

UNIVERZITA KARLOVA

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2020

Martina Turňová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Reprezentace České republiky ve francouzském tisku

Diplomová práce

Autor práce: Martina Turňová

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Tereza Klabíková Rábová, Ph.D.

Rok obhajoby: 2020

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 20. 5. 2020

Martina Turňová

Bibliografický záznam

TURŇOVÁ, Martina. *Reprezentace České republiky ve francouzském tisku*. Praha, 2020. 91 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Tereza Klabíková Rábová, Ph.D.

Rozsah práce: 116 787 znaků

Anotace

Předmětem diplomové práce „Reprezentace České republiky ve francouzském tisku“ je analýza zmínek o České republice ve vybraných francouzských denících Le Figaro a L’Humanité. Analýza je provedena kombinací smíšené metody, přičemž pro kvantitativní část analýzy byla užita kvantitativní obsahová analýza a pro kvalitativní část byla užita metoda konstantní komparace. Vzorek výzkumu tvoří celkem 515 článků obou deníků obsahující zmínku o České republice, jež byly publikovány mezi lety 2017–2019. Cílem diplomové práce je dosažení odpovědí na výzkumné otázky, kterými autorka zjišťuje tematickou agendu příspěvků, na mediální obraz o české politice a politických aktérech, na vyobrazení česko-francouzských vztahů a na relevanci aplikace typologie kultur Geerta Hofstedeho pro mediální výzkum. Práce se skládá z teoretické a výzkumné části. V první zmíněné části jsou popsány přístupy k reprezentaci v médiích, Hofstedeho typologie kultur, vývoj česko-francouzských vztahů a povaha francouzského tisku spolu s informacemi o konkrétních denících. Výzkumná část shrnuje metody analýzy použité v této práci spolu s následnou interpretací výsledků kvantitativní a kvalitativní analýzy. Výstupem druhé části jsou odpovědi na výzkumné otázky formulované na počátku výzkumu.

Annotation

The subject of the diploma thesis „Representation of the Czech Republic in French press“ is the analysis of articles mentioning the Czech Republic in French daily press Le Figaro and L’Humanité. The analysis is performed by mixed method, whilst the quantitative part of the analysis is performed by content analysis and the qualitative part is performed by constant comparative technique. The research sample consists of 515 articles of both titles containing references of the Czech Republic published between the years 2017 and 2019. The aim of this thesis is to achieve answers to the research questions related to the agenda of the topic, the media image of Czech politics and politicians, the representation of relations between the Czech Republic and France and the relevance of the typology of cultures presented by Geert Hofstede. The thesis consists of the theoretical part and the performed research. The first part contains chapters describing various approaches to media representation, Hofstede’s typology of cultures, the development of the relations between the Czech Republic and France and the nature of the French press together with information about specific press. The research part summarizes the methods used for the analysis together with a subsequent interpretation. The outcome of the research are the answers to the research questions defined at the beginning of the analytical part.

Klíčová slova

Česká republika, Francie, L’Humanité, Le Figaro, reprezentace

Keywords

Czech Republic, France, L’Humanité, Le Figaro, representation

Title

Representation of the Czech Republic in French press

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé diplomové práce PhDr. Tereze Klabíkové Rábové, Ph.D. za cenné rady a podněty během tvorby.

Obsah

ÚVOD	3
1. MEDIÁLNÍ REPREZENTACE A REALITA	5
1.2 REFLEXIVNÍ PŘÍSTUP	5
1.3 INTENCIONÁLNÍ PŘÍSTUP	5
1.4 KONSTRUKTIVISTICKÝ PŘÍSTUP	6
1.5. REPREZENTACE V MÉDIÍCH	6
1.6 STEREOTYPIZACE	7
2. HOFSTEDEHO TYPOLOGIE KULTUR	8
2.1. HOFSTEDEHO POJETÍ KULTURY	8
2.2 ZROD TEORIE KULTURNÍCH DIMENZÍ.....	9
2.3 ROZDĚLENÍ KULTURNÍCH DIMENZÍ.....	10
3. ČESKO-FRANCOUZSKÉ VZTAHY	12
3.1 ČESKO-FRANCOUZSKÉ VZTAHY V MINULOSTI.....	13
3.2 ČESKO-FRANCOUZSKÉ VZTAHY PO SAMETOVÉ REVOLUCI	14
4. FRANCOUZSKÝ TISK	16
4.1 L'HUMANITÉ.....	18
4.2 LE FIGARO.....	19
5. POPIS VÝZKUMNÝCH METOD	21
5.1 KVANTITATIVNÍ VÝZKUM	21
5.2 KVALITATIVNÍ VÝZKUM.....	22
5.3 SMÍŠENÝ VÝZKUM.....	23
6. POPIS METODY VÝZKUMU	24
6.1 METODA KVANTITATIVNÍ OBSAHOVÉ ANALÝZY	25
6.2 METODA INTERPRETACE	26
6.3 FORMULACE VÝZKUMNÝCH OTÁZEK	26
7. KVANTITATIVNÍ OBSAHOVÁ ANALÝZA DENÍKŮ L'HUMANITÉ A LE FIGARO	29
7.1 DEFINOVÁNÍ ZÁKLADNÍHO SOUBORU JEDNOTEK A DEFINOVÁNÍ JEDNOTEK VÝZKUMU	29
7.2 ÚTVOŘENÍ KATEGORIÍ A POPIS PROMĚNNÝCH	30
7.3 KÓDOVÁNÍ OBSAHU A JEHO LIMITY.....	34
8 KVALITATIVNÍ ANALÝZA DENÍKŮ L'HUMANITÉ A LE FIGARO	36
9 VÝSLEDKY KVANTITATIVNÍ ČÁSTI VÝZKUMU	37
9.1 MÍRA ZMÍNEK O ČESKÉ REPUBLICE	37
9.2 TÉMATA SPOJENÁ S ČESKOU REPUBLIKOU.....	37
9.3 TEMATICKÁ AGENDA ZMÍNEK O ČESKÉ REPUBLICE V HLAVNÍM TÉMATU	38
9.4 ČESKÁ REPUBLIKA JAKO VEDLEJŠÍ TÉMA	39
9.5 TÉMA ČESKÉ POLITIKY	39
9.6 POLITIČTÍ AKTÉŘI.....	40
9.7 POLITICKÉ STRANY	40
9.8 ČESKÉ OSOBNOSTI V PŘÍSPĚVKU	41
9.9 SPOLUPRÁCE MEZI ČESKOU REPUBLIKOU A FRANCÍÍ	41
9.10 SOUHRN KVANTITATIVNÍ ČÁSTI VÝZKUMU	42

10	VÝSLEDKY KVALITATIVNÍ ČÁSTI VÝZKUMU	42
10.1	ČESKÁ REPUBLIKA	43
10.2	ČESKÁ POLITIKA	47
10.3	ČESKO-FRANCOUZSKÉ VZTAHY	51
10.4	SOUHRN KVALITATIVNÍ ČÁSTI VÝZKUMU.....	54
11	APLIKACE HOFSTEDEHO DIMENZÍ	55
11.1	INTERPRETACE VÝSLEDKŮ	55
11.2	LIMITY APLIKACE TEORIE KULTURNÍCH DIMENZÍ.....	59
12	ODPOVĚDI NA VÝZKUMNÉ OTÁZKY	59
	ZÁVĚR.....	65
	SUMMARY	68
	POUŽITÁ LITERATURA.....	69
	SEZNAM PŘÍLOH.....	84

Úvod

Média jsou bezpochyby nejdůležitějším zprostředkovatelem reality světa, s nímž nemáme osobní zkušenost. Jsou důležitým zdrojem informací našeho povědomí o okolním světě a událostech, které osobně neprožijeme. Právě proto jsou také jedním z klíčových prostředků, které využíváme pro zjišťování informací o okolním světě. Tento zprostředkovatel však nefunguje pouze jako zdroj informací o světě nám, ale také jako zprostředkovatel informací o nás okolnímu světu.

Francouzský jazyk je po angličtině druhým nejstudovanějším světovým jazykem. Dorozumí se jím více než 200 milionů lidí na všech pěti kontinentech. Frankofonie spojuje 68 zemí. To francouzštinu činí devátým nejpoužívanějším jazykem na světě. Média publikující ve francouzském jazyce a informace v nich obsažené mají tedy nesporný dosah nejen po Francii, ale po celém frankofonním světě.

Předmětem výzkumu diplomové práce je obsahová analýza článků zmiňujících Českou republiku, přičemž výběrový soubor výzkumu tvoří internetové články francouzských celostátních deníků L'Humanité a Le Figaro, které jsou publikovány na webových stránkách vybraných deníků. Toto odvětví francouzského zpravodajství bylo pro podkladový materiál záměrně vybráno jakožto nejčtenější celostátní deníky Francie, které se pro své politické zaměření vzájemně doplňují. V práci předpokládáme nízkou míru osobní zkušenosti s návštěvou České republiky u většiny frankofonních čtenářů vybraných deníků.

Cílem výzkumu je analýza a vyhodnocení zmínek o České republice ve vybraných článcích daných deníků a zároveň porovnání povahy těchto zmínek s typologií kultur Geerta Hofstedeho. Tato analýza nastolí reflexi, která je o České republice předávána vybranými francouzskými deníky frankofonnímu světu.

Zvolenou výzkumnou metodou je kvantitativní obsahová analýza s následnou interpretací výsledků. Základní soubor je vybírán z článků deníků Le Figaro a L'Humanité z let 2017–2019, které zmiňují Českou republiku. Tyto články jsou vyhledávány za použití vybraných klíčových slov, kterým je věnována samostatná kapitola v teoretické části. Tyto zmínky jsou kódovány a tříděny do kategorií v kódovací knize.

Struktura práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou. V první teoretické části je popsána povaha česko-francouzských vztahů a nejvýznamnější, tedy médii nejzmiňovanější události v České republice z let 2017–2019. Nechybí ani popis Hofstedeho kulturních dimenzí, které hrají významnou roli v interpretaci výsledků analýzy článků. V praktické části jsou následně analyzovány články zmiňující Českou republiku spolu s interpretací těchto výsledků a odpovědi na výzkumné otázky. V závěru práce jsou uvedeny přílohy v jazykovém originále, které jsou pro samotnou práci překládány do českého jazyka autorkou práce.

Téma diplomové práce je ovlivněno mým vztahem k Francii a inspirováno bakalářským studiem francouzské filologie na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy, kde jsem studovala francouzský jazyk, historii a kulturu z různých aspektů. Téma reprezentace České republiky ve francouzských celostátních denících v současnosti doposud zpracováno nebylo a věřím, že by práce na toto téma mohla přinést zajímavé poznatky zejména z důvodu již zmiňované důležitosti a světového dosahu francouzského jazyka.

Z důvodu obtížnosti přístupu ke zdrojům byl deník *Le Monde* uvedený v tezích diplomové práce nahrazen deníkem *L'Humanité*. Z důvodu koronavirové pandemie a uzavření knihoven nebylo pro tuto práci použito dílo Dominique Maigeneau *Analyser les textes de communication*, jež bylo uvedeno v tezích této práce.

1. Mediální reprezentace a realita

Reprezentace je prvotně definována jako re-prezentování neboli aktivní proces produkce významu za pomoci znaků, v mediálním prostředí tedy za pomoci textů a obrázků.¹ Shani Organová popisuje dva hlavní přístupy k reprezentaci – reflexivní a konstruktivistický². Stuart Hall rozlišuje také přístup intencionální.

1.1 Reflexivní přístup

Reflexivní přístup k pojmu *reprezentace* je zakořeněn ve starém Řecku a v renesanci, kde je reprezentaci přisuzováno synonymum mimeze, tedy zrcadlo či odraz reality.³ Reprezentace reality je tedy v tomto přístupu chápána jako pouhý odraz něčeho, co již ve světě existuje, ať se již jedná o osobu, objekt, myšlenku či událost.⁴ Stuart Hall však upozorňuje na riziko záměny například růže jako objektu a jako znaku – růže jako znak by neměla být zaměněna za objekt rostoucí v zahradě.⁵

1.2 Intencionální přístup

Tento přístup je Hallem popsán jako opak reflexivního přístupu k reprezentaci. Jedná se o reprezentaci reality autorovi vlastní. Autor tedy sám skrze jazyk (či potažmo médium) určuje významy věcí, význam je tedy závislý na záměru mluvčího. I tento přístup ovšem Hall kritizuje – veskrze souhlasí s myšlenkou intence, nesouhlasí však s myšlenkou vytváření významů samotným mluvčím, neboť i naše osobní významy se řídí pravidly jazykového systému, naše myšlenky tedy musí být v souladu s jazykovými pravidly, a nelze tudíž v promluvě vytvářet výhradně vlastní významy.⁶

¹ ORGAD, Shani. *Media Representation and the Global Imagination*. Cambridge: Polity Press, 2012. s. 17

² Tamtéž, s. 18

³ Tamtéž

⁴ HALL, Stuart. *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Open University Press, 2003. s. 24

⁵ Tamtéž

⁶ Tamtéž

1.3 Konstruktivistický přístup

Třetí, konstruktivistický přístup k reprezentaci klade důraz na reflexi významu skrze symboly. Dle konstruktivistů netvoří význam materiální svět, nýbrž pouze svět symbolů, ve kterém operují jazyk, význam a reprezentace. I zde Stuart Hall upozorňuje na to, že symboly mohou mít materiální dimenzi – reprezentační systémy mohou být zvuky či obrázky, malby či jiné digitálně přenosné impulzy. Význam přitom nezávisí na materiální kvalitě symbolu, nýbrž na jeho symbolické funkci.

1.4 Reprezentace v médiích

Shani Orgadová rozšiřuje myšlenku mimeze o připodobnění k fotografii, která byla v dřívějších dobách jediným důkazem toho, že se něco skutečně odehrálo. Představa médií odrážejících pravou realitu, tedy reflexivní přístup k reprezentaci médií, je dle Orgadové ve veřejném diskurzu udržovaný. Sama média se totiž proklamují jako reflexivní, například ve svých názvech jako *Daily Mirror*. Ve sloganech nabízí čtenářům „*the whole picture*“ nebo „*hunting down the news and beating the truth out of it*“⁷. Také novináři mají dle Orgadové tendence prezentovat sami sebe jako ty, kteří dokáží poskytnout přesnou a reflektivní reprezentaci hlasů a názorů společnosti.

Orgadová poukazuje na to, že kdyby byla média skutečně reflexí událostí, byly by všechny zprávy identické. Dle názorů Orgadové i Halla lze tedy předpokládat, že povaha reprezentace událostí či osob v médiích není reflektivní ani intencionální. Denis McQuail (2009) zmiňuje, že „*Média mohou různým způsobem ovlivnit vyznění nejrůznějšího typu události*.“⁸ Dále podle něj hrají klíčovou roli v nejrůznějších událostech historie, ať se již jedná o politické skandály, či propagandu.

⁷ ORGADOVÁ, Shani. *Media Representation and the Global Imagination*. Cambridge: Polity Press, 2012. s. 18

⁸ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009. s. 546

1.5 Stereotypizace

Právě reprezentace v médiích může být zkrslena stejným vzorcem vyobrazování různých jevů, osob či událostí. Jak je známo, média jsou jedním z nejdůležitějších současných zdrojů informací o našem světě, proto má stereotypizace obsažena v médiích značný dopad na diváka. Obzvláště významně může ovlivnit diváka, který s reprezentovanou sociální skupinou nepřišel do přímého kontaktu a neprožil vlastní zkušenost.

Walter Lipmann definuje stereotyp jako klasifikaci a reprezentaci určitých skupin za pomoci zjednodušujících, neověřitelných a zobecňujících znaků vykazujících předpoklady chování těchto skupin, jejich chování, vlastnost, minulost a vývoj.⁹ Richard Dyer však poukazuje na to, že Lipmannova definice nemá vyloženě negativní konotaci. Vidí ve stereotypech určitý užitek pro společnost, která si skrze stereotypy snáze definuje a hodnotí realitu. Vyzdvihuje ovšem dva problémy stereotypizace. Jedním z nich je ten, že si jedinec skrze stereotypy může zaměnit stereotyp s realitou. Druhým je ten, že stereotypy jsou prosazovány mocnými, tudíž jsou považovány za právoplatné.¹⁰ Michael Pickering vidí stereotypizaci jako fenomén, který formuje identitu národa.¹¹

Geert Hofstede, autor teorie kulturních dimenzí, poukazuje na konkrétní vlastnosti, které jsou občanům určitých zemí přisuzovány.

„Ať už správně nebo chybně, jsou občanům určitých zemí připisovány jisté kolektivní vlastnosti. Mluví se o „typicky americkém“, „typicky německém“ či „typicky japonském“ chování.“¹²

Právě výše zmiňovaná stereotypizace bude jedním z pozorovaných jevů v analýze článků zmiňujících Českou republiku.

⁹ JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. s. 281

¹⁰ DYER, Richard. *The Matter of Images. Essays on representations*. Second edition. New York: Routledge, 2002. s. 10-11

¹¹ PICKERING, Michael. *Stereotyping: The Politics of Representatiton*. New York: Palgrave, 2001. s. 90

¹² HOFSTEDE, Geert; HOFSTEDE, Jan. *Kultury a organizace: Software lidské mysli*. Londýn: LINDE, 2007. s.25

2. Hofstedeho typologie kultur

Hofstedeho typologie kultur nebo také Hofstedeho kulturní dimenze je teorií, která vznikla v 70. letech 20. století za pomoci rozsáhlé studie rozdílných národností, přičemž Geert Hofstede ustanovil kulturní dimenze, na jejichž základě je možno porovnat rozdíly přístupů k jednotlivým problémům v různých kulturách. Pozdější rozvoj studie obsáhl většinu zemí z celého světa a Hofstedeho dimenze jsou dodnes používány jako parametr, podle něhož se mohou řídit například manažeři nadnárodních firem za účelem porozumění kulturních rozdílů svých zaměstnanců či zahraničních partnerů.

2.1. Hofstedeho pojetí kultury

Je obtížné vybrat jednu správnou z mnoha definic abstraktního pojmu „kultura“. Slovník spisovné češtiny kulturu definuje jako „soubor výsledků veškeré tělesné a duševní činnosti utvářející lidskou společnost.“¹³ Je zajímavé, že spíše než soubor umění, vědění či historie Geert a Jan Hofstedovi chápou kulturu v mnohem širším pojetí, a to jako vzorce myšlení, cítění a potenciálu pro jednání, které si každý jedinec osvojuje v průběhu života.¹⁴ Dle těchto dvou sociologů je kultura naprogramování lidské mysli, které je dáno jeho sociálním prostředím, v němž vyrostl a kde sbíral své životní zkušenosti.¹⁵

„Kultura je vždy jevem kolektivním, neboť je vždy alespoň z části sdílena lidmi, kteří žijí nebo žili ve stejném společenském prostředí, v němž si ji osvojili. Kultura pozůstává v nepsaných pravidlech sociálního ovlivňování. Je to kolektivní programování mysli, které odlišuje příslušníky jedné skupiny nebo kategorie lidí od druhých.“¹⁶

Přitom výše zmíněná definice kultury nemusí odpovídat pouze společností na národní úrovni, vztahuje se také k úrovni regionální, otázce pohlaví, generace či například sociální třídy. U Hofstedeho typologie kultur však v rámci tématu této práce budeme vycházet z národní úrovně dvou společností, tedy české a francouzské, a to v interpretativní části výsledků obsahové analýzy.

¹³ Slovník spisovného jazyka českého. [online] [cit. 14.1.2020] Dostupné z:

<https://ssjc.ujc.cas.cz/search.php?hledaj=Hledat&heslo=kultura&sti=EMPTY&where=hesla&hsubstr=no>

¹⁴ HOFSTEDE, Geert; HOFSTEDE, Jan. *Kultury a organizace: Software lidské mysli*. Londýn: LINDE, 2005, s. 13

¹⁵ Tamtéž, s. 14

¹⁶ Tamtéž, s. 14

2.2 Zrod teorie kulturních dimenzí

V padesátých letech 20. století americký sociolog Axel Inkeles a psycholog Daniel Levinson rozlišili ve své studii tři problémy, se kterými se potýkají společnosti celého světa a na jejichž fungování mají tyto základní problémy dopad. Mezi těmito problémy uvedli vztah k autoritě, sebepojetí jedince a způsoby zacházení s konflikty.¹⁷

Geert Hofstede v roce 1974 provedl studii s lidmi z více než padesáti zemí z celého světa. Tito lidé byli zaměstnanci nadnárodní korporace IBM a byli v mnoha ohledech podobní kromě národnosti. Právě národnostní rozdíly se v Hofstedeho studii projeví velice výrazně. Studie prokázala, že zaměstnanci čelili stejným problémům, přistupovali k nim však různými způsoby. Různorodost přístupu k problémům se projevila v následujících oblastech: sociální nerovnost včetně vztahu k autoritě, vztah mezi jednotlivcem a skupinou, pojetí mužskosti a ženskosti a způsoby nakládání s nejistotou a víceznačností. Poslední zmíněná oblast se prokázala být závislá na míře zvládnutí agrese a vyjadřování citů.¹⁸

Výsledky této studie se shodovaly s okruhy, které již dříve předpověděli právě Levinson a Inkeles. Právě tyto čtyři oblasti byly označeny jako dimenze kultur, tedy aspekty kultury, které mohou být měřeny v poměru k ostatním kulturám. Tyto dimenze označují jevy, u nichž bylo empiricky doloženo, že se vyskytují společně a jejich seskupení jsou založena na tendenci společného výskytu. Dimenze kultury jsou vyjádřeny v hodnotách od 0 do 100 a mohou být platné pouze v případě, že jsou přirovnány k hodnotám kultury jiné.

Ke konci roku 1980 byla k výše zmíněným dimenzím přidána dimenze pátá, která vyjadřuje zaměření jednotlivců dané společnosti na dlouhodobou či krátkodobou orientaci. Tato dimenze byla přidána po výzkumu provedeném s čínskými studenty na univerzitě v Hongkongu.¹⁹ Šestá dimenze, kterou lze v překladu označit jako „požitkářství“, byla přidána až v roce 2010 díky studii bulharského sociologa Michaela Minkova.²⁰ Detailní popis jednotlivých dimenzí je vysvětlen v nadcházející podkapitole.

¹⁷ HOFSTEDE, Geert; HOFSTEDE, Jan. *Kultury a organizace: Software lidské mysli*. Londýn: LINDE, 2007, s. 28

¹⁸ Tamtéž

¹⁹ Tamtéž, s. 34

²⁰ MACLACHLAN, Matthew. *Indulgence vs. Restraint. The 6th Dimension*. [online] [cit. 25.1.2020] Dostupné z: <https://www.communicaid.com/cross-cultural-training/blog/indulgence-vs-restraint-6th-dimension/>

2.3 Rozdělení kulturních dimenzí

První z výše zmíněných kulturních dimenzí je *vzdálenost moci*, která je také často označována jako PDI (power distance index). Tato dimenze vyjadřuje povahu závislosti v dané zemi. Nižší index vzdáleností moci vyjadřuje plošší hierarchické uspořádání společnosti, kde nadřízený a podřízený jsou na sobě závislí vzájemně, přičemž je mezi nimi přípustná menší emocionální vzdálenost. Naopak v zemích vykazujících vyšší index vzdáleností moci je hierarchické uspořádání strmější, emocionální vzdálenost mezi nadřízeným a podřízeným je větší, celkově může být definována jako „*rozsah, v němž méně mocní členové institucí a organizací v dané zemi předpokládají a přijímají skutečnost, že moc je rozdělena nerovně. „Instituce“ jako rodina, škola a obec jsou základní jednotky společnosti; organizace jsou místa, kde lidé pracují.*“²¹ Hofstede definuje země s velkou vzdáleností moci po politické stránce jako země, kde je charakteristické silné pravé a levé křídlo se slabým středem, příjmy jsou nerovnoměrné a odbory jsou často ovládány vládou.²²

Dimenze, která se zabývá povahou vztahu jedince vůči skupině, je označována jako *individualismus* či jeho protipól *kolektivismus*. Individualistické společnosti jsou takové, kde převládá zájem jedince nad zájmem skupiny.²³ Od jedinců v individualistické společnosti se předpokládá, že se budou starat zejména sami o sebe a o své rodiny. Naopak kolektivistická společnost upřednostňuje sounáležitost jedinců ve vlastní skupině, přičemž je zájem skupiny nadřazen nad zájmem jedince. Od členů kolektivistické společnosti se očekává, že budou vůči společnosti loajální. Míra kolektivismu či individualismu by se dala jinými slovy popsat jako míra, do které se jedinec cítí být spíše jako „já“, či jako „my“.²⁴

Třetí dimenze bývá označována jako *maskulinita* či *feminita* společnosti a pro toto označení je považována za kontroverzní.²⁵ Termín *maskulinita* či *feminita* společnosti označuje Geert Hofstede jako relativní, nikoli absolutní. Žena se může chovat maskulinním způsobem, stejně jako muž se může chovat způsobem feminním.²⁶ Je nutno podotknout, že

²¹ HOFSTEDE; Geert, HOFSTEDE, Jan. *Kultury a organizace: Software lidské mysli*. Londýn: LINDE, 2007. s. 45

²² Tamtéž, s. 55

²³ Tamtéž, s. 66

²⁴ Hofstede Insights. [online] [cit. 17.1.2020] Dostupné z: <https://www.hofstede-insights.com/models/national-culture/>

²⁵ HOFSTEDE, Geert; HOFSTEDE, Jan. *Kultury a organizace: Software lidské mysli*. Londýn: LINDE, 2007. s. 99

²⁶ Tamtéž, s. 96

tato dvě přirovnání pouze připodobňují povahu kulturních zvyklostí společnosti a netýkají se nikterak osobních názorů Geerta Hofstedeho. Maskulinní strana dimenze představuje preferenci společnosti dosažení výsledků, hrdinství, asertivity, materiální odměny za vítězství a obecně je více soutěživá. Naopak feminní strana dimenze představuje preferenci spolupráce, skromnosti, péče o slabé a o kvalitu života, přičemž feminní společnost je spíše orientována na společný konsenzus.²⁷ Zajímavé je, že dle otce a syna Hofstedových tato dimenze souvisí také s přístupem k přistěhovalcům. V roce 1997 se v průzkumu veřejného mínění ve 14 evropských zemích střetly dva protichůdné názory na asimilaci a integraci cizinců, přičemž maskulinní společnosti prosazovaly asimilaci, kdežto feminní společnosti prosazovaly jejich integraci.²⁸

Vyhýbání se nejistotě, také označováno jako UAI (uncertainty avoidance index) vyjadřuje „...stupeň, v němž se příslušníci dané kultury cítí ohroženi nejistotou nebo neznámými situacemi. Tento pocit je, kromě jiného, vyjadřován nervovým napětím a potřebou předvídatelnosti, a tedy také potřebou psaných i nepsaných pravidel.“²⁹ Země vykazující vyšší míru tohoto indexu patří mezi méně tolerantní vůči neortodoxním idejím či chování v kontrastu se zeměmi s nižším indexem, které jsou vůči neortodoxnímu chování a jednání tolerantní.³⁰

Společnosti lze dále dle Hofstedeho typologie rozdělit na jedny se spíše krátkodobou a druhé se spíše dlouhodobou orientací. Dlouhodobá orientace znamená v tomto případě zaměření společnosti na dlouhodobější cíle, mezi něž patří například vzdělání. Krátkodobá orientace se zaměřuje více na úctu k tradicím či plnění společenských závazků.

Poslední dimenzi lze volně přeložit jako *požitkářství* (v původním jazyce *Indulgence*). Společnosti s vyšším indexem v této dimenzi povolují požitkářství základních a přírodních lidských tužeb spojených s užíváním si života a zábavy. Země s nižším indexem jsou vůči požitkářství striktní a mnohé činnosti jsou zde regulovány normami.³¹

²⁷ Hofstede Insights. [online] [cit. 17.1.2020] Dostupné z: <https://www.hofstede-insights.com/models/national-culture/>

²⁸ HOFSTEDE, Geert; HOFSTEDE, Jan. *Kultury a organizace: Software lidské mysli*. Londýn: LINDE, 2007. s. 119

²⁹ Tamtéž, s. 131

³⁰ Tamtéž

³¹ Hofstede Insights. [online] [cit. 17.1.2020] Dostupné z: <https://www.hofstede-insights.com/models/national-culture/>

3. Česko-francouzské vztahy

I přes geografickou blízkost České a Francouzské republiky lze mezi těmito dvěma zeměmi nalézt značné kulturní rozdíly. Ať je již důvodem historie obou zemí, jazyk či jiné faktory, je jisté, že v těchto dvou zemích mohou Francouzi nést jiný vzorec chování, tedy jednat jinak než Češi. Například Nicolas Candy, autorizovaný auditor u Komory auditorů ve Francii, okomentoval odlišnosti Čechů a Francouzů následovně:

„Obecně lze říci, že jsou pragmatičtí v situacích, kdy jsou Francouzi spíše koncepční a teoretičtí. Čecha, jehož zvykem je chovat se v práci oficiálně a formálně, může také zaskočit, když musí jednat nebo pracovat s Francouzem, který mluví spontánněji a často v narážkách.“³²

Candy kromě výše zmíněného rozdílu ve formálním či neformálním jednání na pracovišti dále vyzdvihuje například důležitost rodinného zázemí ve vztahu k pracovnímu vytížení. Dle Candyho Češi přizpůsobují své práci svůj rodinný život, kdežto Francouzi naopak svou práci přizpůsobují rodinnému životu. Češi jsou dále dle Candyho více pragmatičtí, zatímco Francouzi jsou spíše teoretičtí. Nelze opomenout také zmínku o potřebu Francouzů pracovat samostatně, zatímco Češi preferují ponechání zodpovědnosti na nadřízeném.³³ I zde si lze povšimnout, že se do Candyho porovnání českých a francouzských povahových rysů promítá problematika Hofstedeho kulturních dimenzí.

Geert Hofstede komentář Nicolase Candyho částečně podporuje. Uvádí rozličnost názorů vůči svým nadřízeným, což se může de facto vázat s větší spontánností a neformálností vztahů na pracovišti.

„Hierarchické vztahy ve Francii jsou často silně emocionálně podbarveny a jejich povaha je matoucí. Pocity vůči nadřízeným jsou extrémně rozličné: může jim být věnována úcta či opovržení se stejnou intenzitou. Tato situace není v žádném případě universální: nenalezneme ji ani v Holandsku, ani v USA.“³⁴

³² CANDY, Nicolas. *Češi vs. Francouzi – Rádi se napijeme, postěžujeme si, ale k práci přistupujeme jinak.* [online] [cit. 17.1.2020] Dostupné z: <https://ekonom.ihned.cz/c1-61915440-cesi-vs-francouzi-radi-se-napijeme-postezujeme-si-ale-k-praci-pristupujeme-jinak>

³³ Tamtéž

³⁴ HOFSTEDE, Geert; HOFSTEDE, Jan. *Kultury a organizace: Software lidské mysli.* Londýn: LINDE, 2007.

3.1 Česko-francouzské vztahy v minulosti

Za počátek budování vzniku těsných vztahů mezi Českou republikou a Francií je možné považovat korunovaci Jana Lucemburského na českého krále v roce 1311. Jeho syn Karel IV. zadal Matyáši z Arrasu, francouzskému architektovi, výstavbu chrámu sv. Víta a zasloužil se o založení Karlovy univerzity.³⁵

Pozdější husitské války měly na svědomí ochladnutí česko-francouzských vztahů. To se však změnilo ke konci 19. století, kdy v České republice vznikl francouzský konzulát, který měl za úkol hledat mezi Čechy spojence proti Německu.³⁶ Také pro české emigranty měla Francie veliký význam během první světové války. Mezi těmito emigranty byli například prezidenti Československé republiky Tomáš Garrigue Masaryk či Edvard Beneš.

„Kulturní výměnu symbolizují rovněž vazby českých umělců na Francii; vzpomeňme alespoň Václava Brožíka, Vojtěcha Hynaise, Alfonse Muchu či Františka Kupku. Naprosto klíčovým momentem, kterým počíná nejpłodnější období česko-francouzské spolupráce, je samozřejmě založení samostatného Československa a role, kterou v této události sehrála právě Francie.“³⁷

Po válce to byla právě Francouzská republika, kdo uznal jako první nezávislost Československa, za což byla Praha jako výraz vděku oděna do francouzské trikolory.³⁸ Francouzský model politiky sloužil jako vzor při vzniku Československé republiky. Počátek 20. století lze považovat za „zlatý věk“ kulturní symbiózy mezi Českou republikou a Francií.³⁹ Krátce po vzniku Československé republiky byl v roce 1920 v Praze založen Francouzský institut historikem a znalcem českých dějin Ernestem Denisem.⁴⁰

Česko-francouzské vztahy byly následně výrazně oslabeny z důvodu událostí spojených s uzavřením Mnichovské dohody a později během doby nástupu moci komunistické strany. V roce 1951 došlo k uzavření Francouzského institutu v Praze a také

³⁵ Francie v České republice, naposledy aktualizováno [online] [cit. 21.1.2020], dostupné z: <https://cz.ambafrance.org/Prezentace-historie>

³⁶ Tamtéž

³⁷ SCHINDLEROVÁ, Klára. *Obraz normalizačního Československa ve francouzském tisku*. Praha, 2016. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Pedagogická fakulta.

³⁸ Francie v České republice, naposledy aktualizováno [online] [cit. 21.1.2020], dostupné z: <https://cz.ambafrance.org/Prezentace-historie>

³⁹ ČAPKOVÁ, Zuzana. *Rélatiions franco-tchèques après la présidence française de l'Union Européenne*. Praha, 2015. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd. s. 16

⁴⁰ Francouzský institut v Praze. *O nás*. [online] [cit. 21.1.2020] Dostupné z: <https://www.ifp.cz/cz/o-nas-1/>

k přerušení leteckého spojení mezi Prahou a Paříží.⁴¹ Vztahy však byly později postupně obnovovány během šedesátých let 20. století. Zasloužil se o to také francouzský filozof Jacques Derrida založením Společnosti Jana Husa, sdružení, které napomáhalo československým disidentům zejména ve spojení se zahraničním světem.

V roce 1988 francouzský prezident François Mitterand zavítal do Československa a pozval české disidenty do Buquoyského paláce, čímž docílil prvního oficiálního uznání českého disentu. Mezi tyto disidenty patřil i Václav Havel. Vztahy mezi oběma zeměmi opět začaly vzkvétat zejména po sametové revoluci na přelomu 80. a 90. let, kdy bylo možné rozvíjet vztahy například znovuotevřením Francouzského institutu v Praze či otevřením Francouzského ústavu pro výzkum ve společných vědách.⁴²

3.2 Česko-francouzské vztahy po sametové revoluci

Česká republika rozvíjí s Francouzi zahraniční vztahy také v rámci Evropské unie, do které vstoupila v roce 2004. Obě země byly pověřeny předsednictvím Evropské unie⁴³, což bylo příležitostí k prohloubení vztahů a spolupráce mezi oběma zeměmi v oblasti ekonomických partnerství, studijních výměn, kulturních či vědeckých projektů.⁴⁴

Rok 2008 předznamenal pro česko-francouzské vztahy počátek strategických partnerství při zavedení několikaletých „akčních plánů“, na kterých se Česká republika a Francie dodnes společně podílí. Toto usnesení na strategickém partnerství přijal tehdejší francouzský prezident Nicolas Sarkozy a český premiér Miroslav Topolánek.⁴⁵

Eliška Tomalová, výzkumnice Ústavu mezinárodních vztahů Univerzity Karlovy, považuje za zlomové období vzájemných vztahů právě „akční plán“ z let 2011–2013. Tomuto plánu dominovala spolupráce zejména v oblasti jaderné energetiky a stala se také hlavním tématem spolupráce obou zemí na úrovni Evropské unie. Dodává však, že na ostatních tématech se v rámci EU země často neshodovaly. Zatímco Francie preferovala spolupráci se středomořskými státy, Česká republika preferovala spíše navázání užší

⁴¹ Francouzské velvyslanectví v České republice. *Prezentace historie*. [online] [cit. 29.1.2020] Dostupné z: <https://cz.ambafrance.org/Prezentace-historie>

⁴² Tamtéž [cit. 29.1.2020]

⁴³ Francie ve druhém pololetí 2008 a Česká republika v prvním pololetí 2009

⁴⁴ Velvyslanectví Francie v Praze. *Prezentace historie*. [online] [cit. 29.1.2020] Dostupné z: <https://cz.ambafrance.org/Prezentace-historie>

⁴⁵ ČAPKOVÁ, Zuzana. *Rélatiions franco-tchèques après la présidence française de l'Union Européenne*. Praha, 2015. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd. s. 23

spolupráce s balkánskými státy a státy východní Evropy.⁴⁶ Další problematikou, v níž se země plně neshodují, je otázka imigrace. Francouzský prezident Emanuel Macron v roce 2019 předložil svou vizi reformované Evropy s dodatkem o návrhu dodržování společných pravidel pro přijímání uprchlíků. Macronovu vizi premiér Andrej Babiš okomentoval jako nereálnou, jiné reakce se však z české strany Macronovu návrhu nedostalo. Dle Martina Michelota, výzkumného pracovníka v Institutu pro evropskou politiku, může pasivní přístup Česka v této oblasti ovlivnit vztahy negativně.⁴⁷

V oblasti průmyslu se Česká republika stala pro Francii výhodným partnerem. Francouzský ministr pro evropské záležitosti v roce 2015 Harlem Désir okomentoval, že francouzské společnosti se v České republice těší dobrým podmínkám pro investice, a označil Českou republiku za potenciálního důležitého partnera pro jednání ohledně brexitu.⁴⁸ Hana Machková, ředitelka Francouzsko-českého institutu řízení, pro časopis Ekonom uvedla, že mezi důvody rostoucího zájmu francouzských společností o podnikání v České republice je kvalifikace českých zaměstnanců a dobrá pracovní morálka.⁴⁹ Francouzský velvyslanec v Praze Jean-Pierre Asvazardourian pro časopis uvedl, že Francouzi a Češi sdílejí „stejný postoj v oblasti energetiky, zvláště jaderné, a obě vlády usilují o rozvoj průmyslu a technologií“.⁵⁰

Současným předmětem spolupráce obou zemí je „akční plán“ pro období let 2018–2022. Cílem tohoto plánu je zejména posílení spolupráce mezi koordinačními orgány unijních politik na evropské úrovni a také podpora setkávání státních představitelů. Pozornost věnuje i oblasti životního prostředí a energetiky, dopravy či sociální politiky. Nelze opomenout ani oblast obrany, spravedlnosti či finančních a hospodářských záležitostí.⁵¹

⁴⁶ ZICHOVÁ, Kateřina. *Jaké vztahy má Francie s Českou republikou v rámci EU a shodnou se spolu na budoucnosti kontinentu?* [online] [cit. 29.1.2020] Dostupné z:

<https://www.chambre.cz/cs/aktuality/n/news/jake-vztahy-ma-francie-s-ceskou-republikou-v-ramci-eu-a-shodnou-se-spolu-na-budoucnosti-kontinentu.html>

⁴⁷ Tamtéž [cit. 29.1.2020]

⁴⁸ ŠMÍD, Jan. S Francií máme vynikající vztahy, říká velvyslankyně. ČRo, [online] [cit. 29.1.2020]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/s-francii-mame-vynikajici-vztahy-rika-velvyslankyne-ziskala-rad-cestne-legie_201607131047_kwinklerova

⁴⁹ KORBEL, Petr. Česko-francouzský byznys. Společná příloha Ekonomu a FČOK. [online] [cit. 29.1.2020]. Dostupné z: <https://www.czechtrade.cz/media/czechtrade-media/monitoring/cesko-francouzsky-byznys>

⁵⁰ Tamtéž [cit. 29.1.2020]

⁵¹ Tamtéž [cit. 29.1.2020]

Nové předsednictví Evropské unie bude České republice uděleno pro rok 2022, kdy bude opět navazovat na předsednictví francouzské. Proto lze v budoucnu očekávat další úzkou spolupráci mezi oběma zeměmi.

4. Francouzský tisk

Profesor kalifornské univerzity Daniel C. Hallin a italský sociolog Paolo Mancini rozdělili ve své knize *Systémy médií v postmoderním světě: tři modely médií a politiky* země do tří modelů podle charakteristik vývoje a povahy tisku v daných zemích. Mezi tyto modely patří severo-středoevropský neboli demokraticko-korporativistický model, dále severoatlantický, tedy liberální model a konečně středoevropský, tedy polarizačně-pluralistický model. Autoři se v knize vymezují proti čtyřem teoriím tisku a definují nové kategorie mediálních systémů.

Autoři zařazují francouzský tisk do středomořského modelu spolu s Řeckem, Španělskem a Itálií.⁵² Pro země náležející do kategorie mediálních systémů polarizovaného pluralismu je charakteristický pozdní nástup komerčních médií, který zapříčinil uchování většiny mediálního trhu v rukou státu, politických stran či mocných jednotlivců. Z této charakteristiky však Francie vyčnívá, neboť se v ní vyvinula komerční média podobně rychle jako v liberálních zemích již ke konci 19. století. Dále je pro tento mediální model charakteristická nízká profesionalizace žurnalistů a nízké náklady⁵³, což o francouzské žurnalistice rovněž nelze tvrdit.

Tento model je charakteristický silným vlivem zásahu do tisku ze strany státu a zároveň propojením médií s politickými stranami. Propojení média s konkrétní politickou stranou nebo politickou náklonností si lze ve Francii povšimnout v četné míře. Není tomu jinak ani u celostátních deníků, které jsou pro tuto práci stěžejní. Těmi je v úvodu zmíněný levicový deník *L'Humanité* a středopravicový deník *Le Figaro*.

Francie poznala svobodu tisku po revoluci v roce 1789, kdy vznikla *Deklarace práv člověka a občana*, která ve svém článku uváděla: „*Svobodná komunikace myšlenek a názorů je nejzákladnějším právem člověka. Jakýkoli občan může tedy svobodně mluvit, psát a tisknout,*

⁵² HALLIN, Daniel C a Paolo MANCINI. *Systémy médií v postmoderním světě: tři modely médií a politiky*. Vyd. 1. Překlad Tomáš Trampota. Praha: Portál, 2008. s.117-122

⁵³ Tamtéž, s. 126-127

pokud nezneužívá svobody zákonem určené.“ Francouzský tisk v porevoluční době nabyt takového objemu, že začal dosahovat limitů množství, které bylo možné soudobou technologií tisknout.⁵⁴ Tato svoboda tisku se změnila v době Napoleona, který zavedl cenzuru a zredukoval počet periodik na pouhá čtyři v Paříži a jedno pro každý region.⁵⁵ Po nástupu několika dalších panovníků během 19. století opět ve Francii přišla k moci demokratičtější forma vlády a v roce 1881 a tisk byl opět svobodný.⁵⁶

Rozvoj tisku v 19. století dal vzniknout dvěma periodikům, která se měla zaměřit na vzdělanější populaci. Byly jimi *Le Figaro*, který vycházel jako týdeník od roku 1854 a dvanáct let později také jako deník, a *Le Temps*, tedy předchůdce dnešního *Le Monde*, vycházející od roku 1861.⁵⁷ Oba deníky měly již na svém počátku odlišné atributy – zatímco deník *Le Figaro* publikoval články umělců jako například Honoré de Balzaca, George Sandové či Gérarda de Nerval a jiných umělců z dob romantismu, *Le Temps* byly spíše serióznější noviny, které je možné označit za strohé a protestantské.⁵⁸ Byl to právě začátek 20. století, který dal vzniknout deníku *L'Humanité*, levicově zaměřenému tisku původně francouzské socialistické strany.

Podobně jako v jiných zemích také ve Francii došlo k poklesu zájmu o čtení běžných novin. Radiové stanice, televize či internet zaznamenaly ve 20. století radikální snížení počtu čtenářů. Byly to právě celostátní deníky, které utrpěly nejvíce – na konci 20. století postihla mnohé francouzské deníky finanční krize. Deník *Le Figaro* tuto krizi překonal pomocí publikování mnohých příloh pro specifické skupiny čtenářů, ale také, podobně jako deník *L'Humanité*, podporou soukromých investorů.⁵⁹

V porovnání celostátních deníků sídlících v Paříži a regionálního tisku se po finanční stránce daří lépe regionálnímu tisku. Je tomu tak z důvodu poskytování regionálních a lokálních informací čtenářům svého regionu, ale také z důvodu politické neutrality, kterou celostátní deníky obecně nevykazují.⁶⁰ Celostátní deníky nepřísluší až na výjimku deníku

⁵⁴ THOGMARTIN, Clyde. *The National Daily Press of France*. Birmingham, Alabama: Summa Publications, Inc., 1998. s. 30

⁵⁵ Tamtéž, s. 40

⁵⁶ Tamtéž, s. 44

⁵⁷ Tamtéž, s. 64

⁵⁸ Tamtéž, s. 65

⁵⁹ KIMMEL, Alain. *Vous avez dit France? Pour comprendre la société française actuelle*. Venves: Hachette, 1992. s. 138

⁶⁰ Tamtéž

L'Humanité politické straně, ovšem nezastírají svou politickou orientaci. Jeden z nejstarších francouzských deníků *Le Monde* je považován za středolevicový či spíše levicový deník stejně jako například deník *Libération* či *La Croix*. Na druhou stranu deník *Le Figaro* se naopak veřejně prohlašuje za pravicově zaměřený tisk spolu například s deníky *Le Quotidien de Paris*, *France-Soir* či *Le Parisien*.⁶¹

4.1 L'Humanité

Počátek 20. století s sebou v roce 1904 přinesl vznik nového denního pařížského tisku založený filosofem, historikem, zakladatelem francouzské sociální demokracie a předsedou Francouzské dělnické strany *Section française de l'Internationale ouvrière* Jeanem Louisem Jaurèsem, který rovněž noviny editoval až do roku 1914, kdy byl zavražděn svým studentem, příslušníkem nacionalistické strany.⁶² Od svého založení až po počátek první světové války se deník prohlašoval za reprezentanta dělnických, odborových a politických hnutí. Deník byl však také periodikem literárním. Mezi slavnými literárními autory přispívajícími do těchto novin svými kritikami, kronikami či novelami byli například Anatole France, Jules Renard či Octave Mirabeau.⁶³

I přes původní záměr Jeana Jaurèse vytvořit deník socialistické strany se *L'Humanité* stalo v roce 1920 po rozpadu dělnické strany deníkem komunistickým a přivlastněným politickou stranou *Parti communiste français*. V roce 1936 bylo vydávání tohoto periodika zakázáno až do osvobození Paříže od německé okupace v roce 1944, vycházelo však přesto i nadále ilegálně. Po druhé světové válce se komunistická strana Francie stala vedoucí levicovou stranou, proto se deník *L'Humanité* těšil vysoké míře cirkulace. Od roku 1948 také redakce vydává víkendovou přílohu *L'Humanité dimanche*.⁶⁴

Zejména v důsledku vzniku socialistické strany v 80. letech začala francouzská komunistická strana oslabovat a spolu s ní i cirkulace deníku. Pád Sovětského svazu znamenal pro deník krizi, z níž byl paradoxně zachráněn za pomoci televizního kanálu TF1 a společnosti Hachette, mezi něž patří také voliči pravicových stran. I přesto si deník

⁶¹ KIMMEL, Alain. *Vous avez dit France? Pour comprendre la société française actuelle*. Venves: Hachette, 1992. s. 138

⁶² *Liternaute.fr* [online] [cit. 5.3.2020] Dostupné z: <https://www.liternaute.fr/actualite/biographie/1776084-jean-jaures-biographie-courte-dates-citations/>

⁶³ *L'Humanité. Histoire de „L'Humanité“. Bref survol historique*. [online] [cit. 5.3.2020] Dostupné z: <https://www.humanite.fr/histoire-de-lhumanite-bref-survol-historique>

⁶⁴ Tamtéž

zachovává své levicové zaměření.⁶⁵ Existence listu byla tímto zachráněna, stále se však nacházel ve finanční krizi. V loňském roce byl deník z finančních důvodů donucen propustit čtvrtinu svých zaměstnanců.⁶⁶

Do roku 1994 bylo *L'Humanité* orgánem *Parti communiste français*, v současné době je vlastní akciová společnost *Société nouvelle du journal L'Humanité*. Kromě *L'Humanité dimanche* publikuje nyní redakce také sesterský týdeník *La Terre* určený zejména občanům pracujícím v zemědělském sektoru. Vedení deníku také organizuje každoroční dobročinný kulturní festival *Fête de l'Humanité*, což je událost vytvořena k účelu podpory redakce. *L'Humanité* od roku 2008 sídlí ve městě Saint-Denis⁶⁷ a je v současné době překládán do angličtiny, ruštiny a španělštiny.

4.2 Le Figaro

Tisk *Le Figaro* byl založen Mauricem Alhoyem a Étienne Argem 15. ledna 1826, kteří si vypůjčili název z Beaumarchaisovy hry Figarova svatba. Zpočátku byla povaha deníku satirická, přičemž autoři článků byli drženi v anonymitě a měli při psaní volnou ruku.⁶⁸ *Le Figaro* bavil čtenáře politickými narážkami a slovními hříčkami během vlády Ludvíka Filipa I.⁶⁹

Činnost deníku byla různorodá, periodizace nestálá a jeho zaměření a vzezření se postupem času mnohokrát proměnilo. Jeho podobu ustálil ředitel Hippolyte de Villemessant v roce 1854, kdy se dle jeho požadavků stal *Le Figaro* týdenním literárním periodikem, který byl otevřený a svobodný a uznával všechny spisovatele s různými úhly pohledu. Mezi těmito spisovateli píšícími pro *Le Figaro* byl například Émile Zola či Alphonse Daudet.⁷⁰ O dvanáct let později začal Villemessant vydávat *Le Figaro* každodenně a tento deník se stal

⁶⁵ L'Humanité. *Histoire de „L'Humanité“*. *Bref survol historique*. [online] [cit. 5.3.2020] Dostupné z: <https://www.humanite.fr/histoire-de-lhumanite-bref-survol-historique>

⁶⁶ Ouest France. *Le journal L'Humanité va supprimer un quart de ses effectifs*. [online] [cit. 5.3.2020] Dostupné z: <https://www.ouest-france.fr/medias/le-journal-l-humanite-va-supprimer-un-quart-de-ses-effectifs-6434599>

⁶⁷ L'Humanité. *Histoire de „L'Humanité“*. *Bref survol historique*. [online] [cit. 5.3.2020] Dostupné z: <https://www.humanite.fr/histoire-de-lhumanite-bref-survol-historique>

⁶⁸ LAROCHE-SOGNORILE, Véronique. *Il y a 150 ans, Le Figaro devenait quotidien*. [online] [cit. 24.2.2020] Dostupné z: <https://www.lefigaro.fr/histoire/archives/2016/11/15/26010-20161115ARTFIG00272-il-y-a-150-ans-le-figaro-devenait-quotidien.php>

⁶⁹ Poslední francouzský král. Vláda v letech 1830-1848.

⁷⁰ LAROCHE-SOGNORILE, Véronique. *Il y a 150 ans, Le Figaro devenait quotidien*. [online] [cit. 24.2.2020]

nejuznávanějším tiskem v Paříži.⁷¹ Od roku 1867 se změnila povaha deníku, kdy převážila politická stránka nad stránku literární.⁷² Po druhé světové válce, během níž byl deník krátce suspendován, se stal hlasem vyšší střední třídy s konzervativní pozicí.

Od roku 2004 se deník potýká s kontroverzí. V pomyslné kontroverzní zóně se ocitl po své koupi Sergem Dassaultem, po níž byl *Le Figaro* z 80 % vlastněn společností Socpresse.⁷³ Koupě deníku vytvořila konflikt zájmu. Serge Dassault byl pravicovým politikem a starostou pařížského předměstí Corbeil-Essonnes za konzervativní stranu UMP (později Les Républicains).⁷⁴ V té době také Dassault veřejně prohlásil, že „*noviny mají šířit zdravé názory, ne fikce*“, přičemž zároveň označil názory levice za nezdravé.⁷⁵ V současné době je deník vlastněn *Groupe Figaro*⁷⁶, dceřinou společností *Groupe Dassault*.⁷⁷

Kontroverznost deníku pokračuje zákazem od roku 2006 v Tunisku a Egyptě za články údajně urážející islám a v roce 2012 také osočením z neobjektivnosti a psaní v zájmu strany UMP a prezidenta Sarkozyho, k čemuž se vedoucí editor Étienne Mougéotte vyjádřil veřejně následovně:

„*Redakční linie se čtenářům zamlouvá taková, jaká je, funguje to. Nevidím důvod, proč ji měnit.*“ ... „*Jsmo pravicový tisk a vyjadřujeme to jasně. Vědí to čtenáři a také novináři. Nic nového pod sluncem!*“⁷⁸

I přesto je však v současné době deník *Le Figaro* stále nejčtenějším francouzským deníkem na území Francie i v zahraničí. *Groupe Figaro* kromě deníku vydává také mnohé

⁷¹ The Carlyle Group. [online] [cit. 24.2.2020] Dostupné z:

<https://web.archive.org/web/20071028103539/http://www.thecarlylegroup.com/eng/geo/casestudy-755.html>

⁷² LAROCHE-SOGNORILE, Véronique. *Il y a 150 ans, Le Figaro devenait quotidien*. [online] [cit. 24.2.2020]

⁷³ BBC News. *The Press in France*. [online] [cit. 24.2.2020] Dostupné z:

<http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/4295349.stm>

⁷⁴ Forbes Česko. *Král stíhaček, senátor, francouzský miliardář. Kdo byl Serge Dassault*. [online] [cit. 24.2.2020] Dostupné z: <https://www.forbes.cz/kral-stihacek-senator-francouzsky-miliardar-kdo-byl-serge-dassault/>

⁷⁵ Le Monde.fr. *M. Dassault veut une presse aux « idées saines »*. [online] [cit. 24.2.2020] Dostupné z: https://archive.is/20120526210025/http://www.lemonde.fr/web/recherche_breve/1,13-0,37-880582,0.html#selection-243.32-243.48

⁷⁶ Nebo také *Figaro Group*

⁷⁷ Groupe Dassault [online] [cit. 24.2.2020] Dostupné z: <http://www.dassault.fr/en/filiale.php?docid=2410>

⁷⁸ L'OBS. „*Le Figaro*“: *Mougéotte répond aux critiques de ses journalistes*. [online] [cit. 24.2.2020] Dostupné z: <https://www.nouvelobs.com/medias/20120210.OBS1132/le-figaro-mougéotte-repond-aux-critiques-de-ses-journalistes.html>

další publikace, mezi nimiž jsou například *Le Figaro Magazine*, *Madame Figaro*, *Figaro Étudiant* či *Sport24*.⁷⁹

5. Popis výzkumných metod

Existuje několik metod, jakými lze provést výzkum. Jsou jimi kvantitativní metoda, kvalitativní metoda či popřípadě jejich kombinace – smíšený výzkum. V následující kapitole budou popsány přednosti a nedostatky zmíněných způsobů výzkumu.

5.1 Kvantitativní výzkum

Tato metoda vychází z pozitivismu 19. století, který usiloval o podložení informací fakty, jež jsou získána osobním pozorováním, a o distancování se od spekulací. Jedná se tedy o metodu, během níž jsou data systematicky zpracovávána a díky které lze dosáhnout generalizovaných a objektivních výsledků.⁸⁰ Kvantitativní způsob výzkumu se zaměřuje zejména na otázku „Kolik?“. Tato metoda zaštiťuje například dotazníková šetření či psychologické experimenty,⁸¹ strukturované pozorování či obsahovou analýzu.⁸² Pro zkoumání obsahu mediálních sdělení je využívána kvantitativní obsahová analýza Bernarda Berelsona, která bude využita také pro zkoumání obsahu deníků *L'Humanité* a *Le Figaro*.

Mezi výhody kvantitativní metody bezpochyby patří možnost zobecnění výsledků a jejich aplikovatelnost na širší populaci. Kvantitativní metodou lze také poměrně snadno zkoumat větší skupiny. Další výhodou je vysoká reliabilita, tedy fakt, že jiní výzkumníci při zkoumání stejného vzorku stejným způsobem dosáhnou stejných či velmi podobných výsledků. Data jsou pevně daná a jejich sběr je přímočarý a relativně rychlý.⁸³

Nevýhodou kvantitativního výzkumu naopak může být přílišná obecnost a výsledky nemusí přesně odpovídat lokálním odlišnostem určitých skupin. Přímá aplikace v místních podmínkách tedy může selhat. Výzkumník je při sběru dat omezen způsobem získávání dat, který je reduktivní.⁸⁴

⁷⁹Groupe Le Figaro [online] [cit. 24.2.2020] Dostupné z: <https://groupe.lefigaro.fr/>

⁸⁰ TRAMPOTA, Tomáš; VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. s. 17

⁸¹ Tamtéž, s. 16

⁸² HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. s. 44

⁸³ Tamtéž

⁸⁴ Tamtéž

5.2 Kvalitativní výzkum

Kvalitativní metoda se zrodila v období 60.–70. let, kdy se vlivem změny názorového klimatu západní společnosti začaly ustanovovat nové otázky týkající se hlubšího poznání a s nimi nové metody.⁸⁵ Na rozdíl od kvantitativní metody se kvalitativní výzkum zaměřuje spíše na otázku „*Jak?*“. Zahrnuje například ohniskové skupiny, hloubkové rozhovory či zúčastněné pozorování.⁸⁶ V případě kvalitativní metody nelze hovořit o standardizaci, neboť kvalitativní průběh výzkumu bývá často unikátní díky průběhu jednotlivého výzkumu a případných reakcí zkoumaného objektu.⁸⁷ Výzkumník je v průběhu výzkumu nenahraditelný.⁸⁸

Výhodou kvalitativní metody výzkumu je zejména možnost zkoumání problému do hloubky. Výzkumník získává podrobný vhled do události či jevu, který zkoumá ve svém přirozeném prostředí.⁸⁹ Sběr dat je také otevřenější než při využití kvantitativní metody, výzkumník při získání nových informací může postupovat novým směrem s novými podněty.⁹⁰ Může také mezi jednotlivými informacemi hledat a nacházet příčinné souvislosti.⁹¹ Výsledky kvalitativního výzkumu dále mohou posloužit k vytváření teorií.⁹²

Naopak nevýhodou této metody je omezená velikost vzorku zkoumání. V důsledku unikátnosti jednotlivých výzkumů může být také obtížné výsledky zobecňovat a aplikovat je na jiný vzorek a prostředí. Dalším nedostatkem může být nedostatečná reliabilita, subjektivita a osobní preference výzkumníka.⁹³

⁸⁵ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. s. 17

⁸⁶ TRAMPOTA, Tomáš; VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. s. 18

⁸⁷ Tamtéž, s. 19

⁸⁸ Tamtéž

⁸⁹ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. s. 48

⁹⁰ TRAMPOTA, Tomáš; VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. s. 18

⁹¹ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. s. 48

⁹² Tamtéž

⁹³ TRAMPOTA, Tomáš; VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. s. 18

5.3 Smíšený výzkum

Třetí zmíněný způsob výzkumu lze definovat jako výzkum, ve kterém lze „alespoň jeden kvantitativní aspekt kombinovat s alespoň jedním kvalitativním východiskem (přístupem), sběrem dat a/nebo analýzou dat. Základním předpokladem je, že kvalitativní a kvantitativní přístup současně umožňují lepší pochopení výzkumného problému než pouze jeden z nich“.⁹⁴

Hendl⁹⁵ rozděluje dva typy smíšeného výzkumu. Jedním z nich je typ zvaný *míchání metod*, ve kterém je na úvod použita kvalitativní metoda sběru dat, po němž následuje jejich shromáždění a analýza a následně je použit strukturovaný dotazník. Na závěr je použita metoda hloubkového dotazování vybraných účastníků šetření. Druhý typ smíšeného výzkumu kombinuje kvantitativní a kvalitativní části uvnitř výzkumného procesu. Zjednodušený, tedy třífázový model tohoto typu výzkumu, se sestává z určení výzkumných otázek, shromáždění a analýzy dat.

Struktura třífázového výzkumu tedy obsahuje na úvod stanovení cíle, kterým je například statistický popis, předpovězení či ověření hypotéz. Kvantitativní složka výzkumu je opřena o data, zatímco kvalitativní výzkum se zabývá spíše slovy, texty či obrazy. Při analýze či interpretaci je pro kvantitativní výzkum klíčová statistická analýza a pro kvalitativní výzkum interpretativní metody, které jsou využívány k hledání pravidelností v datech. Hendl dodává, že v tomto typu výzkumu je přípustné míchat typy výzkumných otázek a přístupy ke sběru dat například kombinací otevřených a zavřených otázek, lze také nahlížet na data jak kvantitativně, tedy statisticky, tak kvalitativně.

Jako hlavní přínosy smíšeného výzkumu uvádí docentka Kateřina Vlčková z Masarykovy univerzity zejména „aktualizování historicky podmíněného, překonaného pojetí a odlišování kvantitativního a kvalitativního výzkumu, a to jak ve sběru dat, tak nezřídka i na úrovni analýzy dat.“⁹⁶ Dále jako výhodu uvádí, že nás smíšený výzkum nutí rozlišovat roviny výzkumu, mezi něž zařazuje teoretické přístupy a východiska, sběr a analýzu dat. Hendl k mnoha výhodám smíšeného výzkumu uvádí také například přínos

⁹⁴ VLČKOVÁ, Kateřina. *Smíšený výzkum: Jedná se o nové a závažné téma?* In T. Janík, P. Knecht, & S. Šebestová (Eds.), *Smíšený design v pedagogickém výzkumu: Sborník příspěvků z 19. výroční konference České asociace pedagogického výzkumu*. Brno: Masarykova univerzita, 2011, s. 3

⁹⁵ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. s. 56

⁹⁶ VLČKOVÁ, Kateřina. *Smíšený výzkum: Jedná se o nové a závažné téma?* In T. Janík, P. Knecht, & S. Šebestová (Eds.), *Smíšený design v pedagogickém výzkumu: Sborník příspěvků z 19. výroční konference České asociace pedagogického výzkumu*. Brno: Masarykova univerzita, 2011. s. 5

úplnějších znalostí potřebných pro podporu teorie a praxe, možnost získání odpovědí na specifické otázky a využití přínosů obou typů výzkumů.⁹⁷

Tento způsob výzkumu Vlčková kvalifikuje jako způsob, který není vhodný obecně pro všechny typy výzkumu, je však vhodný právě pro takový výzkumný problém, který designu smíšeného výzkumu přímo odpovídá. Hendl mezi jeho nedostatky uvádí obtížnost provedení jedním výzkumníkem nejen z důvodu finanční a časové náročnosti, ale také z důvodu nutnosti ovládnutí více metod. V neposlední řadě odmítá míšení metod metodologickými puristy a prosazuje nutnost důkladnějšího propracování některých metodologických stránek.⁹⁸

6. Popis metody výzkumu

Pro výzkum v této diplomové práci bude zvolena právě metoda smíšeného třífázového výzkumu z důvodu hlubšího poznání problematiky reprezentace České republiky ve francouzském tisku a také z důvodu úplného zodpovězení výzkumných otázek.

Pro kvantitativní část výzkumu bude využito kvantitativní obsahové analýzy, ve které se zaměřím zejména na témata, s nimiž jsou Česká republika, čeští političtí aktéři či česko-francouzská spolupráce ve francouzském denním tisku nejčastěji spojováni. Poté bude následovat kvalitativní část, která bude obsahovat interpretaci výsledků analýzy, tedy zaměření na samotný obsah vybraných článků. Na závěr budou všechny výsledky porovnány s hodnotami Hofstedeho kulturních dimenzí, které byly popsány výše. Tato poslední část se zaměří na jednotlivé kulturní dimenze a jejich případný odraz ve zrcadlení náhledu Francouzů na Českou republiku. Celkovým výsledkem práce bude tedy nejen náhled na vyobrazení České republiky francouzskými deníky, ale také porovnání a zvážení atributů Hofstedeho dimenzí a jejich možnou aplikaci na vztah mezi Francií a Českou republikou.

Z důvodu rozlišnosti povah a politického zaměření dvou zkoumaných deníků je předpokládána jistá různorodost výsledků. Výsledky této analýzy nelze generalizovat a

⁹⁷ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. s. 59

⁹⁸ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. s. 59

přenášet na jiná média či texty, je vždy důležité brát v potaz kontext události a povahu média a jeho politického zaměření.

6.1 Metoda kvantitativní obsahové analýzy

Kvantitativní obsahová analýza je metodou, která využívá pro svůj účel data vybraná na základě jistých pravidel. K celému obsahu musí být v každém případě přístupováno stejným způsobem. Je tedy důležité, aby obsahová analýza byla systematická. Dalším pravidlem, které je nutné při obsahové analýze dodržovat, je to, aby byla objektivní. Osobní preference či názory výzkumníka by se neměly odrážet ve výsledcích výzkumu.⁹⁹ Jak bylo zmíněno výše, při kvantitativním výzkumu by mělo být dosaženo reliability, tedy toho, že při zkoumání jednoho vzorku stejným způsobem by měli různí výzkumníci dosáhnout stejných či přinejmenším velice podobných výsledků. Tento fakt navazuje na třetí bod, který zmiňují ve své definici obsahové analýzy R. Wimmer a J. Dominick, a to prvek kvantitativní¹⁰⁰, prvek v mediálním obsahu musí být tedy vyčíslitelný.

Winfried Schulz, Irena Reifová a kol.¹⁰¹ představují postup při kvantitativní obsahové analýze, které popisují v následujících bodech:

1. Formulace výzkumných otázek
2. Definování základního souboru jednotek
3. Konstrukce vzorku ze základního souboru
4. Definování jednotky výzkumu
5. Utvoření kategorií obsahu, které budou analyzovány
6. Utvoření systému kvalifikace
7. Zaškolení kódovačů a zkušební studie
8. Kódování obsahu dle stanovených definic
9. Analýza sebraných dat, vyvození závěrů a konečný výstup obsahové analýzy

V kvantitativní části výzkumu bude následován výše popsáný postup. Nejprve tedy budou uvedeny výzkumné otázky, následně popsán vzorek, jednotka a poté budou na základě získaných dat vytvořeny kategorie. Pro svou jednoduchost výzkumu bude vynechán bod 7.,

⁹⁹ WIMMER, Roger D.; DOMINICK, Joseph R. *Mass Media Research: An Introduction*. Ninth Edition. Belmont: Wadsworth Publishing. 2011, s. 156-157

¹⁰⁰ Tamtéž

¹⁰¹ SCHULZ, Winfried; REIFOVÁ, Irena a kol. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2011. s. 76-82

tedy zaškolení kódovačů a zkušební studie. Obsah bude kódován dle kódovací knihy a následně analyzován.

6.2 Metoda interpretace

Pro zodpovězení výzkumných otázek bude kromě samotné obsahové analýzy součástí také interpretace výsledků. Články, které jsou relevantní k výzkumným otázkám, tedy spadají rámcově pod téma výzkumné otázky, budou zkoumány podrobněji za účelem poznání, jakým způsobem jsou v člancích jednotlivé subjekty vyobrazeny. Kvalitativní analýza se bude opírat o metodu konstantní komparace.

Články budou dále podrobeny analýze, ve které se pokusím nalézt spojení výsledků s Hofstedeho dimenzemi kultur a o přirovnání jednotlivých atributů k povaze článků o České republice. Tímto porovnáním s Hofstedeho dimenzemi bude zjištěno, zda se Hofstedeho typologie kultur odráží na způsobu reprezentace České republiky ve francouzském denním tisku.

6.3 Formulace výzkumných otázek

Cílem tohoto výzkumu je zodpovězení celkem tří výzkumných otázek. Byly vybrány tak, aby co nejlépe vystihly povahu náhledu na Českou republiku francouzským tiskem. První výzkumná otázka stanovená pro tuto práci je následující:

1. Jaký je mediální obraz České republiky ve francouzském tisku?

Výzkumná otázka, která je zároveň hlavním tématem této práce, zjišťuje obecný obraz České republiky ve vybraných denících. Na tuto otázku bude zodpovězeno po analýze obsahové i kvalitativní.

1.1 S jakými tématy je Česká republika nejčastěji spojována?

Na tuto otázku odpoví kvantitativní obsahová analýza článků z deníků *L'Humanité* a *Le Figaro*. Tématika článků bude roztríděna do kategorií. Z analýzy poznáme, s jakými tématy Českou republiku francouzský tisk nejvíce spojuje. Bude pozorována role České republiky v článku, tedy fakt, zda má Česká republika, informace se k ní pojící či český aktér zastupující Českou republiku v článku roli hlavního či vedlejšího tématu.

1.2 Jaké atributy se váží ke zmínkám o České republice?

V kvalitativní části výzkumu bude popsáno, jakým způsobem jsou tato témata interpretována a zda je v příspěvcích, ve kterých Česká republika zmíněna, zastoupen prvek stereotypizace. Primárně budou v mediálním obsahu vyhledávány atributy vážící se k České republice jako k zemi, díky nimž se naskytne pohled na reprezentaci České republiky ve francouzském tisku.

2. Jaký je mediální obraz české politiky a jejích představitelů?

Druhou výzkumnou otázkou zjišťuji vyobrazení české politiky a českých politiků ve francouzském tisku. Také pro zodpovězení této otázky bude využito obou metod výzkumu – kvantitativního i kvalitativního.

2.1 Kteří političtí aktéři jsou v tisku nejčastěji zmiňováni?

Pro zodpovězení této otázky bude využita kvantitativní obsahová analýza pro zjištění, jací političtí představitelé či politické strany jsou ve francouzském denním tisku nejčastěji zmiňováni.

2.2 Jakým způsobem jsou nejčastěji zmiňovaní političtí aktéři vyobrazeni?

Kvalitativní část výzkumu se bude zabývat tím, jakým způsobem jsou tyto politické subjekty představovány. Během této části budou v textech příspěvků vyhledávány výrazy pojící se k politickým subjektům, aby bylo zjištěno, jaká konotace se k těmto subjektům váže.

3. Jak francouzský tisk vyobrazuje česko-francouzské vztahy?

Jak bylo výše popsáno, Česká republika a Francie mají silné vazby odedávna. Tyto vztahy se průběhem času vyvíjely a proměňovaly, přesto je česko-francouzské pouto stále pevné a je posilováno politickým, ekonomickým i kulturním partnerstvím.

3.1 Jaké předměty spolupráce jsou nejčastěji popsány v mediálním obsahu?

Odpověď na třetí výzkumnou otázku se zaměří zejména na to, s jakými událostmi je nejvíce spojována spolupráce mezi oběma zeměmi, k čemuž bude využito kvantitativní obsahové analýzy.

3.2 Jakým způsobem je vyobrazena spolupráce či rivalita mezi ČR a Francií?

Kvalitativní analýza se poté zaměří na popis toho, jakým způsobem média píšou o česko-francouzské spolupráci a vztazích na mezinárodní či evropské úrovni.

4. Odpovídá způsob smýšlení o České republice hodnotám Hofstedeho kulturních dimenzí?

Na závěr se analýza zaměří na hodnoty dimenzí kultur vyplývající z typologie kultur Geerta Hofstedeho. Každá tato dimenze vykazuje jasné znaky, které dle Hofstedeho jsou či nejsou do určité míry vlastní jednotlivým kulturám. Ulrike Notarp z Univerzity Karlovy již ověřila ve své empirické analýze¹⁰², že zmínky českých médií o vietnamské menšině odpovídají rozdílům v dimenzích Geerta Hofstedeho. Je možné tedy uvést sounáležitost Hofstedeho typologie kultur a vyjadřování médií o jiné kultuře jako hypotézu pro poslední výzkumnou otázku. Závěr výzkumu se bude věnovat podobné analýze a přirovnání zmínek k atributům jednotlivých kulturních dimenzí.

I přes předem stanovené výzkumné otázky se předpokládá zjištění doplňujících informací, ze kterých může vyplynout zajímavé poznání, nebude jim však v práci věnován stejný prostor jako právě informacím, na které se výzkum práce zaměřuje primárně.

¹⁰² NOTARP, Ulrike. *The Image of the Vietnamese Community in the Czech Press from 1997 until 2009*. In Tereza Pavlíčková and Irena Reifová (ed.), *Media, Power and Empowerment: Central and Eastern European Communication and Media conference CEECOM Prague 2012*. Cambridge Scholar Publishing, s. 350-357.

7. Kvantitativní obsahová analýza deníků L'Humanité a Le Figaro

Po podrobném popisu výzkumných otázek v předchozí kapitole následují jednotlivé kroky předcházející samotné obsahové analýze popsané v kapitole 6.1. Zkoumané prvky v kvantitativní analýze budou nastaveny tak, aby přinesly relevantní data pro výzkumné otázky této práce.

Jak bylo zmíněno výše, první otázka se bude zaměřovat explicitně na četnost témat spojených s Českou republikou. Druhá výzkumná otázka se bude zaměřovat na četnost zmínek o českých politicích, politických stranách či událostech. Na třetí výzkumnou otázku pomocí kvantitativní obsahové analýzy odpovíme četností a povahou zmínek o česko-francouzských vztazích a partnerstvích na mezinárodní či evropské úrovni.

7.1 Definování základního souboru jednotek a definování jednotek výzkumu

Předmětem analýzy této diplomové práce jsou články publikované francouzskými deníky *L'Humanité* a *Le Figaro* v období mezi začátkem roku 2017 a koncem roku 2019. Deníky byly záměrně vybrány z důvodu své popularity nejen ve Francii, ale také v zahraničí. Jak bylo zmíněno v popisu obou deníků, jejich dosah je na nadnárodní úrovni, oba deníky existují také v elektronické podobě a jsou překládány do vícero světových jazyků.

Deníky *L'Humanité* a *Le Figaro* jsou pro objektivnější výsledky výzkumu vybrány také na základě rozlišného politického zaměření. Vybrané celostátní tisky nelze považovat za politicky neutrální, neboť ony samy se veřejně hlásí k levicové či pravicové orientaci. Rozlišnost přístupu ke zmínkám o České republice se z důvodu rozlišnosti politického zaměření nepředpokládá, přesto však může jejich výběr zabránit příliš subjektivní denotaci v mediálním obsahu.

Oba vybrané deníky lze považovat za seriózní francouzský tisk s mnohaletou tradicí, které se v minulosti těšily velké popularitě a velmi populární jsou i nadále. Deníky vznikly v různých obdobích a mají za sebou mnohé existenční peripetie, zejména z finančních důvodů. Nelze opomenout vlastnictví těchto deníků soukromými investory z důvodu předchozí existenční krize.

Jak bylo zmíněno v úvodu práce, deník *L'Humanité* byl zvolen nejen z důvodu politického zaměření, ale zejména z důvodu dostupnosti svých článků tam, kde nebylo možné dohledat články deníku *Le Monde*, který by pro své politické zaměření rovněž vyvážil pro-levicově zaměřený tisk. Články obou deníků *L'Humanité* i *Le Figaro* z let 2017–2019 byly přístupny v databázi Factiva, proto byla i tato databáze zvolena jako hlavní zdroj zkoumaných novinových článků.

Kódovací jednotkou analýzy jsou zmínky o České republice v novinových příspěvcích v databázi Factiva. Jedním příspěvkem se rozumí jedna ohraničená a ucelená jednotka s nadpisem či nadpis poskytující relevantní informaci. Tyto články jsou v systému Factiva vyhledány za pomoci klíčového slova „tchèque“. Klíčové slovo je francouzským ekvivalentem pro přídavné jméno „český“, díky němuž bude možné vyhledat nejvíce možných spojení s Českou republikou – ve francouzštině „République tchèque“. Celkový soubor redakčních příspěvků vyhledaných pod klíčovým slovem neobsahuje duplicitní texty, které byly vynechány. Dále nebudou započítány články, v nichž zmínka o České republice není relevantní, tedy například ty, kde se ke klíčovému slovu neuvádí další podrobnosti, a dále pak ty, kde chybí relevantní kontext. Relevantními články se rozumí ty, kde se ke klíčovému slovu váže informace nesoucí smysl či význam.

Články jsou vybrány z období od 1. 1. 2017 do 31. 12. 2019. Toto časové období bylo zvoleno pro co největší aktuálnost výsledků. Z tohoto období budou brány v potaz všechny relevantní příspěvky. Výběrový soubor není dále jinak redukován. Vizuelní materiály nejsou součástí výběrového souboru, jelikož nejsou součástí databáze Factiva. Kódovací kniha bude uvedena v seznamu příloh této práce.¹⁰³

7.2 Utvoření kategorií a popis proměnných

Proměnné udávají veličiny, ve kterých je možno během kvantitativní obsahové analýzy hodnoty měřit. V následující kapitole je popsán seznam hodnot proměnných kvantitativní obsahové analýzy a popis pro vymezení jejich jednotlivých veličin.

¹⁰³ Viz příloha č. 1

1. Číslo příspěvku

Touto proměnnou jsou identifikovány jednotlivé příspěvky, tedy kódovací jednotky.

2. Médium

Druhou proměnnou jsou rozlišovány dva zkoumané deníky. První hodnotu ponesou články z deníku *L'Humanité*, druhou potom z deníku *Le Figaro*.

3. Datum publikace

Proměnná značí datum publikace daného příspěvku pro rozpoznání četnosti zmínek a jejich proměně v čase během posledních tří let. Četnost publikace příspěvků určitého tématu zmiňujících Českou republiku podtrhuje důležitost daného tématu.

4. Umístění příspěvku

To, na jaké straně novin je určitý příspěvek publikován, podtrhuje míru jeho důležitosti. Z toho důvodu bude mezi ostatními proměnnými uvedena také ta, která se zaměří na publikaci příspěvku na titulní straně a ostatních stranách.

5. Titulek

Hodnota této proměnné značí, zda se informace pojící s naší zemí či aktér reprezentující Českou republiku objevuje v titulku zprávy.

6. Role České republiky v příspěvku

Proměnná odkazuje k roli, kterou Česká republika, informace se k ní pojící či aktér z České země mají v daném příspěvku. Budou rozlišeny tři hodnoty. První z nich bude Česká republika či český příslušník jako hlavní téma, druhá tyto prvky označuje jako vedlejší téma a třetí hodnotou bude pouhá zmínka o České republice či českém aktérovi. V případě, kde se Česká republika objeví ve výčtu mezi několika dalšími zeměmi, bude považována tato zmínka za třetí hodnotu proměnné, tedy za pouhou zmínku.

7. Hlavní téma příspěvku

- 1 **Česká politika a političtí aktéři** – Články s informacemi o politických aktérech, politických stranách a politických činnostech na vnitrostátní či mezinárodní úrovni
- 2 **EU** – Informace zabývající se Evropskou unií
- 3 **Ekonomika** – Informace z oblasti finanční, tržní či hospodářské činnosti na vnitrostátní či mezinárodní úrovni
- 4 **Žurnalistika a svoboda tisku** – Příspěvky zabývající se médií, žurnalistikou a svobodou médií v dané zemi
- 5 **Kriminalita a porušování zákona** – Články na téma zločineckých aktivit, nelegálních činností či jiných kriminálních aktů
- 6 **Umění** – Příspěvky o kultuře či umění a umělcích v jakémkoli kontextu
- 7 **Společnost** – Články zmiňující povahu společnosti v dané zemi, nikoli politickou scénu
- 8 **Věda a vzdělávání** – Články pojímající problematiku školství a vědy
- 9 **Komunistická minulost** – Články zabývající se tématem komunistické minulosti evropských států
- 10 **Demonstrace** – Články zmiňující demonstrace v České republice
- 11 **Migrační krize** – Příspěvky, ve kterých je hlavním bodem otázka migrace v Evropské unii
- 12 **Průmysl a jednotlivé firmy** – Informace ze světa průmyslu a jednotlivých firem
- 13 **Zákony ČR a rozdíly v zákonech** – Téma zahrnující zmínky o zákonech České republiky nebo o rozdílech mezi zákony v České republice a ve Francii
- 14 **Historie a komemorace** – Hlavním tématem příspěvku je v tomto případě historická událost či komemorace historické události
- 15 **Čech zmíněný v příspěvku** – Český občan je v tomto případě hlavním tématem příspěvku
- 16 **Filmografie** – Článek zabývající se filmy či seriály, ve kterých určitým způsobem figuruje Česká republika nebo její příslušník
- 17 **Armáda, policejní složky a justice** – Příspěvky obsahující jako dominantní téma armádu či válku, policii či zásahy policie, justici či soudní spory
- 18 **Životní prostředí** – Témata pojící se k životnímu prostředí a zdravému životnímu stylu

19 Francouzská politika – Příspěvky, jejichž dominantním tématem je francouzská politika a francouzští političtí aktéři

20 Zahraniční politika – Články zabývající se zahraniční či nadnárodní politikou, v nichž nedominuje politika česká či francouzská

21 Ostatní – Všechna témata, která nespádají do výše zmíněných kategorií.

7 Vedlejší téma příspěvku

K této proměnné se vztahují kategorie hodnot z předchozího bodu.

8 Česká osobnost v příspěvku

Předpokládá se, že články budou obsahovat zmínky o českých osobnostech či řadových příslušnících České republiky. Takové osobnosti jsou v obsahové analýze označeny jménem a jejich identita je následně vysvětlena.

9 Politický aktér v příspěvku

Tato kategorie je jednou z klíčových kategorií pro následnou kvalitativní analýzu. Politik zmíněný v příspěvku je v obsahové analýze pojmenován a následně je jeho identita objasněna. Zmínky o politických aktérech budou dále analyzovány a bude zjišťován kontext výpovědi v článku, ve kterém je daný politik jmenován.

10 Politická strana v příspěvku

Podobně jako předchozí kategorie také tato bude patřit mezi klíčové kategorie pro budoucí analýzu. V kvalitativní analýze bude zjišťován kontext a konotace zmínek o politických stranách České republiky.

11 Headline only

Některé příspěvky v denících jsou pouze nadpisem, většinou vyjádřeny pouze v jedné větě. Tyto příspěvky jsou v obsahové analýze označeny jako „1“.

12 Spolupráce mezi Českou republikou a Francií

Pokud se v článku vyskytuje informace o vzájemné spolupráci či naopak negativních vztazích mezi Českou republikou a Francií, je tento článek označen v dané kategorii číslem

1, pokud je v článku vyjádřena zmínka o nesouladu mezi oběma zeměmi, je příspěvek v této kategorii označen číslem 2.

7.3 Kódování obsahu a jeho limity

Jednotlivé články jsou analyzovány dle kódovací knihy, která odpovídá utvořeným kategoriím (viz příloha). I při kódování dochází k drobným nuancím při zařazování do příslušných kategorií. Proto jsou tyto jednotlivé limity, které byly během kódování zjištěny, vysvětleny v následující kapitole.

7.3.1 Hlavní téma příspěvku

Není pravidlem, že každý článek odpovídá jednoznačně pouze jedné kategorii. Hlavních i vedlejších témat příspěvku může být více a označena je vždy právě ta kategorie, která odpovídá obsahu článku nejvíce. Hlavní téma bylo zvoleno zpravidla dle rozsahu pojednávání o daném tématu v článku. V příspěvcích, kde byla dvě témata stejné či podobné důležitosti, avšak jednomu tématu byl přidělen větší rozsah článku, je druhé téma označené jako téma vedlejší. V této kategorii je možné riziko částečné ztráty reliability, neboť zařazení tématu může být v určitých případech vnímáno subjektivně.

7.3.2 Česká republika jako člen geopolitické skupiny

Při kódování článků bylo zjištěno, že Česká republika byla autory článků často řazena do geopolitických celků, které jsou hlavními tématy článků. Mezi tyto kategorie patří zejména termín Visegrádská skupina a východní či střední Evropa. Články v těchto případech pojednávají souhrnně o několika státech a prisuzují těmto státům určité atributy. V případech, kdy je hlavním tématem pojednávání o Visegrádské skupině, centrální či východní Evropě a je jisté, že dle kontextu je Česká republika je jedním z těchto států, avšak v článku nehraje samostatnou roli, je v kódování Česká republika považována za vedlejší téma článku.

7.3.3 Více článků v jednom příspěvku

Jednotlivé novinové příspěvky mají různá ohraničení. Například v deníku *Le Figaro* se v určitých případech vyskytuje v jednom příspěvku více článků psaných jedním autorem. Jedním z takových případů je například kategorie článků *En Bref*, tedy události ve zkratce.

V takovém případě jsou tyto články považovány za jednotlivé příspěvky a v potaz je brán právě článek obsahující klíčové slovo *tchèque*.

7.3.4 Headline only

Jisté příspěvky v systému Factiva obsahují pouze nadpis. Týká se to zejména těch příspěvků, které jsou v úvodu daného výtisku novin a jejichž témata jsou následně rozvedena v podrobném článku. Není to však případ, který by bylo možné zobecnit na všechny články, proto je i pouhý nadpis považován za samostatný příspěvek a není považován za duplikát. Takové příspěvky jsou označeny jako *headline only*.

7.3.5 Duplikáty

Duplikáty, tedy články či informace v totožné formě ve dvou různých příspěvcích, byly při vyhledávání v databázi odstraněny, přesto se několik těchto duplikátů během kódování objevilo. Z toho důvodu jsou celé duplikované články či části článků, které jsou přeneseny z jednoho článku do druhého bez změny formy či bez dodatku nové informace, považovány za duplikát a jsou z kódování vyřazeny.

7.3.6 Kontext

Z kódování jsou dále vyřazeny články, které postrádají smysluplný kontext. Za smysluplný kontext je považována jakákoli informace pojící se ke klíčovému slovu. Během kódování bylo dále zjištěno, že se občasné zmínky klíčového slova v článku netýká žádný kontext. Pokud však byla informace, která se váže ke klíčovému slovu vyhodnocena jako nedostatečně smysluplná, je i článek s touto zmínkou z kódování vyloučen.

8. Kvalitativní analýza deníků L'Humanité a Le Figaro

Cílem kvalitativní části výzkumu je hlubší poznání významů, které se váže k výsledkům kvantitativní obsahové analýzy. Kvalitativní analýza analýzu tedy obsahovou doplňuje. Tato část výzkumu si dále klade za cíl zejména identifikaci kvalitativních atributů pojících se k České republice, české politice a francouzsko-českým vztahům. Ve výzkumných otázkách, které jsou formulovány v kapitole 6.3, se nebudeme zaměřovat na množství zmínek, ale na atributy přidělené jednotlivým subjektům.

Pro metodu konstantní komparace bude pro tuto práci využita výzkumná technika, která byla aplikovaná ve výzkumu diplomové práce tematicky příbuzné této¹⁰⁴. Na základě úspěšnosti práce a výsledků jejího výzkumu bude taktéž užita technika konstantní komparace dle Wimmera a Dominicka¹⁰⁵. Ti popisují postup dané metody následovně:

1. Srovnávací třídění souvisejících kategorií
2. Rozvedení a pročištění kategorií
3. Hledání vztahů a témat mezi kategoriemi
4. Zjednodušení a sloučení dat do ucelené teorie

Metoda konstantní komparace se zaměří na následující body, k nimž budou vyhledávány přiřazené atributy:

1. Česká republika
2. Česká politika a političtí představitelé
3. Česko-francouzské vztahy

Tyto tři body slouží jako nejzákladnější kategorie, jež budou později na základě hlubšího poznání mediálních sdělení rozřazeny do podkategorií, které spojují společné atributy, a budou následně popsány.

¹⁰⁴ KRÍŽ, Michal. *Mediální obraz České republiky v britském tisku*. Praha, 2012. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

¹⁰⁵ WIMMER, Roger D.; DOMINICK, Joseph R. *Mass Media Research: An Introduction*. Fifth Edition. Belmont: Wadsworth Publishing, 1997. s. 86

9. Výsledky kvantitativní části výzkumu

V této kapitole budou podrobně popsány výsledky kvantitativní části výzkumu provedené za pomoci kvantitativní obsahové analýzy. Všechny grafy a tabulky související s výsledky této části výzkumu jsou k této práci doplněny jako přílohy. Níže následuje popis, který se věnuje nejen těm výsledkům analýzy, které jsou potřebné k zodpovězení výzkumných otázek, ale také dalším informacím, které z výzkumu vyplynuly. Výsledky jsou uvedeny zvlášť za každý deník za účelem poukázání na rozdíly mezi deníky.

9.1 Míra zmínek o České republice

V každém z obou deníků byla zjištěna různá míra četnosti zmínek o České republice, tedy výrazně rozdílný počet článků obsahujících klíčové slovo *tchèque*. V deníku *L'Humanité* existuje v období let 2017–2019 těchto článků celkem 118, z toho 3 články bez kontextu, které nejsou do celkového počtu zkoumaných příspěvků započítány. Celkem jich bude v tomto deníku bráno v potaz 115. V deníku *Le Figaro* je možné jich nalézt celkem 413, z toho 8 duplikátů a 5 článků označených jako „*bez kontextu*“. Celkem se tedy v tomto deníku započítává do výzkumu 400 článků. Průměrně si lze číst článek se zmínkou o České republice v deníku *L'Humanité* přibližně každý devátý den, zatímco v deníku *Le Figaro* přibližně každý druhý až třetí den.

Nejvíce zmínek o České republice nalezneme v obou periodikách v roce 2018, avšak pouze s nepatrným rozdílem vůči roku 2019. Právě v těchto dvou letech nastalo několik významných událostí, mezi které patří například zvolení nového českého prezidenta a následně premiéra či koupě francouzských médií Danielem Křetínským.¹⁰⁶

9.2 Témata spojená s Českou republikou

Zmínky o České republice nebo českých aktérech, které byly vyhledány dle klíčového slova *tchèque*, byly shromážděny bez ohledu na důležitost role, kterou v daném příspěvku Česká republika hraje, a bylo zkoumáno, s jakým tématem je Česká republika nejčastěji spojována. Z výsledků analýzy vyšlo najevo, že Česká republika či její představitelé jsou v deníku *Le Figaro* nejčastěji zmiňováni v souvislosti s Evropskou unií. Dalšími četnými tématy jsou téma umění, průmyslu a jednotlivých firem, českých osobností či mezinárodní politiky. Je

¹⁰⁶ Viz příloha č. 2

zajímavé, že téma umění převýšilo například téma ekonomiky či francouzské politiky. Naopak ve velmi malé míře se setkáme s tématem kriminality a porušování zákona nebo tématem „demonstrace“.¹⁰⁷

V deníku *L'Humanité* bylo zastoupení témat souvisejících s Českou republikou vyváženější. Nenajdeme zde výrazné rozdíly v počtu příspěvků spadajících pod jedno téma. Také u tohoto deníku může být překvapením, že zmínky o České republice jsou nejčastěji spojovány s tématem umění. Dalšími častými tématy jsou například zahraniční politika či Evropská unie. Z povahy deníku by se dalo předpokládat, že se v něm budou objevovat zmínky o české komunistické minulosti, nicméně toto téma je jedno z nejméně četných. Ani v jednom článku v deníku *L'Humanité* není Česká republika spojena s kriminalitou a porušováním zákona či hlavním tématem francouzské politiky.¹⁰⁸

9.3 Tematická agenda zmínek o České republice v hlavním tématu

Česká republika či příslušník České republiky se jako dominantní téma příspěvků objevují v deníku *L'Humanité* celkem u dvaceti článků, což činí z celkového počtu přibližně 28 %. Jako vedlejší téma je v deníku Česká republika u sedmnácti příspěvků, tedy přes 14 % z celkového počtu. Ve zbylém počtu 81 článků byla v deníku *L'Humanité* Česká republika či její aktér pouhou zmínkou v příspěvku. Česká republika či její příslušník byla v nadpise deníku *L'Humanité* dvaadvacetkrát, tedy u více článků, než v jakých je dominantním tématem.

V deníku *Le Figaro* byly hodnoty následující: dominantním tématem byla Česká republika či její aktér v šedesáti člancích, tedy přibližně ve 14 % až 15 % z celkového počtu, vedlejším tématem byla v dvaceti pěti člancích, tedy v 6 % celkového počtu. V nadpise se Česká republika či její aktér objevila celkem v padesáti třech příspěvcích.

Jako dominantní téma jsou v deníku *L'Humanité* nejčastěji Česká republika či její aktéři zmiňováni v souvislosti s tématem české politiky a politických událostí. Druhé nejčastější téma, se kterým se Česká republika pojí v hlavním tématu, jsou články věnované některé z českých osobností. K těmto osobnostem a článkům, které jim věnovaly prostor, se v některých případech váže jako vedlejší téma umění či filmografie. Třetím nejčastějším

¹⁰⁷ Viz příloha č. 3

¹⁰⁸ Viz příloha č. 4

tématem daného deníku je filmografie spolu s tématem imigrace. Obecně je v deníku Česká republika nejčastěji zmiňována v kterékoli z možných rolí v souvislosti s uměním, zahraniční politikou, Evropskou unií a žurnalistikou.

Le Figaro spojuje největší procento článků s hlavním tématem České republiky či aktérů s tématem českých osobností. Nelze přehlédnout, že tito aktéři bývají často spojeni s vedlejším tématem, uměním. Druhým nejčastějším tématem článků v této kategorii je česká politika a politici. V mnoha případech se hlavní téma politiky pojí s vedlejším tématem migrace. Třetím nejčastějším tématem článků, ve kterých dominuje Česká republika, je žurnalistika a svoboda tisku. Obecně se zmínky o České republice v deníku nejvíce vyskytují ve spojitosti s tématem Evropské unie, průmyslu či zahraniční politiky.

Velký počet zmínek vážících se k tématu EU je často spojován s tématem migrace, ať je již kterékoli z těchto dvou témat v dominantním či vedlejším postavení. Je tomu tak zejména z důvodu vyjednávání o uprchlických kvótách a jednání naší země s Evropskou unií během celého zkoumaného časového období. V kvalitativní části bude popsáno, jak toto jednání hodnotí zkoumané deníky.

9.4 Česká republika jako vedlejší téma

Jak bylo zmíněno výše, Česká republika byla označena jako vedlejší téma, pokud se jednalo o vedlejší téma jako takové, nebo pokud byl hlavním tématem geopolitický celek, jehož byla Česká republika součástí. Mezi geopolitickými celky, jichž byla Česká republika součástí, byla nejčastěji zmiňována Visegrádská skupina a poté východní Evropa či střední Evropa.

9.5 Téma české politiky

Česká politická scéna či političtí aktéři se jako hlavní či vedlejší téma objevují poměrně četně v obou denících. Nejčastěji je téma české politiky spojováno s hlavním či vedlejším tématem migrace či Evropské unie. Oba deníky popisují naši politickou scénu v podobné četnosti, tedy v přibližném poměru 6 % ze všech ostatních článků. Velký prostor je věnován zejména hlavním představitelům našeho státu, ale také tématu voleb či spolupráce našich politiků s francouzskými.

9.6 Političtí aktéři

Oba zkoumané francouzské denní tisky v souvislosti s českou politikou zmiňují také mnoho politických aktérů ze současnosti i minulosti. Není překvapením, že nejzmiňovanějším českým politikem je v obou denících Andrej Babiš, premiér České republiky. Druhým nejčastěji zmiňovaným českým politikem je prezident České republiky Miloš Zeman. Mezi dalšími zmíněnými nalezneme dřívějšího prezidenta České republiky Václava Havla. Dalším důležitým zmíněným aktérem je Tomio Okamura, předseda strany SPD, nebo Pavel Fischer, český senátor, někdejší poradce Václava Havla a velvyslanec ve Francii a v Monaku. V řadách českých politiků, kteří jsou v tisku zmíněni, jsou také například Bohuslav Sobotka či europoslanec Jan Zahradil. Jako české politické aktéry ženského pohlaví zmiňuje denní tisk *Le Figaro* také Věru Jourovou, někdejší komisařku pro spravedlnost, ochranu spotřebitelů a otázky rovnosti pohlaví v Junckerově evropské komisi v letech 2014–2019, jež je od roku 2019 místopředsedkyní pro hodnoty a transparentnost v evropské komisi pod vedením Ursuly von der Leyenové.

Andrej Babiš je v deníku *Le Figaro* zmíněn celkem třiatřicetkrát přímo, tedy jmenovitě, a jedenkrát nepřímo, kde je označen jako český premiér. V deníku *L'Humanité* je zmíněn celkem devětkrát. V obou denících je Andreji Babišovi věnován prostor v článku jakožto hlavnímu tématu příspěvku celkem devatenáct příspěvků, které budou dále zkoumány podrobněji stejně jako zmínky o ostatních politických aktérech.¹⁰⁹

9.7 Politické strany

V návaznosti na četnost zmínek o českých politických představitelích jsou také zmiňovány politické strany, ke kterým jsou často političtí aktéři řazeni. Deník *L'Humanité* nejčastěji v souvislosti s Českou republikou zmiňuje hnutí ANO a stranu KSČM, která je v jednom příspěvku označena též jako KSČ. V deníku *Le Figaro* se taktéž setkáme nejčastěji se zmínkami o politickém hnutí ANO, druhou nejzmiňovanější stranou je však SPD.¹¹⁰

¹⁰⁹ Zmínky o politických aktérech viz příloha č. 5

¹¹⁰ Viz přílohy č. 6 a 7

9.8 České osobnosti v příspěvku

Českou osobností, která je v obou denících nejčastěji zmiňována, Daniel Křetínský, český miliardář, který během zkoumaného období odkoupil část francouzských médií včetně celostátního denního tisku *Le Monde*. Zmínky o tomto magnátovi pokrývají přibližně 26 % všech zmínek o českých osobnostech v deníku *Le Figaro*, v deníku *L'Humanité* je tento poměr 20 %. V deníku *L'Humanité* se kromě jmeného označení setkáme s nepřímým označením *oligarque tchèque*, kde postava Daniela Křetínského vyplývá z kontextu.

Pokud by se však rozdělily zmiňované osobnosti do kategorií dle svých profesí, zjistili bychom, že nejvíce zmiňovanými českými osobnostmi jsou umělci. Souvisí to s výrazným zastoupením tématu umění. V umělecké sféře se v deníku *Le Monde* setkáme s nejvyšším počtem zmínek o Milanu Kunderovi, českém spisovateli, který emigroval do Francie, deník *L'Humanité* z oblasti umělecké nejčastěji zmiňuje pražského německy píšícího spisovatele Franze Kafku.¹¹¹

9.9 Spolupráce mezi Českou republikou a Francií

Jak bylo zmíněno v teoretické části, Česká republika a Francie spolupracují již odedávna. V kvantitativní obsahové analýze byly zjišťovány zmínky o jakékoli spolupráci či sounáležitosti mezi určitými institucemi, osobnostmi či politickými stranami, nebo naopak nespolečnosti a rozporem mezi nimi. Je překvapivé, že přes zmíněnou tradici spolupráce mezi ČR a Francií nebyl zjištěn vysoký počet těchto zmínek. Přesto těchto několik zmínek bude bráno v potaz a budou analyzovány v kvalitativní části.

Zmínky o spolupráci se pojí s tématem českých osobností, umění, francouzské, české a mezinárodní politiky, ekonomiky, průmyslu a vědy a vzdělávání. Deník *Le Figaro* však nachází ve dvou tématech značné známky rivality – těmito tématy jsou zejména Evropská unie a imigrace. Z kvantitativního výzkumu je jisté, že se Česká republika s Francií shodnou na mnoha úrovních mezinárodních vztahů, nicméně na úrovni Evropské unie a migrace se tyto dvě země v názorech rozcházejí.

¹¹¹ Viz příloha č. 8

9.10 Souhrn kvantitativní části výzkumu

Kvantitativní část výzkumu potvrdila nejzmiňovanější témata spojená s Českou republikou stejně jako nejzmiňovanější české politické aktéry, politické strany a české osobnosti. Dále se zaměřila na otázku francouzsko-českých vztahů a vzájemné spolupráce mezi oběma zeměmi.

Největší míra zmínek o České republice byla zjištěna v souvislosti s tématem Evropské unie, které je často spojeno s vedlejším tématem migrace. Jako nejzmiňovanější političtí představitelé figurují Miloš Zeman, Andrej Babiš, často zmiňovaným politickým aktérem je také předseda strany SPD Tomio Okamura. Spolupráce mezi Českou republikou a Francií se objevuje v souvislosti s tématem českých osobností, umění, politiky české a mezinárodní, ekonomiky, průmyslu a dále vědy a vzdělávání. Rivalita mezi Českou republikou a Francií je spojena s tématem migrace a Evropské unie. Právě výsledky kvantitativní části pomohou v následující části výzkumu, tedy části kvalitativní.

10. Výsledky kvalitativní části výzkumu

V předchozí kapitole se výzkum zaměřil na četnost zmínek o České republice a jejích politických či nepolitických představitelích, o politických stranách, a také na témata s nimi spojená. V následující kapitole budou namísto četnosti zmínek a témat zkoumány kvalitativní atributy výše popsaných zmínek. Jednotlivé atributy byly rozděleny do kategorií a podkategorií, aby lépe nastínily celkový způsob reprezentace České republiky ve francouzském tisku.

Jak bylo zmíněno výše, dle povahy výzkumných otázek byly v počátku vyčleněny tři majoritní kategorie z důvodu neodbočení od hlavních výzkumných otázek. Těmito kategoriemi jsou Česká republika, česká politika a česko-francouzská spolupráce. V textech příspěvků byly vyhledávány atributy, dle kterých následně proběhlo roztržidění těchto zmínek do podkategorií, jež byly zařazeny nejen pod tři majoritní kategorie, ale daly vzniknout dalším kategoriím, které přináší nové informace.

10.1 Česká republika

1. Jako národ nespolupracující s EU

- odpírání migračních kvót
- populismus
- neliberální demokracie

Pro navázání na kvantitativní část je třeba připomenout, že mnoho zmínek o České republice a Evropské unii souvisí také s tématem migrace. Je to zejména z důvodu vyjednávání České republiky a Evropské unie o přijetí uprchlíků. Česká republika je proto často kritizována za odmítání přijetí migračních kvót¹¹². Dle deníku *Le Figaro* byly v roce 2018 přibližně tři čtvrtiny Čechů pro tvrdou migrační politiku¹¹³. Deník také popsal, že důvody spojené se strachem z multikulturalismu jsou minulost naší země a nynější vysoká hodnota národní kultury.¹¹⁴ Je spojována s neliberální demokracií a populismem.¹¹⁵

2. Jako člen Visegrádské skupiny

- populismus
- euroskepticismus
- boj proti migračním kvótám
- potíže východní Evropy

Česká republika je členem Visegrádské skupiny, tedy aliance se Slovenskem, Maďarskem a Polskem. Visegrádská skupina je obecně v tisku vyobrazena jako skupina nespolupracující s EU z důvodu odpírání migračních kvót¹¹⁶ či vystupující proti mnohým návrhům ze strany Francie¹¹⁷ či Evropské unie¹¹⁸. Deník *Le Figaro* označuje Visegrádskou skupinu podobně jako Českou republiku jako neliberální demokracii¹¹⁹, spojuje ji s populismem a

¹¹² MÉVEL, Jean-Jacques. *Bruxelles pose un ultimatum à Varsovie*. *Le Figaro*. 27. 7. 2017. s. 7

¹¹³ MANDEVILLE, Laure. *Milos Zeman, le « Trump » européen, rempile à Prague*. *Le Figaro*. 29. 1. 2018. s. 7

¹¹⁴ DELSOL, Chantal. *Pourquoi les peuples d'Europe centrale refusent nos leçons de morale*. *Le Figaro*. 23. 2. 2018. s. 22

¹¹⁵ FLEURY, Cynthia. *La chronique philo;Nostrum*. *L'Humanité*. 22. 3. 2019. s. 17

¹¹⁶ HEUZÉ, Richard. *L'Italie seule en pleine crise migratoire*. *Le Figaro*. 24. 17. 2017. s. 5

¹¹⁷ LEMAHIEU, Thomas. *Union Européenne sur le travail détaché, Macron rate son rendez-vous pour changer l'Europe*. *Le Figaro*. 24. 10. 2017. s. 16

¹¹⁸ LEMAHIEU, Thomas. *Union Européenne; Un sommet de ridicule pour les chefs d'État*. *L'Humanité*. 2. 7. 2019. s. 16

¹¹⁹ BAVEREZ, Nicolas. *L'Europe au défi de la démocratie illibérale*. *Le Figaro*. 26. 2. 2018. s. 19

euroskepticismem¹²⁰ a dokonce jako „potíž východní Evropy“.¹²¹ Stejně médium také zmiňuje vydírání Evropské unie Visegrádskou skupinou¹²². Toto zobecnění a opakování stále stejných formulací ve spojitosti s Visegrádskou skupinou lze chápat jako stereotypizaci států, které jsou jejím členem.

3. Jako země východní Evropy

- východ proti západu
- komunistická minulost
- vztah s Ruskem

Je zajímavé, že i přes centrální polohu České republiky na mapě Evropy jsme francouzským tiskem či citovanými francouzskými mluvčími stále řazeni do bloku východní Evropy.^{123, 124, 125} Česká republika je dodnes spojována s komunismem a jeho následky. Zejména deník *Le Figaro* popisuje Evropu jako říši rozdělenou na Východ a Západ. Lze zkonstatovat, že se v tomto případě jedná o stereotypizaci, tedy řazení České republiky do východní Evropy a chápání východoevropských států jako jeden celek.

Níže jsou uvedeny příklady zmínek o rozdílu mezi východní a západní Evropou spolu s připomenutím komunistické minulosti naší země, případně zemí Visegrádské skupiny, které jsou rovněž řazeny do bloku východní Evropy:

„Během sovětských časů byli západem východu. Nyní jsou východem západu.“¹²⁶

„Téměř třicet let po skončení komunismu nezmizely rozdíly mezi východem a západem kontinentu. Dokonce se zdá, že se objevují další. Vysílání pracovníků není jediným problémem. Rozdíly jsou v imigraci, náboženství, vnímání hrozeb a vztah s Ruskem.“¹²⁷

¹²⁰ BARLUET, Alain. *La vague souverainiste s'affirme à l'Est*. Le Figaro. 27. 5. 2019. s. 10

¹²¹ MÉVEL, Jean-Jacques. *Macron pose ses jalons à Bruxelles*. Le Figaro. 23. 6. 2017. s. 9

¹²² BAVEREZ, Nicolas. *L'Europe au défi de la démocratie illibérale*. Le Figaro. 26. 2. 2018. s. 19

¹²³ LECLAIR, Agnès. *Malgré une fécondité en déclin, la France reste championne d'Europe des bébés*. Le Figaro. 29. 3. 2018. s. 10

¹²⁴ DEBOUTÉ, Alexandre. *Le marché européen de la publicité digitale poursuit sa course en avant*. Le Figaro. 5. 6. 2019. s. 28

¹²⁵ CHEYVIALLE, Anne. *L'immigration de travail progresse dans le monde*. Le Figaro. 19. 9. 2019. s. 24

¹²⁶ LASSERRE, Isabelle. *Entre l'Europe occidentale et les pays de l'Est, une fracture renaissante*. Le Figaro. 8. 11. 2019. s. 17

¹²⁷ LASSERRE, Isabelle. *Macron à l'assaut sur le front des travailleurs détachés*. Le Figaro. 22. 8. 2017. s. 3

Na komunistickou minulost tehdejšího Československa či na jeho komunistické politiky je vzpomínáno také v deníku *L'Humanité*, který publikoval životopis Alexandra Dubčeka.¹²⁸

4. Neekologická země

- nukleární energie
- klimatická neutralita
- daň za plastové obaly

I přes to, že nejvíce energie v České republice vyrobí tepelné elektrárny¹²⁹, deník *Le Figaro* zmiňuje naši preferenci jaderné energie, tedy druhý nejvyužívanější zdroj pro výrobu energie v naší zemi. Sami autoři však Francii uvádí jako propagátora nukleární energie¹³⁰. Jak bylo uvedeno v teoretické části práce, velká část spolupráce mezi Českou republikou a Francií se pohybovala v oblasti nukleární energie. Není tedy překvapením, že francouzské deníky Českou republiku za využívání nukleární energie ve velkém množství nekritizují.

Evropská unie plánuje být do roku 2050 prvním územím bez uhlíkových emisí. Tento návrh byl předaslán členskými zeměmi jako *zákon o klimatické neutralitě*. Mnoho členských států na tento plán přistoupilo, Česká republika však byla mezi státy, které odmítly. Dokládá to příspěvek, ve kterém je uvedeno, že „berlínský přechod však nedovolil EU dosáhnout dohody ve středu večer kvůli neochotě Polska, České republiky a Maďarska, velkých spotřebitelů fosilní energie.“¹³¹ Jeden z posledních příspěvků deníku *Le Figaro* roku 2019 uvádí, že „někteří jsou však šťastní, že se Česká republika a Maďarsko, velmi neochotné země, konečně připojily k cíli.“¹³²

Návrh *zákona o klimatické neutralitě* však není jediným návrhem, se kterým Česká republika souhlasí dle deníku pouze velmi neochotně. Dále je Česká republika zmíněna ve vztahu k odmítnutí návrhu daně z plastových obalů, který byl navržen patnácti státy Evropské unie včetně Francie.

¹²⁸ Autor neuveden. *Alexander Dubcek, l'espoir tchécoslovaque déçu*. *L'Humanité*. 20. 8. 2018. s. 17

¹²⁹ Energetický regulační úřad. Roční zpráva o provozu ES ČR 2018. Dostupné z: http://www.eru.cz/documents/10540/4580207/Rocni_zprava_provoz_ES_2018.pdf

¹³⁰ HURBAUT, Leonor. *Accord européen sur la définition des investissements verts*. *Le Figaro*. 19. 12. 2019. s. 26

¹³¹ BAROTTE, Nicolas. *À Bruxelles, le retour de la chancelière du climat*. *Le Figaro*. 21. 6. 2019. s. 7

¹³² ROVAN, Anne. *En Europe, la neutralité carbone sans la Pologne a un goût d'inachevé*. *Le Figaro*. 14. 12. 2019. s. 13

Naopak jako pro-ekologickou či humanitární stránku naší země lze uvést zmínku deníku *L'Humanité*, která popisuje přijetí zákona o zákazu chovu zvířat pro kožešiny českým senátem, jenž nabyl účinnosti v lednu 2019¹³³.

5. Země s prosperující ekonomikou

- nízká nezaměstnanost
- vysoké HDP
- kvalitní elektronika

Pozitivní světlo vrhají deníky na Českou republiku v souvislosti s tématem ekonomiky. Deník *Le Figaro* nás klasifikuje mezi „*středně nákladové země*.“¹³⁴ Obě média zdůrazňují nízkou nezaměstnanost v České republice^{135, 136}. Zmíněno je také výrazně nižší procento nezaměstnanosti v České republice oproti Francii i přes to, že podléháme stejnému diktátu Evropské banky.¹³⁷ Nízkou nezaměstnanost v naší zemi deník *Le Figaro* připisuje úspěchům Komerční banky, dceřiné společnosti francouzské Sociétés Générale.¹³⁸ Stejný deník také zmiňuje kvalitu české elektroniky.¹³⁹

Českou republiku dále popisuje deník *Le Figaro* jako zemi s vysokým HDP¹⁴⁰, zemi s industrializovanější ekonomikou, než je francouzská,¹⁴¹ a jako jednu ze zemí spolu se Švýcarskem a Nizozemskem, kde se finančně daří studentům lépe než ve Francii.¹⁴²

Dle výše zmíněných atributů lze obecné vyobrazení České republiky popsat jako kritiku za protievropské smýšlení a častou nespolupráci. Francouzskému tisku však zároveň nelze

¹³³ Autor neveden [headline only]. *L'Humanité*. 28. 7. 2017. s. 2

¹³⁴ GUILLERMARD, Véronique. *Face au risque géopolitique, Safran infléchit sa politique internationale*. *Le Figaro*. 4. 12. 2019. s. 33

¹³⁵ Autor neveden. *La chronique économique de pierre ivorra; Avec Macron, mieux vaut changer de rue*. *L'Humanité*. 17. 10. 2018. s. 13

¹³⁶ DELAPORTE, Ixchel. *Inégalités; Les pauvres, otages du sous-emploi*. *L'Humanité*. 17. 4. 2019. s. 16

¹³⁷ DASSAULT, Olivier. *Entre le front national et nous, il y a croix de Lorraine et bien plus encore*. *Le Figaro*. 6. 5. 2017. s. 18

¹³⁸ GUINOT, Danièle. *L'Europe de l'Est, relais de croissance de Société générale*. *Le Figaro*. 24. 9. 2019. s. 25

¹³⁹ SANZ, Didier. *Hisense veut explorer le savoir-faire chinois*. *Le Figaro*. 1. 6. 2017. s. 25

¹⁴⁰ CHEYVIALLE, Anne. *Le Portugal renoue avec son industrie*. *Le Figaro*. 18. 5. 2019. s. 23

¹⁴¹ GUICHARD, Guillaume. *Il faut continuer à mener une politique de l'offre*. *Le Figaro*. 15. 2. 2018. s. 21

¹⁴² PECH, Marie-Estelle. *La grande précarité touche 6 % des étudiants*. *Le Figaro*. 14. 11. 2019. s. 10

vytknout vyobrazení České republiky jako ekonomicky zaostalé země, jako tomu je například v britském denním tisku¹⁴³.

10.2 Česká politika

Pro definici české politické scény je všem podkategoriím příznačný společný činitel, (ŠKRTNOUT ČÁRKU ZA ČINITEL) a tím je populismus. Populistická vláda a vládní činitelé jsou zmiňováni v příspěvcích napříč oběma deníky. Protože je termín dle zkoumaného vzorku příznačný pro českou politiku obecně, není zařazen do podkategorie. Kvalitativní výzkum se zaměřil na tři nejčastěji zmiňované české politické aktéry.

1. Miloš Zeman jako evropský Trump

- opilost mocí
- nepřítel novinářů
- evropský Trump
- odpůrce migrace
- přízeň vůči Rusku a Číně
- euroskeptik
- protiklad Václava Havla
- šílený

Je možné konstatovat, že český prezident je ve vybraných francouzských denících vyobrazován spíše negativně. Stejně jako deník *L'Humanité* prezidentovi přiřazuje atribut „opilost mocí“¹⁴⁴, deník *Le Figaro* zmiňuje prezidentovu zálibu v alkoholu¹⁴⁵ a opakovaně nevhodném chování.¹⁴⁶

¹⁴³ KRÍŽ, Michal. *Mediální obraz České republiky v britském denním tisku*. Praha, 2012. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

¹⁴⁴ ROUSTEL, Damien. *Le président Milos Zeman ou l'ivresse au pouvoir*. *L'Humanité*. 10. 1. 2018. s. 16

¹⁴⁵ MANDEVILLE, Laure. *Milos Zeman, le « Trump » européen, rempile à Prague*. *Le Figaro*. 29. 1. 2018. s. 7

¹⁴⁶ MANDEVILLE, Laure. *Quitte ou double en République tchèque*. *Le Figaro*. 12. 1. 2018. s. 2

První zmíněný deník popisuje Miloše Zemana jako prezidenta, který namířil na novináře maketu samopalů, a tím jim vzkázal výhrůžku¹⁴⁷, jindy nazval novináře „idioty“¹⁴⁸. Dále je tento politický aktér stejným deníkem vyobrazen jako odpůrce migrace a euroskeptik^{149, 150}, jako příznivce Donalda Trumpa¹⁵¹ nebo jako sám „evropský Trump“.¹⁵² Během konání finálního kola volby mezi Milošem Zemanem a Jiřím Drahošem v roce 2018 byli popsáni kandidáti na prezidenta následovně: „jeden, poznamenaný postkomunismem, který získává voliče na venkovských oblastech, a druhý, liberálnější a západnější, který se obává vlivu Kremle v zákulisí prezidentského hradu.“¹⁵³

Miloš Zeman se v rozhovorech netají svou protiimigrační politikou. Je například citován v jednom z příspěvků, kdy prohlásil, že si chce imigranty do České republiky vybírat.¹⁵⁴ Francouzský tisk také zmiňuje jeho dobré vztahy s Vladimírem Putinem¹⁵⁵ a náklonnost k Rusku¹⁵⁶ a Číně. Miloš Zeman je explicitně citován následovně: „*Jsme přístupovým bodem lidové republiky*¹⁵⁷ *pro vstup do EU*“¹⁵⁸ či „*Není to snad díky Rusku, že my Češi dnes nejsme povinni říkat ‚Heil Hitler‘?*“¹⁵⁹ Český prezident je mimo jiné deníkem *Le Figaro* označen za „šíleného“ a za protiklad prvního českého prezidenta Václava Havla.¹⁶⁰

¹⁴⁷ ROUSTEL, Damien. *Le président Milos Zeman ou l'ivresse au pouvoir*. L'Humanité. 10. 1. 2018. s. 16

¹⁴⁸ MANDEVILLE, Laure. *Milos Zeman, le « Trump » européen, rempile à Prague*. Le Figaro. 29. 1. 2018. s. 7

¹⁴⁹ Tamtéž

¹⁵⁰ MANDEVILLE, Laure. *Quitte ou double en République tchèque*. Le Figaro. 12. 1. 2018. s. 2

¹⁵¹ Tamtéž

¹⁵² MANDEVILLE, Laure. *Milos Zeman, le « Trump » européen, rempile à Prague*. Le Figaro. 29. 1. 2018. s. 7

¹⁵³ MANDEVILLE, Laure. *Quitte ou double en République tchèque*. Le Figaro. 12. 1. 2018. s. 2

¹⁵⁴ MANDEVILLE, Laure. *Les pays de l'Est veulent avoir voix au chapitre sur l'avenir du projet européen*. Le Figaro. 12. 1. 2018. s. 2

¹⁵⁵ MANDEVILLE, Laure. *Le maître du Kremlin joue sur les faiblesses de l'Europe*. Le Figaro. 19. 8. 2019. s. 4

¹⁵⁶ MANDEVILLE, Laure. *Milos Zeman, le « Trump » européen, rempile à Prague*. Le Figaro. 29. 1. 2018. s. 7

¹⁵⁷ Čínské lidové republiky, pozn. autorky

¹⁵⁸ MÉVEL, Jean-Jacques. *L'offensive de charme chinoise déchire l'UE*. Le Figaro. 28. 11. 2017

¹⁵⁹ GIRARD, Renaud. *Pour la République tchèque, l'ennemi principale n'est plus le Russe*. Le Figaro. 21. 8. 2018. s. 16

¹⁶⁰ MANDEVILLE, Laure. *Milos Zeman, le « Trump » européen, rempile à Prague*. Le Figaro. 29. 1. 2018. s. 7

2. Andrej Babiš jako český Berlusconi

- český Berlusconi
- český Trump
- populista
- trestně stíhaný
- ex-komunista
- černá ovce
- důvod demonstrace

Jak bylo zmíněno ve výsledcích kvantitativní obsahové analýzy, premiér Andrej Babiš je nejzmiňovanějším politikem napříč oběma deníky a je mu přisouzeno mnoho atributů. Jeho označení deníkem *L'Humanité* „český Berlusconi“^{161,162,163} je přirovnání převzaté z českých médií. Médium poukazuje na to, že kromě sexuálních skandálů a fotbalu přejímá Andrej Babiš všechny znaky bývalého italského předsedy Rady ministrů. Mezi těmito znaky *L'Humanité* uvádí obchod, média, politiku a potíže se spravedlností.¹⁶⁴ Na rozdíl od deníku *Le Figaro*, který označil Miloše Zemana za „evropského Trumpa“, je oběma deníky označen jako „český Trump“ právě Andrej Babiš.^{165, 166}

Český předseda vlády je pravidelně oběma deníky označován za populistu.^{167, 168} Toto označení je spojováno s otázkou migrace. Jak se již potvrdilo v předchozí části výzkumu, Česká republika je obecně proti migračním kvótám a Andrej Babiš dle deníků migranty jasně odmítá a klade si boj proti migraci za prioritu.¹⁶⁹ Sám Babiš označuje dle

¹⁶¹ ROUSTEL, Damien. *Europe centrale Andrej Babis ou le Berlusconi tchèque*. *L'Humanité*. 18. 10. 2017. s. 3

¹⁶² Autor neveden. *République tchèque. Le premier ministre Andrej Babis affronte une motion de censure*. *L'Humanité*. 23. 11. 2017. s. 23

¹⁶³ MANDEVILLE, Laure. *Andrej Babis, nouveau héraut du populisme tchèque*. *Le Figaro*. 21. 10. 2017. s. 6

¹⁶⁴ ROUSTEL, Damien. *Europe centrale Andrej Babis ou le Berlusconi tchèque*. *L'Humanité*. 18. 10. 2017. s. 3

¹⁶⁵ Autor neveden. *Mediatoc c'est Mozart qu'on assassine*. *L'Humanité*. 2. 11. 2017. s. 24

¹⁶⁶ MANDEVILLE, Laure. *Andrej Babis, nouveau héraut du populisme tchèque*. *Le Figaro*. 21. 10. 2017. s. 6

¹⁶⁷ ROUSTEL, Damien. *Le président Milos Zeman ou l'ivresse au pouvoir*. *L'Humanité*. 10. 1. 2018. s. 16,

¹⁶⁸ MANDEVILLE, Laure. *Babis : « Qu'on arrête de parler de quotas de migrants ! »* *Le Figaro*. 29. 6. 2018. s. 4

¹⁶⁹ Autor neveden [headline only]. *Le premier ministre tchèque Andrej Babis a déclaré hier que la lutte contre l'immigration illégale figurait parmi les priorités de son gouvernement d'union entre le parti centriste (ANO) et le parti social-démocrate (CSSD)*. *L'Humanité*. 28. 6. 2018. s. 4

deníku *Le Figaro* migrační kvóty jako „bez budoucnosti“¹⁷⁰ a staví se vůči nim silně negativně také v rozhovorech se zmíněným médiem.¹⁷¹

Jedním z témat spojených s českým premiérem je jeho trestní stíhání z důvodu zneužití evropských dotací^{172, 173} a střetu zájmů^{174, 175}, což však předseda vlády zásadně odmítá¹⁷⁶. *Le Figaro* zmiňuje, že trestní stíhání proti premiérovi bylo zastaveno z toho důvodu, že státní zástupce „změnil názor“¹⁷⁷. Tento fakt souvisí s tématem demonstrací proti Andrejovi Babišovi, které však dle deníku *L'Humanité* „nebylo nic, co by s miliardářem v čele vlády otrásl.“¹⁷⁸ Posledními atributy, které *Le Figaro* českému premiérovi přiřazuje, je „ex-komunista“¹⁷⁹ či „černá ovce“^{180, 181} mezi liberály.

3. Tomio Okamura jako odpůrce islámu

- proti islámu¹⁸²
- odpůrce EU
- odpůrce NATO
- příznivce Ruska
- vlastenecká politika
- spojenec Marine Le Pen

¹⁷⁰ MÉVEL, Jean-Jacques. *Querelle migratoire au sommet de l'UE*. *Le Figaro*. 15. 12. 2017. s. 8

¹⁷¹ MANDEVILLE, Laure. *Babis : « Qu'on arrête de parler de quotas de migrants ! »* *Le Figaro*. 29. 6. 2018. s. 4

¹⁷² Autor neuveden. *République tchèque. Le premier ministre Andrej Babis affronte une motion de censure*. *L'Humanité*. 23. 11: 2017. s. 23

¹⁷³ Autor neuveden. *République tchèque. Le premier ministre massivement contesté*. *L'Humanité*. 19. 12. 2019. s. 17

¹⁷⁴ Tamtéž

¹⁷⁵ ROVAN, Anne. *Exclusion du Victor Orban du PPE, le scénario qui effraie les libéraux et les socialistes européens*. *Le Figaro*. 7. 3. 2019. s. 7

¹⁷⁶ Autor neuveden [headline only]. *Citace Andreje Babiše: Je ne suis pas en conflit d'intérêts, j'agis dans le strict respect de la loi adoptée par le Parlement*. *Le Figaro*. 4. 12. 2018. s. 10

¹⁷⁷ CONNAN, Julie. *Fin des poursuites contre le premier ministre Andrej Babis*. *Le Figaro*. 14. 9. 2019. s. 11

¹⁷⁸ Autor neuveden. *République tchèque. Le premier ministre massivement contesté*. *L'Humanité*. 19. 12. 2019. s. 17

¹⁷⁹ CONNAN, Julie. *Babis à nouveau chargé le gouvernement tchèque*. *Le Figaro*. 7. 6. 2018. s. 9

¹⁸⁰ ROVAN, Anne. *Exclusion du Victor Orban du PPE, le scénario qui effraie les libéraux et les socialistes européens*. *Le Figaro*. 7. 3. 2019. s. 7

¹⁸¹ BAROTTE, Nicolas. *Les familles politiques européennes prises au piège de leurs contradictions*. *Le Figaro*. 29. 5. 2019. s. 6

¹⁸² MANDEVILLE, Laure. *Andrej Babis, nouveau héraut du populisme tchèque*. *Le Figaro*. 21. 10. 2017. s. 6

Předseda strany SPD Tomio Okamura je v deníku *Le Figaro* vyobrazen jako zastánce silně vlastenecké politiky. V rozhovoru pro tento deník explicitně vyjadřuje nenávisť vůči islámu a potvrzuje své přání, aby Česká republika vystoupila z Evropské unie i NATO. Zároveň je vyobrazen jako příznivce Ruska, potvrzuje také svůj kladný vztah k francouzské krajně pravicové političce Marine Le Pen.¹⁸³ O sblížení a podobnosti názorů mezi Tomiem Okamurou a Marine Le Pen a přátelstvím mezi Okamurovou stranou SPD a Národní fronty pod vedení Le Pen zmiňuje vícero článků.^{184, 185} Obě tyto strany jsou členy evropského mezinárodního krajně pravicového sdružení *Evropa národů a svobod*.

10.3 Česko-francouzské vztahy

1. Česko jako partner Francie

- žluté vesty
- průmysl
- umění
- osobnosti
- žurnalistika

Vztahy mezi Českou republikou a Francií se během mnoha let proměňovaly. Ve 21. století byl díky akčním plánům otevřen prostor pro spolupráci na úrovni průmyslu či kultury. Po politicko-sociálně-stráncové stránce deníky zmiňují například sounáležitost Čechů s francouzským hnutím žlutých vest, čímž se Česko řadí mezi další země, kterým vadí autoritářství a sociální nespravedlnost.¹⁸⁶

¹⁸³ MANDEVILLE, Laure. *Tomio Okamura : « C'est à la Tchèque de décider de son avenir »*. Le Figaro. 27. 10. 2017

¹⁸⁴ SAPIN, Charles. *Le Pen s'affiche avec ses alliés européens*. Le Figaro. 2. 5. 2018. s. 4

¹⁸⁵ SAPIN, Charles. *Marine Le Pen peine à fédérer les nationalistes*. Le Figaro. 27. 4. 2019. s. 5

¹⁸⁶ Autor neuvéden. *Le chantier ouvert de la démocratie; Être parmi la foule*. L'Humanité. 15. 2. 2019. s. 16

Mnoho příspěvků zmiňuje francouzské firmy¹⁸⁷ na českém území^{188, 189, 190, 191} či konzumaci francouzských produktů¹⁹², což potvrzuje spolupráci na průmyslové úrovni. Další významnou oblastí, ve které země spolupracují, je například zdravotnictví.^{193, 194} Za okrajovou lze považovat spolupráci mezi Danielem Křetínským a Matthieu Pigassem na úrovni žurnalistiky poté, co se český miliardář Křetínský od Pigasse odkoupil akcie a stal většinovým vlastníkem francouzského celostátního deníku *Le Monde*.^{195, 196}

Nejzmiňovanějším tématem propojujícím Českou republiku a Francii je v obou zkoumaných médiích téma umění. Mnoho českých umělců vystupuje ve Francii a mnoho jich je ve Francii vysoce uznávaných¹⁹⁷. Čeští umělci figurují na francouzských kulturních akcích^{198, 199} či výstavách^{200, 201} a hudba českých skladatelů²⁰², česká divadelní představení²⁰³ či české filmy²⁰⁴ se hrají či promítají ve francouzských divadlech a na kulturních akcích. Deník *Le Figaro* ve svých zmínkách neopomíná ani samizdatovou literaturu a významné české autory, jejichž díla jsou uložena v Českém centru v Paříži.²⁰⁵ Tento deník také popisuje život několika českých umělců.²⁰⁶ Také mnoho významných českých osobností je

¹⁸⁷ Mezi tyto firmy patří kupříkladu Danone, Arcelor Mittal, Société Générale či Carrefour

¹⁸⁸ CAILLAUD, Corinne. *Le nouveau CG de Candia, Yves Legros, élu à la tête de Syndilait*. Le Figaro. 15. 7. 2017. s. 26

¹⁸⁹ GUINOT, Danièle. *L'Europe de l'Est, relais de croissance de Société générale*. Le Figaro. 24. 9. 2019. s. 25

¹⁹⁰ GUÉRIN, Jean-Yves. *ArcelorMittal vend des sites pour mieux avaler l'italien Ilva*. Le Figaro. 3. 11. 2018. s. 22

¹⁹¹ Autor neuveden. *Les décideurs*. Le Figaro. 8. 6. 2019. s. 30

¹⁹² POURTEAU, Roger. *L'explosion mondiale des bulles roses*. Le Figaro. 1. 7. 2017. s. 34

¹⁹³ LASKINE, Roland. *Carmat fait appel aux actionnaires sans droit préférentiel de souscription*. Le Figaro. 6. 12. 2017. s. 26

¹⁹⁴ LASKINE, Roland. *Carmat intensifie le recrutement des patients pour sa prothèse cardiaque*. Le Figaro. 29. 8. 2019. s. 25

¹⁹⁵ WOITIER, Chloé. « *Le Monde* » presse le duo Pigasse-Kretinsky. Le Figaro. 11. 9. 2019. s. 24

¹⁹⁶ WOITIER, Chloée. *Matthieu Pigasse: « Je n'ai pas l'intention de céder le co-contrôle du groupe Le Monde »*. Le Figaro. 14. 9. 2019. s. 30

¹⁹⁷ MERLIN, Christian. *Créations testent nouveaux formats*. Le Figaro. 11. 4. 2017. s. 29

¹⁹⁸ K'ROS, Paul. *Opéra; Macbeth atmosphère*. L'Humanité. 27. 9. 2019. s. 26

¹⁹⁹ HILLÉRITEAU, Thierry. *Plus de place à Saint-Denis... Le souffle sacré de La Chaise-Dieu*. Le Figaro. 1. 6. 2017. s. 28

²⁰⁰ DUPONCHELLE, Valérie. *Josef Koudelka, le chant d'exilé*. Le Figaro. 3. 3. 2017. s. 28

²⁰¹ DUPONCHELLE, Valérie. *50es Rencontres d'Arles, un demi-siècle sans filtre*. Le Figaro. 5. 7. 2019. s. 27

²⁰² MERLIN, Christian. *La partition de 2018*. Le Figaro. 6. 7. 2018. s. 26

²⁰³ HÉLIOT, Armelle. *Karin Viard, époustouflante est irrésistible*. Le Figaro. 27. 3. 2017. s. 31

²⁰⁴ TRANCHANT, Marie-Noëlle. *Cannes 1939, festival aura bien lieu*. Le Figaro. 12. 11. 2019. s. 27

²⁰⁵ TRANCHANT, Marie-Noëlle. *Samizdat, l'honneur d'être libre*. Le Figaro. 27. 5. 2019. s. 29

²⁰⁶ HILLÉRITEAU, Thierry. *Embarquement immédiat pour New York avec Dvorak*. Le Figaro. 17. 1. 2018. s. 27

ve Francii uznáváno. Mezi ně patří například Václav Havel²⁰⁷ či Arthur London, jemuž Francouzi postavili pomník.²⁰⁸

2. Česko jako rival Francie

- nesoulad s Macronem
- české vs. francouzské zákony

Také tato podkapitola potvrzuje dedukci, která by mohla vyplynout z úryvku v kapitole teoretické části zabývající se vztahy mezi Českou republikou a Francií. Jak uvedla Eliška Tomalová, v tématech mimo jadernou energii na úrovni Evropské unie se obě země příliš neshodují. Francie v čele s prezidentem Emanuelem Macronem se rozchází v názorech zejména v otázce migrační politiky EU. Dalo by se říci, že na evropské politické úrovni spolu Česká republika a Francie v této problematice soupeří. Jak bylo zmíněno výše, Česká republika je obecně proti přijímání uprchlíků, čímž odporuje zájmům většiny států Evropské unie včetně Francie. Emanuel Macron za to Českou republiku spolu se zbytkem Visegrádské skupiny, která zaujímá podobný názor, dle médií kritizuje²⁰⁹. Nesoulad mezi francouzským prezidentem a Českou republikou nespočívá však pouze v otázce migrace. Rozpor byl během zkoumaného období popsán také v otázce vyslaných francouzských pracovníků do České republiky, kdy česká vláda nebyla ochotna přizpůsobit se Macronovým podmínkám²¹⁰, ale také v Macronově vetování návrhu přistoupení Albánie a Makedonie do Evropské unie, který byl mimo jiné podporován Českou republikou²¹¹.

Ač se nejedná o přímou rivalitu, do této podkategorie byla zařazena také rozlišnost českých a francouzských zákonů. Deníky zmiňují kupříkladu zákon o toleranci alkoholu za volantem. Francouzský tisk popisuje nižší mortalitu ve Francii, která povoluje malou míru požití alkoholu před jízdou oproti jiným zemím, například České republice, kde je tolerance nulová²¹². Dalším odlišným zákonem je zdanění dědictví, jehož míra se ve Francii

²⁰⁷ Autor neuveden. *Daniel Kretinsky monte à bord de Casino*. Le Figaro. 6. 9. 2019

²⁰⁸ ROUSTEL, Damien. *Droit d'asile. La justice déboute la Hongrie et la Slovaquie*. L'Humanité. 7. 9. 2017. s. 15

²⁰⁹ MÉVEL, Jean-Jacques. *Une vision de l'UE frontalement opposée à celle de Macron*. 10. 4. 2018. s. 8

²¹⁰ MÉVEL, Jean-Jacques. *Les Vingt-Huit bataillent sur la réforme du travail détaché*. Le Figaro. 24. 10. 2017. s. 21

²¹¹ ROVAN, Anne. *Élargissement: le cavalier seul de Macron en Europe*. Le Figaro. 20. 11. 2019. s. 7

²¹² MASCRET, Damien. *L'alcool au volant, source d'accidents à travers l'Europe*. 23. 12. 2017. s. 9

konstantně navyšuje, zatímco například v České republice dědictví zdaněno není²¹³. Francie také zmiňuje dodržování pravidel silničního provozu svými občany, zatímco původci většiny porušení pravidel v zemi jsou cizinci.

10.4 Souhrn kvalitativní části výzkumu

V této kapitole byly odkryty hlubší významy mediálních obsahů zkoumaných deníků vybraného období. V rámci uspořádávání atributů pozorovaných v textech příspěvků vznikly podkategorie se stejným jmenovatelem, který rámcově zapadal do zkoumaných témat. Roztřídění atributů dalo vzniknout celkem deseti podkategoriím sloučených do tří předem stanovených majoritních kategorií.

V rámci České republiky jako celku byly objeveny zmínky zachycující naši zemi jako stát euroskeptický, nespolupracující stát s Evropskou unií nejen v otázce azylové politiky, ale také v ekologické problematice. Česko není vyobrazeno v tisku pouze samostatně, ale velmi často spadá pod geopolitický celek Visegrádské skupiny či východní Evropy. Právě s těmito skupinami se na evropské úrovni pře právě francouzský prezident Emanuel Macron, přičemž z důvodu nevole ke spolupráci České republiky vzniká mezi oběma zeměmi napětí. Časté řazení České republiky do předem určených skupin nese prvky stereotypizace zmíněné v teoretické části práce.

Na druhou stranu je naše země ve vybraném francouzském denním tisku prezentována jako země ekonomicky vyspělá s kvalitními výrobky, vysokým HDP a velice nízkou mírou nezaměstnanosti, v níž překonává i Francii. Zkoumané deníky vyobrazily Česko dále jako zemi, která má v čele populistické představitele vládnoucí neliberální demokracií, kteří chovají větší náklonost k Rusku či Číně než k Evropské unii. Političti představitelé, kteří jsou v tisku nejčastěji zmiňováni, jsou striktně proti azylové politice.

Bylo prokázáno, že spolupráce mezi oběma zeměmi je značně rozvinutá v oblasti kultury a průmyslu. Je možné konstatovat, že jistá míra spolupráce existuje i v oblasti žurnalistiky na francouzské půdě díky partnerství Daniela Křetínského a Matthieu Pigasse. Vzájemné vztahy jsou méně pozitivně vybarveny na politické úrovni zejména s výše zmíněným prezidentem Francouzské republiky. Zmíněny jsou také odlišnosti v zákonech, které budou hrát roli zejména v následující kapitole, kdy se pokusím aplikovat Hofstedeho

²¹³ BARTNIK, Marie. *Succession: l'herbe est plus verte ailleurs*. Le Figaro. 24. 5. 2019. s. 30

kulturní dimenze na výše zmíněné poznatky.

11. Aplikace Hofstedeho dimenzí

Následující kapitola připodobní výsledky výzkumu k Hofstedeho dimenzím a hodnotám pro Českou republiku a Francii v návaznosti na teoretickou část, kde byly jednotlivé dimenze popsány. Cílem této interpretační části je ověření Hofstedeho teorie a pokus o interpretaci výsledků analýzy za pomoci aplikace hodnot Hofstedeho dimenzí. V této části se autorka pokusí o porovnání hodnot jednotlivých dimenzí pro Českou republiku a Francii s povahou zmínek o České republice francouzským tiskem.

11.1 Interpretace výsledků

Hodnoty kulturních dimenzí vytvořených na základě metody výzkumu Geerta Hofstedeho byly převzaty z děl Jana a Geerta Hofstedových a nejaktuálnější se datují k roku 2015²¹⁴. Výrazná proměnnost dat během dvou až čtyř let se nepředpokládá, proto jsou tato data považována pro práci za relevantní. Hodnoty pro obě země jsou následující:

Příloha č. 9: Hodnoty kulturních dimenzí České republiky a Francie

	Česká republika	Francie
Vzdálenost moci	57	68
Individualismus	58	71
Maskulinita	57	43
Vyhýbání se nejistotě	74	86
Dlouhodobá orientace	70	63
Požitekárství	29	48

Z výše zmíněných hodnot lze vypožorovat, že kulturní dimenze mezi oběma zeměmi nejsou příliš odlišné. Přesto i malé rozdíly mohou hrát ve výsledcích významnou roli. Jednotlivé atributy kulturních dimenzí byly porovnány s výsledky kvantitativní části výzkumu a

²¹⁴ Data z roku 2015: <https://geerthofstede.com/wp-content/uploads/2016/08/6-dimensions-for-website-2015-08-16.csv>

následně interpretovány. V návaznosti na teoretickou část práce budou připomenuty hlavní body definující jednotlivé kulturní dimenze.

1. Vzdálenost moci

Kulturní dimenze vzdálenosti moci určuje míru povahy závislosti na vyšším stupni v hierarchii moci. Z výsledků analýzy nelze určit povahu vztahů na pracovišti či míru závislosti na vyšších orgánech moci. Lze se však domnívat, že se vzdálenost moci může odrazit na tendencích extremismu pravice a levice v dané zemi, neboť jak bylo zmíněno v teoretické části práce, země s vyšší vzdáleností moci je „*země, kde je charakteristické silné pravé a levé křídlo se slabým středem, příjmy jsou nerovnoměrné a odbory jsou často ovládány vládou*“. Francouzský tisk vyobrazuje Českou republiku jako populistickou zemi, ve které vládne extrémní pravice a neliberální demokracie. Obě země jsou v měřítku Hofstedeho dimenzí ve vyšší vzdálenosti moci, Francie však míru této hodnoty vykazuje vyšší než Česká republika. Lze proto tvrdit, že vyobrazení extrémní politiky v České zemi může být přirovnáno k vyšší míře vzdálenosti moci v naší zemi, avšak pro úplnost přirovnání této dimenze k výsledkům by bylo potřeba analyzovat také zmínky francouzského tisku o své vlastní politice. Relevanci této dimenze pro interpretaci výsledků lze tedy brát v potaz pouze z poloviny.

2. Individualismus

K indexu individuality a poměru této hodnoty v obou zemích lze přistoupit z dvou různých úhlů pohledu. Prvním je přístup k zemím vůči Evropské unii. Francie s vyšší mírou individuality, tedy tam, kde převládá zájem jedince nad zájmem skupiny, by dle charakteristiky této dimenze teoreticky mohla upřednostňovat zájmy své nad zájmem skupiny, tedy ostatními členy Evropské unie, i přes to, že se charakteristika Hofstedeho dimenzí dotýká jedinců a není aplikovatelná na celou zemi. Pokud by se k dimenzi přistupovalo tímto způsobem, bylo by nutné konstatovat, že v takto obecné míře by dimenze přístupu k Evropské unii neodpovídala, neboť je to vedle České republiky právě Francie, která spolupracuje s většinou unijních států.

Druhý způsob, kterým by se dalo nahlížet na tuto dimenzi, je porovnání druhých, tedy České republiky, kolektivnějšího státu oproti Francii, z pozice individualistického francouzského žurnalisty. Dimenzi by bylo možné aplikovat na obraz České republiky jako kolektivního státu, tedy státu občanů, kteří upřednostňují zájmy celku spíše nežli občané Francie, s Visegrádskou skupinou, která se většinou rozhoduje společně. V tomto případě by se však dalo spíše předpokládat, že se jedná o stereotypní označování České republiky.

3. Maskulinita

Míra maskulinity je první dimenzí, která je skutečně aplikovatelná na případ České republiky a Francie. Jak bylo zmíněno v kapitole 2.3, v roce 1997 se ve 14 evropských zemích vyskytly protichůdné názory na integraci a asimilaci cizinců. Průzkum ukázal, že zatímco maskulinní země požadovaly jejich asimilaci, feminní země se přikláněly k jejich integraci.

Česká republika jako více maskulinní národ se otevřeně staví proti azylové politice a bojuje proti přijímání uprchlíků. Jak zmínil deník *Le Figaro*, tyto obavy jsou dle tisku spojené se strachem o narušení naší národní kultury, která je vysoce ceněná. Z toho důvodu je jisté, že by Česká republika přistoupila spíše k asimilaci cizinců. Francie jako feminní země bojuje za dodržování migračních kvót a přijímání uprchlíků. Tento kulturní rozdíl může proto být zapříčiněn odlišnými povahami české a francouzské společnosti.

4. Vyhýbání se nejistotě

Země, které vykazují vyšší míru indexu „UAI“, tedy vyhýbání se nejistotě, mají přirozenou potřebu pravidel a jsou méně tolerantní vůči neortodoxnímu chování. V případě České republiky a Francie by se dala tato dimenze aplikovat na zákony obou zemí a jejich dodržování. Z hodnot vyplývá, že obyvatelé Francie vykazují vyšší míru vyhýbání se nejistotě než Češi.

Jak bylo zmíněno v předchozí části výzkumu, francouzský tisk zmiňuje zákony či daně, které v České republice neplatí. Patří mezi ně například zdanění dědictví, zahrnout však může i potřebu zavádět nové zákony, například o uhlíkové neutralitě či o danění plastů, se kterými Česká republika nesouhlasí. Francouzi také zmiňují dodržování zákonů na silnicích ve své zemi, přičemž však pětina porušení pravidel pochází od cizinců. Naopak

jedním z případů, kdy jsou pravidla přísnější v České republice, je deníkem *Le Figaro* zmíněná nulová tolerance alkoholu, zatímco ve Francii je požití malé míry alkoholu před jízdou povoleno. Přesto však poukazuje na nižší mortalitu ve Francii zemi oproti zemím, kde panuje nulová tolerance.

Nelze opomenout dodržování nařízení Evropské unie, kterým se Česká republika oproti Francii v již zmíněných případech vyhýbá. Z důvodu vyšší míry indexu vyhýbání se nejistotě ve Francii může být pohled na Českou republiku v důsledku nedodržování nařízení Evropské unie v médiích kritický a označení naší země jako „*potíž východní Evropy*“ z důvodu nepřijímání uprchlíků může plynout také z francouzského pohledu na nedodržování nařízených pravidel.

Dimenze vyhýbání se nejistotě je možné tedy v tomto konkrétním případě aplikovat na zmíněná pravidla a zavádění zákonů, vyšší potřebu zavádění zákonů a také pravděpodobnou větší míru dodržování zákonů a nařízení než v České republice.

5. Dlouhodobá orientace

Zaměření na dlouhodobější cíle, jako například vzdělání, je dle Hofstedeho hodnot připisováno spíše České republice. Hodnoty mezi oběma zeměmi jsou si však velice podobné, u obou zemí je index vysoký. Česká republika je prezentována francouzskými deníky jako ekonomicky vyspělá země spolupracující v oblasti zdravotnictví, s průmyslovou ekonomikou, vysokým HDP a nízkou nezaměstnaností. Vysoká míra indexu dlouhodobé orientace se může pojit právě s životním stylem, který se pojí s výsledky dlouhodobé práce. Samotná existence akčních plánů České republiky a Francie dokazuje zaměření obou zemí na dlouhodobé cíle.

6. Požitkářství

Dimenze požitkářství ve francouzském tisku je v mediálním obsahu vybraného vzorku nejhůře čitelná z toho důvodu, že se výzkumné otázky a celkový výzkum ubírají jiným směrem než k otázkám užívání si života. V kvantitativní ani kvalitativní analýze nebyl zjištěn obsah, který by dané dimenzi odpovídal, proto je aplikace této dimenze pro tento výzkum irelevantní.

11.2 Limity aplikace teorie kulturních dimenzí

Pro ucelenost aplikace teorie kulturních dimenzí je nutno poznamenat, že teorii nelze připodobnit k metodě. Výše popsaná interpretace dle Hofstedeho dimenzí je pokus o porovnání hodnot typologie kultur platné pro Českou republiku a Francii a o nový pohled na možnost interpretace výzkumu. I přes to, že interpretace výsledků připodobněna k teorii kulturních dimenzí má své limity, nový pohled na kulturní mezi rozdíly je pro výzkum obohacující.

Pro jasnější a přehlednější interpretaci by byla vhodná klasifikace jednotlivých atributů vyhledávaných v mediálních obsazích dle výzkumných otázek, které by byly tématu výzkumu přizpůsobeny. Takové otázky mohou být zaměřené například na srovnání požitkářství obou národů, srovnání školských systémů a absolventů vysokých škol ke zjištění dlouhodobé orientace, na porovnání právních systémů a byrokracie v obou zemích pro připodobnění k dimenzi vyhýbání se nejistotě či například vnímání vzdálenosti moci v obou zemích. Každá jednotlivá dimenze nabízí předmět k potenciálnímu výzkumu na mezinárodní úrovni, je však vždy zapotřebí znát kontext vývoje mezinárodních vztahů či například nejen aktuální, ale také historickou politickou situaci v obou srovnávaných zemích. Ke komplexnějšímu zkoumání je možno také použít jiné metody výzkumu, které mohou být pro odhalení atributů jednotlivých dimenzí vhodnější. Dále by pro větší přesnost výzkum byla vhodná každoroční publikace aktuálních hodnot jednotlivých dimenzí.

12. Odpovědi na výzkumné otázky

V teoretické části práce byly stanoveny čtyři výzkumné otázky, pro jejichž odpověď byl učiněn smíšený výzkum sestávající z kvantitativní metody, tedy obsahové analýzy, a metody kvalitativní, tedy techniky konstantní komparace. Na závěr byly výsledky interpretovány v pokusu o aplikaci kulturních dimenzí Geerta Hofstedeho. V následující kapitole budou zodpovězeny výzkumné otázky pro tuto práci.

1. Jaký je mediální obraz České republiky ve francouzském tisku?

Česká republika je v obou denících zmiňována poměrně četně. V deníku *Le Figaro* se lze se zmínkou o České republice setkat přibližně každý druhý až třetí den, v deníku *L'Humanité* se objevuje příspěvek se zmínkou o České republice přibližně každý devátý den. Nejvíce příspěvků zmiňujících naši zemi se objevuje v roce 2018 z důvodu několika významných událostí, kterými jsou například volba prezidenta Miloše Zemana a následné zvolení premiéra Andreje Babiše či koupě francouzských médií českým miliardářem Danielem Křetínským.

1.1 S jakými tématy je Česká republika nejčastěji spojována?

Obsahová analýza poskytla celkový počet zmínek vázících se k různým tématům. Tématem, které bylo nejčastěji spojeno se zmínkami o České republice, bylo v deníku *L'Humanité* umění, zatímco v deníku *Le Figaro* to byla problematika Evropské unie, která se dále ve velké míře váže k vedlejšímu tématu migrace.

Odlíšné výsledky nám přinese pohled na zmínky o České republice, která v daném příspěvku hraje dominantní roli. V takovém případě se v deníku *L'Humanité* Česká republika jako hlavní téma váže k tématu české politiky a politických událostí, poté českých osobností, filmografie a imigrace. Na druhou stranu deník *Le Figaro* spojuje nejčastěji Českou republiku v hlavním tématu s tématem českých osobností vázících se velké míře s vedlejším tématem, kterým je umění. Druhým nejfrekventovanějším tématem je téma české politiky a českých politických aktérů, které se váže s vedlejším tématem migrace. Nelze opomenout také četnou míru výskyt příspěvků o České republice spojených s tématem žurnalistiky a svobody tisku z důvodu koupě francouzských médií českým podnikatelem Danielem Křetínským.

1.2 Jaké atributy se pojí ke zmínkám o České republice?

V kvalitativní části analýzy pro odpověď na tuto otázku byly na základě zjištěných atributů vytvořeny podkategorie, které byly následně sloučeny do vyšších celků. Pro tuto část výzkumu byly všechny zmínky obou deníků sloučeny dohromady. Výsledky a atributy, které ve francouzském tisku charakterizují naši zemi, jsou: *nespolupracující národ s EU, člen*

Visegrádské skupiny, země východní Evropy, neekologická země, země s prosperující ekonomikou.

Oba francouzské deníky vyobrazují Českou republiku jako národ nespolupracující s Evropskou unií z důvodu odmítání migračních kvót. Tento fakt deníky spojují s vládnoucím populismem a neliberální demokracií v naší zemi. Je také předmětem pomyslné rivality mezi Francií a Českou republikou.

Česká republika je v četné míře zmiňována deníky jako člen Visegrádské skupiny. Tento geopolitický celek je často vyobrazován jako jeden útvar, který se rozhoduje společně a je pro Evropskou unii „problémový“. Nejen Česká republika, ale celá Visegrádská skupina je označována za populistické země s neliberální demokracií a za odpůrce azylové politiky. Zahrnutí České republiky do mnohých zmínek o Visegrádské skupině by se dalo považovat za stereotypizaci členských států dané skupiny i přes jistě rozlišné politické a sociokulturní kontexty v daných zemích.

Naše země je řazena do bloku východní Evropy. Tento fakt není zarážející pouze z důvodu polohy České republiky na mapě, ale zejména z důvodu toho, že ve francouzském tisku bývá východ a západ Evropy často rozdělován. Sám Emanuel Macron označuje „východní“ země za populisty a „západní“ země za země progresivní. Východní poloha České republiky je spojována také s její komunistickou minulostí.

Následující podkategorie výzkumu byla nazvána „*Neekologická země*“. Je tomu tak z důvodu kritiky České republiky za nepřijetí zákonů o klimatické neutralitě či dani za plastové obaly, čímž se opět staví proti většinovému zájmu Evropské unie, která má za cíl dosáhnout nulové uhlíkové stopy na kontinentu do roku 2050. Česká republika je dále spojena s oblibou nukleární energie, za což však není kritizována, neboť je to naší zemi a Francii společné.

Prosperující ekonomika je jednou z pozitivních konotací naší země ve francouzských vybraných médiích. V příspěvcích zmiňující naši zemi jsou zmínky o nízké nezaměstnanosti, vysokém HDP a například kvalitní elektronice vyráběné na našem území.

2. Jaký je mediální obraz české politiky a jejích představitelů?

Téma české politiky je obecně nejčastěji spojováno s vedlejším tématem migrace či Evropské unie. Velký prostor je v článcích s hlavním tématem české politiky věnován právě českým politickým aktérům.

2.1 Kteří političtí aktéři jsou v tisku nejčastěji zmiňováni?

Nejzmiňovanějším politikem České republiky je premiér Andrej Babiš. Druhým nejčastěji zmiňovaným je prezident Miloš Zeman. Zmínit můžeme také Tomia Okamuru či Václava Havla. Protože byl však výzkum zaměřen zejména na současnou politickou scénu, kvalitativní výzkum se věnoval právě prvním třem zmíněným.

Andrej Babiš je celkem v deníku *Le Figaro* zmíněn třiatřicetkrát přímo, tedy jmenovitě, a jedenkrát nepřímo, kdy je označen jako český premiér. V deníku *L'Humanité* je zmíněn celkem devětkrát. V obou denících je Andreji Babišovi věnován prostor v článku jakožto hlavnímu tématu příspěvku celkem devatenáct příspěvků, které budou dále zkoumány podrobněji stejně jako zmínky o ostatních politických aktérech.

2.2 Jakým způsobem jsou vyobrazeni nejčastěji zmiňovaní političtí aktéři?

Nejzmiňovanějšimu politikovi České republiky byl ve francouzském tisku připsán titul „český Berlusconi“, „český Trump“ či „černá ovce“. Deník *Le Figaro* Andreje Babiše označuje také za ex-komunistu. Ve zmínkách o něm figuruje kauza trestního stíhání a střet zájmů. Babišova vláda je považována za populistickou. Několik článků se také věnuje demonstracím v České republice proti Andrejovi Babišovi. Jiná zmínka uvádí Babišovu neotřesitelnou pozici vůči těmto demonstracím.

Český prezident Miloš Zeman získal v deníku *Le Figaro* připodobnění „evropský Trump“. Je vyobrazen zejména jako odpůrce migrace a euroskeptik. Deníky mu přisuzují atribut nepřitele novinářů a označují ho za protiklad Václava Havla projevujícího přízeň vůči Rusku a Číně. Negativní konotace Miloše Zemana pokračuje označením deníku *L'Humanité* jako „opilost mocí“ a je mu vytýkáno opakovaně nevhodné chování, mezi něž lze zařadit například výhrůžku novinářům s maketou samopalů. V prvním ze zmíněných médií se také objevil prezidentův atribut „protiklad Václava Havla“ a „šilený“.

Tomio Okamura je třetím ve vybraném tisku nejčastěji zmiňovaným českým politikem. Je francouzským tiskem reprezentován jako příznivce vlastenecké politiky, což potvrzuje také spojenectvím s francouzskou vůdkyní Národní strany Marine Le Pen. Dále je vyobrazen jako odpůrce Evropské unie a NATO. Sám se v médiích označil za odpůrce islámu a příznivce Ruska.

3. *Jak francouzský tisk vyobrazuje česko-francouzské vztahy?*

Česko-francouzské vztahy jsou i nadále intenzivní, avšak oblasti spolupráce se v důsledku poměrů v Evropě a evropských politických událostí v průběhu let proměňují.

3.1 Jaké předměty spolupráce jsou nejčastěji v mediálním obsahu popsány?

Kvantitativní analýza odhalila četné zmínky ve formě spolupráce mezi oběma zeměmi na úrovni tématu českých osobností, umění, francouzské, české a mezinárodní politiky, ekonomiky, průmyslu a vědy a vzdělávání. Je třeba uvést, že tyto formy spolupráce jsou v mediálním obsahu vybraných deníků zmíněny pouze v malém množství, přičemž nejčetnější zmínky o formě spolupráce jsou spojeny s oblastí českých osobností, tedy Křetínským a jeho partnerstvím s Matthieu Pigassem, a poté s oblastí umění, přičemž je zmíněno mnoho umělců působících ve Francii či spojených s francouzskou kulturou. Zmíněna je však také spolupráce na úrovni společenské – podpora žlutých vest.

3.2 Jakým způsobem je vyobrazena spolupráce či rivalita mezi ČR a Francií?

V deníku *Le Figaro* byly také objeveny známky pomyslné rivality mezi oběma zeměmi. Tato rivalita spočívá zejména v otázkách migrace na úrovni Evropské unie spolu s kritikou Visegrádské skupiny hlavou Francie.

4. *Odpovídá způsob smýšlení o České republice hodnotám Hofstedeho kulturních dimenzí?*

V samotném závěru výzkumu byl v práci věnován prostor pokusu o aplikaci Hofstedeho kulturních dimenzí na předchozí analýzy. Tato část byla pouhým pokusem o inovativní interpretaci výsledků mediálních sdělení, ve kterém figurují odlišné kultury. Bylo zjištěno,

že do určité míry z typologie kultur lze vytvořit hypotézu pro výsledky výzkumu, avšak je potřeba si pokládat také výzkumné otázky, ke kterým se atributy jednotlivých kulturních dimenzí mohou vztahovat.

Ze zkoumání podobnosti mezi hodnotami pro Českou republiku a Francii vyplynulo, že se hodnoty maskulinity odrážely v pohledu Francie na český přístup k imigraci. Vyšší míra vzdálenosti moci, pro kterou je příznačné extrémní rozdělení politických stran v zemi na levicové a pravicové, mohlo zapříčinit pohled francouzských novinářů a Francouzů obecně na českou politiku, kterou označují za neliberální demokracii.

Je možné, že vyšší míra individualismu ve Francii oproti míře v České republice může mít tendenci České republiky k rozhodování se za skupinu, tedy Visegrádskou skupinu, stejně jako tendenci Francouzů k utváření stereotypů o ostatních. Toto je však pouze autorčina dedukce a nikoli platný závěr.

Míra indexu dlouhodobé orientace není přímo pozorovatelná z vybraného vzorku, jejím důkazem jsou však například několikaleté akční plány mezi oběma zeměmi, jejich zaměření na průmysl a rozvoj ekonomiky. Míra indexu požitkářství nebyla z mediálních sdělení patrná.

Výstupem poslední části výzkumu je ověření, že kulturní dimenze vytvořené Geertem Hofstedem by se teoreticky daly v budoucích výzkumech do jisté míry považovat za hypotézu výsledků výzkumu zmínek o jiných zemích či kulturách. Je ovšem důležité zaměřit se na vhodnější výzkumné otázky a přesnější stanovení parametrů, z nichž bude patrná přítomnost kulturní dimenze v mediálním obsahu. Pro toto pozorování by byl též vhodný výběr zemí s diametrálně odlišnými hodnotami jednotlivých dimenzí.

Závěr

Tato diplomová práce měla za cíl nahlédnout do způsobu reprezentace České republiky ve francouzském tisku, a to konkrétně v celostátních denících *Le Figaro* a *L'Humanité*. Pro výzkumnou část byly užity dva typy analýz. Kvantitativní část zahrnovala obsahovou analýzu, pro kvalitativní část analýzy byla využita metoda konstantní komparace. Výsledky obsahové analýzy poukázaly na četnost zmínek České republiky v obou denících a na tematickou agendu spojenou s těmito zmínkami. Dalším předmětem zkoumání obsahové analýzy byla četnost zmínek o politických aktérech a politických stranách a tematická agenda vážící se k politice. Obsahová analýza rovněž odhalila četnost zmínek o českých osobnostech a zaměřila se na zkoumání zmínek o česko-francouzské spolupráci a rivalitě.

První část analýzy dokázala, že Česká republika je deníkem *Le Figaro* nejčastěji zmiňována v souvislosti s tématem Evropské unie, uměním, průmyslem, českých osobností a mezinárodní politikou. V deníku *L'Humanité* pak převažuje téma umění, poté zahraniční politika a téma Evropské unie. Téma Evropské unie je v četné míře spojena s vedlejším tématem migrace. V obou denících platí, že pokud je Česká republika v příspěvku dominantním tématem, spojuje se v naprosté většině s tématem českých osobností či české politiky, přičemž téma českých osobností se pojí s vedlejším tématem umění.

V deníku *L'Humanité* je nejčastěji Česká republika či její aktéři spojována s tématem české politiky a politických událostí. Druhé nejčastější téma, se kterým se Česká republika pojí v hlavním tématu, jsou články věnované některé z českých osobností. Těmto osobnostem a článkům, které jim věnovaly prostor, se v některých případech připojuje jako vedlejší téma umění či filmografie. Třetím nejčastějším tématem daného deníku je filmografie spolu s tématem imigrace. Obecně je v deníku Česká republika nejčastěji zmiňována v jakékoli roli v souvislosti s uměním, zahraniční politikou, Evropskou unií a žurnalistikou.

Výsledky obsahové analýzy dokázaly, že téma české politiky se nejčastěji pojí s hlavním či vedlejším tématem migrace či Evropské unie, přičemž velký prostor je věnován zejména hlavním představitelům našeho státu a tématu voleb. Nejzmiňovanějšími politiky ve vybraných denících jsou český prezident Miloš Zeman, premiér Andrej Babiš a předseda strany SPD Tomio Okamura. Nejzmiňovanějšími politickými stranami jsou poté ANO, KSČM a SPD.

Spolupráce mezi Českou republikou a Francií se v obsahové analýze vyznačila spojitostí s tématem českých osobností, umění, politiky, ekonomiky, průmyslu a vědy. Deník *Le Figaro* rovněž zaznamenal zmínky o nesouladu mezi oběma zeměmi, a to v souvislosti s tématem Evropské unie a migrace.

Kvalitativní část odhalila atributy přisuzované České republice a třem nejčastěji zmiňovaným politikům. Dále jsou ve výsledcích druhé části výzkumu popsány povahy zmínek o česko-francouzské spolupráci či rivalitě. Na závěr kvalitativní části je představena interpretace výsledků s přirovnáním k Hofstedeho typologii kultur a je diskutována možnost inovativního stylu interpretace.

Druhá část výzkumu přinesla zjištění o způsobu reprezentace České republiky, českých politických aktérů a povahy česko-francouzských vztahů. Metodou konstantní komparace byly vyčleněny podkategorie, které byly následně sloučeny do kategorií charakterizujících předměty zkoumání, tedy naši zemi, politické aktéry a vztahy mezi oběma zeměmi. Výsledky analýzy dokázaly charakteristiku České republiky několika způsoby, a to jako státu, který nespolupracuje s Evropskou unií, jako člena Visegrádské skupiny, zemi východní Evropy, neekologický stát a zemi s prosperující ekonomikou.

Výsledky kvalitativní části zaměřující se na politické aktéry s sebou přinesly poznatky o spíše negativní konotaci spojenou s nejčastěji zmiňovanými českými politickými aktéry. Podkategorie jednotlivých atributů byly utvořeny pro nejzmiňovanější české aktéry, tedy Miloše Zemana, Andreje Babiše a Tomia Okamuru. Podrobné atributy byly interpretovány ve druhé části analýzy.

Spolupráce mezi oběma zeměmi byla podobně jako v kvantitativní části výzkumu charakterizována průmyslem, uměním, žurnalistikou, českými osobnostmi, ale také podporou žlutých vest českým lidem. Podkategorie žurnalistiky a českých osobností byla ovlivněna zejména událostí skoupením francouzských médií Danielelem Křetínským. Nesoulad byl zjištěn v souvislosti s prezidentem Emanuelem Macronem a odlišností určitých zákonů.

Závěrem výzkumné části bylo přirovnání výsledků analýzy k hodnotám Hofstedeho kulturních dimenzí. Toto přirovnání zjistilo limity aplikace dané teorie a byly navrženy další způsoby pro budoucí zkoumání tisku s lépe zaměřenými výzkumnými otázkami na

Hofstedeho dimenze. Nicméně i přes zmíněné limity byla zjištěna jistá míra korelace s hodnotami jednotlivých dimenzí pro Českou republiku a Francii. Jako vhodné rozšíření této práce se nabízí tedy podrobnější zkoumání zahraničních deníků zmiňujících jinou zemi spolu se zohledněním atributů Hofstedeho dimenzí. Správně nastavené výzkumné otázky a znalost politického a historického kontextu mohou přinést další a nové zajímavé výsledky z oblasti mezikulturního vnímání jiných zemí a osvětlení důvodu pro zvolený způsob reprezentace jiné země daným médiem.

Summary

The main aim of this Diploma Thesis was to discover the nature of representation of the Czech Republic in French daily press, specifically *Le Figaro* and *L'Humanité* published between years 2017–2019.

The first type of analysis used for this work was content analysis used with the intention to obtain the quantitative results and to determine the most frequent topics related to the Czech Republic and Czech politics, the frequency of mentions of Czech politicians and political parties and to detect mentions of the cooperation or disorder between the Czech Republic and France. The most frequently covered topics in relation to the Czech Republic were the European Union, arts, industry, Czech personalities and international politics. The politicians with the most frequent number of mentions were the Czech president Miloš Zeman, the Prime Minister Andrej Babiš and the chairman of the political party SPD Tomio Okamura whilst the highest number of mentions was attributed to ANO, KSČM and SPD. The quantitative part of the analysis also revealed the cooperation between both countries mainly on the level of industry, arts, journalism, politics, economy and science. The disorder between the countries was related to the topic of the European Union and migration.

The second type of the chosen analysis was the constant comparative technique with intention to discover the nature of mentions about the Czech Republic, its most frequently mentioned politicians and the relations between the Czech and French nations. The Czech Republic was represented as the „nation not willing to cooperate with the EU“, „the state of the Visegrad group“, „a Eastern European state“, „non ecological state“ and the „state of the prosperous economy“. The three most frequently mentioned politicians were described mostly with negative connotation. The relations between the Czech Republic and France were mostly described as cooperative with emphasis on industry, arts, Czech personalities, journalism or support of the Yellow vests movement by Czech citizens. The disruptions between both states were mostly related to Emmanuel Macron and differences between the laws.

The last part of the research was dedicated to the interpretation of the results, taking into considering the typology of cultures of Geert Hofstede. The new approaches to further research were suggested.

Použitá literatura

ČAPKOVÁ, Zuzana. *Rélatiions franco-tchèques après la présidence française de l'Union Européenne*.

Praha, 2015. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

DYER, Richard. *The Matter of Images: Essays on Representation*. Second Edition.

London, New York: Routledge, 2002. ISBN 0-415-25495-7.

HALLIN, Daniel C.; MANCINI, Paolo. *Systémy médií v postmoderním světě: Tři modely médií a politiky*.

Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-377-2.

HALL, Stuart. *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. London, Thoasand Oaks, New Delhi: Sage Publications & Open University Press, 1997. 402 s. ISBN 0-7619-5432-5

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání.

Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9

HOFSTEDE, Geert; HOFSTEDE, Jan. *Kultury a organizace: software lidské mysli: spolupráce mezi kulturami a její důležitost pro přežití*.

Praha: Linde, 2007. ISBN 978-80-86131-70-2.

JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*.

Praha: Port.1, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.

KIMMEL, Alain. *Vous avez dit France? Pour comprendre la société française actuelle*.

Venves: Hachette, 1992. ISBN 2-01-018890

KŘÍŽ, Michal. *Mediální obraz České republiky v britském tisku*. Praha, 2012. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*, vyd. 4.
Praha: Portál, 2009. ISBN: 978-80-7367-574-5

NOTARP, Ulrike. *The Image of the Vietnamese Community in the Czech Press from 1997 until 2009*. In Tereza Pavlíčková and Irena Reifová (ed.), *Media, Power and Empowerment: Central and Eastern European Communication and Media conference CEECOM Prague 2012*. Cambridge Scholar Publishing, s. 350-357. Newcastle upon Tyne, NE6 2XX, UK. ISBN: ISBN-13: 978-1-4438-6396-4

ORGAD, Shani. *Media Representation and the Global Imagination*.
Cambridge: 2012 Polity Press, ISBN: 978-0-7456-8085-9

PICKERING, Michael. *Stereotyping: The Politics of Representation*.
New York: Palgrave, 2001. ISBN 0-333-77210-5.

SCHINDLEROVÁ, Klára. *Obraz normalizačního Československa ve francouzském tisku*. Praha, 2016. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Pedagogická fakulta.

SCHULZ, Winfried, REIFOVÁ, Irena a kol. *Analýza obsahu mediálních sdělení*.
Univerzita Karlova v Praze. Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4

THOGMARTIN, Clyde. *The National Daily Press of France*. Birmingham, Alabama:
Summa Publications, Inc., 1998. ISBN 1-883479-20-7

TRAMPOTA, Tomáš; VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*.
Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4

VLČKOVÁ, Kateřina. *Smišený výzkum: Jedná se o nové a závažné téma?* In T. Janík, P. Knecht, & S. Šebestová (Eds.), *Smišený design v pedagogickém výzkumu: Sborník příspěvků z 19. výroční konference České asociace pedagogického výzkumu*.
Brno: Masarykova univerzita, 2011.

WIMMER, Roger D.; DOMINICK, Joseph R. Mass Media Research: An Introduction. Fifth Edition. Belmont: Wadsworth Publishing, 1997. 498 s. ISBN 0-534-24474-2

Elektronické zdroje:

BBC News. *The Press in France*. [online] [cit. 24.2.2020] Dostupné z: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/4295349.stm>

CANDY, Nicolas. *Češi vs. Francouzi – Rádi se napijeme, postěžujeme si, ale k práci přistupujeme jinak*. [online] [cit. 17.1.2020] Dostupné z: <https://ekonom.ihned.cz/c1-61915440-cesi-vs-francouzi-radi-se-napijeme-postezujeme-si-ale-k-praci-pristupujeme-jinak>

Energetický regulační úřad. *Roční zpráva o provozu ES ČR 2018*. Dostupné z: http://www.eru.cz/documents/10540/4580207/Rocni_zprava_provoz_ES_2018.pdf

Forbes Česko. *Král stíhaček, senátor, francouzský miliardář. Kdo byl Serge Dassault*. [online] [cit. 24.2.2020] Dostupné z: <https://www.forbes.cz/kral-stihacek-senator-francouzsky-miliardar-kdo-byl-serge-dassault/>

Francie v České republice, naposledy aktualizováno [online] [cit. 21.1.2020], dostupné z: <https://cz.ambafrance.org/Prezentace-historie>

Francouzský institut v Praze. *O nás*. [online] [cit. 21.1.2020] Dostupné z: <https://www.ifp.cz/cz/o-nas-1/>

Geert Hofstede: *hodnoty kulturních dimenzí*. [online] [cit. 21.1.2020] Dostupné z: <https://geerthofstede.com/wp-content/uploads/2016/08/6-dimensions-for-website-2015-08-16.csv>

Groupe Dassault. [online] [cit. 24.2.2020] Dostupné z: <http://www.dassault.fr/en/filiale.php?docid=2410>

Groupe Le Figaro [online] [cit. 24.2.2020] Dostupné z: <https://groupe.lefigaro.fr/>

Hofstede Insights. [online] [cit. 17.1.2020] Dostupné z: <https://www.hofstede-insights.com/models/national-culture/>

KORBEL, Petr. Česko-francouzský byznys. Společná příloha Ekonomu a FČOK. [online] [cit. 29.1.2020]. Dostupné z: <https://www.czechtrade.cz/media/czechtrade-media/monitoring/cesko-francouzsky-byznys>

LAROCHE-SOIGNORILE, Véronique. *Il y a 150 ans, Le Figaro devenait quotidien*. [online] [cit. 24.2.2020] Dostupné z: <https://www.lefigaro.fr/histoire/archives/2016/11/15/26010-20161115ARTFIG00272-il-y-a-150-ans-le-figaro-devenait-quotidien.php>

Le Monde.fr. *M. Dassault veut une presse aux « idées saines »*. [online] [cit. 24.2.2020] Dostupné z: https://archive.is/20120526210025/http://www.lemonde.fr/web/recherche_breve/1,13-0,37-880582,0.html#selection-243.32-243.48

L'Humanité. *Histoire de „L'Humanité“. Bref survol historique*. [online] [cit. 5.3.2020] Dostupné z: <https://www.humanite.fr/histoire-de-lhumanite-bref-survol-historique>

Liternaute.fr [online] [cit. 5.3.2020] Dostupné z: <https://www.liternaute.fr/actualite/biographie/1776084-jean-jaures-biographie-courtes-dates-citations/>

L'OBS. *„Le Figaro“: Mougeotte répond aux critiques de ses journalistes*. [online] [cit. 24.2.2020] Dostupné z: <https://www.nouvelobs.com/medias/20120210.OBS1132/le-figaro-mougeotte-repond-aux-critiques-de-ses-journalistes.html>

MACLACHLAN, Matthew. *Indulgence vs. Restraint. The 6th Dimension*. [online] [cit. 25.1.2020] Dostupné z: <https://www.communicaid.com/cross-cultural-training/blog/indulgence-vs-restraint-6th-dimension/>

Ouest France. *Le journal L'Humanité va supprimer un quart de ses effectifs*. [online] [cit. 5.3.2020] Dostupné z: <https://www.ouest-france.fr/medias/le-journal-l-humanite-va-supprimer-un-quart-de-ses-effectifs-6434599>

Slovník spisovného jazyka českého. [online] [cit. 14.1.2020] Dostupné z: <https://sjc.ujc.cas.cz/search.php?hledej=Hledat&heslo=kultura&sti=EMPTY&where=hesla&hsubstr=no>

ŠMÍD, Jan. S Francií máme vynikající vztahy, říká velvyslankyně. ČRo, [online] [cit. 29.1.2020]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/s-francii-mame-vynikajici-vztahy-rika-velvyslankyne-ziskala-rad-cestne-legie_201607131047_kwinklerova

ZICHOVÁ, Kateřina. *Jaké vztahy má Francie s Českou republikou v rámci EU a shodnou se spolu na budoucnosti kontinentu?* [online] [cit. 29.1.2020] Dostupné z: <https://www.chambre.cz/cs/aktuality/n/news/jake-vztahy-ma-francie-s-ceskou-republikou-v-ramci-eu-a-shodnou-se-spolu-na-budoucnosti-kontinentu.html>

Příspěvky užity ke kvantitativní a kvalitativní analýze:

L'Humanité 1. 1. 2017 – 31. 12. 2019

Le Figaro 1. 1. 2017 – 31. 12. 2019

Příspěvky citované v kvalitativní analýze:

Autor neuveden [headline only]. L'Humanité. 28. 7. 2017. s. 2

Autor neuveden [headline only]. Citace Andreje Babiše: *Je ne suis pas en conflit d'intérêts, j'agis dans le strict respect de la loi adoptée par le Parlement.* Le Figaro. 4. 12. 2018. s. 10

Autor neuveden [headline only]. *Le premier ministre tchèque Andrej Babis a déclaré hier que la lutte contre l'immigration illégale figurait parmi les priorités de son gouvernement d'union entre le parti centriste (ANO) et le parti social-démocrate (CSSD).* L'Humanité. 28. 6. 2018. s. 4

Autor neuveden. *Alexander Dubcek, l'espoir tchécoslovaque déçu.* L'Humanité. 20. 8. 2018. s. 17

Autor neuveden. *Daniel Kretinsky monte à bord de Casino.* Le Figaro. 6. 9. 2019

Autor neuveden. *La chronique économique de pierre ivorra; Avec Macron, mieux vaut changer de rue.* L'Humanité. 17. 10. 2018. s. 13

Autor neuveden. *Le chantier ouvert de la démocratie; Être parmi la foule.* L'Humanité. . L'Humanité. 15. 2. 2019. s. 16

Autor neuveden. *Les décideurs.* Le Figaro. 8. 6. 2019. s. 30

Autor neuveden. *Mediatoc c'est Mozart qu'on assassine.* L'Humanité. 2. 11. 2017. s. 24

Autor neuveden. *République tchèque. Le premier ministre Andrej Babis affronte une motion de censure.* L'Humanité. 23. 11: 2017. s. 23

Autor neuveden. *République tchèque. Le premier ministre massivement contesté.* L'Humanité. 19. 12. 2019. s. 17

BAROTTE, Nicolas. *À Bruxelles, le retour de la chancelière du climat.* Le Figaro. 21. 6. 2019. s. 7

BAROTTE, Nicolas. *Les familles politiques européennes prises au piège de leurs contradictions.* Le Figaro. 29. 5. 2019. s. 6

BARLUET, Alain. *La vague souverainiste s'affirme à l'Est.* Le Figaro. 27. 5. 2019. s. 10

BARTNIK, Marie. *Succession: l'herbe est plus verte ailleurs.* Le Figaro. 24. 5. 2019. s. 30

BAVEREZ, Nicolas. *L'Europe au défi de la démocratie illibérale.* Le Figaro. 26. 2. 2018. s. 19

CAILLAUD, Corinne. *Le nouveau CG de Candia, Yves Legros, élu à la tête de Syndilait.* Le Figaro. 15. 7. 2017. s. 26

CHEYVIALLE, Anne. *L'immigration de travail progresse dans le monde.* Le Figaro. 19. 9. 2019. s. 24

CHEYVIALLE, Anne. *Le Portugal renoue avec son industrie.* Le Figaro. 18. 5. 2019. s. 23

CONNAN, Julie. *Babis à nouveau chargé le gouvernement tchèque.* Le Figaro. 7. 6. 2018. s. 9

CONNAN, Julie. *Fin des poursuites contre le premier ministre Andrej Babis.* Le Figaro. 14. 9. 2019. s. 11

DASSAULT, Olivier. *Entre le front national et nous, il y a croix de Lorraine et bien plus encore*. Le Figaro. 6. 5. 2017. s. 18

DEBOUTÉ, Alexandre. *Le marché européen de la publicité digitale poursuit sa course en avant*. Le Figaro. 5. 6. 2019. s. 28

DELAPORTE, Ixchel. *Inégalités; Les pauvres, otages du sous-emploi*. L'Humanité. 17. 4. 2019. s. 16

DELSOL, Chantal. *Pourquoi les peuples d'Europe centrale refusent nos leçons de morale*. Le Figaro. 23. 2. 2018. s. 22

DUPONCHELLE, Valérie. *Josef Koudelka, le chant d'exilé*. Le Figaro. 3. 3. 2017. s. 28

DUPONCHELLE, Valérie. *50es Rencontres d'Arles, un demi-siècle sans filtre*. Le Figaro.

FLEURY, Cynthia. *La chronique philo;Nostrum*. L'Humanité. 22. 3. 2019. s. 17

GIRARD, Renaud. *Pour la République tchèque, l'ennemi principale n'est plus le Russe*. Le Figaro. 21. 8. 2018. s. 16

GUÉRIN, Jean-Yves. *ArcelorMittal vend des sites pour mieux avaler l'italien Ilva*. Le Figaro. 3. 11. 2018. s. 22

GUICHARD, Guillaume. *Il faut continuer à mener une politique de l'offre*. Le Figaro. 15. 2. 2018. s. 21

GUILLERMARD, Véronique. *Face au risque géopolitique, Safran infléchit sa politique internationale*. Le Figaro. 4. 12. 2019. s. 33

GUINOT, Danièle. *L'Europe de l'Est, relais de croissance de Société générale*. Le Figaro. 24. 9. 2019. s. 25

HÉLIOT, Armelle. *Karin Viard, époustouflante est irrésistible*. Le Figaro. 27. 3. 2017. s. 31
HEUZÉ, Richard. *L'Italie seule en pleine crise migratoire*. Le Figaro. 24. 17. 2017. s. 5

HILLÉRITEAU, Thierry. *Embarquement immédiat pour New York avec Dvorak*. Le Figaro. 17. 1. 2018. s. 27

HILLÉRITEAU, Thierry. *Plus de place à Saint-Denis... Le souffle sacré de La Chaise-Dieu*. Le Figaro. 1. 6. 2017. s. 28

HURBAUT, Leonor. *Accord européen sur la définition des investissements verts*. Le Figaro. 19. 12. 2019. s. 26

K'ROS, Paul. *Opéra; Macbeth atmosphère*. L'Humanité. 27. 9. 2019. s. 26

LASKINE, Roland. *Carmat fait appel aux actionnaires sans droit préférentiel de souscription*. Le Figaro. 6, 12. 2017. s. 26

LASKINE, Roland. *Carmat intensifie le recrutement des patients pour sa prothèse cardiaque*. Le Figaro. 29. 8. 2019. s. 25

LASSERRE, Isabelle. *Entre l'Europe occidentale et les pays de l'Est, une fracture renaissante*. Le Figaro. 8. 11. 2019. s. 17

LASSERRE, Isabelle. *Macron à l'assaut sur le front des travailleurs détachés*. Le Figaro. 22. 8. 2017. s. 3

LECLAIR, Agnès. *Malgré une fécondité en déclin, la France reste championne d'Europe des bébés*. Le Figaro. 29. 3. 2018. s. 10

LEMAHIEU, Thomas. *Union Européenne sur le travail détaché, Macron rate son rendez-vous pour changer l'Europe*. Le Figaro. 24. 10. 2017. s. 16,

LEMAHIEU, Thomas. *Union Européenne; Un sommet de ridicule pour les chefs d'État*. L'Humanité. 2. 7. 2019, s. 16

MANDEVILLE, Laure. *Andrej Babis, nouveau héraut du populisme tchèque*. Le Figaro. 21. 10. 2017. s. 6

MANDEVILLE, Laure. *Babis: « Qu'on arrête de parler de quotas de migrants ! »* Le Figaro. 29. 6. 2018. s. 4

MANDEVILLE, Laure. *Quitte ou double en République tchèque*. Le Figaro. 12. 1. 2018. s. 2

MANDEVILLE, Laure. *Le maître du Kremlin joue sur les faiblesses de l'Europe*. Le Figaro. 19. 8. 2019. s. 4

MANDEVILLE, Laure. *Les pays de l'Est veulent avoir voix au chapitre sur l'avenir du projet européen*. Le Figaro. 12. 1. 2018. s. 2

MANDEVILLE, Laure. *Milos Zeman, le « Trump » européen, rempile à Prague*. Le Figaro. 29. 1. 2018. s. 7

MANDEVILLE, Laure. *Tomio Okamura : « C'est à la Tchéquie de décider de son avenir »*. Le Figaro. 27. 10. 2017

MASCRET, Damien. *L'alcool au volant, source d'accidents à travers l'Europe*. 23. 12. 2017. s. 9

MERLIN, Christian. *Créations testent nouveaux formats*. Le Figaro. 11. 4. 2017. s. 29

MERLIN, Christian. *La partition de 2018*. Le Figaro. 6. 7. 2018. s. 26

MÉVEL, Jean-Jacques. *Bruxelles pose un ultimatum à Varsovie*. Le Figaro. 27. 7. 2017. s. 7

MÉVEL, Jean-Jacques. *Les Vingt-Huit bataillent sur la réforme du travail détaché*. Le Figaro. 24. 10. 2017. s. 21

MÉVEL, Jean-Jacques. *L'offensive de charme chinoise déchire l'UE*. Le Figaro. 28. 11. 2017

MÉVEL, Jean-Jacques. *Macron pose ses jalons à Bruxelles*. Le Figaro. 23. 6. 2017. s. 9

MÉVEL, Jean-Jacques. *Querelle migratoire au sommet de l'UE*. Le Figaro. 15. 12. 2017. s. 8

MÉVEL, Jean-Jacques. *Une vision de l'UE frontalement opposée à celle de Macron*. 10. 4. 2018. s. 8

PECH, Marie-Estelle. *La grande précarité touche 6 % des étudiants*. Le Figaro. 14. 11. 2019. s. 10

POURTEAU, Roger. *L'explosion mondiale des bulles roses*. Le Figaro. 1. 7. 2017. s. 34

ROUSTEL, Damien. *Droit d'asile. La justice débout la Hongrie et la Slovaquie*. L'Humanité. 7. 9. 2017. s. 15

ROUSTEL, Damien. *Europe centrale Andrej Babis ou le Berlusconi tchèque*. L'Humanité. 18. 10. 2017. s. 3

ROUSTEL, Damien. *Le président Milos Zeman ou l'ivresse au pouvoir*. L'Humanité. 10. 1. 2018. s. 16

ROVAN, Anne. *Élargissement: le cavalier seul de Macron en Europe*. Le Figaro. 20. 11. 2019. s. 7

ROVAN, Anne. *En Europe, la neutralité carbone sans la Pologne a un goût d'inachevé*. Le Figaro. 14. 12. 2019. s. 13

ROVAN, Anne. *Exclusion du Victor Orban du PPE, le scénario qui effraie les libéraux et les socialistes européens*. Le Figaro. 7. 3. 2019. s. 7

SANZ, Didier. *Hisense veut explorer le savoir-faire chinois*. Le Figaro. 1. 6. 2017. s. 25

SAPIN, Charles. *Le Pen s'affiche avec ses alliés européens*. Le Figaro. 2. 5. 2018. s. 4

SAPIN, Charles. *Marine Le Pen peine à fédérer les nationalistes*. Le Figaro. 27. 4. 2019. s. 5


TRANCHANT, Marie-Noëlle. *Cannes 1939, festival aura bien lieu*. Le Figaro. 12. 11. 2019. s. 27

TRANCHANT, Marie-Noëlle. *Samizdat, l'honneur d'être libre*. Le Figaro. 27. 5. 2019 s. 29

WOITIER, Chloé « *Le Monde* » *presse le duo Pigasse-Kretinsky*. Le Figaro. 11. 9. 2019. s. 24

WOITIER, Chloée. *Matthieu Pigasse : « Je n'ai pas l'intention de céder le co-contrôle du groupe Le Monde »*. Le Figaro. 14. 9. 2019. s. 30

SCHVÁLENO *muř* 18.6. 2019

Institút komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Martina Turnová	Razítko podatelny: 
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2018	
E-mail diplomantky/diplomanta: Martina.Turnova@seznam.cz	
Studijní obor/forma studia: Mediální studia / prezenční	
Předpokládaný název práce v češtině: Repräsentace České republiky ve francouzském tisku	
Předpokládaný název práce v angličtině: Representation of the Czech Republic in French press	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí) LS 2019/2010	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Francouzským jazykem v současné době hovoří ve světě přibližně dvě stě milionů lidí, což činí z francouzštiny devátý nejrozšířenější mateřský jazyk na světě. Díky francouzštině je možno širokému mezinárodnímu publiku sdělovat denní zprávy nejen ve Francii. Francouzské deníky Le Monde a Figaro patří díky své tradici mezi nejvýznamnější tištěná média francouzské republiky, mají rovněž významný podíl také na šíření informací ve frankofonním světě prostřednictvím článků přístupných on-line. Z toho důvodu může být způsob vnímání České republiky v těchto médiích šířen do mnoha zemí celého světa. Výzkum zmínek o České Republice ve francouzských denících ukáže konstrukci mediálního obrazu o naší zemi, která se čtenářům dostává. Mediální reprezentaci České republiky v zahraničním tisku se dosud zabývalo několik diplomových prací, tématu mediálního obrazu České republiky ve Francii se věnovala diplomová práce zkoumající mediální obraz normalizačního Československa ve Francii a Mediální obraz českého předsednictví v Radě EU v deníku Le Monde. Téma mediálního obrazu současné České republiky obecně jako takové ve Francii doposud zpracováno nebylo.	
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Cílem této diplomové práce je vyhodnocení zmínek o České republice ve francouzském tisku v období let 2017–2019 za účelem zjištění povahy mediální reprezentace naší země ve vybraných denících. Výzkum se bude zaměřovat na tyto výzkumné otázky: 1) Jaký je mediální obraz české kultury ve francouzském tisku? 2) Jaký je mediální obraz české politiky a jejich představitelů ve francouzském tisku? 3) Jak francouzský tisk vyobrazuje česko-francouzské vztahy? Hypotéza se bude opírat o teorii kulturních dimenzí sociologa Geerta Hofstedeho a z ní vycházejících hodnot pro Českou Republiku a Francii, které jsou si velmi blízké, proto budeme předpokládat zmínky o naší zemi s pozitivní konotací. Práce bude také vycházet z dosavadních poznatků kolegů absolventů, kteří se již tímto tématem či tématem podobným zabývali.	

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

1. Úvod

2. Teoretická část

2.1 Hofstedeho kulturní dimenze (popis kulturních dimenzí, vztah ke zkoumaným zemím)

2.2 Česko-francouzské vztahy (v minulosti a současnosti)

2.3 Česká republika v letech 2017–2019 (současné politické a kulturní události)

2.4 Francouzská republika v letech 2017–2019 (současné politické a kulturní události)

2.5 Francouzský tisk (významná francouzská celostátní periodika, francouzský denní tisk)

2.6 Popis výzkumných metod mediálních obsahů

3. Praktická část

3.1 Popis metody výzkumu (metodologie – hypotéza, výzkumné otázky, popis metody zkoumaných materiálů)

3.2 Kvantitativní analýza obsahu médií Le Monde a Figaro

3.3 Kvalitativní analýza obsahu médií Le Monde a Figaro

3.4 Shrnutí výsledků analýzy

4. Závěr

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):

Tematicky odpovídající články celostátních deníků Le Monde (2017–2019) a Figaro (2017–2019)

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Kombinace kvantitativního výzkumu (kódování) a kvalitativní analýzy (následné interpretace výsledků)

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání.

Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9.

Představení a popis hlavních výzkumných metod kvalitativních metod sběru dat a kvalitativní analýzy. V knize jsou popsány způsoby kódování dat, jejich vyhodnocování a interpretace.

HALL, Stuart. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*.

London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications & Open University Press, 1997. ISBN 0-7619-5432-5.

Publikace popisuje, jak obrazová média, jazyk a diskurs fungují v praxi jako systémy reprezentace. V jednotlivých kapitolách jsou popsány různé přístupy k reprezentaci, ale také například k sociální konstrukci reality.

HOFSTEDE, Geert a Gert Jan HOFSTEDE. *Kultury a organizace: software lidské mysli: spolupráce mezi kulturami a její důležitost pro přežití*.

Praha: Linde, 2007. ISBN 978-80-86131-70-2.

Představení a popis teorie kulturních dimenzí dle Geerta Hofstedeho, systému spolupráce mezi kulturami a její důležitosti pro přežití. Kniha se zabývá vysvětlením aspektů ovlivňujících rozdílnost mezi národy a také se věnuje projevům těchto rozdílností.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Masová média. 2. přepracované vydání.*
Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.

Tato kniha je uceleným výkladem o mediální komunikaci. V jednotlivých kapitolách autor pojednává právě o mediální komunikaci a o nejdůležitějších složkách, které se na mediální komunikaci podílí.

KIMMEL, A.: *Vous avez dit France? : pour comprendre la société française actuelle.*
Vanves: Hachette, 1992. ISBN 2-01-018890-X.

Publikace popisuje v jednotlivých kapitolách francouzskou kulturu. V kapitolách pojednává o francouzské populaci a jejím každodenním životě, dále se zabývá politickými, ekonomickými, společenskými otázkami, médií a otázkou národní identity Francouzů ve 20. století.

MAINGUENEAU, D.: *Analyser les textes de communication.*

Paris: Armand Colin, 2007. Paris: Armand Colin, 2007. Lettres sup. ISBN 978-2-200-34706-2.

Ucelený přehled a popis jazykových prostředků z oblasti sociolingvistiky, pragmatiky či analýzy diskursu, ovlivňujících formulace sdělení. V jednotlivých kapitolách této didaktické publikace jsou popsány například zákonitosti diskursu, typy a žánry textů či užití osob v textu.

SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení. 3., nezměn. vyd.* Přeložil Barbara KÖPPOVÁ.

Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4.

Popis procesu obsahové analýzy a jejích jednotlivých fází spolu s popisem informační kvality a jejího měření. Jednou z částí knihy je rovněž představení praktického projektu, na němž se autoři podíleli.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií.*

Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4

Publikace je uceleným přehledem metod užívaných při výzkumu médií. Poskytuje výklad o zásadách komerčního a akademického výzkumu médií. Jednotlivé metodické postupy jsou aplikovány na konkrétních příkladech z českých médií.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

ČAPKOVÁ, Zuzana – *Relations franco-tchèques après la présidence française de l'Union européenne (2009-2013)*

Univerzita Karlova, Praha 2015, vedoucí práce Eliška Tomalová, diplomová práce

KLABÍKOVÁ RÁBOVÁ, Tereza – *Pragmalingvistická analýza českého a francouzského komentáře*

Univerzita Karlova, Praha 2014, vedoucí práce Jiří Kraus, disertační práce

OTTA, Marek – *Mediální obraz české pivní kultury v letech 2016 až 2017*

Univerzita Karlova, Praha 2018, vedoucí práce Jan Podzimek, diplomová práce

SCHINDLEROVÁ, Klára – *Obraz normalizačního Československa ve francouzském tisku*

Univerzita Karlova, Praha 2017, vedoucí práce Jiří Hnilica, diplomová práce

Datum / Podpis studenta/ky

27. 5. 2019



TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:	
Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:	
Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:	
Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.	
Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.	
<i>Klaberková - Klaberová</i>	<i>24.5.2019 Klaberová</i>
Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga	Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Kódovací kniha (seznam)

1. Číslo příspěvku

2. Médium

L'Humanité	1
Le Figaro	2

3. Datum publikace

4. Umístění příspěvku

5. Titulek

Ne	0
Ano	1

6. Role České republiky v příspěvku

Hlavní téma	1
Vedlejší téma	2
Zmínka	3

7. Hlavní téma příspěvku

Česká politika a političtí aktéři	1
Evropská unie	2
Ekonomika	3
Žurnalistika a svoboda tisku	4
Kriminalita a porušování zákona	5
Umění	6
Společnost	7
Věda a vzdělávání	8
Komunistická minulost	9
Demonstrace	10
Migrační krize	11

Průmysl a jednotlivé firmy	12
Zákony ČR a rozdíly v zákonech	13
Historie a komemorace	14
Čech zmíněný v příspěvku	15
Filmografie	16
Armáda, policejní složky a justice	17
Životní prostředí	18
Francouzská politika	19
Zahraniční politika	20
Ostatní	21

8. Vedlejší téma příspěvku

Česká politika a političtí aktéři	1
Evropská unie	2
Ekonomika	3
Žurnalistika a svoboda tisku	4
Kriminalita a porušování zákona	5
Umění	6
Společnost	7
Věda a vzdělávání	8
Komunistická minulost	9
Demonstrace	10
Migrační krize	11
Průmysl a jednotlivé firmy	12
Zákony ČR a rozdíly v zákonech	13
Historie a komemorace	14
Čech zmíněný v příspěvku	15
Filmografie	16
Armáda, policejní složky a justice	17
Životní prostředí	18
Francouzská politika	19
Zahraniční politika	20
Ostatní	21

9. Česká osobnost v příspěvku

Daniel Křetínský	1
Václav Havel	2
Milan Kundera	3
Franz Kafka	4
Antonín Dvořák	5
Herci	6
Zpěváci	7
Dirigenti	8
Skladatelé	9
Spisovatelé	10
Novináři	11
Sportovci	12
Ostatní	13

10. Politický aktér v příspěvku

Miloš Zeman	1
Andrej Babiš	2
Tomio Okamura	3
Václav Klaus	4
Věra Jourová	5
Martin Stropnický	6
Pavel Fischer	7
Bohuslav Sobotka	8
Ostatní	9

11. Politická strana v příspěvku

ANO	1
KSČ / KSČM	2
SPD	3
ČSSD	4
Česká pirátská strana	5
ODS	6

12. Headline only

Ne	0
Ano	1

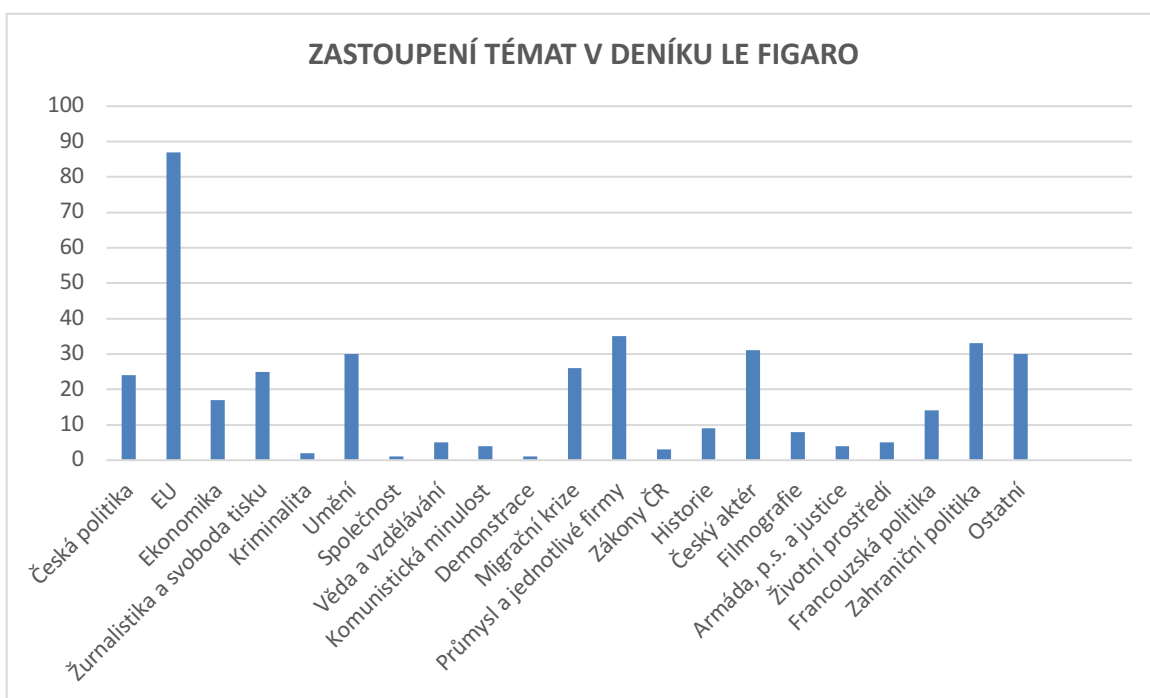
13. Zmínka o spolupráci

Ne	0
Spolupráce	1
Nesoulad	2

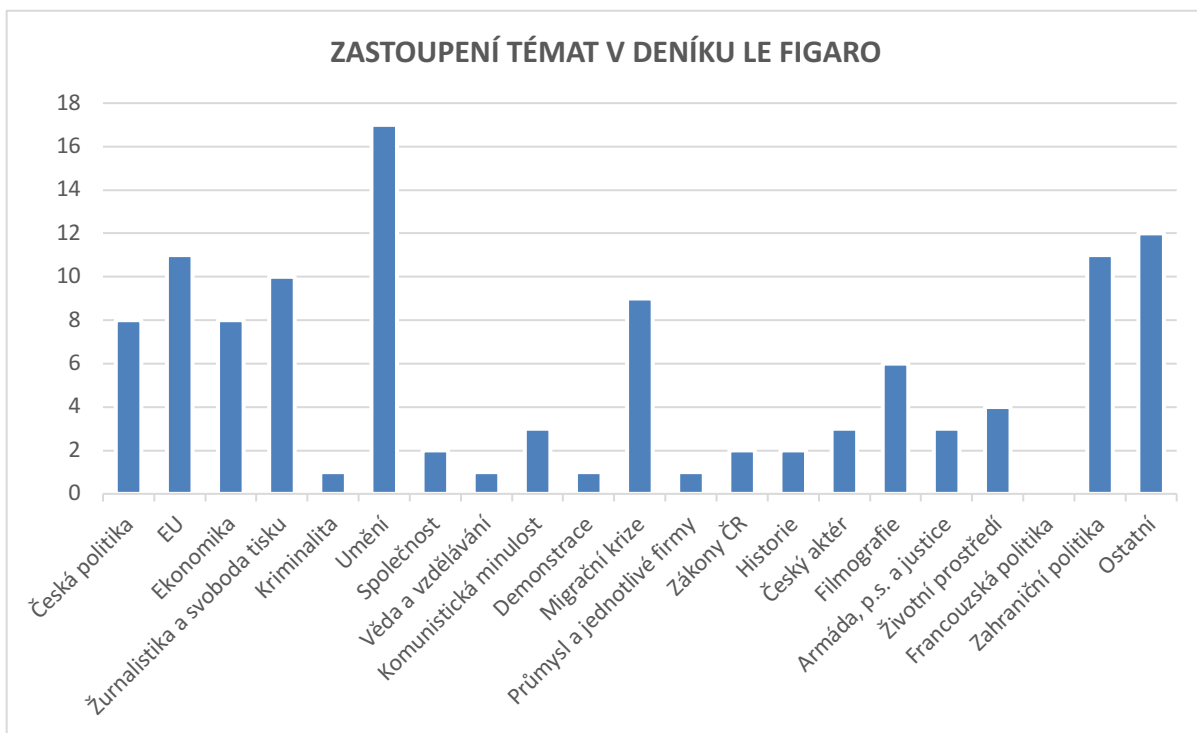
Příloha č. 2: Počet článků publikovaných v jednotlivých letech (tabulka)

	L'Humanité	Le Figaro
2017	29	105
2018	46	150
2019	40	145
Celkem	115	400

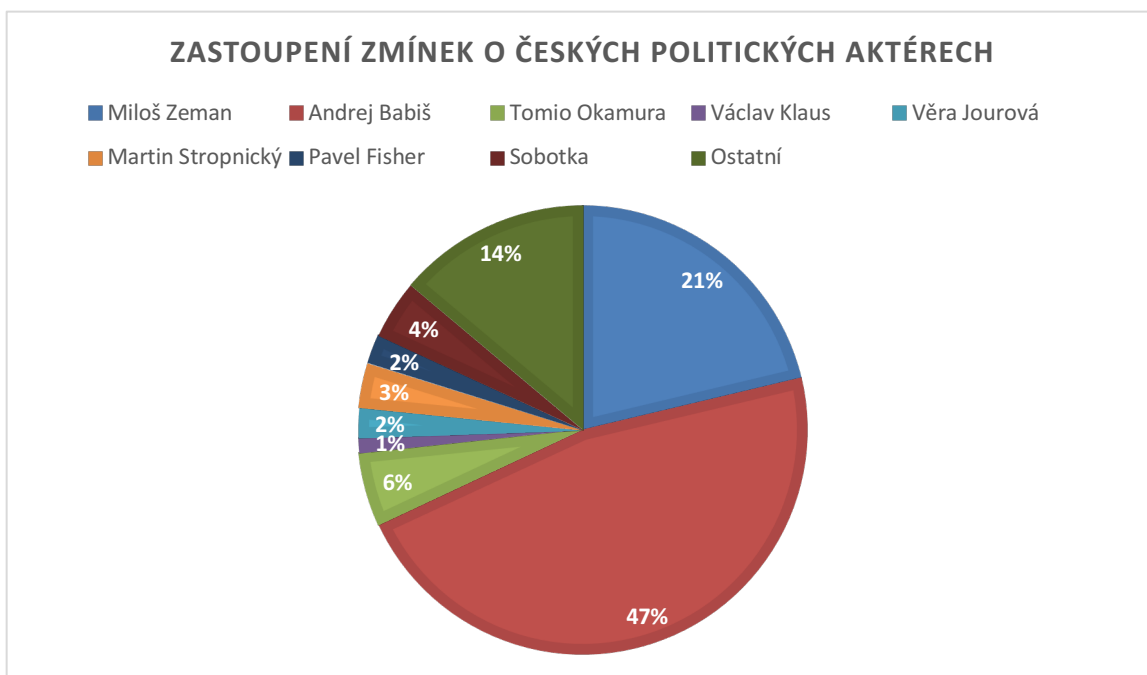
Příloha č. 3: Zastoupení témat v deníku Le Figaro (graf)



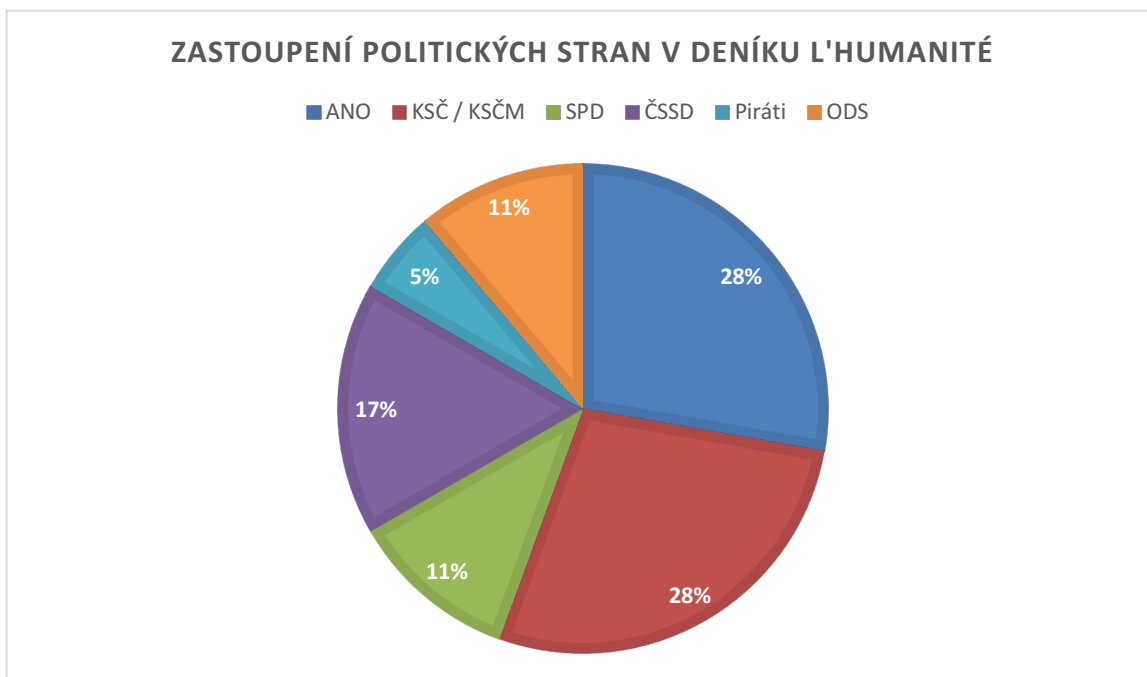
Příloha č. 4: Zastoupení témat v deníku L'Humanité (graf)



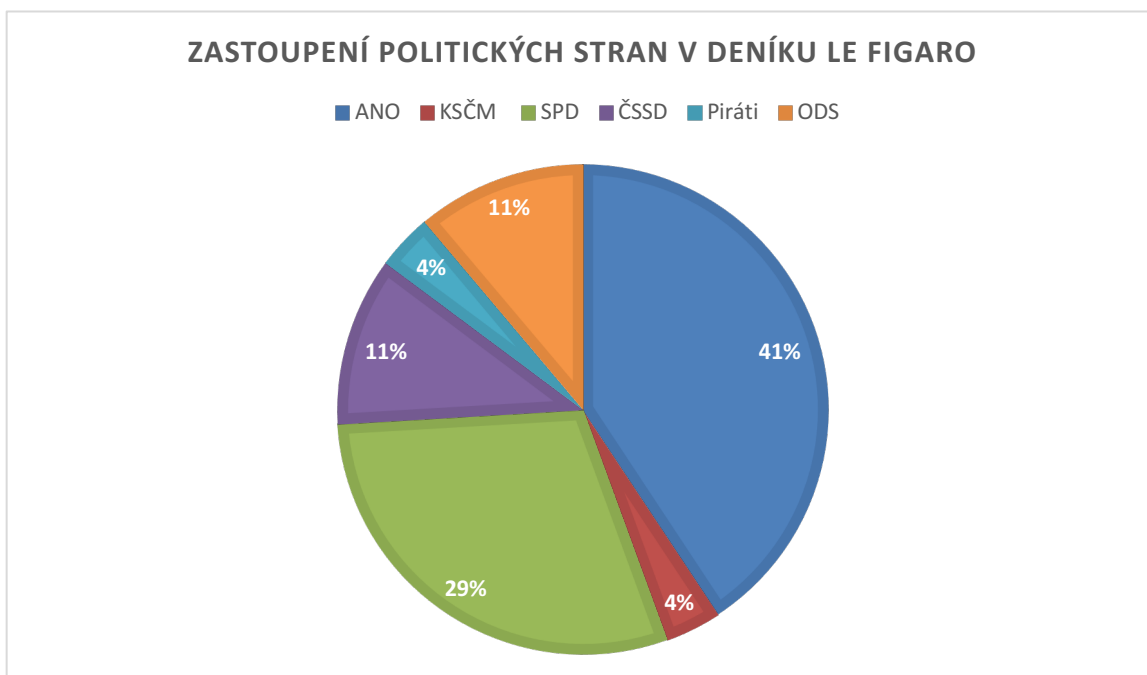
Příloha č. 5: Zastoupení zmínek o českých politických aktérech (graf)



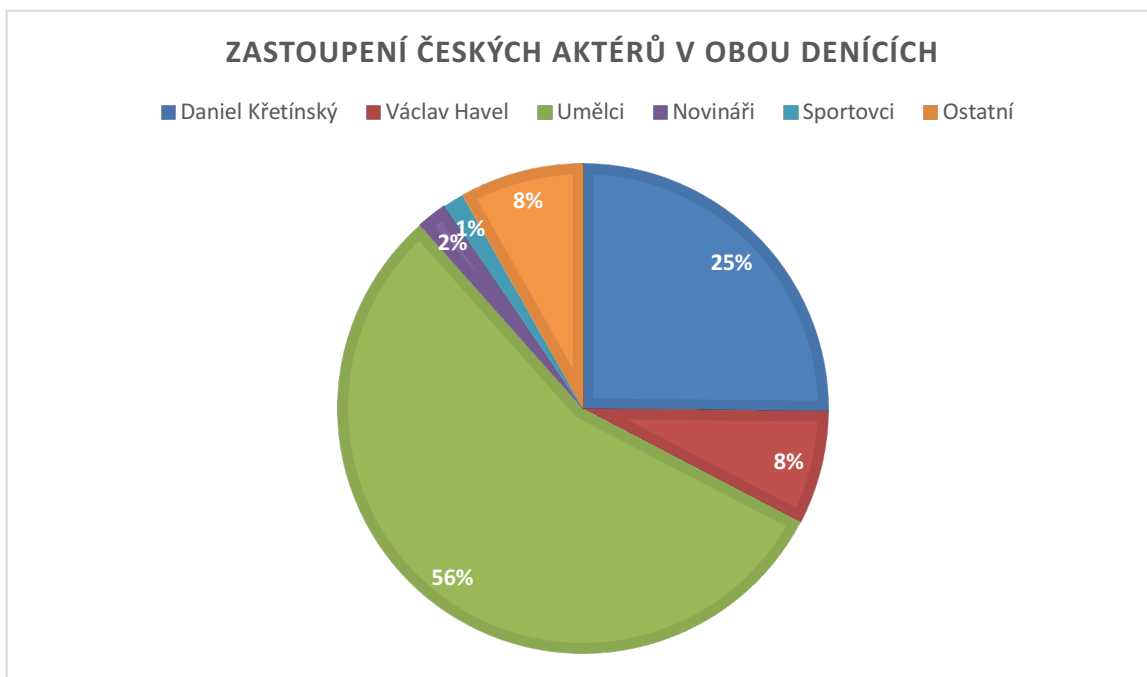
Příloha č. 6: Zastoupení českých politických stran v deníku L'Humanité (graf)



Příloha č. 7: Zastoupení českých politických stran v deníku Le Figaro (graf)



Příloha č. 8: Zastoupení českých aktérů v obou denících (graf)



Příloha č. 9: Hodnoty kulturních dimenzí České republiky a Francie (tabulka)

	Česká republika	Francie
Vzdálenost moci	57	68
Individualismus	58	71
Maskulinita	57	43
Vyhýbání se nejistotě	74	86
Dlouhodobá orientace	70	63
Požitekárství	29	48