mediálního obrazu s realitou jsem zkoumal prostřednictvím zjištěných údajů MVČR o počtu trestně stíhaných a vyšetřovaných osob vietnamské národnosti. Statistická evidence MVČR potvrdila, že obraz, který média denního tisku podávají o občanech vietnamské národnosti, posiluje negativní stereotypizaci této menšiny, poněvadž skutečný počet stíhaných osob dosahoval ve sledovaných letech v průměru kolem 1,5% všech osob vietnamské národnosti v ČR. Jakým způsobem mohou tyto negativní stereotypy o Vietnamcích ovlivnit postoje čtenářů, jsem se snažil zjistit korelační analýzou. Analýza potvrdila silný vztah mezi výskytem kriminálních článků a postoji k Vietnamcům, tak jak je měřen výzkumnou agenturou STEM, což může podporovat další hypotézu o dlouhodobých účincích médií. Na základě těchto výsledků se můžeme domnívat, že mediální obraz Vietnamců vede čtenáře k přesvědčení, že Vietnamská komunita je plná násilníků, pašeráků nebo pěstitelů marihuany, což se projevuje v postojích čtenářů k této menšině. Pro potvrzení této hypotézy by však bylo potřeba navrhnout a provést další výzkum.

Další aspekt, který byl v rámci obsahové analýzy zkoumán, představoval výskyt tzv. „*titulkové xenofobie*“, neboli uvádění etnické příslušnosti pachatele v titulku u článků, které se věnují kriminalitě. Zhruba v každém sedmém článku můžeme nalézt spojení etnicity v titulku s kriminální činností v článku, avšak samotné téma kriminality nezvyšuje pravděpodobnost uvádění etnicity v titulku. Nejčastěji se v titulcích objevuje etnonym „*Vietnamec*“, a to nejen v souvislosti s kriminalitou ale i ve spojení s pozitivními kontexty.

Možná největší prohřešek při prezentaci Vietnamců v tisku spočívá v nemožnosti Vietnamců vyjádřit se ke kauzám, které se jich nějakým způsobem týkají. V rámci výzkumu byl zaznamenán nízký podíl přímých či nepřímých citací Vietnamců, které by umožňovaly vyjádřit perspektivu vietnamské menšiny. Občané vietnamské národnosti nemají téměř žádný prostor k tomu, aby o sobě mohli něco říci a měli možnost komentovat obraz vlastní skupiny, což potvrzuje výzkumné závěry Klvačové s Bitrichem (2003) nebo Cottleho (2000). Oprávněnou námitkou ze strany novinářů může být jazyková bariéra nebo obtížné přesvědčení Vietnamce k poskytnutí informace,

avšak je třeba upozornit i na jiné způsoby získání informace - například kontaktování spolku nebo sdružení, které pomáhají Vietnamcům v České republice.

Na závěr bych rád nastínil, jakým směrem by se mohl zaměřovat další výzkum spojený s touto problematikou. Předkládaná obsahová analýza se zaměřuje na samotné texty článků, bylo by však zajímavé zjistit, jakým způsobem vnímají čtenáři tyto mediální texty, zdali předkládané stereotypy odpovídají tomu, co si o nich čtenáři myslí. Rovněž by stálo za úvahu zjistit, jakým způsobem dochází ke konstrukci stereotypů v rámci novinářské praxe.

## 10 Seznam použité literatury a pramenů

BERGER, P., T. LUCKMANN. 1999. *Sociální konstrukce reality*. Brno : Centrum pro studium demokracie a kultury.

BLAFKOVÁ, M. *Specifika života vietnamské komunity v ČR* [online] [cit. 28.2.2015]. Dostupné z: <<http://www.e-polis.cz/clanek/specifika-zivota-vietnamske-komunity-v-cr.html>>

BROUČEK, S. 2005. Historie imigrace z Vietnamu do českých zemí [online] [cit. 28.2.2015]. Dostupné z: <<http://www.klubhanoi.cz/view.php?cislocianku=2005040901>>

BROUČEK, S. 2003. *Imigrace, adaptace, majorita: Český pohled na Vietnamce: (mediální obraz Vietnamu, Vietnamců a vietnamství)*. Praha : Etnologický ústav AV ČR,

BURTON, G., J. JIRÁK. 2001. *Úvod do studia médií*. Brno : Barrister & Principal

CAMPBELL, CH. P. 1995. *Race, Myth and The News*. Thousand Oaks: SAGE Publications.

COTTLE, S.(ed.) 2000. *Ethnic minorities and the media*. Buckingham : Open University Press

CVVM. „Vztah k národnostním skupinám žijícím v ČR“ in *Naše Společnost*. 2005 – 2009. [online] [cit. 03.3.2015] Dostupné z: <[http://cvvm.soc.cas.cz/media/com\\_form2content/documents/c1/a3627/f3/100903s\\_ov90506.pdf](http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a3627/f3/100903s_ov90506.pdf)>

CVVM. „Vztah Čechů k národnostním skupinám žijícím v ČR“ in *Naše Společnost*. 2010. [online] [cit. 28.2.2015] Dostupné z:

<[http://cvvm.soc.cas.cz/media/com\\_form2content/documents/c1/a3765/f3/101041s\\_ov100604b.pdf](http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a3765/f3/101041s_ov100604b.pdf)>

CVVM. „Vztah Čechů k národnostním skupinám žijícím v ČR“ in *Naše Společnost*. 2011. [online] [cit. 03.3.2015] Dostupné z:

<[http://cvvm.soc.cas.cz/media/com\\_form2content/documents/c1/a3857/f3/101135s\\_ov110415.pdf](http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a3857/f3/101135s_ov110415.pdf)>

CVVM. „Vztah Čechů k národnostním skupinám žijícím v ČR“ in *Naše Společnost*. 2012. [online] [cit. 03.3.2015] Dostupné z:

<[http://cvvm.soc.cas.cz/media/com\\_form2content/documents/c1/a6808/f3/ov120413.pdf](http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a6808/f3/ov120413.pdf)>

CVVM. „Vztah Čechů k národnostním skupinám žijícím v ČR“ in *Naše Společnost*. 2013 [online] [cit. 03.3.2015] Dostupné z:

<[http://cvvm.soc.cas.cz/media/com\\_form2content/documents/c1/a6986/f3/ov130415.pdf](http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a6986/f3/ov130415.pdf)>

Český statistický úřad (ČSÚ) 2014 [online] [cit. 03.3.2015] Dostupné z:

<[https://www.czso.cz/csu/cizinci/2-ciz\\_pocet\\_cizincu-001](https://www.czso.cz/csu/cizinci/2-ciz_pocet_cizincu-001)>

Český statistický úřad (ČSÚ) 2014 [online] [cit. 03.3.2015] Dostupné z:

<[https://www.czso.cz/csu/cizinci/4-ciz\\_zamestnanost#cr](https://www.czso.cz/csu/cizinci/4-ciz_zamestnanost#cr)>

Český statistický úřad (ČSÚ) 2011 [online] [cit. 03.3.2015] Dostupné z:

<[https://www.czso.cz/csu/cizinci/4-ciz\\_nabyvani\\_obcanstvi#cr](https://www.czso.cz/csu/cizinci/4-ciz_nabyvani_obcanstvi#cr)>

DRBOHLAV, M., D. KUČERA 2012. *Vietnamci v Čechách jak je známe i neznáme aneb (ne)zdravá konkurence*. Praha: PRIME SAFETY s.r.o.

GIDDENS, A. 1999. *Sociologie*. Praha: Argo.

HEJHALOVÁ, I. 2013. *Od trhovce k vietnamské pěstírně marihuany*. [online] [cit. 28.2.2015]

Dostupné z: <<http://www.newtonmedia.cz/cs/mediainfo-cz/analyzy/od-trhovce-k-vietnamske-pestirne-marihuany/detail>>

JANDOUREK, J. 2009. *Úvod do sociologie*. Praha: Portál

JIRÁK, J. 2005. „O stereotypch v médiích aneb Svět, který vidí média.“ *Metodický portál RVP* [online] [cit. 21. 2. 2015] Dostupné z: <<http://www.rvp.cz/clanek/438/284>>

JIRÁK, J., B. KÖPPLOVÁ. 2007. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha : Portál

KADERKA, P., K. KARHANOVÁ 2002 *Obráz cizinců v médiích. Zpráva o projektu za rok 2002*. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR [online]. [cit. 28.2.2015]. Dostupné z: <[http://bluesimba.net/img\\_upload/c5618853bfbeef8dd1de5668410ec138/Obraz\\_cizincu\\_v\\_mediich\\_Zprava\\_o\\_projektu\\_za\\_rok\\_2002.pdf](http://bluesimba.net/img_upload/c5618853bfbeef8dd1de5668410ec138/Obraz_cizincu_v_mediich_Zprava_o_projektu_za_rok_2002.pdf)>.

KLVAČOVÁ, P., T. BITRICH. 2003. *Jak se (ne)píše o cizincích*. Praha: Multikulturní centrum [online]. [cit. 28.2.2015] 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)>

KOCOUREK, J. 2006. „Vietnamci v současné ČR“ In: ČERNÍK, J. [et al.] *S vietnamskými dětmi na českých školách*. Jinočany: H & H Dostupné z: <[http://www.klubhanoi.cz/pdf/S\\_vietnamskymi\\_detmi.pdf](http://www.klubhanoi.cz/pdf/S_vietnamskymi_detmi.pdf)>

KRIPPENDORF, K. 2004. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications

KUNCZIK, M. 1995. *Základy masové komunikace*. Praha : Karolinum.

LIPPMANN, W. 1965. *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Copany.



MCCOMBS, M. 2009. *Agenda Setting. Nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál.

MCQUAIL, D. 2007. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.

MÜLLEROVÁ, P. 2008. „Vietnamské etnikum v České republice.“ In ŠIŠKOVÁ, T. (ed.). *Výchova k toleranci a proti rasismu*. Praha : Portál

MVČR. 2005-2013. *Zpráva o situaci v oblasti migrace na území České republiky*. [online]. [cit. 03.3.2015] Dostupné z: <<http://www.mvcr.cz/clanek/migracni-a-azylova-politika-ceske-republiky-470144.aspx?q=Y2hudW09NA%3d%3d>>

PECHOVÁ, E., Š. MARTÍNKOVÁ. 2010. *Vietnamci, Mongolové a Ukrajinci v ČR: Pracovní migrace, životní podmínky, kulturní specifika*. Praha: MVČR [cit 28.2.2015] Dostupné z: < [http://www.clovekvtisni.cz/uploads/file/1367397604-metodika\\_cizinci\\_web.pdf](http://www.clovekvtisni.cz/uploads/file/1367397604-metodika_cizinci_web.pdf)>

PECHOVÁ, E., Š. MARTÍNKOVÁ. 2011. Náboženské a etnické menšiny III: Vzdělávání a výchova žáků. *Vietnamská menšina v ČR: Náboženství, kultura, soužití* [online] [cit. 28. 2. 2015], Dostupné z: < <http://www.klubhanoi.cz/pdf/kestazeni/IdentityVKonfrontaci-VietnamskaMensina.pdf> >

PETRUSEK, M. (red.), 1996. *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum

Rada vlády pro národnostní menšiny [online] [cit 28.2.2015]. Dostupné z: <<http://www.vlada.cz/cz/ppov/rnm/historie-a-soucasnost-rady-15074/>>

ROUGHERI, CH. 1999 *Aliens of Gypsy Descent: Romani Images in the Greek Press*. [online] [cit 28.2.2015] Dostupné z: < <http://www.errc.org/cikk.php?cikk=1160>>

SHOEMAKER, P. 1997. „A new gatekeeping model.” In: BERKOWITZ, D. *Social meanings of news : a text reader*. Los Angeles: Sage

SEDLÁKOVÁ , R. 2015. *Výzkum médií. Nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada

STEM. „Vývoj hodnocení vztahu k jiným národům a etnikům“ in *Trendy 2005-2011*. [online] [cit. 03.3.2015] Dostupné z: <<http://www.stem.cz/clanek/2195>> -plná verze výzkumu poskytnuta střediskem na vyžádání-

STEM. „Jaký je vztah občanů ČR k různým národům a etnikům“ in *Trendy 2012*. [online] [cit. 03.3.2015] Dostupné z: <<http://www.stem.cz/clanek/24545>> -plná verze výzkumu poskytnuta střediskem na vyžádání-

STRAUSS, A., J. CORBIN. 1999. *Základy kvalitativního výzkumu*. Boskovice: Albert.

TRAMPOTA, T. 2006. *Zpravodajství*. Praha : Portál

TRAMPOTA, T., M.VOJTĚCHOVSKÁ .2012. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál

Ústav lékařské biofyziky, Lékařská fakulta Univerzity Palackého. *Cvičení ze Statistiky III* [online] [cit. 10. 3. 2015] Dostupné z: <<http://ulb.upol.cz/praktikum/statistika3.pdf>>

Unie vydavatelů a Asociace komunikačních agentur (AKA). 2014. *Odhad čtenosti tisku – Media projekt*. [online] [cit. 03. 3. 2015] Dostupné z: <<http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/Media%20projekt%20-%20ro%C4%8Dn%C3%AD%20data%202014.pdf>>

VAN DIJK, T. A. 1987. *Communicating racism: Ethnic Prejudice in Thought and Talk*. Newbury park CA: SAGE Publicatons.

VAN DIJK, T. A. 2000.„New(s) Racism: A Discourse analytical approach.“ In: COTTLE, S. (ed). *Ethnic Minorities and the Media*. Buckingham: Open University

Zákon č. 273/2001 Sb., o právech příslušníků národnostních menšin a o změně některých zákonů.

## 11 Resumé

This thesis is focused on the media image of the Vietnamese in the Czech press. In the theoretical section there are described the basic concepts and theories based on the concept of reality constructed by media. The research is based on a quantitative content analysis of media newspapers in the period 2005 to 2013.

The aim is to verify whether there is under-representation and stereotyped characterization of the Vietnamese in the media newspapers. At the same time I have tried to explain changes in the evolution of attitudes to the Vietnamese by the survey of CVVM and STEM agencies. For the description of the most commonly occurring stereotypes I will use qualitative analysis

The results of my research showed relatively large Vietnamese minority under-representation in the press in comparison with other minorities living in our country. It should be noted however, that the results may be biased by the selection of analyzed articles from the database. The most common context in which the Vietnamese appear in print represent articles associated with crime. Based on the available data of MVČR I have managed to prove the negative stereotyping of the Vietnamese as criminals, since the actual number of crimes is much smaller than it is presented in the daily press. Whether the resulting negative image of the Vietnamese in the media can influence the attitudes of the population of the Czech Republic, I was trying to prove by a correlation analysis, which confirmed the relationship between criminal elements and attitudes to the Vietnamese by the survey of the STEM agency. Another aspect, by which the Vietnamese media image is characterized, is little space for their self-presentation. The Vietnamese citizens have almost no space to be able to say something about themselves and to have the opportunity to comment on the image of its own group.

## 12 Přílohy

**Příloha 1 Tabulka č. 3 Počet článků podle hlavního kontextu a podkategorií**

Hlavní kontext	Podkategorie	Počet článků abs. četnost	Počet článků rel. četnost
Jiné	jiné	81	2,5%
Kriminalita	ilegální pobyty, převaděčství	130	4,0%
	jiné	195	6,0%
	krádeže	96	2,9%
	násilí	387	11,8%
	nelegální výroba a distribuce alkoholu	44	1,3%
	nelegální výroba a distribuce marihuany	250	7,7%
	nelegální výroba a distribuce tvrdých drog	188	5,8%
	nelegální výroba, dovoz a distribuce cigaret	73	2,2%
	obchod s lidmi	22	0,7%
	padělané zboží	291	8,9%
	podvody se státními orgány, korupce	194	5,9%
	vraždy	208	6,4%
	žhářství	55	1,7%
Podnikání	odchod ze stánků do kamenných obchodů	43	1,3%
	provozování večerek	36	1,1%
Práce Vietnamců v továrnách	Práce Vietnamců v továrnách	44	1,3%
Statistiky	statistiky a počty o obyvatelstvu	39	1,2%
Tržnice	jiné	61	1,9%
	nekvalitní zboží	19	0,6%
	popis, vzhled, život na tržišti	41	1,3%
	prodávání nebezpečné pyrotechniky	18	0,6%
	prodávání padělaného zboží	94	2,9%
	provozování stánků	59	1,8%
	výstavba, opravy, přesuny, demolice	97	3,0%
Vietnamská kultura	konzumace psů	15	0,5%
	kuchyně	18	0,6%
	kultura, svátky, zvyky	92	2,8%
Vietnamské děti	chování, volný čas	23	0,7%
	nadprůměrné výsledky	22	0,7%
	problematika češtiny	6	0,2%
	vzdělávání na českých školách	47	1,4%
Zajímavé osudy	zajímavé osudy - Human interest story	15	0,5%
Život Vietnamců v ČR	druhá generace Vietnamců	12	0,4%
	integrace, bydlení, životní styl, volný čas	182	5,6%
	povaha, chování	48	1,5%
	problematika češtiny	22	0,7%
Celkem		3 267	100,0%

## **Příloha 2 Seznam tabulek a grafů**

Graf. č.1 Počet článků v jednotlivých letech podle druhu deníku

Graf. č.2 Hloubka informací podle druhu deníku

Graf. č.3 Geografické zarámování článků podle druhu deníku

Graf. č.4 Četnost článků s citacemi Vietnamců v kauzách podle druhu deníků

Graf. č.5 Podíl velmi významných článků podle druhu kontextu

Graf. č.6 Počet článků, ve kterých vystupují Vietnamci jako aktéři trestných činů

Graf. č.7 Podíl článků s etnicitou zmíněnou v titulku

Graf. č.8 Vývoj postojů k Vietnamcům podle průzkumu CVVM

Graf. č.9 Vývoj postojů k Vietnamcům podle průzkumu STEM a vývoj počtu  
kriminálních článků

Tab. č.1 Významnost článků podle umístění a rozsahu

Tab. č.2 Počet článků podle hlavní kontextu (bez podkategorií)

Tab. č.3 Počet článků podle hlavního kontextu a podkategorií

### **Příloha 3 Seznam kvalitativně interpretovaných článků**

- „Část Excaliburu musí k zemi“, 28.12.2006, *MF Dnes*
- „Vietnamci ve velkém padělali alkohol“ , 4.5.2010, *MF Dnes*
- „Kraj je rájem pěstitelů "trávy",22.8.2009, *MF Dnes*
- „Policie odhalila pěstírnu s konopím“, 9.12.2011, *Právo*
- „Tři Vietnamci jsou ve vazbě, unesli krajana“ , 17.8.2009, *Právo*
- „Muže ubodali, ženu podřízli!“ , 14.10.2010, *Blesk*
- „Majitel pitbulů má další problém“ , 25.8.2009, *MF Dnes*
- „Našli továrnu na drogy!“ , 22.10.2013, *Blesk*
- „Každý den uvařili 15 kilo pervitinu“ , 22.10.2013, *MF Dnes*

## **Příloha 4 Kódovací klíč**

### **Identifikační číslo článku**

- Kóduje se ve formátu podle čísla, pod kterým je článek uložen v databázi anopress

### **Den vydání**

- Kóduje se ve formátu podle dne v měsíci, kdy článek vyšel v tisku

### **Měsíc vydání**

- Kóduje se podle měsíce, kdy článek vyšel v tisku (př. článek v lednu se kóduje 1, v únoru 2, atd.)

### **Rok vydání**

- Kóduje se ve formátu podle roku, kdy článek vyšel v tisku

### **Denik**

- Kóduje se podle deníku, ve kterém vyšel článek

1. Blesk
2. MF Dnes
3. Právo

### **Umístění**

- Kóduje se podle strany, na které vyšel článek

1. Titulní strana
2. Druhá až pátá strana, v případě Blesku druhá až třetí strana
3. Ostatní strany

### **Rozsah**

- Kóduje se podle počtu slov daného článku

1. Článek o rozsahu 701 a více slov, v případě Blesku 401 a více slov

2. Článek o rozsahu 401 – 700 slov, v případě Blesku 200 – 401 slov
3. Článek o rozsahu 0 – 400 slov, v případě Blesku 0-200 slov

### **Hloubka informace**

- Kóduje se do jaké míry je článek deskriptivní nebo analytický

1. Deskriptivní článek
2. Analytický článek

### **Geografické zarámování informace**

- Kóduje se podle způsobu, jakým jsou informace v předkládaném článku zarámovány

1. Regionální (případně lokální) agenda
2. Celostátní agenda
3. Nadnárodní agenda

### **Kauza**

- Kóduje se podle toho, zdali se jedná o ohraničnou událost, která se vztahuje k občanům vietnamské národnosti

1. Ano
2. Ne

### **Citace příslušníka vietnamské minority**

- Kóduje se podle toho, zda-li článek obsahuje citaci příslušníka vietnamské menšiny

1. Ano
2. Zprostředkovaná, nepřímá citace
3. Ne



### **Hlavní nositelé informací**

- Kóduje se podle hlavního zdroje informací, ze kterého čerpá autor článku

1. Policie a ministerstvo vnitra
2. Státní orgány a instituce
3. Místní samospráva
4. Osobnost majoritní populace
5. Občan majoritní populace
6. Osobnost vietnamské národnosti
7. Občan vietnamské národnosti
8. Organizace sdružující cizince
9. Jiné

### **Hlavní kontext článků**

- Kóduje se podle toho, v jaké souvislosti je v článku Vietnavec(ci) především zmiňován. Pokud se v článku vyskytuje více souvislostí, kóduje se ta souvislost, které je v článku věnováno nejvíce prostoru podle počtu slov

1. Vietnamské děti – vzdělávání na českých školách
2. Vietnamské děti – chování, volný čas
3. Vietnamské děti – problematika češtiny
4. Vietnamské děti – nadprůměrné výsledky
5. Život Vietnamců v ČR – povaha, chování
6. Život Vietnamců v ČR – integrace, bydlení, životní styl, volný čas
7. Život Vietnamců v ČR – problematika češtiny
8. Život Vietnamců v ČR – druhá generace Vietnamců
9. Zajímavé osudy – human interest story
10. Vietnamská kultura v ČR – kultura, svátky, zvyky
11. Vietnamská kultura v ČR - kuchyně
12. Vietnamská kultura v ČR – konzumace psů
13. Práce Vietnamců v továrnách
14. Podnikání – provozování večerek
15. Podnikání – odchod ze stánků do kamenných obchodů

16. Tržnice – popis, vzhled, život na tržišti
17. Tržnice – nekvalitní zboží
18. Tržnice – provozování stánků
19. Tržnice – výstavba, opravy, přesuny, demolice
20. Tržnice – prodávání padělaného zboží
21. Tržnice – prodávání nebezpečné pyrotechniky
22. Tržnice – Jiné
23. Kriminalita – padělané zboží
24. Kriminalita – ilegální zboží, převaděčství
25. Kriminalita – podvody státních orgánů, korupce
26. Kriminalita – nelegální výroba a distribuce tvrdých drog
27. Kriminalita – nelegální výroba a distribuce marihuany
28. Kriminalita – nelegální výroba a distribuce alkoholu
29. Kriminalita – nelegální výroba, dovoz a distribuce cigaret
30. Kriminalita - žhářství
31. Kriminalita - krádeže
32. Kriminalita - násilí
33. Kriminalita - vraždy
34. Kriminalita- obchod s lidmi
35. Kriminalita - jiné
36. Statistiky a počty o obyvatelstvu
37. Jiné

### **Role Vietnamce (ky) v souvislosti s kriminální činností**

- Kóduje se podle role aktéra vietnamské osobnosti v kriminálních člancích

1. Obyvatel (é), občan (é) Vietnamu
2. Žena (y) z Vietnamu, muž (i) z Vietnamu
3. Žena (y), muž (y), lidé vietnamského původu, vietnamské národnosti
4. Vietnamec (ka, ci)
5. Není
6. Jiné

### **Hodnotové zabarvení článku**

- Kóduje se podle toho, v jakém světle jsou Vietnamci v tisku prezentováni. Jedná se zde spíše o vyznění jak ho chápe čtenář. Hodnocení je tedy subjektivní

1. Problematický tón

2. Neutrální tón

3. Pozitivní tón