

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Kristýna Schoberová**

**Deník Echo24**

*Bakalářská práce*

Praha 2015

Autor práce: **Kristýna Schoberová**

Vedoucí práce: **Doc. PhDr. Barbora Osvaldová**

Rok obhajoby: **2015**

## **Bibliografický záznam**

Schoberová, Kristýna. *Deník Echo24*. Praha, 2015. s. Bakalářská práce, Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce: Doc. PhDr. Barbora Osvaldová.

## **Abstrakt**

Tato práce pojednává o internetovém deníku Echo24. Jedná se o nově zřízený portál, a tak se zde zaměřuji na okolnosti jeho vzniku, které jsou nestandardní a zajímavé. Spolu s vlastnickou strukturou jsou zde představeni i autoři a redaktoři projektu.

V teoretické části se práce také zabývá výhodami publikování online v porovnání s tištěnými médii. Věnuji se zde i některým problémům internetových zpráv. Dále se práce zabývá různými pohledy na zpravodajskou objektivitu, jejími jednotlivými složkami a možnostmi zkoumání.

V praktické části je deník porovnáván s dalšími internetovými novinami, které jsou dostupné také jen na webu, a to nejen z hlediska vnímání jejich obsahu ze strany čtenářů. Práce se také věnuje formě prezentace informací s ohledem na dodržování jedné ze zpravodajských hodnot – objektivitu. Zajímá se také o množství prostoru poskytnutého pro vyjádření kritizovaného subjektu zpráv, protože se jedná o jeden z ukazatelů nestrannosti. Dále jsou zde formou dotazníku ověřeny rozšíření povědomí o projektu a důvěra v jeho apolitičnost u různých skupin obyvatel.

## **Abstract**

The bachelor's thesis deals with online daily news journal Echo24. This web site has been quite newly created. The work focuses on interesting and unusual terms of its creation. The owners, authors and editors of this project are presented, too.

The theoretical part of the thesis deals with advantages and disadvantages of online journalism in comparison with printed media. It also mentions different points of view on journalistic objectivity, its individual parts and means of research.

The goal of the practical part is to compare Echo24 with other wholly-online news concerning other points than their readers' opinion. This study is also concerned with the form of presenting information taking in account one of the news values - objectivity.

It also deals with the space provided for criticized subjects to justify, because it is one of the impartiality indicators.

The bachelor's thesis is completed with a questionnaire investigating awareness of different public groups about the project and its impartiality

## **Klíčová slova**

Echo24, online zpravodajství, blogy, objektivita, nestrannost

## **Keywords**

Echo24, online newspaper, blogs, objectivity, impartiality

**Rozsah práce:** 63 897 znaků

## **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 11. 5. 2015

Kristýna Schoberová

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK**  
**Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce**

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:**

**Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:**

Schoberová Kristýna

**Razítko podatelny:**

**Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:**  
**2012/2013**

**E-mail diplomantky/diplomanta:**

KakuskaS@seznam.cz

**Studijní obor/forma studia:**

MS (7202R012)

**Předpokládaný název práce v češtině:**

Deník Echo24

**Předpokládaný název práce v angličtině:**

Journal Echo24

**Předpokládaný termín dokončení** (semestr, akademický rok – vzor: *ZS 2012/2013*):

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)

LS 2014/2015

**Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce** (max. 1000 znaků):

**Charakteristika tématu:**

Předmětem zkoumání je internetový deník Echo24, který byl založen Daliborem Balšínkem, bývalým šéfredaktorem Lidových novin. Deník zahájil svou činnost teprve v polovině března 2014 a stal se mediálně známým díky zveřejněnému rozhovoru s ministryní spravedlnosti Helenou Válkovou a následnému mediálnímu útoku ministra financí Andreje Babiše.

Jedná se o velmi zajímavý obchodní model. Většině internetových médií tento model chybí. Projekt, který vznikl odchodem šéfredaktora a redaktorů z Lidových novin, si zakládá na tom, že není spojen s žádnou mocenskou skupinou. Nová volná média jsou celkově nezávislejší, hlavně z finanční stránky.

V současné době procházíme jakousi krizí žurnalistiky, chybí kvalitní investigativní novináři, za kvalitu se platí a většina médií je dnes ovlivněna tržním způsobem uvažování. Informace jsou tak většinou kopírovány a témata článků totožná.

Je Echo24 jiné?

Možná právě díky své avizované nezávislosti měla tato stránka v prvním měsíci svého fungování velmi dobrou návštěvnost.

Konsolidace vlastnictví médií je v dnešní době velkým problémem. Nedostatečná rozmanitost majitelů vede k nedostatečné rozmanitosti názorů a uplatňovaných zájmů. Vlastnické změny způsobené odchodem zahraničního kapitálu zapříčinily, že česká média jsou méně vnímána jako hlídací pes demokracie.

Metodou práce bude porovnání s médii podobného typu. Bude se jednat o primární kvalitativní analýzu.

Srovnání jeho struktury s webovými časopisy vzniklými dříve (např. Aktuálně.cz, Novinky.cz).

Například grafické zpracování, témata článků, blogy.

Dále vytvoření a kvantitativní zpracování jednoduchých dotazníků, pro potenciální čtenáře, které se zaměří na povědomí o tomto serveru. Cílové skupiny, budou shodné se skupinami uvedenými v oficiální prezentaci projektu, která je volně dostupná na jeho stránkách. Cílem bude zjistit názor skupin, ke kterým se deník veřejně hlásí a to hlavně ohledně důvěryhodnosti projektu a ochotě platit za čtení novin na internetu.

Cílem práce je představit autory projektu. Jejich původní záměr, ohledně financování deníku, prodeje reklamy a nynější reálnou podobu.

Také se bude jednat o zhodnocení nízkonákladové marketingové kampaně, založené zejména na televizním sponzoringu na ČT 1 a Čt art, která probíhala ještě před uvedením projektu.

Pokusím se nastínit pozadí organizační struktury a financování časopisu, který o sobě tvrdí, že je protiváhou oligarchickým seriózním médiím.

Dále se budu snažit předpovědět jeho případné naděje na úspěch a rozšíření do budoucna.

**Vymezení zpracovávaného materiálu** (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):

Deník Echo24 od prvního dne spuštění 16. 3. 2014 do 16. 5. 2014 (<http://echo24.cz/>)

Aktuálně.cz ve stejném časovém období 16. 3. 2014 do 16. 5. 2014 (<http://www.aktualne.cz/>)

Novinky.cz ve stejném časovém období 16. 3. 2014 do 16. 5. 2014 (<http://www.novinky.cz/>)

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

- 1) Úvod  
Význam elektronických médií, výhody pro recipienty i pro vydavatele
- 2) Představení nového zpravodajského portálu – Echo 24
  - a) Organizační struktura – představení osoby Dalibora Balšíinka, rozhovor
  - b) Vlastnická struktura a financování projektu – skutečná nezávislost zdroje peněz
- 3) Vznik
  - a) Hlavní myšlenka
  - b) Uvedení na trh – nízkonákladová reklama
- 4) Jedinečnost projektu
  - a) Komparace deníku s Aktuálně.cz a Novinky.cz  
jedná se o opisování článků, se kterým se setkáváme v ostatních novinách, nebo se zaměřuje na neotřelá témata
  - b) Analýza obsahu  
Jsou články skutečně nezávislé?
- 5) Dotazník
  - a) Vytvoření dotazníku pro cílové skupiny
  - b) Kvantitativní analýza získaných dat
  - c) Výstup zachycující oblíbenost a povědomí o projektu
- 6) Závěr
  - a) Věrohodnost a nezávislost projektu
  - b) Vliv na čtenáře  
Možnost přilákat i mladší čtenáře, kteří nemají vztah k tradičním novinám. Revoluční styl, uvolněnější vzhled a vyjadřování, sklon k bulvarizování, zjednodušování
  - c) Budoucnost a možné rozšíření projektu Echo24

**Postup (technika) při zpracování materiálu:**

Budu zpracovávat obsah internetových deníků Echo24, Novinky.cz a Aktuálně.cz. Bude se jednat



o kvalitativní analýzu článků ze stejného časového úseku.

Dále provedu kvalitativní analýzu dotazníků, která se bude týkat rozšíření povědomí a názorů na deník.

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

FORET, M., LAPČÍK, M., ORSÁG, P., (eds.), *Média dnes, reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*: Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008. ISBN 978-80-244-2023-3

Publikace se věnuje aktuálním trendům médií, například vizuálním stránce obsahu, která se s nástupem digitalizace stávají stále důležitějším faktorem ovlivňující popularitu médií. Dalším tématem jsou například blogy a jejich přínos ve spojení s internetovým zpravodajským portálem.

JENKINS, H., *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press, 2008, ISBN 978-0814742952

Kniha pojednává o vztahu nových a starých médií. Nová média nenahrazují ty stará, ale spíše posouvají jejich funkce. Konverencí je podle autora tok mediálních obsahů přes rozmanitá média.

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

Kniha obsahuje obecná východiska studia a vlivu masových médií z pohledu sociálních věd. Jedná se o podrobné uvedení do studia médií v Čechách i zahraničních.

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B., *Média dvacet let poté*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-446-5

Jedná se o sborník textů, pojednává o vývoji médií po roce 89. Obsahuje například text na téma změny mediálních obsahů a chování publik. Snaží se vysvětlit, proč jsou stále více upřednostňována online média, zmiňuje výhody a nevýhody novin, které jsou distribuovány výhradně online.

JIRÁK, J., ŠMÍD, M., ČERMÁK, M., (eds.), *10 let českých médií*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7178-925-9

Jedná se o soubor esejů na téma proměny České mediální scény. Jedná se například o úvahy o důvěryhodnosti českých novinářů, dále o výhodách a rozdílnosti elektronických médií.

LIEVROUW, L., LIVINGSTONE, S., *The handbook of new media. Updated student edition*. London: SAGE, 2006. ISBN 1-4129-1873-1

Publikace se věnuje konvergenci médií a vlivu nových médií na kulturu, společnost, politickou moc. Dále se věnuje i vzniku a historii nových médií.

OSVALDOVÁ, B., HALADA, J., *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri: 2007 ISBN: 978-80-7277-266-7

Jedná se o příručku obsahující hesla například z oblasti marketingové komunikace, žurnalistiky, každodenní praxe v médiích, tisku, elektronické komunikace a informačních technologií.

OSVALDOVÁ, B., TEJKALOVÁ, A., *Žurnalistika v informační společnosti*. Praha: Karolinum, 2009.

ISBN: 978-80-246-1684-1

Jedná se o soubor textů různých autorů. Texty se věnují digitální žurnalistice z praktického i

teoretického hlediska.

TRAMPOTA, T., VOJTĚCHOVSKÁ, M., *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, ISBN 978-80-7367-683-47

Kniha se věnuje metodám užívaným při výzkumu médií. Seznamuje čtenáře s metodami komerčního i akademického výzkumu. Jednotlivé postupy jsou rozebrány na praktických příkladech.

**Diplomové 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)

CIBOROVÁ, K., Samoregulace žurnalistiky v internetovém prostoru se zaměřením na hlavní české zpravodajské servery. Katedra žurnalistiky FSV UK, 2012

RŮŽIČKA, J., Komparace agendy tištěného deníku a jeho internetové obdoby, Katedra mediálních studií FSV UK, 2012

SOUKUPOVÁ, L., Internet jako prostor pro sociální inovace? Analýza prostředí digitálních podob současného českého tisku, Katedra mediálních studií FSV UK, 2013

VÍTKOVÁ, O., Nová média a internetový marketing na příkladu sociálních sítí, Katedra mediálních studií FSV UK, 2010

**Datum / Podpis studenta/ky**

12.5.2014

.....

**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.**

Doc. PhDr, Barbora Osvaldová

**Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga  
pedagožky/pedagoga**

**Datum / Podpis**

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala za cenné rady k tématu Doc. PhDr. Barboře Osvaldové a za poradenství v oblasti stylistiky Mgr. Evě Kocábové.

## Obsah

Úvod .....	3
1. Výhody a nevýhody digitálních novin.....	4
1.1. Rozdělení .....	4
1.2. Výhody elektronických novin .....	6
1.2.1. Výhody elektronických novin pro vydavatele .....	6
1.2.2. Výhody elektronických novin pro čtenáře .....	7
1.3. Nevýhody elektronických novin .....	8
2. Představení nového zpravodajského portálu .....	9
2.1. Organizační struktura .....	9
2.1.1. Šéfredaktor .....	10
2.2. Vlastnická struktura .....	12
3. Vznik projektu .....	12
3.1. Hlavní myšlenka .....	14
3.2. Název projektu .....	14
4. Jedinečnost projektu .....	15
4.1. Komparace deníku s Aktuálně.cz a Novinky.cz .....	17
4.2. Analýza obsahu .....	19
4.2.1. Objektivita a nezávislost .....	19
4.2.2. Metody zkoumání .....	22
4.2.3. Moje metoda .....	22
4.2.4. Presentace subjektů na Novinky.cz .....	25
4.2.4.1. Andrej Babiš v článcích na Novinky.cz .....	25
4.2.4.2. Miloš Zeman v článcích na Novinky.cz .....	27
4.2.5. Presentace subjektů na Aktuálně.cz .....	27
4.2.5.1. Andrej Babiš v článcích Aktuálně.cz .....	28
4.2.5.2. Miloš Zeman v článcích Aktuálně.cz .....	29
4.2.6. Echo24.cz a jeho presentace subjektů .....	29
4.2.6.1. Miloš Zeman v článcích Echo24.cz.....	30
4.2.6.2. Andrej Babiš v článcích Echo24.cz .....	30

5. Dotazník .....	31
5.1. Vytvoření dotazníku pro cílové skupiny .....	32
5.2. Kvantitativní analýza získaných dat .....	32
5.2.1. Povědomí o projektu .....	33
5.2.2. Důvěra v apolitičnost projektu .....	33
Závěr .....	34
Summary .....	34
Použitá literatura .....	35
Přílohy .....	43

## Úvod:

Tématem mé práce je deník Echo24, který vznikl v polovině března 2014 ve velmi krátkém čase jako výhradně internetové médium. Týdeník začal být vydáván od měsíce listopadu i v tištěné podobě. Deník vznikl po odchodu redaktorů a šéfredaktora Lidových novin jako protest proti změně majitele vydavatelství MAFRA a.s. Projekt si zakládá na tom, že není závislý na žádné mocenské skupině a snaží se přitáhnout čtenáře svým mottem

*„Journalism can never be silent“.<sup>1</sup>*

Většina médií je dnes ovlivněna tržním způsobem uvažování. Pokud nejsou noviny financovány jinou organizací, například nadací, musí se vždy orientovat na zisk. Echo24 se i přes to snaží být odlišné od úspěšných serverů typu Novinky.cz, Aktuálně.cz. Tato odlišnost je způsobena právě i snahou o finanční nezávislost, spojenou s nízkými náklady na pořízení domény a spravování stránek. S tím souvisí i absence sportovní rubriky, podrobnějšího členění a výraznější obrazové složky.

Možná právě díky své avizované nezávislosti měla tato stránka v prvním měsíci svého fungování velmi dobrou návštěvnost. Která se díky aféře kolem ministryně Válkové zvedla podle Google Analytics<sup>2</sup> o 20 procent.

*„V týdnu, kdy se tato událost odehrála, jsme měli 20% nárůst návštěvnosti oproti předcházejícímu týdnu“<sup>3</sup>*

V této práci se zaměřuji na představení projektu, který je úzce spojen s osobností bývalého šéfredaktora Lidových novin, zakladatele vydavatelství Echo Media a.s.

---

<sup>1</sup> Česky je možno volně přeložit jako: „Žurnalistika nemůže nikdy mlčet“

<sup>2</sup> Google Analytics nástroj, který nabízí provozovatelům měření návštěvnosti, délky návštěvy a zjistit odkud se návštěvník na stránku dostal. Mohou se však vyskytovat různé nepřesnosti a hodně záleží na práci provozovatele s nástroji, s výsledky se tak dá velmi jednoduše manipulovat.

TICHÝ, Jan. *Přednáška*. Internet Marketing 2013 [Web].

Vědeckotechnický park Univerzity Palackého v Olomouci. 9. 2. 2013 [cit. 2014-10-18, 19:15 EST]. Dostupné: <https://www.youtube.com/watch?v=sH8FEsGY4mg>

<sup>3</sup> BALŠÍNEK, Dalibor. *Rozhovor*. Mediaguru [Web]. PHD, a.s., 17. 4. 2014 [cit. 2014-10-18, 19:15 EST].

Dostupné: <http://www.mediaguru.cz/2014/04/echo24-cz-zverejnuje-po-mesici-prvni-cisla/#.VES7pfnkfqU>

a šéfredaktora internetových novin Echo24, Dalibora Balšínska. Přiblížím, proč je výhodnější publikovat v internetovém prostředí.

Odchýlila jsem se od schválených tezí. Místo reklamy a uvedení na trh, které se hodí spíše pro studium marketingu, jsem si vybrala téma, které se více týká mediálních studií. Za hlavní cíl práce jsem si určila zjistit, zda je deník objektivní. Sám se totiž prezentuje jako zcela nezávislé médium.

Formou osobního dotazování se pokusím zmapovat rozšíření povědomí o projektu a důvěru v jeho apolitičnost. Studium článků, pořadů a zpravodajství doplním rozhovorem s šéfredaktorem projektu.

## 1. Výhody a nevýhody digitálních novin:

### 1.1. Rozdělení:

V internetovém prostředí se můžeme setkat se dvěma hlavními druhy periodik:

První skupinou jsou internetové varianty časopisů a novin, které již existují v tištěné verzi.

Některé takové weby však nezveřejňují celý obsah zpráv a odkazují právě k verzi tištěné, nebo nabádají ke koupi plné elektronické verze, například deník Právo na svých webových stránkách nabízí pouze přehled informací. Silnou pozici má také server iHned.cz, web z něhož vychází obsah Hospodářských novin. Ten zpoplatnil část svého obsahu po vzoru New York Times. Na webu je dostupný kompletní obsah Hospodářských novin a aktuální informace za měsíční poplatek. Redaktor Miroslav Beneš k tomu říká

*„Čtenáři za články na webu zaplatí 300 měsíčně.“*

Což je podle něj srovnatelné právě s internetovou verzí New York Times, která vyjde měsíčně na 13 dolarů.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> ČERMÁK, Miloš. *Noviny vs. Zpravodajské portály*. Ekonomika ČT24 [TV]. 29. 9. 2014 [cit. 2015-1-30, 15:25 EST].

Dostupné: <http://mediasearch.newtonmedia.cz/login.php?r=%2Findex.php&m=-10> (k dispozici po přihlášení)



Podle ředitele vydavatelství Economia Romana Latuského se zavedením placeného obsahu předešlo každoročnímu snížení počtu předplatitelů. A tržby z digitální verze byly díky předplatnému o 5 % vyšší.<sup>5</sup>

Druhou skupinou, kam patří i Echo24, jsou periodika vydávaná pouze elektronicky. V našem prostředí jsou uznávané hlavně portály Neviditelný pes, Novinky.cz a Aktuálně.cz.

Neviditelný pes byl založen Ondřejem Neffem už v roce 1996. Web získal návštěvníky díky článku zveřejněnému v časopise Týden a popularitu si udržel hlavně díky tomu, že Neff je uznávaným spisovatelem a novinářem.

*„Zlom znamenal článek v časopise Týden, po jehož uveřejnění si stránky otevřelo několik set lidí. Na světě byla jedna z největších legend českého internetu.“<sup>6</sup>*

Echo 24 je také postavené na osobnostech, takže z tohoto hlediska by mohl být projekt úspěšný. Navíc se odchod redaktorů Lidových novin často objevoval i v ostatních novinách, kde se autoři článků spíše stavěli za své odcházející kolegy. Neviditelný pes ale vznikl v jiných podmínkách, v době, kdy v této oblasti téměř neexistovala konkurence.

Nejoblíbenějším serverem jsou Novinky.cz, které jsou součástí vyhledávače Seznam.cz a každý měsíc je podle výzkumného projektu Netmonitor navštíví téměř 3,8 milionů reálných uživatelů.<sup>7</sup> Vysoká návštěvnost však pravděpodobně souvisí s tím, že většina uživatelů e-mailu má schránku právě u Seznamu.

Aktuálně.cz vznikl v roce 2005. Fakt že nebyl svázán s žádnou tradiční redakcí se ukázal jako velká výhoda. Přinesl nové formáty zpravodajství, například videozprávu a ostatní weby se mu začaly pomalu přizpůsobovat.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Autor neuveden. *Tržby z digitálu rostou o 5%*. Mediaguru [Web]. Economia PHD a.s., 9. 4. 2015, [cit. 2015-04-18, 22:28 EST].

Dostupné: <http://www.mediaguru.cz/2015/04/economia-trzby-z-digitalu-letos-rostou-o-5/#.VTLCCfmsVMQ>

<sup>4</sup> ČERMÁK, Miloš. *Žurnalistika v informační společnosti*. Praha: Karolinum, 2009. s. 28, ISBN: 978-80-246-1684-1

<sup>7</sup> Autor neuveden. Seznam.cz [Online]. Seznam.cz a.s., červen 2014 [cit. 2014-10-23, 15:15 EST]. Dostupné: <http://onas.seznam.cz/cz/novinky-cz.html>

Také sem můžeme zařadit portál iDnes.cz, který vycházel z Mladé fronty Dnes. V současné době je jeho obsah od tištěných novin odlišný a s Mladou frontou Dnes ho spojuje spíše jen název.

Podle Michala Hanáka, místopředsedy představenstva MAFRA, bude iDnes.cz stále zdarma, protože mají dostatek čtenářů a stačí jim příjmy z inzerce.<sup>9</sup>

Zpoplatnění obsahu u periodik vydávaných jak v elektronické, tak v tištěné podobě souvisí s trendem snižování prodeje výtisků a tím pádem i nižších příjmů z prodeje a inzerce, které je potřeba získat jinde. Dalibor Balšínek pochopil rozdíl mezi vydáváním tištěných novin a tištěných časopisů. Tím, že se rozhodl pro tištěnou verzi týdeníku, si zajistil nový zdroj příjmů. V časopisech totiž lidé nenachází jenom aktuální informace, ale i jejich přehledné zpracování do úvah a esejí, za které jsou ochotni zaplatit.

## 1.2. Výhody elektronických novin:

Web je aktuálně nejefektivnějším prostředím pro rychlou a levnou distribuci informací.

### 1.2.1. Výhody elektronických novin pro vydavatele:

Na příkladu projektu Echo24 je velmi dobře znatelná rychlost a jednoduchost založení internetového média. Opravdu k tomu ale stačí počítač s internetovým připojením a doména zakoupená za v mediálním odvětví směšnou částku 50 000 Kč?<sup>10</sup>

S velmi omezenými náklady vznikl v USA v roce 1995 server Drudge Report, kontroverzního Matta Drudge, který si nijak neověřoval informace, šlo mu pouze o senzaci. Proslavil se tím, že jako první zveřejnil v roce 1998 aféru Clinton – Levinská.

<sup>8</sup> BEDNÁŘ, Vojtěch. *Internetová publicistika*. Praha: Grada Publishing a.s., 2011, ISBN 978-80-247-3452-1

<sup>9</sup> BENEŠ, Miroslav. *Rozhovor: Noviny vs. Zpravodajské portály*. Ekonomika ČT24 [TV]. 29. září 2014 [cit. 2015-1-30, 15:15 EST].

Dostupné: <http://mediasearch.newtonmedia.cz/login.php?r=%2Findex.php&m=-10> (k dispozici po přihlášení)

<sup>10</sup> Cenu domény uvedl Dalibor Balšínek v přednášce projektu Schodiště, financované reklamní agenturou Konektor: BALŠÍNEK, Dalibor. *Přednáška. Schodiště* [Web]. Konektor. 31. března 2014, 23. minuta Dostupné: <http://www.konektor.biz/schodiste/schodiste-s-daliborem-balsinkem-sefredaktor-noveho-internetoveho-deniku-echo24-cz>

„Sám Drudge tvrdil, že provozní náklady v hodnotě pár desítek dolarů měsíčně a celkovou investicí, nepřesahující několik tisíc, se mu daří konkurovat takovým médiím, jako je CCN a New York Times“<sup>11</sup>

Echo24 funguje jako běžná redakce, náklady jsou tedy vyšší. Projekt prošel rokem 2014 s plánovanou ztrátou.

Na internetu lze díky hypertextu a digitálnímu prostředí kombinovat více forem zveřejňování informací, to znamená kromě textu i zvuk a obraz. Echo24 se zaměřuje spíše na textovou stránku. Zprávy bývají doplněny fotografiemi, ale ve více případech spíše ilustračními.

Odchod zahraničních majitelů a následná konsolidace vlastnictví médií se mohou zdát jako velký problém. Mohly by se tak vyskytnout obavy z oligarchie způsobené kumulací vlastnictví médií. Cenová nenáročnost založení a provozování nového internetového média potažmo blogů je tedy jakousi základní ochranou nezávislosti a rozmanitosti novin.

### **1.2.2. Výhody elektronických novin pro čtenáře:**

Digitální prostor se stal hlavním zdrojem informací pro většinu populace bez ohledu na věk nebo vzdělání. A to hlavně díky cenové dostupnosti a aktuálnosti informací. Stále více čtenářů se vzdává papírových novin, a proto je budoucnost zpravodajství hlavně na internetu. Další výhody uvádí Denis McQuail ve své knize *Journalism and Society*. Hlavní je podle něj dostupnost. Stačí připojení k internetu a jakékoli médium, například mobilní telefon.<sup>12</sup>

Čtenář se také může zapojit do různých diskusí a okamžitě na zprávu interaktivně reagovat. Což není u tištěných médií možné už z jejich podstaty. Podle

---

<sup>11</sup> ČERMÁK, Miloš. *Žurnalistika v informační společnosti*. Praha: Karolinum, 2009. s. 25, ISBN: 978-80-246-1684-1

<sup>12</sup> McQUAIL, Denis. *Journalism and Society*. Londýn: SAGE, 2013, s. 14 ISBN 978-14-4626-680-9

Henryho Jenkinse se tak otevírá možnost pro různé skupiny lidí, aby otevřeně reagovaly na problém. Stejný prostor pro vyjádření názoru mají i dříve opomíjené menšiny, což je podle něj správně, protože se tak mohou podílet na své kultuře.<sup>13</sup>

Čtenáři tak mohou formou komentářů reagovat přímo na zprávu (user-to-Documents), nebo veřejně mezi sebou (user-to-user). Mohlo by se zdát, že publikum není tak úplně aktivní, protože může reagovat například jen na články, které jim internetové noviny nabídnou. Pod článkem však často vznikají diskuse na úplně jiné téma, publikum si tak obsah přizpůsobuje.<sup>14</sup> Často se také objevují příspěvky, které formou tzv. „trollingu“ šíří dezinformace a různé nálady, tyto příspěvky mohou být zaměřeny politicky nebo například jako součást marketingu. Také se může jednat jen o krácení volné chvíle jednotlivce, který se tímto způsobem baví.

Některé internetové noviny poskytují možnost psát vlastní blog. Tvůrce blogu tak může využít popularitu novin ve svůj vlastní prospěch. Blogy jsou však přijímány jako důvěryhodný zdroj spíše u volnočasových témat. Například ohledně informací o cestování, nebo vaření.<sup>15</sup>

Echo24 také nabízí odkazy na blogy, ale ty se věnují spíše politickým a ekonomickým tématům.

Richard Keklak na téma výhod elektronických médií ve svém výzkumu s názvem „Proč upřednostňujeme online média“ uvádí.

*„Přístup k informacím bez hranic, interaktivnost, multimediálnost, aktuálnost a časově neomezený přístup k archivům“<sup>16</sup>*

Hlavní výhodou se zdá být, na našem trhu stále ještě rozšířená, bezplatnost obsahu. Kde získáte aktuální informace zcela zdarma. Stačí jen strpět reklamu. Navíc existuje možnost instalovat do prohlížeče aplikaci, která reklamu blokuje, například Adblock.

---

<sup>13</sup> JENKINS, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Colide*. New York: NYU Press, 2008 s. 248, ISBN 978-0814742952

<sup>14</sup> McMILAN, Sally. *The handbook of new media: Updated student edition*. London: SAGE, 2006, s. 167-171, ISBN 1-4129-1873-1

<sup>15</sup> JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média dvacet let poté*. Praha: Portál, 2009, s. 318, ISBN 978-80-7367-446-5

<sup>16</sup> JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média dvacet let poté*. Praha: Portál, 2009, s. 334, ISBN 978-80-7367-446-5

### 1.3. Nevýhody elektronických novin:

Nejen u internetových novin dochází k úpadku kvalitní žurnalistiky, vytrácí se investigativní novinářství: Sociolog Petr Sak vidí tento problém jako rozšířený i v médiích, která se nehlásí k bulvárnosti:

*„Produkci médií charakterizuje prvoplánová neschopnost posuzovat události a procesy interdisciplinárně v širších souvislostech a vývojově, černobílé vidění nahrazující zpravodajství a publicistiku propagandou a nezvládnuté novinářské řemeslo“<sup>17</sup>*

Jedná se tak ve většině případů spíše o infotainment, kde může docházet i ke zkreslování informací ve jménu zábavy.<sup>18</sup>

Výše jsem uvedla, že se díky internetu dostávají ke slovu i různé menšiny a znevýhodněné skupiny. Problém však nastává v počtu jejich čtenářů. Pokud nemají zaplacenou reklamu, nemusí být lehké je ve vyhledávání najít.<sup>19</sup>

## 2. Představení nového zpravodajského portálu:

Projekt si zakládá mimo jiné na kvalitních komentářích. Snaží se působit nezávisle. Staví se do pozice názorového deníku, který není nikým ovládan. Vznikl jako reakce novinářů, kteří odešli z Lidových novin. Nelíbil se jim totiž způsob jednání o obsahu zpravodajství po změně majitele vydavatelského domu.

### 2.1. Organizační struktura:

Šéfredaktorem je Dalibor Balšínek, kterému se bude věnovat podkapitola níže. Zástupcem šéfredaktora je Jan Dražan, který byl zástupcem i v časopisu Týden a hlavně v Lidových novinách. Na svém profilu na sociální síti Twitter sám sebe charakterizuje slovy:

<sup>17</sup> JIRÁK, Jan – ŠMÍD, Milan a ČERMÁK, Miloš. *10 let českých médií*. Praha: Portál, 2005, s. 105-106, ISBN80-7178-925-9

<sup>18</sup> OSVALDOVÁ, Barbora – HALADA, Jan. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri: 2007, s. 92, ISBN 978-80-7277-266-7

<sup>19</sup> OSVALDOVÁ, Barbora – TEJKALOVÁ, Alice. *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Praha: Karolinum, 2009, s. 46, ISBN 978-80-246-1684-1

*„Býval dobrým zástupcem šéfredaktora v Týdnu a LN. Pak spáchal ale ten nejhorší zločin. Pracuje v ECHO24.cz“<sup>20</sup>*

Šéfredaktorkou je Kamila Klausová, editorem Miloslav Janík, oba tyto funkce vykonávali i v Lidových novinách. Do Echo24 se přesunuli z Lidových novin i analytička Lenka Zlámalová a komentátoři Daniel Kaiser, Martin Weiss a Ondřej Štindl, který si také prošel časopisem Týden. Lenka Zlámalová byla od roku 2003 do roku 2009 hlavní analytičkou Hospodářských novin a poté v Lidových novinách.

Redaktoři jsou celkem 4. Petr Holub, který pracoval od roku 2006 v Aktuálně.cz a v roce 2014 byl necelé tři měsíce redaktorem Mladé fronty dnes. Dalšími jsou Jan Kálal a Filip Nachtman, kteří přišli z Lidových novin. Posledním je Vladimír Ševela, který si Lidovými novinami také prošel, ale do projektu Echo přešel z časopisu Týden.<sup>21</sup>

Většina členů redakce přešla z novin, které měly i tištěnou verzi a tedy více zdrojů příjmů, než nový, v té době pouze online, projekt.

### **2.1.1. Šéfredaktor:**

Šéfredaktorem je Dalibor Balšínek, absolvent literární vědy na Slezské univerzitě v Opavě a masové komunikace na FSV UK v Praze. V roce 1994 začínal jako redaktor Lidových novin. O dva roky později byl politickým redaktorem televize Nova. Balšínek má zkušenost se zakládáním časopisu, v roce 1998 založil svůj vlastní projekt časopis Spy. Ten byl koncipován jako tabloid. Byl tedy bulvárně zaměřený a zároveň menší formát, nabízející výlučně zábavu. Autor u něj vydržel necelý rok.

V roce 1999 byl jmenován ředitelem PR televize Nova. V roce 2000 se stal šéfredaktorem časopisu Týden, kde dokázal za tři roky více než trojnásobně zvýšit náklad. V době nástupu byl náklad 16200 o tři roky později 57 800 výtisků.<sup>22</sup> Týden

<sup>20</sup> DRAŽAN, Jan. Sociální síť *Twitter* [Online]. Twitter Inc. [cit. 2014-12-16, 11:40 EST].

Dostupné: <https://twitter.com/idrazan>

<sup>21</sup> Autor neuveden. *Echo24* [Online]. Echo Media a.s. [cit. 2014-12-16, 10:40 EST].

Dostupné: <http://echo24.cz/p/o-nas#kontakty>

<sup>22</sup> Autor neuveden. *Echo24* [Online]. Echo Media a.s. [cit. 2014-12-21, 12:50 EST].

Dostupné: <http://echo24.cz/author/dalibor-balsinek>

vedl 9 let a náklad kolem 50 000 si držel stabilně. V roce 2008, kdy odcházel, to bylo 58 895 výtisků.<sup>23</sup>

Dále je zakladatelem časopisu Instinkt. Od roku 2009 pracoval tři roky pro skupinu MAFRA, kde byl šéfredaktorem deníku Lidové noviny a zároveň měl zodpovědnost za zpravodajský server Lidovky.cz.<sup>24</sup>

Šéfredaktor a zároveň vydavatel deníku a týdeníku, který je dostupný v elektronické i tištěné podobě, má tedy potřebné zkušenosti. K projektu přistupuje opatrně a nemá přehnaná očekávání. Je poměrně aktivní na Facebooku a Twitteru, kde se na svém profilu vyjadřuje k aktuálnímu dění a nabízí odkazy na svůj internetový deník.

Uživatelé těchto sociálních sítí na jeho komentáře reagují vesměs pozitivně, vyjadřují mu podporu a důvěru v nestrannost projektu. Vydavatel se nebojí veřejně žádat o podporu ve formě předplatného. Což dokazuje jeho předvánoční prosba zveřejněná na Facebookovém profilu Echo24 i na Balšínekově osobním profilu, kde žádá čtenáře, aby si týdeník zakoupili a pokud se jim bude líbit, tak i předplatili.

V době, kdy je většina čtenářů zaměřená na nenáročnou krátké zprávy, které jsou zdarma, a kdy je možné téměř jakýkoli obsah bezplatně stáhnout z internetu, je jeho žádost více než troufalá. Vydavatel si je této skutečnosti vědom. Zdůrazňuje, že se nejedná o charitu, ale o koupi kvalitního čtení bez lifestylové rubriky. Snaží se tedy oslovit již dříve avizované kriticky myslící čtenáře, kteří nepotřebují za každou cenu jít s proudem a životní styl si určují sami.<sup>25</sup>

Osobní rozhovor s autorem projektu se bohužel neuskutečnil. Z časových důvodů jsme se dohodli na zaslání otázek na email. Snažila jsem se o co největší stručnost. Balšínek odpověděl velmi rychle, ale ze stylu jeho vyjadřování bylo vidět, že psal ve spěchu. Je patrné, že svému projektu věří. Myslí si, že vydávání tištěného

<sup>23</sup> Autor neuveden. *Tyden.cz* [Online]. EMPRESA MEDIA, a.s. 14. 11. 2008 14:08 [cit. 2014-12-21, 12:50 EST].

Dostupné: [http://www.tyden.cz/rubriky/media/zmenasefredaktora-casopisu-tyden\\_90533.html?showTab=nejctenejsi-3#.VJavW14AA](http://www.tyden.cz/rubriky/media/zmenasefredaktora-casopisu-tyden_90533.html?showTab=nejctenejsi-3#.VJavW14AA)

<sup>24</sup> Autor neuveden. *Šéfredaktor LN a člen představenstva Balšínek odejde z Mafry*. Hospodářské noviny [Web]. Economia a.s., 1. 11. 2013 14:48 [cit. 2014-12-21, 13:07 EST].

Dostupné: <http://m.ihned.cz/c1-61125210-sefredaktor-ln-a-clen-predstavenstva-balsinek-odejde-z-mafry>

<sup>25</sup> BALŠÍNEK, Dalibor. *Facebook* [Online]. 16. 12. 2014 [cit. 2014-12-24, 16:40 EST].

Dostupné: <https://www.facebook.com/751578688203935/photos/a.765929910102146.1073741828.751578688203935/944845745543894/?type=1&fref=nf>

týdeníku zvyšuje prestiž vydavatelství. Možnost, že by po tištěném týdeníku začal vydávat i tištěný deník, však v rozhovoru formou emailu zcela vyloučil. Označil to za „mrtvou misi“.<sup>26</sup>

## 2.2. Vlastnická struktura:

Web Echo24.cz provozuje společnost Echo Media a.s., která je zároveň provozovatelem webu Roklen24.cz. Ten je novým internetovým ekonomickým zpravodajem. Investorem projektu je Jan Klenor bývalý ředitel Patria Finance<sup>27</sup>

Majoritním vlastníkem je zakladatel projektu Dalibor Balšínek, který má 95% podíl a zbývajících 5% patří obchodní ředitelce Petře Feřtové.<sup>28</sup>

## 3. Vznik projektu:

Andrej Babiš koupil vydavatelství MAFRA a.s., pod které spadají tištěné i online verze Lidových novin a Mladé fronty Dnes. Dále deník Metro, nebo televizní stanice Óčko a řada menších projektů. Tvrdil, že nebude zasahovat do práce novinářů. Do redakce však v rozporu s tímto tvrzením volal a žádal vysvětlení, proč v Lidových novinách nedali prostor jeho tiskové konferenci. Po nátlaku médií se redaktorům osobně omluvil.<sup>29</sup>

<sup>26</sup> Viz příloha číslo 1. této práce

<sup>27</sup> Obsah Roklen24.cz určuje v dubnu 2014 založená investiční skupina Roklen Fin a.s. Jana Klenora, který je i investorem projektu Echo24. Toho Andrej Babiš označil za bílého koně a naznačil tak propojení mezi projektem Echo24 a Martinem Romanem, bývalým ředitelem firmy ČEZ. Ten byl médií podezříván z financování politických stran, především ODS. Podezření vzniklo na základě tzv. Toskánské aféry, kde se Marek Dalík a další známí lobbisté ČEZ sešli s tehdejším premiérem Mirkem Topolánkem. Schůzka proběhla pár dní po schválení zákona, který umožnil aukce emisních povolenek.

O možném propojení Martina Romana a nové investiční skupiny Roklen Fin a.s., potažmo projektu Echo24.cz se dá jen spekulovat. Faktem je že Martin Roman i Jan Klenor byli současně členy dozorčí rady pražské burzy BCPP. Jejich jiné obchodní nebo osobní vztahy nejsou známy.

<sup>28</sup> Autor neuveden. *Notářský zápis stanov společnosti NZ 5/2015*: číslo listiny b19589/sl2/msph. Ares – ekonomické subjekty [Web]. Ministerstvo financí ČR, 2015, 9. 1. 2014 [cit. 2014-4-19, 10:42 EST].

Dostupné: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-firma?subjektId=823276>

<sup>29</sup> Autor neuveden. *Lidové noviny vs. Babiš: Veřejný spor s novým majitelem*. Aktuálně.cz [Web]. Economia a.s., 28. 6. 2013 [cit. 2014-10-24, 10:40 EST].

Dostupné: <http://zpravy.aktualne.cz/domaci/lidove-noviny-vs-babis-verejny-spor-s-novym-majitelem/r~i:article:783919/>



Deník Echo24 zahájil svou činnost teprve v polovině března 2014 a stal se mediálně známým díky odchodu jeho pozdějších redaktorů z Lidových novin a pozdějšímu zveřejněnému rozhovoru s ministryní spravedlnosti. Dále následoval mediální útok ze strany současného ministra financí Andreje Babiše.

Echo24 publikovalo dlouhý rozhovor s ministryní spravedlnosti Helenou Válkovou, kde bylo mimo jiné vyjádřeno její nesouhlasné stanovisko k odsunu Němců po druhé světové válce. Na otázku co si myslí o odsunu Válková odpověděla

*„To nejhorší. Chápu, že to byla reakce na to, co se zase Čechům dělo předtím, ale ono se toho v protektorátu zas tolik nedělo“<sup>30</sup>*

Tato informace není uvedena v titulku, ale je v textu rozhovoru zvýrazněna, takže by se mohlo zdát, že autor Daniel Kaiser se snažil přidat této větě na důležitosti.

Názor Válkové na situaci za protektorátu je ovlivněn vlastní zkušeností, vyrůstala totiž v částečně německé rodině. Dále byla ministryně tázána na svůj postoj k Babišově údajné spolupráci s STB.<sup>31</sup>

Babiš poukázal na to, že rozhovor nebyl autorizovaný a že informace byla vytržena z kontextu. Nakonec se dokonce vyjádřil tak, že Válková vlastně není vůbec členkou hnutí ANO a jedná se pouze o její osobní názor. Dále se nevybíravým způsobem zaměřil na nejasnosti ohledně věřitele projektu Echo24.

Prohlásil, že by se mohlo jednat o bílého koně.

*„Ta vaše skupina tzv. novinářů z Lidových novin, co jste vytunelovali Lidové noviny, udělali tam 50milionovou ztrátu a fandili ODS, tak rozumím, že jste si udělali hezký projekt, abyste napadali mě a moje hnutí,“<sup>32</sup>*

Později se za tyto výroky omluvil. To ale nemění nic na tom, že použil půdu vlády k nařčení bez jakýchkoli důkazů a jeho projev byl velmi neprofesionální.

<sup>30</sup> VÁLKOVÁ, Helena. *Rozhovor*. Echo24 [Web]. Echo Media a.s., 22. 3. 2014 [cit. 2014-10-17, 12:15 EST]. Dostupné: <http://echo24.cz/a/iHpSp/kdyby-byl-babis-agent-mrzelo-by-ji-to-ministryni-by-vaalkova-zustala>

<sup>31</sup> 26. 6. 2014 Bratislavský okresní soud rozhodl, že byl Babiš veden jako agent Bureš neoprávněně. Dostupné: <http://www.justice.gov.sk/Stranky/Sudne-rozhodnutia/Sudne-rozhodnutia.aspx>

<sup>32</sup> BABIŠ, Andrej. *Brifing po jednání vlády*. Čt24 [Tv]. 24. 3. 2014, 15:42 [cit. 2014-10-15, 11:15 EST]. Dostupné <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/nejnovejsi-videa/267332-babis-cely-rozhovor-byl-veden-za-ucelem-ministryni-poskodit/>

### 3.1. Hlavní myšlenka:

Projekt Echo24 si zakládá na své apolitičnosti a je postavený hlavně na komentářích a esejích. V těch se redaktoři zaměřují na témata, která vybírají sami, řídí se spíše intuicí. Mohlo by se zdát, že se častěji než jiné deníky zmiňují o Andreji Babišovi. Tuto problematiku rozvedu podrobněji ve 4. části práce.

### 3.2. Název projektu:

Podle šéfredaktora Dalibora Balšínska vznikl název projektu tak, aby byl dobře zapamatovatelný a co nejkratší.

*„Když vymýšlíte název pro mediální produkt tak si řeknete: Musí to mít maximálně šest písmen, pět šest písmen... Pokud myslíte o mediálním projektu tak tam nechcete háčky čárky zvlášť, když je to digitální projekt. Třetí kritérium je, aby název toho titulu byl univerzální.“<sup>33</sup>*

Dále uvádí inspiraci seriózním Francouzským ekonomickým deníkem Le Echo. Původní název Projektu měl být Kontext24, ale nakonec se autorovi zdál nepraktický.

*„ Musíte myslet na to, že když se ti lidé představují do telefonu, když někomu říkáte, jak to funguje... tak to byla ta kritéria...“<sup>34</sup>*

Název připomíná Čt24, která deník celkem často cituje. Tomuto tématu se také budu věnovat ve 4. části práce. Číslovka 24 evokuje aktuálnost informací, dostupných po celý den.

---

<sup>33</sup> BALŠÍNEK, Dalibor. *Přednáška. Schodiště* [Online]. Konektor. 31. března 2014, 23. Minuta [cit. 2014-10-15, 15:15 EST].  
Dostupné na: <http://www.konektor.biz/schodiste/schodiste-s-daliborem-balsinkem-sefredaktor-noveho-internetoveho-deniku-echo24-cz>

<sup>34</sup> BALŠÍNEK, Dalibor. *Přednáška. Schodiště* [Online]. Konektor. 31. března 2014, 25. Minuta [cit. 2014-10-15, 15:15 EST].  
Dostupné na: <http://www.konektor.biz/schodiste/schodiste-s-daliborem-balsinkem-sefredaktor-noveho-internetoveho-deniku-echo24-cz>

#### 4. Jedinečnost projektu:

Projekt Echo24 se zdá být na první pohled klasickým seriózním internetovým zpravodajstvím s neotřelou, ale zároveň nepřehlednou strukturou a neobvykle minimalistickým uspořádáním webových stránek, které samy o sobě přílišný zájem jistě nevyvolají.

Stejně jako u většiny internetových novin se nejedná o investigativní žurnalistiku, kde by redaktoři prováděli vyšetřovací činnost, shromažďovali fakta a uváděli bezchybné důkazy svého tvrzení.

Není zde zastoupena ani stále populárnější žurnalistika datová, která se postupně dostává do popředí a zaujímá podobný prostor, jaký měla dříve fotografie, než začalo docházet k záměrným manipulacím. Data se tak stávají novým důkazem.

Stránka je kromě standardních článků zaměřená také na komentáře, které dávají fakta do souvislostí, přidávají tématu subjektivní pohled a jejichž autoři si mohou dovolit použít neobvyklé výrazové prostředky. Tento projekt neklade takový důraz na obrazovou složku zprávy, ale spíše na osobnost autora článku.

Pokud se uživatel s webem lépe seznámí, je si schopen velmi rychle a efektivně najít informace, které ho zajímají. Což je vzhledem k časovému vytížení cílové skupiny pracujících uživatelů velmi dobrým předpokladem k úspěchu.

Echo24 se prezentuje jako deník pro kriticky myslící čtenáře. Dále se hlásí ke čtenářům se středními a vyššími příjmy. Snaží se tedy vyvolat pocit jakési exkluzivity. Tak aby se čtenář cítil být intelektuálem, patřícím do skupiny přemýšlivých, slušně vydělávajících lidí, prahnoucích po nezkreslených informacích. Každý se může prezentovat okruhu svých přátel jako dobře vydělávající vzdělanec tím, že se k projektu Echo24 hlásí například na Facebooku. Na webových stránkách deníku je k tématu cílových skupin přímo uvedeno:

*„Projekt je zacílený na náročné, vzdělané čtenáře se středními a vyššími příjmy. Čtenáři Echo24.cz hledají protiváhu k stávajícím mediálním domům, které přešly do vlastnictví průmyslových konglomerátů a politických skupin.*

*Echo24.cz chce oslovit čtenáře s kritickým uvažováním,  
kteří aktivně vyhledávají informace.  
Čtenáři Echo24.cz jsou lékaři, učitelé, lidé právnických profesí,  
manažeři, ale i studenti...“<sup>35</sup>*

Sám autor projektu a majoritní vlastník společnosti provozující deník však nemá na kritické myšlení svých čtenářů příliš vysoké nároky. Například se snaží na Twitteru prezentovat, že Echo24 má 200 000 čtenářů. Jedná se však pouze o tzv. unikátní uživatele, to znamená zařízení. Pokud tedy jeden čtenář čte noviny v elektronické podobě doma na tabletu, po cestě do práce na mobilu a v zaměstnání na firemním počítači, mohou být tyto informace velmi zkreslené. Net Monitor vychází z počtu reálných uživatelů, kteří jsou určeni speciálním algoritmem, znalostí internetové populace a externím offline výzkumem.<sup>36</sup>

Google Analytics, používá takzvané cookies, což jsou data, která jsou z webu ukládána do počítače uživatele a při každé další návštěvě jsou posílána zpět na web. Pokud tedy uživatel nemá účet u Googlu, může ho tento způsob měření identifikovat, jako více rozdílných uživatelů. Stačí se na stránku podívat z mobilního telefonu, notebooku, tabletu a například počítače v práci a rázem mohou být z jednoho uživatele uměle vytvořeni čtyři. Měření podle Google Analytics tak vykazuje více čtenářů, než zpoplatněný Netmonitor. Používání výsledků měření od Google by tedy mělo být vnímáno jako informativní a pokud se má jednat o seriózní názorový deník, bylo by dobré k počtu uživatelů připojit i informaci, z jakého zdroje tato informace vychází.

V rozhovoru formou e-mailu Balšínek uvádí jako důvod používání Google Analytics jeho dostupnost. Služba je totiž zdarma, pokud není překročena hranice 5 000 000 shlédnutí měsíčně.<sup>37</sup> NetMonitor prý k určení počtu čtenářů také využívá i když je pro něj, jako pro většinu menších serverů, méně výhodné. Výsledky z českého

<sup>35</sup> Autor neuveden. *Echo24.cz* [Online]. Echo Media a.s., 22. 3. 2014 [cit. 2014-10-20, 10:15 EST]  
Dostupné: [http://static.echo24.cz/static/ADVERT/Echo24\\_prezentace\(5\).pdf](http://static.echo24.cz/static/ADVERT/Echo24_prezentace(5).pdf)

<sup>36</sup> Autor neuveden. *FAQ*. Netmonitor.cz [Online]. SPIR z. s. p. o. [cit. 2015-1-26, 11:15 EST]  
Dostupné: <http://www.netmonitor.cz/FAQ>

<sup>37</sup> Autor neuveden. *Služby Google Analytic*. SEO-EXPERT.cz [Online]. SEO s.r.o. [cit. 2015-1-26, 13:15 EST]  
Dostupné: <http://www.seo-expert.cz/sluzby-google-analytics>

NetMonitoru se však neprezentuje. Dále uvádí, že podle Google Analytics byla návštěvnost serveru v listopadu už 530 000 uživatelů.

#### 4.1. Komparace deníku s Aktuálně.cz a Novinky.cz:

Jedná se o obecnější porovnání jednotlivých novin mezi sebou. Zajímalo mě využití současného internetového fenoménu - blogu. Miloš Čermák popsal začátky blogů jako něco, co jde mimo hlavní proud.

*„V Česku se kolem blogů vytvořila jakási subkultura, oddělená od většinové společnosti a prakticky nijak neovlivňující ani tradiční média.“<sup>38</sup>*

Postupně se však blogy staly samozřejmým prostorem pro vyjádření názorů. Jedním z prvních českých serverů, které blogy zavedly bylo Aktuálně.cz, které si zakládalo na blozích známých osobností a politiků.

V roce 2008 označil Miloš Čermák jako žurnalisticky nejaktivnějšího politika Jiřího Paroubka.<sup>39</sup>

Jak jsou na tom jednotlivé internetové portály s blogy politiků? Má na některém z nich svůj blog například Miloš Zeman, nebo dokonce Andrej Babiš? Novinky.cz možnost založení blogu v současné době nenabízí. Blogy fungovaly od listopadu 2006 do konce roku 2010. Pak byly zrušeny.

*„Vážení blogeri,*

*rádi bychom vám oznámili ukončení blogů na Novinkách k 31. 12. 2010.*

*Zjistili jsme, že formát blogů není pro Novinky.cz, které se chtějí profilovat jako ryze zpravodajský server, to pravé. Proto jsme místo nich připravili novou rubriku Vaše zprávy z regionů, která více koresponduje se zaměřením Novinek.,<sup>40</sup>*

Rubrika Vaše zprávy z regionů funguje dodnes.

<sup>38</sup> ČERMÁK, Miloš. *Média dnes: Reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. Olomouc: UP media, 2008. s. 400, ISBN 978-80-244-2023-3

<sup>39</sup> ČERMÁK, Miloš. *Média dnes: Reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. Olomouc: UP media, 2008. s. 401, ISBN 978-80-244-2023-3

<sup>40</sup> DOČEKAL, Daniel. Pooh.cz [Online]. 13. 1. 2011 [cit. 2014-03-19, 14:32 EST] <http://www.pooh.cz/pooh/a.asp?a=2016777>

Aktuálně.cz má mezi blogery stále velké množství nejrůznějších více i méně aktivních politiků například: Lubomíra Zaorálka, Miroslava Kalouska, Davida Ratha a nechybí ani Jiří Paroubek s manželkou. Blog na Aktuálně.cz nemůže mít každý, ale pouze oslovená a vybraná osobnost, nebo osoba, která má podle autorů webu co říct k určitému tématu.<sup>41</sup> Navenek se tedy jedná o velmi nespecifický a selektivní způsob výběru.

Echo24.cz má blogerů oproti Aktuálně.cz výrazně méně. Ani jeden z nich není aktivním politikem.<sup>42</sup> Andrej Babiš má svůj blog pouze na iDnes.cz.<sup>43</sup> Což je pochopitelné. Miloš Zeman nemá blog spojený s žádným internetovým periodikem. Na internetu jsou k dispozici pouze jeho oficiální webové stránky.<sup>44</sup> Ani jeden ze tří komparovaných deníků, nemá tedy na svých stránkách možnost založení vlastního blogu, ani není nijak spojený s Andrejem Babišem nebo Milošem Zemanem.

Jako další mě zajímala četnost citování obsahu a článků z jednotlivých portálů na veřejnoprávním zpravodajském kanálu Čt24. Kvantitativní analýzou počtu citovaných obsahů za období od 16. 3. 2014 do 16. 3. 2015 jsem se pokusila orientačně určit, který ze tří deníků je používán jako nejčastější zdroj informací v seriózním televizním zpravodajství. Využila jsem k tomu mediální archiv Newton Media search.<sup>45</sup> Vybrala jsem přímé i nepřímé citace odkazující na určitou informaci, kde byly jako zdroj uvedeny jednotlivé deníky. Nezahrnula jsem informace, zabývají se přímo deníkem jako takovým.

Echo24.cz bylo za rok od svého vzniku citováno Čt24 celkem patnáctkrát. Aktuálně.cz dvaatřicetkrát a Novinky.cz pouze sedmkrát. Aktuálně.cz má převahu i v počtu promluv jeho komentátorů a redaktorů, celkový počet za rok byl osm. Představitelé serveru Echo24.cz dostali prostor celkem šestkrát. Novinky.cz nebyly zastoupeny ani jednou.

Aktuálně.cz je tedy ze tří porovnávaných periodik využíváno nejčastěji, Echo24 bylo citováno téměř o polovinu méně. Echo24 si za první rok existence ve srovnání

<sup>41</sup> Autor neuveden. *Blog. Aktuálně.cz* [Online]. Economia a.s. [cit. 2014-03-19, 14:32 EST]  
Dostupné: <http://blog.aktualne.cz/blogy/pohled-zblizka.php>

<sup>42</sup> Autor neuveden. *Blog. Echo24.cz* [Online]. Echo Media a.s. [cit. 2014-03-19, 14:52 EST]  
<http://echo24.cz/s/blogy>

<sup>43</sup> Autor neuveden. *Blog: Andrej Babiš. IDnes* [Online]. Mafra a.s. [cit. 2014-03-19, 15:59 EST]  
Dostupné: <http://andreibabis.blog.idnes.cz/>

<sup>44</sup> Autor neuveden. *Miloš Zeman prezident České republiky* [Web]. Nadační fond Miloše Zemana.  
Dostupné: <http://www.zemanmilos.cz/cz/>

<sup>45</sup> <http://mediasearch.newtonmedia.cz/login.php?r=%2Findex.php&m=-10> (k dispozici po přihlášení)

se zavedenými médii nestojí špatně. Je tedy, alespoň co se veřejnoprávní televize týče, důvěryhodným zdrojem informací.

## 4.2. Analýza obsahu:

Vybrala jsem si analýzu jedné ze složek objektivit – nestrannosti.

### 4.2.1. Objektivita a nezávislost:

Tyto dva pojmy jsou úzce spjaty s problematikou etiky. Podle Marcela Lyncéyie, vysokoškolského pedagoga, který se zaměřuje na analýzu mediálních obsahů a symbiózu politiky a médií, je etika však často spjata jen s osobou jednotlivého novináře. Novinář je také vázán na svého zaměstnavatele a potažmo i na firmy, které mají například na stránkách deníku uveřejněnou svou reklamu.<sup>46</sup> Echo24 se prezentuje jako zcela nezávislé médium. Ale stejně jako každé soukromé noviny, je vázáno na příjem z inzerce.

Podle Dennise McQuaila lze obecně říci, že na základě výzkumů mediálních organizací je obsah média spíše ovlivněn cíli organizace, než intencemi samotných novinářů.

*„Nazíráno z tohoto pohledu může být předpojatost, jež byla pozorována v obsahu médií, způsobena pravděpodobně spíše pracovní rutinou než skrytou ideologií.“<sup>47</sup>*

Vzhledem k tomu, že redaktoři, komentátoři i editoři v Echo24 odešli z Lidových novin právě kvůli Andreji Babišovi, dá se předpokládat, že proti němu budou zaměřeni jak v rovině osobní tak organizační.

McQuail dále uvádí, že na práci publicisty mají kromě inzerentů vliv i konkurenční média, autority, odborníci, ostatní instituce a publikum.<sup>48</sup>

Echo24 se tak může snažit vymezit vůči ostatním internetovým médiím, právě tím, že budou více referovat o současném ministru financí Andreji Babišovi. Protože

<sup>46</sup> LYNCÉNYI, Marcel. *Manipulácia a objektivita v masmédiách*. Brno: Tribun EU s.r.o., 2013. s. 17, ISBN 978-80-263-0534-7

<sup>47</sup> McQUAIL, Dennis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009. s. 287, ISBN 978-80-7367-574-5

<sup>48</sup> McQUAIL, Dennis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009. s. 289, ISBN 978-80-7367-574-5

v novinách, které Babiš v současné době vlastní se s kritickými články na jeho účet nesečkáme.

Novinky.cz a Aktuálně.cz do mediální skupiny MAFRA nepatří. Budou se tedy zabývat Andrejem Babišem ve stejné míře, jako Echo24? Jak bude vypadat jejich prezentace současného ministra financí v porovnání s jejich mediálním obrazem kontroverzního prezidenta Miloše Zemana? Objektivita je svým způsobem nedosažitelná. Mediální organizace je vždy spjatá s určitými hodnotami a ideály. V případě projektu Echo24 se může jednat obecněji o západní hodnoty, české hodnoty, hodnoty vzdělaných a náročných čtenářů. Pokud by Echo24 bylo opravdu nestranné, měl by výzkum dokázat, že se ve vztahu k Andreji Babišovi nevyjadřuje ve smyslu my versus oni. Pokud by k takové prezentaci informací docházelo, neměla by být míra kritiky vůči Babišovi vyšší než u prezidenta Zemana. Babiš je totiž za leden 2015 celkově nejoblíbenějším českým politikem.

*„Politikem, kterého příznivě hodnotí nejvyšší podíl občanů, je podle lednového průzkumu STEM stále předseda hnutí ANO a ministr financí Andrej Babiš“<sup>49</sup>*

Zatímco Miloš Zeman ztratil za poslední rok popularitu a důvěru 14 procent obyvatel.<sup>50</sup>

Pokud je Echo24 objektivním a nestranným médiem, neměla by být prokázána vysoká míra inklinace k předem hotovému postoji ohledně Andreje Babiše.

Podle Tomáše Trampoty je na objektivitu možné pohlížet minimálně dvěma hlavními pohledy. První je žurnalistický přístup, který pojímá objektivitu jako možnou v případě dodržení určitých profesních přístupů.

Druhý pohled pojímá objektivitu jako nedosažitelný ideál a to hlavně z hlediska výše popsané subjektivní stránky každé zprávy.

Dále vykresluje objektivitu jako ekonomicky výhodnou pro vydavatele. Médium se nemusí spokojit jen s určitým druhem čtenářů.

<sup>49</sup> Autor neuveden. *Popularita politických osobností leden 2015*. Stem [Web]. 3. 2. 2015 [cit. 2014-03-10, 13:48 EST]. Dostupné: <http://www.stem.cz/clanek/3025>

<sup>50</sup> Autor neuveden. *Miloš Zeman v průzkumech Stem*. Stem [Web]. 3. 2. 2015 [cit. 2014-03-10, 13:48 EST]. Dostupné: <http://www.stem.cz/clanek/3025>



*„Z ekonomického hlediska byla objektivita (tedy k realitě věrné zpravodajství) cestou, jak rozšiřovat potenciální čtenářskou obec za hranice sympatizantů určitých politických a názorových proudů“<sup>51</sup>*

Profesní teorie žurnalistiky považují objektivitu za dosažitelnou na základě splnění těchto postupů: ověřování informací alespoň ze dvou nezávislých zdrojů, oddělování faktů od názorů, vložení odkazů na zdroje informací u názoru a zveřejnění názoru protistran.<sup>52</sup>

Objektivita zahrnuje dvě základní složky, faktičnost a nestrannost. Faktičnost má dvě základní kritéria, pravdivost a relevanci. Pravdivost je otázkou věcné správnosti. Relevance obsahuje mimo jiné kritérium vyjádření všech pro zprávu důležitých informací a aktérů. Nestrannost zahrnuje i to, jak je na popisovanou událost nahlíženo. Složkami nestrannosti jsou vyváženost a neutrální prezentace.<sup>53</sup>

Syndikát novinářů České republiky ve svém etickém kodexu zaujímá k této problematice zcela jasné stanovisko. Výslovně je v něm mimo jiné uvedeno, že novinář je povinen:

*„ dbát na rozlišování faktů od osobních názorů...*

*...neodchylovat se věcně od pravdy ani v komentáři z důvodu zaujatosti*

*...nezneužívat výsad, plynoucích z povolání novináře, k prezentování svých osobních postojů“<sup>54</sup>*

Objektivita jako taková není v etickém kodexu zahrnuta. Stejně je na tom i etický kodex Americké Society of Professional Journalist, která funguje už od roku 1909. Ta požadavek objektivitu vyškrtla při revizi v roce 1996. V jednom z článků svého etického kodexu se však věnuje nestrannosti. Výslovně uvádí, že novinář by měl

<sup>51</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. s. 145, ISBN 80-7367-096-8

<sup>52</sup> TRAMPOTA, Tomáš – VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s.129, ISBN 978-80-7367-683-47

<sup>53</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. s. 146, ISBN 80-7367-096-8

<sup>54</sup> Autor neuveden. *Valná hromada syndikátu novinářů ČR* [Web]. Syndikát novinářů České republiky z. s. , 25. 11. 1999 [cit. 2015-03-10, 13:48 EST]

Dostupné: <http://www.syndikat-novinaru.cz/etika/kodex>

„Svědomitě vyhledávat subjekty zpravodajství aby jim tak umožnil vyjádřit se ke kritice, nebo k obvinění.“<sup>55</sup>

#### 4.2.2. Metody zkoumání

Za ideální metodu při zkoumání objektivit je považováno přímé pozorování dané události a následné porovnání s její prezentací v médiích. K takovému bádání však není příliš mnoho příležitostí. Využili ho například Lang a Langová při zkoumání návratu amerického generála McArthura z Korejské války v 50. letech.

V současnosti je využíván koncept, který byl použit poprvé v 80. letech při porovnání švédské veřejnoprávní televize s komerčními stanicemi. Zde byla objektivita rozdělena na fakticitu a nestrannost. Jednou z možností zkoumání fakticity je oddělení komentáře a názoru od zprávy. Dalším ukazatelem fakticity je zkoumání přesnosti informací, které je buďto potřeba ověřit z více zdrojů, ověřit přímo u organizací, které je poskytly, přímo je pozorovat nebo dotazovat publikum.<sup>56</sup>

#### 4.2.3 Moje metoda

Ke zkoumání jsem si vybrala články Aktuálně.cz, Novinky.cz a Echo24. Jedná se o kombinaci kvalitativní a kvantitativní analýzy článků zveřejněných na stránkách tří výše uvedených internetových deníků a to v rozmezí 16. 3. 2014 do 16. 5. 2014.

Zaměřuji se na články, které mají v nadpisu slovo Babiš nebo Zeman a zároveň z více než poloviny pojednávají o dané osobě.

Zpráv a komentářů, které se zabývají oběma politiky, bylo v internetových novinách obsaženo nesrovnatelně více. Na základě nadpisu jsem články vybírala z toho důvodu, aby se snížil jejich počet a zkoumání bylo časově méně náročné.

Zkoumala jsem neutrální prezentaci informací ve vztahu k danému politikovi. Snažila jsem se zjistit, jestli zprávy o Andreji Babišovi obsahují u Echo24 vyšší míru předpojatosti, než u Miloše Zemana. A jakým způsobem jsou tyto dva politici prezentováni i ve zbývajících dvou vybraných médiích. Do kategorií negativní,

<sup>55</sup> Originál: „Diligently seek subjects of news coverage to allow them to respond to criticism or allegations of wrongdoing.“

Autor neúveden. *SPJ Code of Ethics. Society of Professional Journalists* [Web]. 6. 9. 2014 [cit. 2015-03-10, 19:48 EST]

Dostupné: <http://www.spj.org/ethicscode.asp>

<sup>56</sup> TRAMPOTA, Tomáš – VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 131, ISBN 978-80-7367-683-47

neutrální a pozitivní zpráva jsem články zařazovala podle hodnotících postojů ve zprávě a obecného nahlížení na daný problém. Pokud byl tedy politik postaven do role, že určitým způsobem pomůže obyčejným lidem, hodnotila jsem článek jako pozitivní. Pokud se jednalo o pouhý popis činnosti, nebo o kombinaci pomoci jedněm a ztížení podmínek druhých, hodnotila jsem jako neutrální. Negativní zpráva pro mě byla ta, která obsahovala z větší míry kritiku subjektu, nebo informaci o všeobecně špatně hodnocené činnosti.

Dalším kritériem byla jedna ze složek relevance a zahrnutí všech aktérů sdělení. Tedy zda článek obsahuje stanovisko nebo vyjádření kritizované osobnosti. Zde jsem použila obsahovou kvantitativní analýzu. Jako vyjádření jsem počítala i názory politika na danou problematiku převzaté z jiných médií a vyjádření tiskových mluvčích, nebo politikem pověřených osob.

Echo24 není jen zpravodajský, ale i názorový deník, oddělila jsem od sebe tedy komentáře, které mohou obsahovat vlastní stanovisko autora a zprávy, které by měly být jak faktické tak nestranné. Vyjádření druhé strany jsem zkoumala pouze u zpravodajství. Komentáře jsem pouze rozřadila podle výše uvedeného hodnotového rámce. Na stránkách projektu Echo24 jsou názory také přehledně odděleny. Ze strany deníku se tak jedná o jakousi snahu prokázat objektivitu zpravodajství.<sup>57</sup> Podle výzkumu Klause Schönbacha jsou to právě komentáře, které jsou určeny ideologií novin. Toto propojení zaměření určitého listu a názoru jeho komentátorů nazval Synchronizací. Dále uvádí, že fakta jsou vybírána takovým způsobem, aby podpořila názor uvedený v komentáři. Dalším znakem prosazování ideologie média je podle něj tzv. „oportunní svědectví“

*„ to znamená, že citují nebo využívají pro svou práci osoby či skupiny, které argumentují v souladu s redakčním zaměřením“.*<sup>58</sup>

Jak v komentářích, tak ve zprávách mě zajímala negativní, pozitivní a neutrální prezentace jedné ze dvou vybraných politických osobností. Dále jsem zkoumané zprávy

<sup>57</sup> JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. s. 312, ISBN 978-807367-466-3

<sup>58</sup> JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. s. 315, ISBN 978-807367-466-3

i komentáře rozdělila na dvě skupiny. V první skupině byly ty, které spíše pojednávaly o politikově osobním životě, názorech, rodině, minulosti, závislosti, povahových rysech a dalších podobných tématech. Do této kategorie jsem zařadila i různá ocenění a průzkumy oblíbenosti, které sice vycházejí z politické činnosti, ale ve větší míře charakterizují politika jako osobnost. Druhou tvořily články zaměřené na rutinní politickou a aktivitu subjektu.

Články žádného zkoumaného periodika zaměřené na osobu jako takovou nepojednávaly o rodině subjektu, což hodnotím jako velmi pozitivní jev, protože probírání osobních vztahů se hodí spíše pro bulvár. Žádné zkoumané noviny v daném období nepsaly například ani o možném Zemanově problému s alkoholem, nebo o rozmarech Babišovy družky.

V souvislosti s každým politikem jsem si vybrala dvě témata, jejichž způsob prezentace v jednotlivých periodikách jsem pak porovnávala. U Miloše Zemana se jednalo o ekologickou anticenu Ropák roku, kterou jsem započítala do zpráv osobnějšiho rázu. Jako politické téma jsem si vybrala jeho názor na zákon o šumavském národním parku. U článků o Andreji Babišovi jsem také využila negativně myšlenou ekologickou cenu od stejné organizace, tentokrát s názvem Perla roku. Jako téma politického rázu jsem u Babiše zkoumala možné zvýšení platu učitelů o jedno procento. I v tomto případě jsem se zaměřila jen články s příjmením politika zahrnutým v nadpise.

#### **4.2.4. Prezentace subjektů na Novinky.cz**

Novinky.cz se samy prezentují jako ryze zpravodajský portál, například ve výše zmíněné zprávě o zrušení možnosti vedení blogu na jejich stránkách. Z osobního hlediska byl negativněji prezentován Miloš Zeman, který ale dostal více možností se ke kritice vyjádřit. Z hlediska politické činnosti byl hůře zobrazován ministr Babiš, který měl u negativních článků i méně prostoru pro vyjádření svého pohledu na danou problematiku. Celkově však zprávy pojednávaly spíše o rutinní politické činnosti, o návrzích zákonů, názorech subjektů na různé veřejnoprávní otázky.

Rubrika komentáře byla na tomto serveru spuštěna až k 7. dubnu 2014, mohlo by se tedy jednat o reakci na v té době nový zpravodajský portál Echo24. V roli komentátorů jsou zastoupeni například pedagog a manažer Václav Klaus ml., politolog

Jiří Pehe a sociolog Antonín Rašek. Ve zkoumaném období se neobjevil žádný komentář, který by reagoval na Miloše Zemana, nebo Andreje Babiše.<sup>59</sup>

#### 4.2.4.1. Andrej Babiš v článcích na Novinky.cz

Tento politik byl za dva měsíce zmíněn v nadpise celkem 45 článků a všechny o něm pojednávaly více než z poloviny. Jeho osobních záležitostí se týkalo celkem sedm zpráv, z toho pět ukazovalo Babiše v negativním světle. A jen u dvou bylo čtenářům poskytnuto i vyjádření kritizovaného politika. Negativní ladění článků bylo patrné na první pohled, podrobnější analýza to jen potvrdila. Nadpisy i obsahy článků byly velmi nevybíravé. Jako jeden příklad za všechny uvedu zprávu

*„Babiš se zlobí kvůli svému vyjádření o lopatě, ale neoprávněně“<sup>56</sup>*

Tato informace je zařazena v rubrice domácí. Článek usvědčuje Babiše ze lži a nabízí i možnost poslechnout si záznam z rozhovoru, kde současný ministr financí říká že

*„dá premiéru Bohuslavu Sobotkovi lopatou“<sup>56</sup>*

V článku je sice uvedeno stanovisko kritizovaného ministra financí, ale omezuje se na větu

*„Babiš teď svá slova prostřednictvím svého mluvčího Marka Zemana odmítá“<sup>60</sup>*

Nejedná se tedy o úplně adekvátní vyjádření k problému. Avšak i tento malý prostor považují za dostatečný pro započítání do kategorie zpráv s poskytnutím možnosti vyjádření kritizovaného.

Negativní články byly zaměřeny na špatný jazykový projev ministra a na jeho majetkové poměry. V těchto otázkách nedostal možnost vyjádřit svůj názor ani jednou.

<sup>59</sup> Autor neuveden. *Archiv: Komentáře*. Novinky.cz [Online], Borgis a.s., 7. 4. 2014 – 16. 5. 2014, [cit. 2015-03-10, 19:48 EST]

Dostupné: <http://www.novinky.cz/archiv?id=1089&date=1.5.2014&listType=month>

<sup>60</sup> Autor neuveden. *Domáci*. Novinky.cz [Web]. Borgis, a.s. 16. 5. 2014 [cit. 2014-03-19, 14:32 EST]

Dostupné po přihlášení:

<http://mediasearch.newtonmedia.cz.ezproxy.is.cuni.cz/news.php?uqid=90075C21-DEC0-463C-AA7A-F9FD990387FE&q=&qt=Babi%9A&qsmpl=&qsr=%28%3D%22novinky.cz%22%29&qsc=&qa=>

Pouze dva články o osobě ministra Babiše měly spíše pozitivní nádech, jednalo se o informaci o tom, že je nejdůvěryhodnějším politikem, a že přiznal možný střet zájmů.

Z 38 článků, které pojednávaly o spíše politické aktivitě subjektu, jich bylo jedenáct laděno negativně a z toho pouze pět jich obsahovalo vyjádření ministra. Osm zpráv bylo laděno pozitivně a jen polovina článku (19) měla neutrální obsah.

Článek, který by pojednával o tom, že Babiš získal cenu Perla roku, se zde vyskytl pouze jednou, a to ve spojení s nominací na tuto cenu.

Ohledně zvýšení platů učitelů, se zde vyskytl pouze článek, který pojednává o prvním návrhu státního rozpočtu, ve kterém není zvýšení zahrnuto. Jedná se však o článek, kde je vyjádřeno stanovisko ministra financí. Nadpis vypadá takto

*„Babiš zklamal učitele, tvrdí odbory. Neřekl jsem, že platy neporostou, kontruje ministr“<sup>61</sup>*

Zpráva vyznívá celkově negativně. Informace o tom, že se Babiš nakonec rozhodl platy učitelů zvýšit, se ve zkoumaném období neobjevila vůbec. V nadpisech všech článků byl ministr financí nazýván pouze svým příjmením.

Babiš tedy dostal možnost vyjádřit se celkem ve 44% negativně laděných článků.

#### **4.2.4.2. Miloš Zeman v článcích na Novinky.cz**

Celkově byl Miloš Zeman zmíněn 61krát. Zpráv osobního rázu bylo celkem devět z toho čtyři negativní, tři pozitivní a dvě neutrální. Vyjádření současného prezidenta republiky obsahovala pouze jedna negativně laděná zpráva.

Jedna pozitivní zpráva se týkala nominace na Nobelovu cenu za mír a druhá toho, že byl svým německým protějškem označen jako „bojovník za svobodu“, třetí byla o tom, že roste jeho oblíbenost u veřejnosti.

---

<sup>61</sup> Autor neuveden. *Babiš zklamal učitele tvrdí odbory*. Novinky.cz [Web]. Borgis a.s., 13. 5. 2014 [cit. 2015-03-24, 12:48 EST]  
Dostupné: <http://www.novinky.cz/domaci/336096-babis-zklamal-ucitele-tvrdi-odbory-nerekli-jsem-ze-platy-neporostou-kontruje-ministr.htm>

Z celkového počtu 52 spíše politicky laděných článků bylo na Zemana pohlíženo negativně celkem čtyřikrát a z toho třikrát bylo ve zprávě i jeho vyjádření.

Ohledně ceny Ropák roku se vyskytly dva články, jeden o nominaci na cenu a druhý o tom, že ji Zeman vyhrál. Oba měly negativní nádech a vyjádření prezidenta nebylo uvedeno ani u jedné z těchto zpráv. Informace o zákoně o šumavském národním parku se objevila celkem dvakrát a byla prezentována neutrálně.

Miloš Zeman se mohl vyjádřit ke 31% negativních zpráv.

#### **4.2.5. Prezentace subjektů na Aktuálně.cz**

Miloš Zeman i Andrej Babiš byli ve zpravodajství Aktuálně.cz prezentováni seriózním způsobem, většina zpráv se týkala jejich politické činnosti a názorů. Počet článků u obou politiků byl výrazně nižší než u serveru Novinky.cz. Objevoval se zde větší poměr zpráv osobního rázu o Zemanovi, těch bylo celkem devět, tedy stejný počet jako na Novinky.cz.

V rubrice názory, kde byly zahrnuty jak blogy tak komentáře, se vyskytovaly spíše články, které na politiky pohlížely v negativním světle, jednalo se však většinou o kritiku konstruktivní, tedy s možným návrhem řešení. Zajímavé je také překlápění některých komentářů do angličtiny. Objevilo se zde nepoměrně více názorů k Andreji Babišovi.

##### **4.2.5.1. Andrej Babiš v člancích Aktuálně.cz**

Aktuálně.cz zveřejnilo o Babišovi celkem 35 zpráv. Z šesti článků týkajících se spíše jeho osobnosti, byly dva pozitivně laděné a popisovaly Babišovu vzrůstající popularitu. Negativně vyzněly články celkem tři a vyjádření ministra bylo obsaženo jen v jednom z nich. Neutrálně jsem hodnotila jednu zprávu, že se Babiš omluvil za své výroky o Echo24.

Z 29 článků, které se týkaly spíše politických témat, jich bylo negativních pět a možnost vyjádřit se získal Babiš také pouze jednou. Pozitivně laděna byla jen jedna zpráva.

Ministr financí byl v nadpisech všech článků nazýván jen příjmením a nikde nebyla uvedena jeho funkce ve vládě, nebo politická příslušnost.

Ohledně ekologické „anticeny“ ceny Perla roku byl publikován jen jeden článek, který obsahoval pouze informaci, že ji Babiš vyhrál.

Článek o problému platů učitelů zde byl pouze jeden a byl prezentován neutrálně:

Název zněl:

*„Platy učitelů by se příští rok měly zvýšit o jedno procento“<sup>62</sup>*

V rubrice názory se objevil článek, který měl v nadpisu Babiš a zároveň o něm z větší části pojednával celkem 16krát. Z toho čtyřikrát se jednalo o osobnější témata a všechny tyto články měly negativní nádech. V politicky orientovaných názorech se objevil jeden neutrální, zbytek byl laděn velmi negativně. Komentáře zařazené ve stejnojmenné rubrice i na blozích pojednávaly o totálním střetu zájmů, o Babišových podnikatelských aktivitách a jeden se dokonce týkal jeho postoje k Echo24. Poslední zmíněný komentář je nadepsán *Proměna, Andrej Babiš udělal ze dne na den z Dalibora Balšínska hrdinu – a ze sebe hlupáka*. V tomto názoru v složce blogy je Babiš označen jako „parodie na diktátora“ a Balšínek „skutečným žurnalistou, který nakopává nenažrané politiky do zadku“.<sup>63</sup> V názorech se tedy setkáváme s ostrým vyhraněním proti Babišovi.

Vyjádření kritizovaného bylo obsaženo jen v 25% článků.

#### **4.2.5.2. Miloš Zeman v článcích Aktuálně.cz**

O Milošovi Zemanovi bylo článků celkem 30. Z devíti článků osobnějšího rázu byly tři pozitivní a dva negativní. Možnost vyjádřit se neměl prezident ani v jednom z negativně laděných článků.

Z 21 článků, které popisovaly politické aktivity Miloše Zemana bylo 19 prezentováno neutrálně. Jen dva články byly z větší míry pozitivní a negativní nebyl ani jeden.

Prezident byl prezentován jako státník, některé články byly dokonce nadepsány:

<sup>62</sup> Autor neuveden. *Platy učitelů by se příští rok měly zvýšit o jedno procento*. Aktuálně.cz [Web], Economia a.s., 13. 5. 2014, [cit. 2015-03-24, 13:25 EST]

Dostupné: <http://zpravy.aktualne.cz/domaci/babis-platy-ucitelu-by-se-pristi-rok-mely-zvysit-o-1>  
<sup>63</sup> DeCANDOLE, James. *Proměna*. Aktuálně.cz [Web], Economia a.s., 25. 3. 2014 [cit. 2015-03-27, 13:40 EST]

Dostupné: <http://blog.aktualne.cz/blogy/james-de-candole.php?itemid=22552>



„Zeman Exkluzivně“ nebo „Prezident Zeman“. Což u článků zaměřených na politiku ukazuje na vnímání jeho důležitosti, jako hlavního důvodu jeho zařazení do zpravodajství.

Názory se objevily celkem čtyři, z toho tři negativní. Jediný pozitivní názor se týkal pochvaly za proevropské postoje Miloše Zemana.

Možnost vyjádření k negativní zprávě je v tomto případě na 0%.

#### 4.2.6. Echo24.cz a jeho prezentace subjektů

Na rozdíl od dvou předchozích periodik se autoři Echo24.cz snaží o kvalitní zpravodajství. Počet článků je sice menší, ale zaměřují se i na témata, o kterých není na Novinky.cz a Aktuálně.cz ani čárka. Komentáře jsou od zpráv velmi důsledně odděleny a ve většině negativně laděného zpravodajství je zahrnuto i vyjádření protistrany.

##### 4.2.6.1. Miloš Zeman v člancích Echo24.cz

Zpráv bylo celkem 26. Osobní ladění mělo pět článků, z toho tři byly zaměřeny negativně. Vyjádření prezidenta bylo uvedeno u všech negativních článků.

O politické činnosti pojednávalo 21 zpráv, z toho pět negativně. U tří negativně laděných článků bylo poskytnuto i vyjádření politika. Negativní články pojednávaly například o tom, že Zeman zve do Prahy Uzbeckého diktátora Islama Korinova a viníka masakru v Ázerbájdžánu Ilhama Alijeva. Předchozí dvě periodika tyto události vůbec nezmiňují.

Ropák roku byl zmíněn jednou, opět se jednalo o informaci, že prezident cenu dostal. Událost byla nadepsána

*„Zeman je Ropákem roku 2013, Babiš získal perlu“<sup>64</sup>*

<sup>64</sup> Autor neuveden. *Děti Země: Zeman je Ropákem roku 2013, Babiš získal perlu*. Echo24.cz [Web]. Echo Media a.s., 25. 4. 2014 [cit. 2015-04-01, 12:24 EST]

Dostupné: <http://echo24.cz/a/i9WFc/deti-zeme-zeman-je-ropakem-roku-2013-babis-ziskal-perlu>

Prezident je tedy vykreslen jako jakási neekologická karikatura, zatímco Babišova cena je pojata neutrálně.

Zákon o šumavském národním parku nebyl zmíněn vůbec. Echo24 celkově neinformovalo o rutinních politických záležitostech spojených s prezidentskou funkcí, spíše se zaměřovala na Zemanovy politické postoje a nadstandardní činnost. Jeden příklad za všechny je například jeho aukce na podporu snížení státního dluhu, která byla zmíněna celkem pětkrát.

Komentáře se vyskytly celkem dvakrát a to v rubrice názory. Na blogu se žádný komentář, který by se v nadpise a pak ve větší míře zmiňoval o Zemanovi, nevyskytl.

Vyjádření prezidenta se vyskytovalo v celých 75% negativních článků.

#### 4.2.6.2. Andrej Babiš v článcích Echo24.cz

O tomto politikovi pojednávalo celkem 32 zpráv. Z toho pět bylo osobního rázu a zároveň negativně laděno, u těchto zpráv bylo vždy uvedeno vyjádření kritizovaného.

Pozitivní charakter měla jen jedna zpráva, která pojednávala o Babišově oblíbenosti na sociálních sítích.

K negativním patřily například zprávy o možném střetu zájmů a o tom že Babiš využil svých médií k tlaku na ČSSD.

Z 22 zpráv politického rázu jich bylo negativně laděno pět, z toho třikrát nechybělo stanovisko ministra financí. Pozitivní charakter měla jen jedna zpráva, která pojednávala o Babišově oblíbenosti na sociálních sítích.

Ekologická anticena byla zmíněna jen jednou a ve výše uvedeném článku, který se týká i Miloše Zemana.

Ohledně zvýšení platu učitelů se vyskytl článek pouze jeden. Nadepsán byl

„ *Babiš chce zvýšit platy učitelů – o jedno procento* “<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup> Autor neuveden. *Babiš chce zvýšit platy učitelů – o jedno procento* Echo24.cz [Web]. Echo Media a.s., 13. 5. 2014 [cit. 2015-04-01, 13:32 EST]  
Dostupné: <http://echo24.cz/a/wuznc/babis-chce-zvednout-platy-ucitelu---o-jedno-procento>

Mohlo by se zdát, že užitím pomlčky se autor snažil o zvýraznění skutečnosti, že platy porostou pouze o jedno procento. Po podrobném přečtení článku, jsem však zjistila, že se jedná o zcela neutrálně laděnou zprávu.

V 80% negativních článků bylo zahrnuto i vyjádření kritizovaného.

Komentářů bylo celkem sedm. Všechny se nacházely v rubrice názory a byly pojaty výrazně kriticky, stejně jako u zpráv se jednalo se o popis různých případů střetů zájmů.

## **5. Dotazník**

Echo 24 se hlásí k čtenářům se středními a vyššími příjmy. Čtenář by měl být náročný a kriticky uvažovat. Výslovně uvádí pět skupin: Manažerské profese, lékaři, učitelé, právnické profese a studenty. Výčet však zůstává otevřený. Jelikož se Echo24 prezentuje jako deník pro politiku a byznys, mohl by mít zájem například i o podnikatele, nebo politiky.

### **5.1. Vytvoření dotazníku pro cílové skupiny**

Dotazník byl zadáván osobně, na veřejných místech na území Prahy 1, jelikož mám s touto činností zkušenosti a návratnost je vyšší, než u jiných způsobů. Otázky jsem četla a odpovědi zaznamenávala do připravené tabulky na tabletu.

Celkový počet respondentů byl 100. Dotazovaní byli rozděleni nikoli podle své profese, ale pouze podle věku, pohlaví a nejvyššího dosaženého vzdělání. Dotazovaných jsem se ptala přímo na jejich věk a přiřadila do věkové skupiny.

Do výzkumu bylo zařazeno 25 respondentů z každé dosažené úrovně vzdělání:

základní, středoškolské, vyšší odborné, vysokoškolské, tak aby polovinu každé skupiny tvořili ženy a polovinu muži.

Věk byl rozdělen také do 4 skupin po 25 respondentech a to 18 – 29, 30 – 39, 40 – 49 a 50 a více let. Respondenti nebyli rozděleni podle příjmů, protože například učitelé mají platy nižší.

Dotazník byl krátký a strukturovaný, tak aby dotazované neodradil. Některé otázky byly v dotazníku zařazeny navíc, i když neodpovídaly zjišťované problematice a to kvůli tomu, aby se respondenti necítili vázáni jen na znalost projektu Echo24.

Cílem dotazníku bylo zjistit rozšíření povědomí o projektu a důvěru v jeho nestrannost. Dotazník byl zadáván během měsíců září a říjen. Projekt Echo24 tedy v době zadávání dotazníku fungoval už více než půl roku.

Většina respondentů nepracovala v oboru médií. Jako pracující v tomto oboru se označili pouze 4 lidé ze 100, z toho jeden mimopražský, který jako jediný z lidí pracujících v oboru neměl povědomí o projektu Echo24.

Vzhledem k tomu, že dotazník byl zadáván na frekventovaných místech Prahy, kde se pohybuje velké množství turistů, byl počet Pražských respondentů téměř vyrovnaný s počtem ostatních respondentů. Cizinci nebyli do výzkumu zahrnuti.

## **5.2. Kvantitativní analýza získaných dat**

Procenta jsem vypočítala pomocí tabulek a grafů v programu Microsoft Excel. Pro zpracování údajů o nízkém počtu respondentů je tento program dostačující.

### **5.2.1. Povědomí o projektu**

O projektu Echo24 někdy slyšelo 26% z celkového počtu dotazovaných.

Předpokládala jsem, že povědomí o projektu bude spíše záležitostí Pražanů. O projektu někdy slyšelo 36% dotazovaných obyvatel Prahy, mimopražští respondenti měli o povědomí o existenci projektu pouze z 20%.

Navzdory sponzorskému vzkazu vysílanému spolu s pořadem 168 hodin na Čt 1 a na Čt Art, je povědomí obyvatel nízké.

Z televize v souvislosti s reklamou formou sponzorského vzkazu se o projektu dozvědělo 24% respondentů. Větší počet dotazovaných zaznamenal projekt díky kauze spojené s odchodem redaktorů Echo24 z Lidových novin v souvislosti s příchodem Andreje Babiše. A to celých 45%.

V dotazníku jsem se ptala na i na první internetové periodikum, na které si respondent vzpomene. U této otázky zmínilo Echo24.cz jen 3% dotazovaných. Aktuálně.cz řeklo 10% lidí, Novinky.cz měli 24% a IDnes 23%.

Povědomí o projektu je spíše záležitostí vysokoškolsky vzdělaných celkem 14 z 25 dotazovaných vysokoškoláků projekt znalo. Středoškoláci a absolventi vyšších

odborných škol měli povědomí téměř shodné a z lidí se základním vzděláním věděli o projektu pouze jeden člověk.

### 5.2.2. Důvěra v apolitičnost projektu

Většina dotazovaných, kteří projekt znají, mu i věří z hlediska absence politických vlivů. Je to celých 64% procent. 18% respondentů, kteří projekt znají, si nemyslí, že je bez politických vlivů a 18% neví jak se k této problematice postavit.

## Závěr

Projekt Echo24.cz je svým způsobem opravdu jedinečný. Zaměřuje se na neotřelá témata, do kterých se redaktoři Aktuálně.cz ani Novinky.cz nepouštějí. Články o Andreji Babišovi vyznívají sice kriticky a to nejen v komentářích, ale stejnou mírou kritiky zaujímají i k Miloši Zemanovi. Oproti ostatním zkoumaným novinám, je vyjadřování redaktorů kultivovanější a přesnější. Hlavně u serveru Novinky.cz je patrný obrovský rozdíl u přístupu k citlivým politickým tématům.

Echo24.cz také poskytuje v negativních článcích nesrovnatelně větší prostor protistraně. Zdá se, že Novinky.cz ani Aktuálně.cz nepovažují zveřejnění vyjádření kritizovaného za příliš důležité.

Projekt nebyl v době zadávání dotazníku příliš známý. Povědomí o jeho existenci měli spíše vysokoškolsky vzdělaní a pražští respondenti. Dá se předpokládat, že se do budoucna informovanost o projektu a počet čtenářů zvýší a to díky kvalitě obsahu a aktivitě na sociálních sítích.

## Summary

Project Echo24.cz might be considered really unique. It deals with fresh subjects, that are not even mentioned by Aktuálně.cz and Novinky.cz redactors. There is some sort of criticism around Andrej Babiš issue, but there is also the same level of it in case of Miloš Zeman. In comparison with other researched news is their way of expression far more cultured and accurate. There is a big difference in writing up delicate themes, especially in comparison with Novinky.cz.

There is much bigger space for the opinion of the criticized subject on Echo24.cz. It seems that neither Novinky.cz nor even Aktuálně.cz care about this important issue.

The project was not really common in the time of collecting data for the questionnaire. People with academic education and Prague residency were more likely to know about the project. Echo24.cz editors are very active on social sites and the content of news web site itself is of high quality, that is why it should get more popular in time.

## Použitá literatura

### Knihy:

BEDNÁŘ, Vojtěch. *Internetová publicistika*. Praha: Grada Publishing a.s., 2011, ISBN 978-80-247-3452-1

ČERMÁK, Miloš. *Média dnes: Reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. Olomouc: UP media, 2008. s. 400 - 401, ISBN 978-80-244-2023-3

ČERMÁK, Miloš. *Žurnalistika v informační společnosti*. Praha: Karolinum, 2009. s. 25 - 28, ISBN: 978-80-246-1684-1

JENKINS, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press, 2008 s. 248 - 250, ISBN 978-0814742952

JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. s. 314 - 315, ISBN 978-807367-466-3

JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média dvacet let poté*. Praha: Portál, 2009. S. 318 a 334, ISBN 978-80-7367-446-5

JIRÁK, Jan – ŠMÍD, Milan a ČERMÁK, Miloš. *10 let českých médií*. Praha: Portál, 2005, s. 105-106, ISBN80-7178-925-9

LYNCÉNYI, Marcel. *Manipulácia a objektivita v masmédiách*. Brno: Tribun EU s.r.o., 2013. s. 17, ISBN 978-80-263-0534-7

McMILAN, Sally. *The handbook of new media: Updated student edition*. London: SAGE, 2006, s. 167-171, ISBN 1-4129-1873-1

McQAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009. s. 287 - 289, ISBN 978-80-7367-574-5

McQAIL, Denis. *Journalism and Society*. Londýn: Sage, 2013, s. 14 ISBN 978-14-4626-680-9

OSVALDOVÁ, Barbora – HALADA, Jan. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri, 2007, s. 92, ISBN 978-80-7277-266-7

OSVALDOVÁ, Barbora – TEJKALOVÁ, Alice. *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Praha: Karolinum, 2009, s. 46, ISBN 978-80-246-1684-1

TRAMPOTA, Tomáš – VOJTĚCHOVSKÁ, Martina, *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s 129 - 131, ISBN 978-80-7367-683-47

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. s. 144 - 146, ISBN 80-7367-096-8

## Online zdroje:

Autor neuveden. *Lidové noviny vs. Babiš: Veřejný spor s novým majitelem*. Aktuálně.cz [Web]. Economia a.s., 28. 6. 2013, [cit. 2014-10-24, 10:40 EST]. Dostupné: <http://zpravy.aktualne.cz/domaci/lidove-noviny-vs-babis-verejny-spor-s-novym-majitelem/r~i:article:783919/>

Autor neuveden. *Blog, Aktuálně.cz* [Online]. Economia a.s. [cit. 2014-03-19, 14:32 EST]  
Dostupné: <http://blog.aktualne.cz/blogy/pohled-zblizka.php>

Autor neuveden. *Platy učitelů by se příští rok měli zvýšit o jedno procento*. Aktuálně.cz [Web]. Economia a.s., 13. 5. 2014 [cit. 2015-03-24 EST]  
Dostupné: <http://zpravy.aktualne.cz/domaci/babis-platy-ucitelu-by-se-pristi-rok-mely-zvysit-o-1>

Autor neuveden. *Echo24*. [Online]. Echo Media a.s., [cit. 2014-12-16, 10:40 EST].  
Dostupné: <http://echo24.cz/p/o-nas#kontakty>

Autor neuveden. *Blog, Echo24.cz* [Online]. Echo Media a.s. [cit. 2014-03-19, 14:32 EST]  
Dostupné: <http://echo24.cz/s/blogy>

Autor neuveden. *Děti Země: Zeman je Ropákem roku 2013, Babiš získal perlu*. Echo24.cz [Online]. Echo Media a.s., 25. 4. 2014 [cit. 2015-04-01 EST]  
Dostupné: <http://echo24.cz/a/i9WfC/deti-zeme-zeman-je-ropakem-roku-2013-babis-ziskal-perlu>

Autor neuveden. *Babiš chce zvýšit platy učitelů – o jedno procento* [Web], Echo24.cz , Echo Media a.s., 13. 5. 2014, [cit. 2015-04-01 EST]  
Dostupné: <http://echo24.cz/a/wuznc/babis-chce-zvednout-platy-ucitelu---o-jedno-procento>



Autor neuveden. *Prezentace 2014*. Echo24.cz [Online]. Echo24, Echo Media a.s. 22. 3. 2014 [cit. 2014-10-20, 10:15 EST]

Dostupné: [http://static.echo24.cz/static/ADVERT/Echo24\\_prezentace\(5\).pdf](http://static.echo24.cz/static/ADVERT/Echo24_prezentace(5).pdf)

Autor neuveden. *Šéfredaktor LN a člen představenstva Balšínek odejde z Mafry*.

Hospodářské noviny [Web], Economia a.s., 1. 11. 2013 14:48

[cit. 2014-12-21, 13:07 EST]

Dostupné: <http://m.ihned.cz/c1-61125210-sefredaktor-ln-a-clen-predstavenstva-balsinek-odejde-z-mafry>

Autor neuveden. *Politici a lobbisté ČEZ se „náhodně“ sešli na dovolené*. iDnes.cz

[Web]. MAFRA a.s., 28. 7. 2009, [cit. 2014-10-24, 10:40 EST].

Dostupné: [http://zpravy.idnes.cz/politici-a-lobbiste-cez-se-nahodne-sesli-na-dovolene-fhr-/domaci.aspx?c=A090727\\_230056\\_domaci\\_anv](http://zpravy.idnes.cz/politici-a-lobbiste-cez-se-nahodne-sesli-na-dovolene-fhr-/domaci.aspx?c=A090727_230056_domaci_anv)

Autor neuveden. *Blog IDnes. Andrej Babiš* [Online]. MAFRA a.s.

Dostupné: <http://andrejbabis.blog.idnes.cz/>

Autor neuveden. *Miloš Zeman prezident České republiky* [Online]. Nadační fond Miloše

Zemana. Dostupné: <http://www.zemanmilos.cz/cz/>

Autor neuveden. *Archiv Komentáře*. Novinky.cz [Online]. Borgis a.s., 7. 4. 2014 – 16.

5. 2014 [cit. 2015-03-10, 19:48 EST]

Dostupné: <http://www.novinky.cz/archiv?id=1089&date=1.5.2014&listType=month>

Autor neuveden. *Domáci*. Novinky.cz [Online]. Borgis, a.s. 16. 5. 2014 [cit. 2014-03-

19, 14:32 EST]

Dostupné po přihlášení:

<http://mediasearch.newtonmedia.cz.ezproxy.is.cuni.cz/news.php?uqid=90075C21->

[DEC0-463C-AA7A-](http://mediasearch.newtonmedia.cz.ezproxy.is.cuni.cz/news.php?uqid=90075C21-DEC0-463C-AA7A-)

[F9FD990387FE&q=&qt=Babi%9A&qsmpl=&qsr=%28%3D%22novinky.cz%22%29&](http://mediasearch.newtonmedia.cz.ezproxy.is.cuni.cz/news.php?uqid=90075C21-DEC0-463C-AA7A-F9FD990387FE&q=&qt=Babi%9A&qsmpl=&qsr=%28%3D%22novinky.cz%22%29&)

[qsc=&qa](http://mediasearch.newtonmedia.cz.ezproxy.is.cuni.cz/news.php?uqid=90075C21-DEC0-463C-AA7A-F9FD990387FE&q=&qt=Babi%9A&qsmpl=&qsr=%28%3D%22novinky.cz%22%29&qsc=&qa)

Autor neveden. *Babiš zklamal učitele, tvrdí odbory. Neřekl jsem, že platy neporostou, kontruje ministr.* Novinky.cz [Web]. Borgis a.s., 13. 5. 2014, [cit. 2015-03-24, 12:48 EST]

Dostupné: <http://www.novinky.cz/domaci/336096-babis-zklamal-ucitele-tvrdi-odbory-nerek-jsem-ze-platy-neporostou-kontruje-ministr.htm>

Autor, neveden. *FAQ.* Netmonitor.cz [Online]. SPIR z. s. p. o. [cit. 2015-1-26, 11:15 EST]

Dostupné: <http://www.netmonitor.cz/FAQ>

Autor neveden. *Služby Google Analytics.* SEO-EXPERT.cz, [Web].SEO s.r.o., [cit. 2015-1-26, 13:15 EST]

Dostupné: <http://www.seo-expert.cz/sluzby-google-analytics>

Autor neveden. *Seznam.cz* [Online]. Seznam.cz a.s., červen 2014 [cit. 2014-10-23, 15:15 EST].

Dostupné: <http://onas.seznam.cz/cz/novinky-cz.html>

Autor neveden. *SPJ Code of Ethics.* Society of Profesional Journalists [Web]. 6. 9. 2014 [cit. 2015-03-10,19:48 EST]

Dostupné: <http://www.spj.org/ethicscode.asp>

Autor neveden. *Popularita politických osobností leden 2015.* Stem [Web]. 3. 2.2015 [cit. 2014-03-10, 13:48 EST]. Dostupné: <http://www.stem.cz/clanek/3025>

Autor neveden. *Miloš Zeman v průzkumech Stem.* Stem[Web]. 3. 2.2015 [cit. 2014-03-10, 13:48 EST]. Dostupné: <http://www.stem.cz/clanek/3025>

Autor neveden. *Změna šéfredaktora časopisu týden.* Tyden.cz [Web]. EMPRESA MEDIA, a.s., 14. 11. 2008 14:08 [cit. 2014-12-21, 12:50 EST].

Dostupné: [http://www.tyden.cz/rubriky/media/zmenasefredaktora-casopisu-tyden\\_90533.html?showTab=nejctenejsi-3#.VJavW14AA](http://www.tyden.cz/rubriky/media/zmenasefredaktora-casopisu-tyden_90533.html?showTab=nejctenejsi-3#.VJavW14AA)

Autor neuveden. *Valná hromada syndikátu novinářů ČR*. Syndikát novinářů ČR [Web]. Syndikát novinářů České republiky z. s. , 25. 11. 1999 [cit. 2015-03-10, 13:48 EST]  
Dostupné: <http://www.syndikat-novinaru.cz/etika/kodex>

BABIŠ, Andrej. *Brífing po jednání vlády*. [Tv]. Čt24, 24. 3. 2014, 15:42 [cit. 2014-10-15, 11:15 EST].  
Dostupné <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/nejnovejsi-vida/267332-babis-cely-rozhovor-byl-veden-za-ucelem-ministryni-poskodit/>

BALŠÍNEK, Dalibor. *Facebook*. [Online]. 16. 12. 2014, [cit. 2014-12-24, 16:40 EST].  
Dostupné: <https://www.facebook.com/751578688203935/photos/a.765929910102146.1073741828.751578688203935/944845745543894/?type=1&fref=nf>

BALŠÍNEK, Dalibor. *Přednáška*. Schodiště [Web].Konektor. 31. března 2014, 23. minuta  
Dostupné na: <http://www.konektor.biz/schodiste/schodiste-s-daliborem-balsinkem-sefredaktor-noveho-internetoveho-deniku-echo24-cz>

BALŠÍNEK, Dalibor. *Rozhovor*. Mediaguru [Web]. PHD, a.s., 17. 4. 2014 [cit. 2014-10-18, 19:15 EST].  
Dostupné: <http://www.mediaguru.cz/2014/04/echo24-cz-zverejnuje-po-mesici-prvni-cisla/#.VES7pfkfkf>

BALŠÍNEK, Dalibor. *Přednáška*. Schodiště [Web]. Konektor. 31. března 2014, 23. – 25. Minuta, [cit. 2014-10-15, 15:15 EST].  
Dostupné na: <http://www.konektor.biz/schodiste/schodiste-s-daliborem-balsinkem-sefredaktor-noveho-internetoveho-deniku-echo24-cz>

ČERMÁK, Miloš. *Noviny vs. Zpravodajské portály*. Ekonomika ČT24 [Online]. 29. 9. 2014 [cit. 2015-1-30, 15:25 EST].  
Dostupné: <http://mediasearch.newtonmedia.cz/login.php?r=%2Findex.php&m=-10> (k dispozici po přihlášení)

DOČEKAL, Daniel. Pooh.cz.[Online]. 13. 1. 2011, [cit. 2014-03-19, 14:32 EST]

Dostupné: <http://www.spj.org/ethicscode.asp>

DeCANOLE, James. Proměna. Aktuálně.cz [Web]. Economia a.s., 25. 3. 2014 [cit. 2015-03-27, 13:409EST]

Dostupné: <http://blog.aktualne.cz/blogy/james-de-candole.php?itemid=22552>

TICHÝ, Jan. *Přednáška Internet Marketing 2013: Vědeckotechnický park Univerzity Palackého v Olomouci*. Youtube.com [Web]. 9. 2. 2013, [cit. 2014-10-18, 19:15 EST].

Dostupné: <https://www.youtube.com/watch?v=sH8FEsGY4mg>

VÁLKOVÁ, Helena. *Rozhovor*. Echo24 [Web]. Echo Media a.s., 22. 3. 2014 [cit. 2014-10-17, 12:15 EST]. Dostupné: <http://echo24.cz/a/iHpSp/kdyby-by-babis-agent-mrzelo-by-ji-to-ministryni-by-vaalkova-zustala>

## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1: Rozhovor s Daliborem Balšínkem formou emailu**

**Příloha č. 2: Dotazník k projektu Echo24.cz**

**Příloha č. 3: Graf povědomí o projektu Echo24.cz mezi obyvateli Prahy**

**Příloha č. 4: Graf povědomí o projektu Echo24.cz mezi respondenty s bydlištěm mimo prahu**

**Příloha č. 5: Graf způsob získání povědomí o projektu**

**Příloha č. 6: Graf důvěra v absenci politických vlivů u projektu Echo24.cz**

## Přílohy

### Příloha č. 1: Rozhovor formou emailu s Daliborem Balšínkem

**1) Chtěla bych se zeptat na dostupnost Vaší reklamy, kterou jste se prezentovali na Čt24 a na Čt Art. Jestli je někde veřejně k dispozici. Popřípadě jaké agentuře, jste jí zadávali? V televizi mě v době spouštění projektu zaujala, ale pamatuji si jen že se jednalo o jednoduchý text, ze kterého nebylo úplně jasné, o co se vlastně bude jednat.**

*Spot Vám pošlu v pondělí. Byl velmi, velmi jednoduchý, vznikl tzv. inhouse a namlouval ho Ondřej Štindl, který je speakerem na Radio1. Navíc nebyl to klasický spot, ale sponzorský vzkaz, jedině ten můžete mít na ČT1, protože na tomto programu není dovolená klasická reklama - proto také omezené možnosti vyjadřování ve spotu.*

**2) Myslíte se, že Vašemu projektu přilákala reklama více čtenářů, než kauza spojená s Babišem?**

*Útoky Andreje Babiše nepochybně nějakou pozornosti přinesly, ale nebyly tak klíčové, jak se někteří domnívají. A je to poměrně snadno kvantifikovatelné (1. týden jsme měli návštěvnost 47,600, 2. týden v době útoku stoupla na 66,100, ve 3. spadla na 54 000 a následující týdny se návštěvnost posouvala už jen obsahem, nyní je týdenní návštěvnosti 195 000 uživatelů podle GA.)*

**3) Proč je motto v angličtině?**

*Motto se nám moc líbí, ale nebyli jsme ho schopni přeložit do češtiny, aby znělo podobně dobře. A vím, že to není nejšťastnější.*

**4) Jaká je vaše měsíční návštěvnost v počtu reálných uživatelů?**

*V listopadu jsme měli 530 000 uživatelů podle Google Analytics, které preferujeme před českým NetMonitorem. Ale i ten používáme, i když pro nás, podobně, jako pro většinu menších serverů není výhodný.*

**5) Plánujete zvýšení ceny reklamy, pokud se zvýší návštěvnost?**

*Cenu zvyšujeme průběžně.*

**6) Proč chcete vydávat tištěnou verzi týdeníku, připadá vám to ekonomicky výhodné, nejedná se z Vaší strany spíše o fetiš?**

*Vydali jsme už 5 čísel a výrazně nás posunulo dopředu. Jednak se zvýšila prestiž vydavatelství, máme nové příjmy z distribuce a reklamy a více než dvojnásobně jsme zvýšili počet čtenářů na téměř 10 000 (5000 prodaných na stánku, 700 předplatitelů tištěné verze, kteří nově přibyli ke 4000 digitálních předplatitelů). Jestli jsou fetiš čtenáři a nové příjmy, tak ano.*

**7) Budete chtít v budoucnu vydávat i tištěný deník, pokud bude týdeník úspěšný?**  
*Ne, do tištěného deníku nikdy nepůjdeme. To mrtvá mise.*

## **Příloha č. 2: Dotazník k projektu Echo24.cz**

### **Dotazník:**

Jsem studentkou FSV UK a ráda bych Vás požádala o pomoc se zpracováním mé bakalářské práce. Prosím odpovídejte podle svých zkušeností a názorů.

Dotazník je zcela anonymní a poslouží pouze pro účely bakalářské práce.

#### **1. Pohlaví:(určím sama)**

- a) Muž
- b) Žena

#### **2. Věk**

- a) 18 – 29
- b) 30 – 39
- c) 40 – 49
- d) 50 a více

#### **3. Jaké je Vaše nejvyšší ukončené vzdělání?**

- a) základní
- b) středoškolské
- d) vyšší odborné
- e) vysokoškolské

#### **4. Pracujete, nebo studujete v oboru médií?**

- a) Ano
- b) Ne

#### **5. Jste obyvatelem Prahy**

- a) Ano
- b) Ne

#### **6. Čtete pravidelně internetové noviny?**

- a) Ano
- b) Ne
- c) Čtu, ale ne pravidelně

#### **7. Uveďte prosím, který internetový deník znáte:**

(nechám odpovědět respondentu. Pokud respondent na otázku, které zná internetové noviny, odpoví seznam.cz, zeptám se konkrétněji a zaznamenám novinky.cz, Sport.cz, nebo Super.cz. Vždy zaznamenám, jen první deník, který dotazovaný zmíní)

**8. Který z následujících internetových deníků čtete nejvíce?***(pokládám, pokud u otázky číslo 6 odpoví a/c)*

- a) Novinky.cz,
- b) Sport.cz nebo
- c) Super.cz?
- d) Žena.cz
- e) Aktuálně.cz
- f) Echo24
- g) iDnes.cz
- h) Jiné

**9. Slyšel/a jste někdy o projektu Echo 24**

- a) Ano
- b) Ne

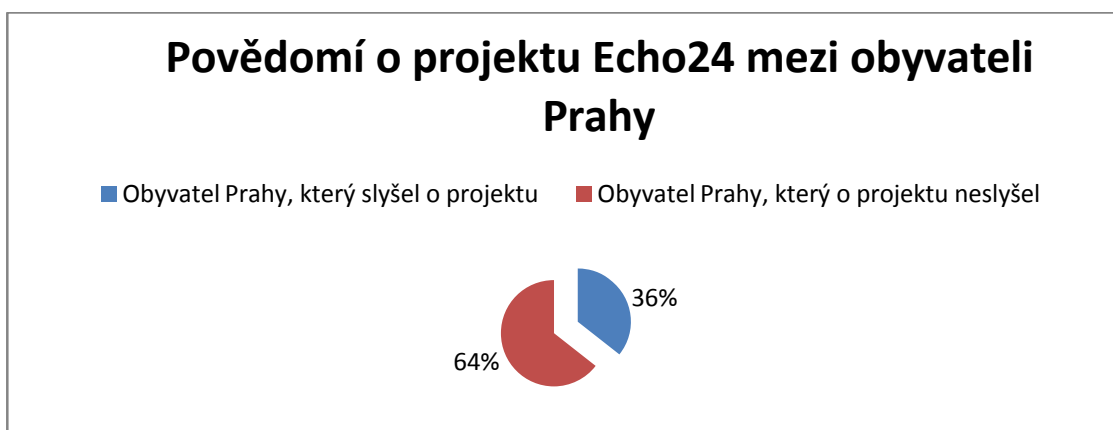
*Následující otázky pokládám, pokud respondent odpověděl 9. a)***10. Věříte že Echo24 funguje opravdu na základě absence politických vlivů?**

- a) Ano
- b) Ne
- c) Nevím

**11. Jak jste se dozvěděl o projektu Echo24?**

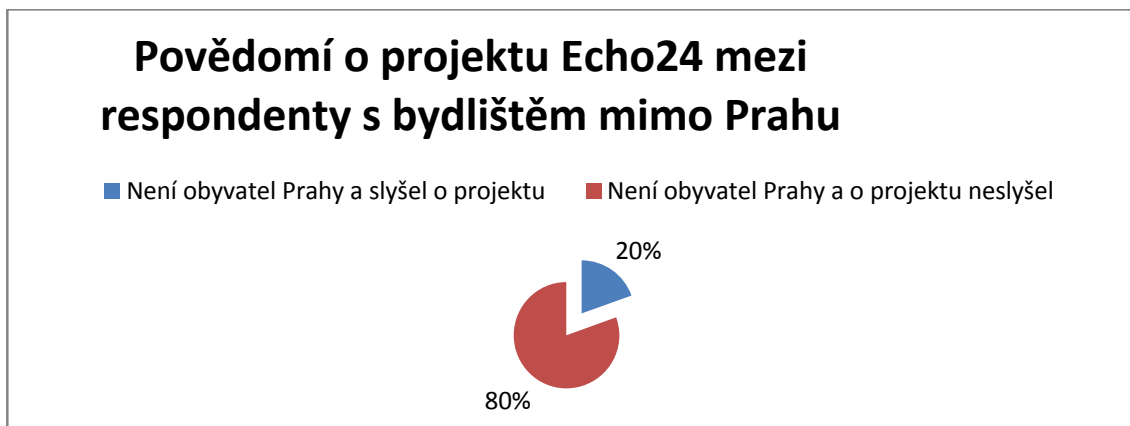
- a) Reklama v televizi
- b) Reklama na internetu
- c) V rámci kauzy probírané v televizním, nebo internetovém zpravodajství v souvislosti s odchodem redaktorů z Lidových novin, nebo se jménem Andreje Babiše
- d) Jinak

Děkuji za váš čas

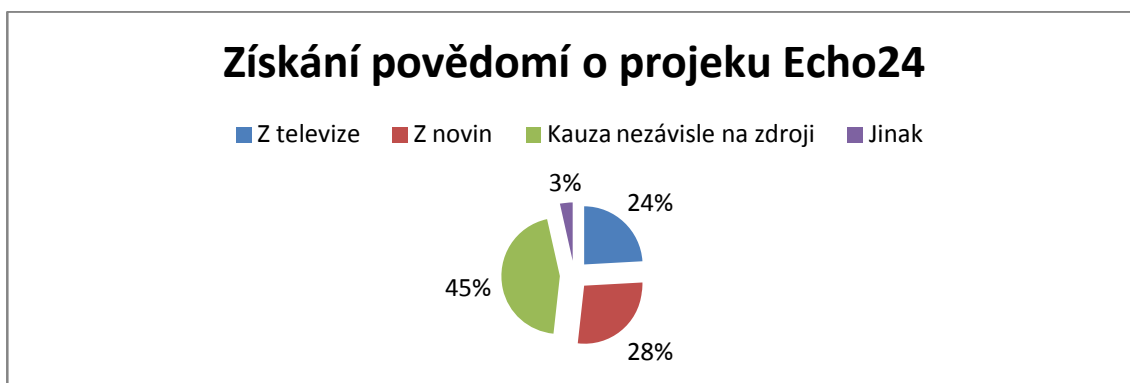
**Příloha č. 3: Graf povědomí o projektu Echo24.cz mezi obyvateli Prahy**



**Příloha č. 4: Graf povědomí o projektu Echo24.cz mezi respondenty s bydlištěm mimo prahu**



**Příloha č. 5: Graf způsob získání povědomí o projektu Echo24.cz**



**Příloha č. 6: Graf důvěra v absenci politických vlivů u projektu Echo24.cz**

