

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Bakalářská práce

2021

Tashi Erml

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Development a územní rozvoj v kontextu médií

Bakalářská práce

Autor práce: Tashi Erml

Studijní program: Mediální a komunikační studia

Vedoucí práce: PhDr. Radim Wolák

Rok obhajoby: 2021

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil 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.

Praha 26. 7. 2021

Tashi Erml

Bibliografický záznam

ERML, Tashi. *Development a územní rozvoj v kontextu médií*. Praha, 2021. 92 s. Bakalářská práce (Bc.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Radim Wolák.

Rozsah práce: 160 170 znaků

Abstrakt

Práce se zabývá souvislostmi mezi médii a problematikou realitního developmentu a územního rozvoje. Teoretická část předkládá zásadní oborová témata, na která se soustředí pozornost médií, a zasazuje je do širšího kontextu s důrazem na bytovou situaci v hlavním městě Praze. Práce současně představuje aspekty, které mohou mít vliv na podobu mediálních sdělení, včetně role vlastnictví mediálních domů či ideologického přesvědčení jednotlivých novinářů. Nechybí ani vzhled do mediální prezentace developerských společností a jejich obecné reputace. Praktická část se skládá celkem ze tří různých metod výzkumu. První je obsahová analýza zaměřená na mainstreamová média, u nichž se v rámci vybraného časového úseku zkoumá, jakým způsobem se dané problematice věnují. Druhou metodou je kvalitativní analýza, která vychází z rozhovorů absolvovaných se zástupci veřejné správy, soukromého sektoru a neziskové sféry. Třetí aplikovanou metodou je kvantitativní analýza vyplývající z výsledků vlastního průzkumu realizovaného na reprezentativním vzorku obyvatel hlavního města Prahy. Práce v závěru předkládá doporučení, jak by média mohla přispět ke kultivaci oboru a zlepšení komunikace mezi jednotlivými aktéry v problematice developmentu a územního rozvoje.

Abstract

This thesis analyses the connections between real estate development, territorial development, and the media. The theoretical part presents fundamental topics from the field that are points of focus for the media and places them in a wider context with an emphasis on the housing situation in Prague. It also presents individual aspects that could have an influence on messages in the media, including the role of media ownership and the ideological beliefs of individual journalists. The work further discusses the presentation of developers in the media and their general reputations. The practical part of the paper employs three different research methods. The first is a content analysis focused on mainstream media, where we examine how they cover the topic over a specific period. The second includes a qualitative analysis that is based on interviews with a representative from the public sector, the private sector, and a non-profit. The third method is a quantitative analysis of a representative survey of Prague's inhabitants. In conclusion, the work presents recommendations how media could help cultivate the sector and improve communication between individual actors in real estate and territorial development.

Klíčová slova

real estate development, územní rozvoj, výstavba, městské plánování, Praha, brownfield, bytová krize, NIMBY efekt

Keywords

real estate development, territorial development, construction, urban planning, Prague, brownfield, housing crisis, NIMBY effect

Title

Real Estate and Territorial Development in the Context of Media

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval PhDr. Radimu Wolákovi za vedení této práce, cenné rady a připomínky. Mé poděkování patří také doc. Ing. arch. Petru Hlaváčkovi, Mgr. Václavu Orcígrovi a Ing. Tomáši Kadeřábkovi za ochotu a čas věnovaný našim rozhovorům. Dále Janě Pertlíčkové, Honzovi Sedláčkovi a agenturám Ewing a STEM/MARK. Za veškerou podporu děkuji v neposlední řadě také své přítelkyni Kristínce.

Obsah

1	Úvod	2
2	Teoretická část	3
2.1	Development a územní rozvoj	3
2.1.1	Vymezení základních pojmů	3
2.1.2	Stav developmentu v Praze	5
2.1.3	Reputace developerských společností	7
2.2	Development a územní rozvoj v kontextu médií	9
2.2.1	Vliv médií ve společnosti	10
2.2.2	Vztah mezi médií a developmentem	11
2.2.3	Vliv vlastnictví médií ve vztahu k developmentu	14
2.2.4	Témata developmentu v médiích	16
2.2.5	Téma komerčního developmentu v médiích	19
2.2.6	Development jako politické téma	21
2.2.7	Mediální obraz developerských společností	23
3	Praktická část	26
3.1	Metody výzkumu	26
3.2	Obsahová analýza vybraných médií	26
3.2.1	Výběr zkoumaných médií a metodika analýzy	26
3.2.2	Výsledky obsahové analýzy	31
3.3	Kvalitativní analýza	38
3.3.1	Volba respondentů pro rozhovory	38
3.3.2	Rozhovory se zástupci jednotlivých sektorů	39
3.4	Kvantitativní analýza	46
3.4.1	Metodika a oblasti průzkumu	46
3.4.2	Výsledky realizovaného průzkumu	47
3.5	Shrnutí výsledků výzkumů	63
4	Závěr	67
5	Summary	71
6	Použitá literatura	72
7	Další zdroje	75
8	Teze bakalářské práce	83
9	Seznam příloh	86

1 Úvod

Cílem práce je analýza souvislostí mezi médii a oblastí realitního developmentu, potažmo celou problematikou územního rozvoje. Práce se zaměřuje na to, jakým způsobem média referují o tématech týkajících se výstavby a jak tento typ informací ovlivňuje mediální publikum.

Práce se soustředí primárně na situaci v Praze, která se již několik let potýká s bytovou krizí. Stoupající ceny nemovitostí mění značné části obyvatel sen o vlastním bydlení na nedosažitelný cíl. Jedním z důvodů růstu cen je vysoká poptávka, kterou na straně druhé limituje nedostatečná nabídka nemovitostí. Praha se též oproti jiným krajům vyznačuje vyšší koncentrací nových stavebních projektů a působením řady předních developerských společností. Mnohým Pražanům se však nová výstavba příliš nezamlouvá a staví se tak proti dalšímu rozvoji města. Obor developmentu navíc dlouhodobě patří mezi oblasti s nepříliš dobrou reputací, což celou situaci poměrně komplikuje.

Jedním z důvodů, které vedly ke zvolení této problematiky coby tématu diplomové práce, je skutečnost, že média v oblasti výstavby a územního rozvoje hrají nezanedbatelnou roli. Jsou to právě média, která zprostředkovávají názory a postoje jednotlivých stran, spoluvytvářejí určité představy o daných problémech, do určité míry korigují vzájemnou komunikaci a současně nastolují agendu, včetně dílčích podtémat.

Zároveň neexistuje příliš odborných publikací či studií, které by se detailně věnovaly vztahům mezi médii a oblastí real estate developmentu nebo rozvojem hlavního města Prahy, což bylo další motivací pro vznik této práce.

Součástí budou kvalitativní a kvantitativní analýzy, které pomohou lépe pochopit, jak dnešní společnost k jednotlivým otázkám rozvoje města přistupuje a jakou roli v tomto případě lze přisuzovat médiím. Sekundárním cílem práce je též hledání způsobu, jak by média mohla zlepšit komunikaci mezi všemi dotčenými stranami – developerskými společnostmi, veřejnou správou, neziskovým sektorem i samotnými občany.

Práce vychází z předem schválených tezí, které byly s ohledem na strukturu i obsah dodrženy.

2 Teoretická část

V této kapitole blíže představím problematiku developmentu a územního rozvoje, vymezím základní pojmy a objasním jednotlivé souvislosti. V teoretické části také postupně stanovím vlastní hypotézy a výzkumné otázky, na které se poté zaměřím v části praktické.

2.1 Development a územní rozvoj

V kapitole 2.1 se budu nejdříve věnovat samostatně oblasti developmentu a územního rozvoje bez návaznosti na média. V kapitole 2.2 následně tuto problematiku představím v kontextu médií.

Současně bych rád hned na úvod uvedl, že v celé teoretické části budu velmi často vycházet z vlastních zkušeností, znalostí a postřehů vyplývajících z dosavadního zájmu o toto téma, které je vzhledem k nedostatku odborných publikací v mnoha případech obtížné, či přímo nemožné podložit zdroji. Mým záměrem je pokusit se tato tvrzení a teorie potvrdit nebo vyvrátit následnými výzkumy v praktické části.

2.1.1 Vymezení základních pojmů

Anglické slovo development v překladu znamená rozvoj či vývoj. Lze se s ním proto setkat i mimo obory související s výstavbou nemovitostí, například u vývoje informačních technologií nebo rozvoje obchodu. V této práci však zmíněným pojmem vždy odkazuji k developmentu stavebnímu, respektive realitnímu. Dnes se již běžně můžeme setkat s označením této oblasti původním anglickým souslovím real estate development. V doslovném překladu to znamená nemovitostní rozvoj.

V českém prostředí neexistuje žádná přesná definice, která by tento termín a související činnosti konkrétně vymezovala. To samé platí také pro právní prostředí, kde se s tímto pojmenováním neseznamujeme. Pojem se nenachází ve stávajícím stavebním zákoně ani v návrhu nového stavebního zákona z roku 2021.¹

¹ Vládní návrh stavebního zákona z roku 2021. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/getmedia/5cbed0f7-b7ad-43a7-b180-12231bfaf4f3/Navrh-stavebniho-zakona>.

Pro účely této práce jsem se proto rozhodl využít vlastní definici v následujícím znění: development je oblast, která zahrnuje veškeré činnosti související s rozvojem územní či konkrétní nemovitosti. Mezi tyto činnosti může patřit: zakoupení pozemku, příprava projektu, zajištění financování, související legislativní a administrativní úkony, řízení procesu výstavby a prodej nebo pronájem dokončené nemovitosti.

Činnost developmentu vykonávají developerské společnosti, častěji označované zkráceně coby developeři. „*Developer je fyzická nebo právnická osoba, která investuje peníze do výstavby nemovitosti (byty, rodinné domy, bytové domy) za účelem prodeje nebo následného pronájmu nemovitosti.*“²

Ačkoliv je tento pojem již poměrně zažitý, v českém právním systému se s ním nesetkáme. Stavební právo pracuje s pojmem stavebník, jenž však může zastupovat více různých typů společností. „*Stavebníkem se rozumí osoba, která pro sebe žádá vydání stavebního povolení nebo ohlašuje provedení stavby, terénní úpravy nebo zařízení, jakož i její právní nástupce, a dále osoba, která stavbu, terénní úpravu nebo zařízení provádí, pokud nejde o stavebního podnikatele realizujícího stavbu v rámci své podnikatelské činnosti; stavebníkem se rozumí též investor a objednatel stavby.*“³

Ze zákona tedy vyplývá, že stavebníkem může být jak developer neboli investor a objednatel stavby, tak společnost, která stavbu provádí – stavební společnost.

Ve většině případů si velké developerské společnosti působící v Česku na realizaci stavby najímají externího dodavatele, který s developerskou společností není nijak majetkově spjatý. Můžeme se však setkat s několika případy, kdy se ve stejném koncernu nachází jak společnost developerská, tak stavební. Pro ilustraci uvádím Skanska (stavební společnost) a Skanska Reality (developerská společnost)⁴ nebo Metrostav (stavební společnost) a Metrostav Development (developerská společnost)⁵.

Termín územní rozvoj je oproti tomu více spojen s veřejnou správou a úzce souvisí s územním plánováním.⁶ Územní rozvoj se dá chápat v širším kontextu a zahrnuje nejen

² Banky.cz. *Realitní slovník: definice developer*. Banky.cz [online]. [Cit. 2021-5-21]. Dostupné z: <https://www.banky.cz/realitni-slovník/developer/>.

³ Zákon č. 183/2006 Sb.: zákon o územním plánování a stavebním řádu (stavební zákon). In: *Sbírka zákonů České republiky*. Část první § 2. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2006-183>.

⁴ Skanska. *Naše organizace*. Skanska.cz [online]. [Cit. 2021-5-21]. Dostupné z: <https://www.skanska.cz/kdo-j sme/o-nas/nase-organizace/>.

⁵ Skupina Metrostav. *Členové koncernu*. Metrostav.cz [online]. [Cit. 2021-5-21]. Dostupné z: <https://www.skupinametrostav.cz/cs/clenove-koncernu>.

⁶ MAIER, Karel. *Ekonomika územního rozvoje*. Praha: Grada, 2000. Města a obce, s. 10–42.

konkrétní stavební záměry, ale také vzájemné vazby, rozvoj městské infrastruktury, ochranu životního prostředí a dalších hodnot v daném územní, včetně respektování celkových potřeb města a zásad územního rozvoje.

V kontextu veřejné správy se s územním rozvojem můžeme setkat také v případě jednotlivých městských částí, které prostřednictvím vlastních odborů územního rozvoje dohlíží na individuální stavební záměry i rozvoj celé městské části. Například MČ Praha 5 má úlohu tohoto odboru definovanou následovně: „*Úkolem Odboru územního rozvoje je zajišťovat trvale udržitelný rozvoj území, rozvoj dopravní infrastruktury MČ, dohlížet na vývoj a změny využití ploch, pozemků, staveb a krajiny, včetně ochrany jejich hodnot, a informovat veřejnost o územním rozvoji, to vše v samostatné působnosti.*“⁷

Odbor územního rozvoje je jedním z odborů také Magistrátu hl. m. Prahy, který má na starost primárně územní plán Prahy, územněplánovací dokumentaci a další podklady.⁸

Územní plánování je přímo nástrojem státní správy, kdy jsou jeho cíle a úkoly jasně definované zákonem. Pro ilustraci přikládám cíl č. 1 z třetí části stavebního zákona: „*Cílem územního plánování je vytvářet předpoklady pro výstavbu a pro udržitelný rozvoj území, spočívající ve vyváženém vztahu podmínek pro příznivé životní prostředí, pro hospodářský rozvoj a pro soudržnost společenství obyvatel území a který uspokojuje potřeby současné generace, aniž by ohrožoval podmínky života generací budoucích.*“⁹

2.1.2 Stav developmentu v Praze

K zásadnímu přerodu v oblasti výstavby došlo po roce 1989, kdy socialistické Československo prošlo procesem demokratizace a řízenou ekonomiku vystřídala tržní. To v oboru developmentu poskytlo prostor pro vznik soukromých společností a současně umožnilo vstup zahraničních investorů na náš trh.

Bytová výstavba v Československu po roce 1989 výrazně poklesla¹⁰ a pozornost se koncentrovala především na rozvoj obchodních a kancelářských budov, kterých byl z období

⁷ Praha5.cz. *Odbor územního rozvoje*. Praha5.cz: Městská část Praha 5 [online]. [Cit. 2021-5-23]. Dostupné z: <https://www.praha5.cz/sekce/odbor-uzemniho-rozvoje/>.

⁸ Praha.eu. *Odbor územního rozvoje*. Praha.eu: Portál hlavního města Prahy [online]. [Cit. 2021-5-23]. Dostupné z: https://www.praha.eu/jnp/cz/o_meste/magistrat/odbory/index.html?divisionId=144.

⁹ Zákon č. 183/2006 Sb.: zákon o územním plánování a stavebním řádu (stavební zákon). In: *Sbírka zákonů České republiky*. Část třetí § 18. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2006-183>.

¹⁰ POLÁKOVÁ, Olga. *Bydlení a bytová politika*. Praha: Ekopress, 2006, s. 236–242.

socialismu velký nedostatek. Zvláště Praha se totiž během devadesátých let stala atraktivním městem pro zahraniční a mezinárodní společnosti.¹¹

Od té doby se však situace v oblasti developmentu opět značně proměnila. Především v případě bytové výstavby došlo v Praze v posledních letech ke strmému růstu cen a finanční dostupnost bydlení se posunula na jednu z nejnižších příček v celé Evropě.¹²

Jde o dlouhodobý multifaktorový problém, na který se politici, úředníci a odborníci z oboru aktuálně snaží hledat efektivní řešení. V této souvislosti vyšel na začátku roku 2021 nový návrh na podporu bydlení v Praze. Detailní plán pod názvem Strategie rozvoje bydlení v hl. m. Praze připravil Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy.¹²

Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy, zkráceně IPR Praha, je hlavním koncepčním pracovištěm hlavního města v oblasti architektury, urbanismu, rozvoje, tvorby a správy města. Současně zpracovává strategické, urbanistické a územněrozvojové dokumenty.¹³

Zmiňovaný materiál dopodrobna popisuje momentální stav, analyzuje důvody růstu cen a zároveň definuje konkrétní prioritní oblasti, strategické cíle a opatření, jak v současné situaci postupovat.

Dle autorů strategie má vzrůstající finanční nedostupnost vlastnického i nájemního bydlení celou řadu vzájemně souvisejících příčin. Mezi ty hlavní patří následující:

- 1) nedostatečný objem nové bytové výstavby;
- 2) problém distribuce bytového fondu;
- 3) výrazná redukce počtu obecních bytů a absence veřejné bytové výstavby;
- 4) dlouhodobé postavení Prahy jako dominantního centra republiky;
- 5) stále intenzivnější sociodemografické změny.¹²

Důvody nedostatečné výstavby nových bytů souvisí s politickými, administrativními a právními (legislativními) bariérami. Těmi nejzásadnějšími jsou:

- 1) značná délka a komplikovanost územního a stavebního řízení;

¹¹ OUŘEDNÍČEK, Martin, ed. *Sociální geografie pražského městského regionu*. Praha: Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Přírodovědecké fakulty Univerzity Karlovy v Praze, 2006, s. 19–21.

¹² NĚMEC, Michal. *Strategie rozvoje bydlení v hl. m. Praze*. Praha: Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy, 2021. Dostupné z: https://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/strategie_rozvoje_bydleni.pdf.

¹³ Iprpraha.cz. *Co IPR Praha dělá?* Iprpraha.cz: Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy [online]. [Cit. 2021-5-29]. Dostupné z: <https://www.iprpraha.cz/clanek/343/co-ipr-praha-dela>.

- 2) nepraktické administrativně-správní členění hlavního města Prahy s vysokým počtem městských částí.¹⁴

Právě pomalé schvalovací procesy jsou jedním z důvodů, které opětovně zaznívají v médiích, a často je jako argument využívají i developeři. V případě developerských společností je však logické, že budou nejvíce upozorňovat na délku a složitost stavebního řízení, neboť to je oblast, kterou lze administrativně a legislativně změnit. Oproti tomu jiné zmiňované příčiny se dějí přirozeně anebo již proběhly v minulosti – sociodemografické změny, migrace do Prahy, rozmach hypotečních úvěrů nebo kupříkladu privatizace obecních bytů. To samé platí také pro další, méně komunikované hybatele, jako je zdražování pozemků, zdražování stavebního materiálu nebo růst platů v oboru stavebnictví a s tím související vyšší náklady na samotnou výstavbu.

Tomu, které důvody zdražování jsou skloňovány v médiích a do jakého kontextu jsou zasazeny, se budu věnovat v kapitole 2.2. V následující podkapitole bych však nejdříve rád popsal reputaci developerů bez ohledu na to, jak o nich píšou média.

2.1.3 Reputace developerských společností

Dovolím si tvrdit, že developerské společnosti se potýkají v rámci všech oborů s jednou z nejhorších reputací. Tento stav má více možných příčin – ať už jde o nejrůznější medializované kauzy, problematické postupy, kontroverzní architektonické návrhy, nedostatečnou míru komunikace s veřejností, nebo obecně celkový nesouhlas s velkými změnami a rozvojem.

Zvláště v případě Prahy je běžné, že se jakákoliv nová výstavba setkává s nepochopením, až odporem. V této souvislosti je stále častěji skloňován takzvaný NIMBY efekt, jehož název tvoří zkratka anglického „Not In My Backyard“. Ačkoliv doslovný překlad zní „ne na mém dvorku“, označuje tento výraz nesouhlas místních obyvatel s výstavbou v blízkosti jejich bydliště. V obecné rovině přitom mohou mít občané k plánovanému záměru neutrální postoj, či s ním dokonce mohou i souhlasit, pouze si nepřejí, aby byl realizován příliš blízko lokality, ve které žijí.¹⁵ V případě Prahy by se tento efekt dal vystihnout například slovy:

¹⁴ NĚMEC, Michal. *Strategie rozvoje bydlení v hl. m. Praze*. Praha: Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy, 2021. Dostupné z: https://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/strategie_rozvoje_bydleni.pdf.

¹⁵ NOVOTNÁ, Eliška, Jan NOVÝ a Martin MUSIL. *PR management*. Praha: Oeconomica, 2006, s. 70–71.

„Ano, stavět nové byty v Praze je potřeba, ale nechci, aby se něco stavělo v mé čtvrti.“ U nové výstavby se však již skoro vždy v blízkosti nachází původní zástavba a mezi místními obyvateli je vždy určitá část, která se novému záměru postaví na odpor.

Ačkoliv většinou se nedají dopady NIMBY efektu příliš ovlivnit, někdy může alespoň částečně pomoci včasná komunikace záměru směrem k místním obyvatelům. Potřeba komunikace je mimo jiné zmiňována také ve Strategii rozvoje bydlení v hl. m. Praze od Institutu plánování a rozvoje hl. m. Prahy: *„Bytová výstavba by měla oživit dynamiku všech částí města. Lze ovšem předpokládat, že vzhledem k silné konzervativnosti Pražanů, pokud jde o délku setrvání v jednom bydlišti, bude ‚zahušťování‘ výstavby narážet na odpor obyvatel a bude vyžadovat intenzivní komunikaci a spolupráci pro získání jejich podpory.“*¹⁶

Zásadní problém s reputací si dlouhodobě uvědomuje většina developerů. To byla jedna z motivací, které daly v roce 2015 vzniknout nové profesní organizaci – Asociaci developerů. Ta si jako hlavní cíle stanovila právě posílení vzájemné komunikace a zlepšení reputace oboru mezi profesní i laickou veřejností.¹⁷

V tuto chvíli se nabízí otázka, zdali je špatná reputace společným jmenovatelem všech developerských společností, nebo zdali jsou někteří developéři Pražany vnímáni i pozitivně – a jaké jsou důvody. K tomu je však vhodné si jednotlivé společnosti rozdělit do určitých skupin. K dispozici je vícero možných dělení – například podle obratu, počtu dokončených staveb ročně, typu realizovaných budov nebo podle toho, zdali se jedná o českého, či zahraničního investora.

Všechna zmiňovaná dělení však mohou být v mnoha ohledech problematická. Při přihlédnutí k faktu, že některé stavební záměry se připravují i mnoho let, může nastat stav, kdy společnost v určitém roce dokončí více větších projektů a s tím dosáhne násobně vyššího obratu, v následujícím roce však nemusí realizovat žádnou stavbu. Některé společnosti, které v minulosti dokončily více projektů, zase již třeba nejsou činné nebo své aktivity či zaměření značně pozměnily. Většina předních developerů se navíc nezaměřuje pouze na jeden segment staveb, ale v případě Prahy nejčastěji působí jak v oblasti rezidenčního developmentu, tak toho komerčního. A u dělení na české a zahraniční investory narážíme na

¹⁶ NĚMEC, Michal. *Strategie rozvoje bydlení v hl. m. Praze*. Praha: Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy, 2021. Dostupné z: https://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/strategie_rozvoje_bydleni.pdf.

¹⁷ ČTK. *Tuzemští developéři založili asociaci, zatím má třináct členů*. Denik.cz [online]. 14. 11. 2015 [cit. 2021-5-30]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/bydleni/tuzemsti-developeri-zalozili-asociaci-zatim-ma-trinact-clenu-20151113-zrs4.html>.

situace, kdy i české společnosti jsou částečně vlastněny někým ze zahraničí, působí na více trzích, případně sídlí v jiné zemi.

Z těchto důvodů jsem se rozhodl využít vlastního dělení, u kterého bych si následně v praktické části své práce rád ověřil, do jaké míry, zdali vůbec, má toto členění vliv na reputaci developerských společností. Skupiny developerů jsem zúžil na tři typy: původní developeři, druhotní developeři a nadnárodní developeři.

Původními developery se míní společnosti, které začaly podnikat přímo v oboru developmentu a i nadále působí primárně v tomto odvětví, ve kterém působí. Naproti tomu druhotní developeři většinou spadají do koncernu či skupiny společností, které již určitou dobu působily na trhu v jiných oborech a svoje aktivity následně rozšířily též do oblasti developmentu. Poslední skupinou jsou nadnárodní developeři – zahraniční investoři, kteří působí ve více evropských či světových regionech a v rámci expanze vstoupili se svou dceřinou společností též na český trh.

Z původních developerů uvádím coby příklady: Central Group, Finep, Crestyl, Sekyra Group, Passerinvest Group nebo Trigema.

Pro příklad druhotných developerů uvádím společnosti: Metrostav Development, Penta Real Estate, J&T Real Estate, KKCG Real Estate, KAPRAIN Real Estate nebo PPF Real Estate Holding.

Nadnárodní developery pak zastupují například: Skanska Reality, YIT, AFI Europe, Avestus Real Estate, UBM Development nebo Real-Treuhand Reality.

Otázkou zůstává, jaký vliv mají na reputaci developerů média? A hlavně jak média ovlivňují celkové vnímání developmentu a rozvoje Prahy? Na tuto oblast se zaměřím v následující kapitole, ve které též představím vlastní hypotézy a východiska pro praktickou část této práce.

2.2 Development a územní rozvoj v kontextu médií

V této kapitole bych rád problematiku developmentu a územního rozvoje představil v celkovém vztahu k médiím, včetně všech vlivů, aspektů a souvislostí, které mohou mít dopady na to, jakým způsobem se média tomuto tématu věnují.

Znovu bych rád připomenul a zdůraznil, že i v této teoretické části práce a jednotlivých podkapitolách budu situaci mnohdy popisovat tak, jak ji vnímám na základě předchozích zkušeností a znalostí získaných v oboru. Právě na základě tohoto poznání mohu lépe formulovat výzkumné otázky a oblasti zájmu. Na ty pak opět navážu v praktické části, kde se na tyto oblasti zaměřím v podrobných výzkumech.

2.2.1 Vliv médií ve společnosti

Média mají v dnešní společnosti podstatnou roli. V mnoha aspektech ovlivňují naše životy a uvažování. Kromě toho, že nám přinášejí nejnovější zprávy a referují o událostech, se též aktivně podílejí na tom, co společnost považuje za důležité. Výběrem zpráv, frekvencí jednotlivých témat, kompozicí daných sdělení a pomocí dalších postupů dokážou, ať už záměrně, či nezáměrně, ovlivňovat veřejné mínění a nastolovat společenskou agendu.¹⁸

Za duchovního otce myšlenky nastolování agendy je považován Walter Lippmann, na jejím pozdějším definování a analyzování mají však největší zásluhu Maxwell McCombs a Donald Shaw. McCombs se tomuto fenoménu věnuje také v knize *Agenda setting*, ve které detailně popisuje moc médií, techniku mediálního rámcování nebo právě účinky a důsledky nastolování agendy.¹⁸

Bytová krize a zdražování nemovitostí v posledních letech rezonují takřka ve všech českých médiích. Značné části mediálního publika se tato témata dotýkají přímo – jde v podstatě o kohokoliv s nižšími nebo středně vysokými příjmy, kdo plánuje, nebo dokonce již aktivně hledá vlastní bydlení. Právě pro ty je však dostupné bydlení stále méně dosažitelné, neboť v rámci Evropy patří Česko dlouhodobě mezi země s vůbec nejdražšími nemovitostmi v poměru k průměrnému ročnímu příjmu.¹⁹

Trend neustálého zdražování nezvrátila ani pandemie virového onemocnění covid-19, která jinak ochromila většinu světového průmyslu. Špatně je na tom nadále hlavně Praha, kde se

¹⁸ MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009, s. 25–33.

¹⁹ ČTK, idnes.cz. *Sen bydlet ve vlastním se Čechům stále víc vzdaluje. Byt stojí 137 výplat*. Idnes.cz [online]. 2. 7. 2020 [cit. 2021-6-3]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/bydleni-reality-hypoteky-byty-cena-prumerny-plat.A200702_113257_ekonomika_rts.

průměrná cena nových bytů na začátku roku 2021 vyšplhala až na 123 tisíc korun za metr čtvereční. Tempo růstu cen tak pokračuje, stejně jako v uplynulých letech.²⁰

Média nás pravidelně již několik let informují stále ve stejném duchu – „Ceny nemovitostí dále rostou“, „Byty stále prudce zdražují“, „Růst cen nových bytů nezpomaluje“ a další podobná sdělení vídáme nebo slýcháme každou chvíli v novinách, na internetu, v televizi i rádiích. Nelze tak pochybovat o tom, že by si čtenáři, diváci a posluchači, kteří alespoň v minimální míře sledují mainstreamová média, nebyli této problematice vědomi.

Kromě samotného sdělení, že ceny nemovitostí stále rostou, je však podstatné, jaké důvody jsou v jednotlivých mediálních výstupech uváděny a do jakého kontextu je informace zasazena. Mezi nejfrekventovanější příčiny zdražování v médiích v posledních letech patří pomalé povolovací procesy a dostupné hypoteční úvěry.

Na jednu stranu můžeme tuto činnost médií hodnotit pozitivně, neboť pomáhají šířit důležité informace, zasazují se o formování veřejného mínění a zprostředkovávají debatu k zásadním tématům, jako je třeba bytová krize. Jak však popisuje Denis McQuail v rámci normativní teorie médií, je v této souvislosti třeba zohledňovat také účel těchto sdělení. Ten může být záměrný a vliv na něj mají předně ti, kdo média vlastní a řídí, ti, kdo v nich pracují, ale také ti, kterým média slouží jako komunikační kanály, například různé instituce či soukromé společnosti.²¹

2.2.2 Vztah mezi médii a developmentem

Na vztah mezi stavebním rozvojem a médii se dá nahlížet z mnoha různých úhlů. V této kapitole bych však rád popsal několik hlavních oblastí, které jsou dle mého soudu hodny zájmu a současně přesně ilustrují souvislosti, které si běžný čtenář nemusí uvědomovat.

Jak jsem nastínil v kapitole 2.1.2, na problém zdoluhavých a komplikovaných povolovacích procesů upozorňují nejčastěji developerské společnosti. Pokud se zaměříme na mediální výstupy na téma zdražování nemovitostí, ve kterých je citován některý developer, je zde argument pomalého územního a stavebního řízení zmiňován skoro pokaždé. Případně se

²⁰ ČTK. *Za milion je v centru Prahy pět metrů čtverečních. Nové byty dál zdražují*. E15.cz [online]. 12. 4. 2021 [cit. 2021-6-5]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/reality-a-stavebnictvi/za-milion-je-v-centru-prahy-pet-metru-ctverecnich-nove-byty-dal-zdrazuji-1379508>.

²¹ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009, s. 174–181.

může jednat o citaci určitého odborníka či analytika, který je na developerské společnosti navázán nebo s nimi spolupracuje. Tento postup si tak lze vysvětlovat například jako snahu upozorňovat na problém, který je do určité míry řešitelný, a vyvinout tak dostatečný tlak na politiky, kteří mohou legislativní proces ovlivnit.

Naproti tomu jakékoliv zdůrazňování dalších důvodů, kterými jsou sociodemografické změny, privatizace obecních bytů, zdražování stavebního materiálu nebo zvyšování platů ve stavebnictví, developerům příliš užitku nepřináší a v médiích je zástupci těchto společností používají méně často. Tento důraz je pak stejným způsobem přenášen i do médií.

V této souvislosti můžeme mluvit o procesu rámcování, který úzce souvisí s teorií nastolování agendy a McCombs jej popisuje jako záměrný výběr a zdůrazňování určitých atributů v mediální agendě, čímž se posiluje jejich významnost. Spolu s tím může být prosazována také celá definice problému, její vysvětlení, ale i doporučené řešení dané záležitosti.²²

U mediálních výstupů, které zmiňují pomalé schvalovací procesy a další úskalí developerů, je však třeba myslet na to, že v řadě případů nevycházejí z pouhé iniciativy novinářů. Běžně se jedná o výstupy, které se vydávají na základě tiskových zpráv, rozhovorů, nových studií nebo pravidelných analýz realitního trhu, jež vznikají z popudu developerských společností.

Zjednodušení schvalovacích procesů staveb se řeší již relativně dlouhou dobu. Změnit by to měl dlouho očekávaný nový stavební zákon. K jeho podobě se však opozice i řada odborníků staví poměrně kriticky a upozorňuje na možná úskalí.²³

Schválení nového zákona se věnuje například portál Aktuálně.cz, který v jednom ze svých článků informuje o výsledcích hlasování a současně shrnuje postoje jednotlivých aktérů.²³ Matoucí zde však může být jeden z titulků, který zmiňuje: *Lepší než nic, říkají architekti*, přičemž odkazuje na Sdružení pro architekturu a rozvoj, které apelovalo na politiky, aby příliš neváhali s přijetím nového stavebního zákona, protože je zásadní pro další rozvoj České republiky: „*Kterákoliv ze tří projednávaných verzí nového zákona znamená posun k lepšímu oproti současnému katastrofálnímu stavu.*“²³

²² MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009, s. 131–145.

²³ ČTK, Aktuálně.cz. *Sněmovna schválila nový stavební zákon. Má urychlit stavební řízení*. Aktuálně.cz [online]. 26. 5. 2021 [cit. 2021-6-6]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/snemovna-schvalila-novy-stavebni-zakon-ktery-ma-urychliti-sta/r~8ba2d7babe1111ebb98b0cc47ab5f122/>.

Sdružení pro architekturu a rozvoj se sice profiluje jako nezávislá iniciativa odborníků z oborů architektury, stavebnictví, ekonomiky a práva,²⁴ avšak z mého pohledu o něm nelze hovořit jako o organizaci architektů, ačkoliv jeho členy jsou i významní čeští architekti Josef Pleskot, Zdeněk Fránek, Pavel Hnilička a Pavel Nasadil. Důvodem je jeho úzká provázanost s developerskou společností Central Group, která provoz sdružení financuje.²⁵ Hlavním cílem a účelem sdružení je podpora pozitivního stavebního rozvoje a kvalitní moderní architektury,²⁶ z čehož je zřejmé, že jakákoliv podpora nového stavebního zákona je v zájmu tohoto sdružení. Na webu Central Group navíc najdeme prakticky stejná vyjádření k novému stavebnímu zákonu jako v případě Sdružení pro architekturu a rozvoj. Dušan Kunovský, zakladatel a šéf Central Group, zde k zákonu mimo jiné uvádí: „*Ve sněmovních výborech se projednávaly tři verze zákona – ministerský návrh a pak verze koaličních poslanců a verze opozičních poslanců. A každá z těchto verzí je určitě výrazně lepší než stávající zcela nefunkční zákon.*“²⁷

V případě Central Group si v médiích, webové prezentaci, ale i komunikaci obecně můžeme povšimnout ještě jednoho zajímavého detailu – společnost prakticky vůbec nepoužívá slovo developer. Namísto toho se raději označuje za stavitele či stavebníka, případně pouze za investora. Tyto kroky mohou být chápány jako snaha zbavit se negativní konotace slova developer. Vzhledem k tomu, že společnost není členem Asociace developerů, lze její úsilí o posílení dobrého jména spatřovat v aktivitách spojených se Sdružením pro architekturu a rozvoj. Současně Central Group není členem ani další obdobné organizace – Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí, kde figuruje mimo jiné řada developerských společností.

Aktivita této asociace se skládají zejména z pravidelných diskusních setkání na různá témata rozvoje trhu nemovitostí a z vydávání pravidelné souhrnné studie o stavu českého trhu nemovitostí známé pod názvem *Trend Report*. Ta je určena primárně odborné veřejnosti, avšak v určité míře je též medializována.²⁸

²⁴ Sdružení pro architekturu a rozvoj. *Kdo jsme a o co nám jde*. Arch-rozvoj.cz [online]. [Cit. 2021-6-7]. Dostupné z: <https://www.arch-rozvoj.cz/pages.aspx?page=sar-o-sdruzeni>.

²⁵ Central Group. *Central Group pomáhá a sponzoruje*. Central-group.cz [online]. [Cit. 2021-6-11]. Dostupné z: <https://www.central-group.cz/page/sponzorujeme>.

²⁶ Sdružení pro architekturu a rozvoj. *Kdo jsme a o co nám jde*. Arch-rozvoj.cz [online]. [Cit. 2021-6-11]. Dostupné z: <https://www.arch-rozvoj.cz/pages.aspx?page=sar-o-sdruzeni>.

²⁷ Central Group. *Drobná úprava daní na principu 10+5 může zásadně podpořit novou výstavbu a zlepšit dostupnost bydlení*. Central-group.cz [online]. [Cit. 2021-6-11]. Dostupné z: <https://www.central-group.cz/pagen.aspx?page=tz-20210311>.

²⁸ ARTN. *Trend Report 2021: Přehled českého realitního trhu*. Praha: Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí, 2021.

Ať už tedy v mediálních výstupech figuruje konkrétní developerská společnost, Asociace developerů, Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí, nebo Sdružení pro architekturu a rozvoj, je třeba u každého článku, reportáže či jiného sdělení brát v potaz jednotlivé vlivy a souvislosti. K tomu se nabízí i zamyšlení, do jaké míry jsou výstupy čistě iniciativou novinářů a do jaké míry jsou publikovány s konkrétním záměrem.

2.2.3 Vliv vlastnictví médií ve vztahu k developmentu

Další rovinou, která může do určité míry ovlivňovat podobu mediálních sdělení, je vlastnická vazba mezi developerskou společností a daným médiem.²⁹ Existuje dlouhodobé přesvědčení, že obsah médií vždy nějakým způsobem odráží zájmy těch, kdo média financují. Záleží pak spíše na tom, jak moc je vlastnictví účinně oddělováno od redakčního rozhodování.³⁰

V České republice se můžeme setkat s více případy, kdy je jedna fyzická nebo právnická osoba majetkově provázána jak s mediální skupinou, tak se společností, která investuje v oblasti real estate developmentu.

Asi nejvýraznějším příkladem je investiční skupina Penta Investments, pod kterou současně spadá vydavatelství Vltava Labe Media i developerská divize Penta Real Estate. Nejznámějším a nejvlivnějším titulem vydavatelství je Deník, který vychází v desítkách regionálních mutací a k němuž patří také internetový portál Deník.cz s více než pěti miliony pravidelných čtenářů.³¹ Developerská společnost Penta Real Estate již v Praze realizovala řadu velkých projektů, mezi které patří například administrativní komplex Florentinum, soubor kancelářských budov Churchill nebo rezidenční a administrativní čtvrť Waltrovka. V přípravě jsou pak další velké záměry – Nuselský pivovar, Victoria Palace a předně multifunkční projekt Masaryčka, dříve též známý pod názvem Central Business District Praha. Zvláště poslední zmíněný je z mnoha důvodů nejvíce medializovaný – zčásti však v nepříliš pozitivním kontextu.

Už při namátkovém pročtení několika článků v Pražském deníku nebo na Deník.cz, které se věnují společnosti Penta Real Estate, si můžeme povšimnout, že jsou z velké části pozitivní,

²⁹ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 313–314.

³⁰ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009, s. 237–239.

³¹ VLTAVA LABE MEDIA. *Naše portfolio*. Vlmedia.cz [online]. [Cit. 2021-6-11]. Dostupné z: <https://www.vlmedia.cz>.

až pochvalné. S těmi vyloženě negativními se tu nesetkáme. Přitom minimálně zmiňovaný projekt vedle Masarykova nádraží vyvolává již řadu let značné kontroverze.³² Na Deník a jeho práci s tématem developmentu se ještě detailněji zaměřím v rámci obsahové analýzy v kapitole 3.2.

Vlastnická struktura daného média však může mít na podobu mediálních sdělení vliv i tehdy, když zde neexistuje přímá majetková vazba na konkrétní developerskou společnost. V případě mediálních organizací se totiž střetáváme s celou řadou dalších spojitostí, které též vytvářejí určitý tlak na proces masové komunikace. Tyto „mocenské role“ zastávají například inzerenti, konkurenti, politické autority, odborníci, různé instituce a v neposlední řadě publikum.³³

Podle mého názoru má vlastnictví mediálních skupin do určité míry vliv také na to, kteří konkrétní novináři v dané redakci působí. Je méně pravděpodobné, že by se někdo nechal zaměstnat v médiu vlastněném někým, kdo zastává zcela protichůdné ideologické a politické názory. Pokud jde o editoriální ideologii, převažuje u řady mainstreamových médií konzervativně pravicová, což má vliv na to, jakým způsobem jsou důležitá celospolečenská témata prezentována.³⁴ U témat souvisejících s problematikou bytové krize tak může být větší důraz kladen na rozvoj ekonomiky, volný trh nebo potřebu nové výstavby namísto oblastí, kterými se zabývají levicově orientovaní novináři, jako jsou například podpora alternativních a sociálních forem bydlení, větší míra regulace nebo otázky zdanění nemovitostí.

Novináři, kteří se otevřeně hlásí k levicové politické orientaci, pak často dávají přednost zaměstnání v redakcích, které více tíhnou k levicovému proudu, případně se jedná o média, která se prezentují alespoň coby protiváha tradiční mainstreamové publicistiky. To je třeba internetový deník Alarm, portál Echo24.cz, Deník Referendum nebo Deník N. Žádný z těchto titulů však nedosahuje takové čtenosti jako přední česká média, která je v tomto kontextu možné chápat jako pravicová. Zaměříme-li se na dosah pouze internetových portálů, výše zmíněné platformy dosahují maximálně nižších milionů návštěv za měsíc,

³² BABS. *Úřady vyloučením spolků z řízení o Masaryčce pochybily, tvrdí ombudsman Křeček*. A2larm.cz [online]. 19. 4. 2021 [cit. 2021-6-13]. Dostupné z: <https://a2larm.cz/2021/04/urady-vyloucenim-spolku-z-rizeni-o-masarycce-pochybily-tvrdi-ombudsman-kreckek/>.

³³ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009, s. 289–290.

³⁴ DRÁPAL, Martin. *Pravicové nebo levicové? Obsahová analýza editoriální agendy vybraných českých deníků optikou teorie politického paralelismu* [online]. Brno, 2011 [cit. 2021-06-16]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/hnp1uf/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce PhDr. Jaromír Volek, Ph.D.

zatímco u online médií, jako jsou iDNES.cz, Aktuálně.cz, seznamzpravy.cz nebo Deník.cz, se počet měsíčních návštěv pohybuje v řádu desítek milionů.³⁵ Z toho lze vyvodit, že levicově orientovaná žurnalistika nemá v českém mediálním prostředí až tak silnou pozici.

2.2.4 Témata developmentu v médiích

Jak jsem již nastínil v předchozích kapitolách, nejvýraznějším tématem souvisejícím s oborem developmentu je v médiích aktuálně bytová krize. Publikované články a jiné mediální výstupy, které se problematice výstavby a územního rozvoje věnují, jsou tak většinou podněcovány nějakou novou skutečností týkající se nedostupného bydlení. Jsou to například pravidelné analýzy trhu, srovnání se zahraničím, nové studie, vydaná prohlášení představitelů veřejné správy nebo informace, které závisí na posunu připravovaného stavebního zákona.

Jinou rovinou často medializovaných témat jsou konkrétní stavební záměry. Jakýkoliv vývoj větších developerských projektů nebo celých rozvojových území je aktivačním momentem, kdy se v médiích objeví další vlna výstupů. Ty mohou vzniknout na základě tiskových zpráv a prohlášení přímých účastníků těchto záměrů – developerů, politické reprezentace, dotčených institucí, například Institutu plánování a rozvoje hl. m. Prahy, nebo památkářů. Případně média postaví své výstupy na kritice, již k těmto projektům zveřejní spolky, oborové organizace nebo opoziční politici, kteří touto cestou mohou projevit nesouhlas s kroky vedení města či městské části. Toto dále rozvedu v kapitole 2.2.5.

Pro mnohé čtenáře, diváky a posluchače však drtivá většina podobných mediálních sdělení postrádá širší kontext. Většinou se dozvědí pouze to, že se bydlení zdražuje, jak je na tom Česká republika špatně a jaké jsou příčiny růstu cen. Nebo se seznámí s parametry nového developerského záměru, o kterém si však ve výsledku mohou říct, že takové byty se nestaví pro běžné lidi, ale pouze pro majetné investory. Cílem těchto výstupů totiž není zasvěcovat publikum do širších souvislostí, a většinou to s ohledem na mediální formát není ani možné.

Celkem běžně se pak v souvislosti s mediální komunikací stavebních projektů můžeme u některých občanů setkat s kritickými otázkami typu „Proč tam raději neudělají park?“, „Proč tam místo další zbytečné kanceláře nepostaví třeba školu?“ nebo třeba „Proč je ta

³⁵ Similarweb. *Traffic Overview*. Similarweb.com [online]. [Cit. 2021-6-18]. Statistiky návštěvnosti webových stránek dostupné z: www.similarweb.com.

budova tak vysoká, když tam původně stál jen dvoupatrový domek?“. Vzhledem k tomu, že zprávy o nové výstavbě či vývoji v konkrétním projektu jsou zveřejňovány na základě tiskových zpráv daného investora, případně rozhovorů s ním, opět nemůžeme očekávat, že zde najdeme odpovědi na podobné otázky. Cílem developera totiž není argumentace, proč na nějakém místě nechce postavit něco jiného, ani zasvěcování do celé problematiky územního řízení. Smyslem je naopak představení svého záměru v tom nejlepším možném světle, kde připouštění jakékoliv alternativy nedává pro investora žádný smysl.

Přitom v podobných situacích lze odpovědět vcelku snadno, jen se to prakticky nikdy nedozvíme ze zpráv v médiích. Cílem developerských společností je v první řadě generování zisku, nikoliv výstavba toho, co by se zamlouvalo největšímu počtu obyvatel. Z tohoto důvodu se bude developer vždy pokoušet realizovat takový projekt, který bude nejprofitabilnější. Z logiky věci nebude mít zájem jen o několikapatrový dům, jehož výstavba by se ekonomicky nevyplatila, ale bude se snažit postavit tak vysokou budovu, jakou limity daného území umožní. Také na celém pozemku neudělá jen jeden velký park, protože ten by nevytvářel žádný zisk.

U myšlenky „parky místo budov“ ještě chvíli zůstanu, neboť při oznámení jakéhokoliv developerského záměru vždy zaznamenám určitou míru odporu, který prakticky pokaždé provází i návrhy, aby na daném místě raději vytvořili nový park. Mnozí si totiž neuvědomují, že pozemky, na nichž se podobné developerské projekty připravují, jsou většinou už dlouhé roky ve vlastnictví soukromých subjektů, které je zakoupily s určitým investičním cílem – ať už s vlastním stavebním záměrem, nebo s plánem zhodnocení a pozdějšího prodeje developerské společnosti, která by zde chtěla něco postavit.

Realita je taková, že Magistrát hl. m. Prahy spolu s jednotlivými městskými částmi vlastní jen asi třicet procent všech pozemků v metropoli. Navíc se z většiny jedná o komunikace, na kterých se nic stavět nedá. Většinu strategických pozemků tak drží soukromí vlastníci, kteří k nim přišli často během privatizace v devadesátých letech minulého století, případně v restitucích.³⁶ V tomto ohledu již vedení Prahy svoji strategii obrátilo, když se rozhodlo, že dále nebude prodávat městské pozemky a bytový fond, ale naopak bude posilovat své

³⁶ LEDERER, Benedikt. *Praha před lety rozprodala strategické pozemky, teď je bude vykupovat*. Idues.cz [online]. 29. 7. 2017 [cit. 2021-6-25]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/praha/zpravy/praha-vykup-strategickych-pozemku.A170729_2341956_praha-zpravy_mav.

portfolio.³⁷ U pozemků, které nejsou ve vlastnictví města, je však šance, že by je soukromý investor celé přeměnil v nový park, skutečně mizivá. Může zde ovšem vysadit novou městskou zeleň, nebo dokonce vybudovat park alespoň v části developovaného území coby doplněk ke stavebnímu projektu. Tato realizace je ale opět podmíněna samotnou výstavbou, která z prodeje nebo pronájmu generuje potřebné příjmy pro investice do neziskových aktivit.

Z pohledu mediálních témat vidím úskalí v tom, že ačkoliv se média do určité míry věnují problematice vlastnictví pozemků v Praze, nedávají tuto skutečnost dostatečně jasně do kontextu s realizací nových stavebních záměrů soukromými vlastníky. Stejně tak v článcích představujících plánované projekty se prakticky nikdy nedočteme nic k historii vlastnictví parcel, na kterých má k výstavbě dojít.

Významnou úlohu v rozvoji města sehraávají takzvané brownfieldy – jedná se nejčastěji o bývalé průmyslové areály, zrušené železnice či jinak v minulosti urbanizované lokality, které již pozbyly svůj původní účel.³⁸ Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy brownfieldy definuje jako „*nemovitosti (pozemky, objekty, areály), často dereliktního, nevyužitého nebo nedostatečně využívaného charakteru, které vznikají jako pozůstatek průmyslové, zemědělské, rezidenční, dopravní, vojenské či jiné aktivity (nebo i jejich kombinace)*“.³⁹

Právě tyto pozemky jsou velmi vyhledávanými lokalitami pro budoucí výstavbu. Lidé pak mnohdy vyčítají vedení města, že zde místo parku umožnilo novou výstavbu, ačkoliv se jedná o parcely, které byly prodány už během devadesátých let nebo je developéři odkoupili od soukromých majitelů.

Současně i u té části populace, která se na územní rozvoj dívá trochu méně kriticky, se můžeme setkat s argumentací, že výška nebo hustota zamýšlených budov je příliš velká a podíl zeleně naopak moc malý. Ideální představa například je, aby většinu území tvořil park a budovy měly jen několik nadzemních podlaží. V tomto případě narážíme opět na dva zásadní problémy, o nichž se média nezmiňují. Tím prvním je zmiňovaná rovina

³⁷ NĚMEC, Michal. *Strategie rozvoje bydlení v hl. m. Praze*. Praha: Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy, 2021. Dostupné z: https://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/strategie_rozvoje_bydleni.pdf.

³⁸ FORTUIN, Karen P. J. *Brownfields v centru Prahy – kritéria udržitelného rozvoje: proměna pražských nádraží může být příležitostí i hrozbou: zpráva evropského semináře Univerzity Wageningen*. Praha: Centrum pro podporu občanů sdužení Arniky, 2010.

³⁹ NÁVRAT, Petr. *Manuál participace: Jak zapojit veřejnost do plánování města*. Praha: Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy, 2016. Dostupné z: https://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/obecne/manual_participace_tisk_2017.pdf.

ekonomická – celý projekt se musí z investičního hlediska vyplatit. Realizace výstavby s příliš malým využitím území by mohla být ztrátová. Navíc v případě brownfieldů je třeba nejdříve změnit územní plán, což s ohledem na zdlouhavý a komplikovaný proces celý projekt opět významně prodražuje.⁴⁰

Druhý problém souvisí s původem financí na daný záměr. Většina developerských společností totiž nepoužívá zdroje pouze z vlastního kapitálu, ale realizuje projekty za pomoci investičního partnera nebo banky.⁴¹ Některé developerské společnosti navíc nabízejí široké veřejnosti možnost finanční spoluúčasti formou investičních fondů. Ve všech případech je potřeba, aby byl záměr co nejprofitabilnější, neboť se developer pohybuje v přirozeném konkurenčním prostředí a nepracuje pouze s vlastními penězi.

2.2.5 Téma komerčního developmentu v médiích

Další oblastí, kterou bych rád představil, je výstavba administrativních budov. Na rozdíl od developmentu rezidenčního, který je alespoň pro část populace ospravedlnitelný, je development komerční vnímán ještě více negativně. Důvod je vcelku prostý: zatímco nedostatek bytů a související zdražování si skoro každý svou osobní zkušeností snadno ověří, v případě kancelářských budov je to spíše naopak – mnozí mají pocit, že kanceláři je až příliš. Laická veřejnost přitom nemá moc důvodů ani příležitostí se zajímat o tuto problematiku ve větším detailu, a tak na administrativní výstavbu pohlíží jako na něco zbytečného a nepotřebného. Z vlastních zkušeností vnímám jako jeden z hlavních argumentů tento: „Proč by tu měli stavět další kanceláře, když jich je v Praze tolik, spousta jich je prázdných a po pandemii covidu-19 se do nich zaměstnanci ani nebudou chtít vrátit?“ Ze své praxe si troufnu odhadovat, že podobně uvažuje třeba polovina, možná i většina čtenářů ve chvíli, kdy si v médiích přečtou článek o další chystané administrativní budově. Tento postoj může ještě posilovat skutečnost, že bydlení je vnímáno jako nezbytnost, zatímco na výstavbu dalších kanceláří nahlíží řada lidí jako na něco, na čem profitují pouze developeři a co veřejnosti nepřináší žádný užitek.

⁴⁰ Osobní konzultace s právníkem Petrem Boudou z Frank Bold Advokáti, datum rozhovoru: 16. 7. 2021.

⁴¹ KLESNAR, Tomáš. *Formy financování rezidenčních developerských projektů* [online]. Praha, 2015 [cit. 2021-06-25]. Dostupné z: <https://dspace.cvut.cz/bitstream/handle/10467/64213/F1-BP-2015-Klesnar-Tomas-Klesnar.pdf>. Bakalářská práce. České vysoké učení technické v Praze, Fakulta stavební. Vedoucí práce doc. Ing. Jana Frková, Ph.D.

Z mého pohledu je téma komerčního developmentu v médiích komunikováno poměrně stroze. Při medializaci jednotlivých projektů je kladen důraz primárně na konkrétní záměr, jeho přínosy či úskalí, vizuální podobu, vztah s lokalitou, dopravní řešení a další parametry. Běžnému čtenáři však chybí jakékoliv širší souvislosti a zasazení do ekonomického nebo společenského kontextu. Této problematice je prostor věnován spíše v odborných textech, analýzách a dalších článcích, které tolik neosloví širokou veřejnost. Hlubší souvislosti jsou tak pro běžné publikum špatně uchopitelné.

Snahu upozornit na toto téma můžeme v poslední době sledovat třeba u developerské společnosti Passerinvest Group, která ve spolupráci s Ministerstvem pro místní rozvoj v červnu roku 2021 na konferenci s názvem *Když staví soused, bohatneš i ty* představila novou iniciaci Rozvoj staveb pro republiku bohatší.⁴² Iniciace, která vznikla na základě dvou nezávislých studií zpracovaných poradenskými společnostmi Ernst & Young a PricewaterhouseCoopers, kupříkladu upozorňuje na takzvaný multiplikační efekt, díky kterému z každé částky investované do výstavby doputuje bezmála 76 % do státního rozpočtu.

Kromě samotné výstavby se iniciace pokouší vyzdvihnout přínos administrativních budov i po jejich dokončení. Z publikovaných dat tak například vyplývá, že po uvedení kancelářské budovy do provozu získává stát ročně do státního rozpočtu skoro čtyřikrát více prostředků, než kolik vybere majitel na nájmu. Na základě multiplikace tak nové kancelářské budovy v Praze vyprodukují každoročně do státního rozpočtu bezmála 70 miliard korun, což dokáže pokrýt skoro celý roční rozpočet hlavního města Prahy.⁴²

Podobné pokusy o zviditelnění této problematiky však narážejí na dva zásadní mantinely. Prvním jsou samotné mediální organizace – jejich novináři, vnitřní řád a mediální rutiny.⁴³ Úspěšná medializace vždy stojí na tom, do jaké míry je téma pro publikum zajímavé, jaký potenciál v něm vidí novináři a jak s ním následně naloží. Roli v tom hrají též zpravodajské hodnoty – znaky ovlivňující celkový potenciál zviditelnění v médiích.

Hlavní zpravodajské hodnoty definoval Walter Lippmann už v roce 1922 ve své publikaci *Veřejné mínění*.⁴⁴ Těmi podle Lippmanna jsou jednoznačnost, superlativy, konflikty,

⁴² Passerinvest Group. *Iniciace Rozvoj staveb pro republiku bohatší je k dispozici všem občanům i politikům*. Passerinvest.cz: Tiskové zprávy [online]. 25. 6. 2021 [cit. 2021-6-27]. Dostupné z: <https://www.passerinvest.cz/cs/tiskove-zpravy/1065>.

⁴³ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 61–62.

⁴⁴ LIPPMANN, Walter. *Veřejné mínění*. Přeložil Ladislav KÖPPL. Praha: Portál, 2015.

překvapení, prostorová nebo psychologická blízkost a osobní zaujatost.⁴⁵ Jeho teorii během šedesátých let podrobně rozpracovali Johan Galtung a Marie Rugeová,⁴⁶ kteří faktory rozdělili do více kategorií a přidali i nové hodnoty, jako je například jednoduchost, průběžnost či možnost personalizace.⁴⁵ Událost v podobě konference o rozvoji staveb nebo představení nových odborných studií však z pohledu prosazení v masových médiích příliš zpravodajských hodnot naplňuje.

Druhým limitem jsou politické okolnosti. Jakmile by si toto téma vzal za své některý politik, mohli bychom očekávat i více mediálních výstupů a související společenskou debatu. Na to, jak je oblast developmentu závislá na politice, se zaměřím v další kapitole.

Důležitých témat souvisejících s pražským developmentem, která se v médiích ve větší či menší míře objevují, je samozřejmě mnohem více. Jen namátkou jde například o rozpočtové určení daní, kontribuci developerů, participaci občanů, metropolitní plán, koncept města krátkých vzdáleností, rekonstrukci stavebního práva nebo environmentální a ekologická témata. S ohledem na rozsah této práce není bohužel možné, abych se detailněji věnoval každému z nich.

Zrovna zmíněná participace občanů je přitom podle mého názoru poměrně zajímavé téma, o kterém by se dala napsat celá bakalářská práce a k němuž například Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy již před několika lety vydal podrobný manuál.⁴⁷ Osobně participaci v oblasti komunikace považuji za důležitý element, který může v oboru výrazně přispět ke zlepšení vzájemných vztahů mezi jednotlivými zájmovými stranami. Musí být však myšlena vážně a upřímně a nefungovat pouze jako jednostranný komunikační nástroj developerských projektů.

2.2.6 Development jako politické téma

Pro komplexní pochopení základních souvislostí mezi médii a oblastí real estate developmentu je třeba brát v potaz také rovinu politickou, která má též vliv na nastolování

⁴⁵ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009.

⁴⁶ GALTUNG, Johan and Mari Holmboe Ruge. *The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers*. Oslo: Journal of Peace Research, 1965, s. 64–90.

⁴⁷ NÁVRAT, Petr. *Manuál participace: Jak zapojit veřejnost do plánování města*. Praha: Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy, 2016. Dostupné z: https://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/obecne/manual_participace_tisk_2017.pdf.

agendy a vyznění jednotlivých témat.⁴⁸ Rozvoj měst, zvláště pak Prahy, je tématem nejen společenským či ekonomickým, ale také politickým, kdy záleží, jak se k otázkám výstavby staví různé politické subjekty i jednotliví politici. Téma se přitom prolíná politikou na všech úrovních – komunální, krajskou i celostátní.

Podíváme-li se na problematiku optikou pražské komunální politiky, troufám si tvrdit, že před žádnými volbami do zastupitelstev se neobjeví jediná politická strana, která by ve svém programu a marketingové komunikaci prosazovala urychlení bytové, ale současně i administrativní výstavby. Žádný politický subjekt neřekne otevřeně: „V naší městské části je málo kancelářských budov, to je třeba změnit a podpořit výstavbu nových.“ Tím se vracíme k tomu, co jsem nastínil už v minulé kapitole, tedy že komerční development je velkou částí obyvatel vnímán jako něco negativního, zbytečného a nechtěného. Politik, který by aktivně usiloval o rozvoj administrativních budov, by tak rázem odradil značnou část svých potenciálních voličů.

Politické subjekty proto raději sázejí na odlišný typ rétoriky, kdy je kladen důraz na striktní podmínky pro budoucí stavební projekty. Často se pracuje s tématy, jako je ochrana veřejné zeleně, umírněný rozvoj, revitalizace brownfieldů nebo citlivá výstavba s respektem k původní zástavbě. Nemluví se tak příliš o tom, zdali je rozvoj správný, či nikoliv, nebo v jaké míře a kde by se o něm mělo uvažovat, ale hlavně o podmínkách, které je třeba dodržet.

Ve volebním programu TOP 09 pro městskou část Praha 6 do komunálních voleb v roce 2018 jsme se tak mohli dočíst například: „*Městské zelené plochy nesmí automaticky sloužit jako nové stavební parcely, které zahušťují zástavbu novými developerskými projekty. Nechceme, aby každý volný prostor Prahy 6 vyplnila nová komerční výstavba.*“⁴⁹

Piráti v Praze 5 zase v programu zmiňovali: „*Zájmy občanů před zájmy developerů: Praha rezignovala na plánování svého rozvoje a kvalitu života svých obyvatel. Tento přístup změňme. Podoba města nebude pouze v režii velkých developerů. Velké kancelářské plochy vedou k nárůstu dojíždějících a potížím v dopravě.*“⁵⁰

⁴⁸ ROSŮLEK, Přemysl. *Média & politika: vybrané problémy: modernita, propaganda, politický marketing, agenda-setting, terorismus, žurnalistika*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2009, s. 12–43.

⁴⁹ TOP 09. *Podrobný volební program TOP 09 pro městskou část Praha 6 do komunálních voleb*. Top09.cz [online]. [Cit. 2021-6-29]. Dostupné z: <https://www.top09.cz/regiony/praha/regionalni-organizace/praha-6/podrobny-volebni-program-top-09-pro-mestskou-cast-praha-6-do-komunalnich-voleb-16655.html>.

⁵⁰ Pirátská strana. *Zveřejněn pirátský program pro Prahu 5*. Praha5.pirati.cz [online]. 4. 9. 2018 [cit. 2021-6-29]. Dostupné z: <https://praha5.pirati.cz/aktuality/program-pro-prahu5.html>.

Koalice ODS, KDU-ČSL a Svobodných, která kandidovala v městské části Praha 3, měla ve volebním programu například toto: „*Developerské projekty nebudou vznikat bez začlenění zeleně. Nedovolíme, aby z Prahy 3 zmizely parky a místa pro odpočinek, naopak budeme aktivně podporovat vznik dalších.*“⁵¹

Ve všech případech se jedná o taková tvrzení, pod která by se pravděpodobně podepsala kterákoliv jiná politická strana. V programech totiž nikdy nezaznívá úplné odmítnutí nové administrativní výstavby, ale pouze podmínky, které působí dobře na potenciální voliče. Ti pak mají ve výsledku dojem, že na prvním místě je občan a až po něm jsou zájmy developera. Zajímavé přitom je, že radnice jednotlivých městských částí nemají dostatek pravomocí, aby mohly zásadně ovlivnit podobu jednotlivých stavebních projektů. V tomto ohledu zastává v řadě případů významnější roli Magistrát hl. m. Prahy.⁵² Pokud navíc developer se svým záměrem splní všechny legislativní náležitosti, nemá městská část víceméně žádnou možnost, jak připravovaný projekt odmítnout.⁵³

Dalšími paralelami mezi politickým systémem a developerskými projekty se zabývá například Ondřej Srb ve své diplomové práci *Veřejný zájem, politika a developéři*.⁵⁴

2.2.7 Mediální obraz developerských společností

Ačkoliv mám osobně pocit, že se mediální obraz developerských společností v posledních letech částečně zlepšuje, stále se jedná o obor, který je v mnoha případech komunikován poměrně negativně. Z mého pohledu je to dáno celou řadou důvodů, které se do jisté míry prolínají a ve výsledku ovlivňují to, jak média píšou o developerských společnostech i oblasti developmentu obecně.

Abych navázal na předchozí kapitolu, jedním z ovlivňujících faktorů je též politika, neboť téma rozvoje Prahy či jednotlivých městských částí se často používá v politických

⁵¹ ODS, KDU-ČSL, SVOBODNÍ. *Volební program a programové priority Koalice pro Prahu 3*. Koaliceproprahu3.cz [online]. [Cit. 2021-6-29]. Dostupné z: <http://koaliceproprahu3.cz/program/>.

⁵² PETRNOUŠEK, Vojtěch. *Developéři a developerské projekty v rozvoji měst na příkladu městské části Praha 13* [online]. Praha, 2021 [cit. 2021-7-4]. Dostupné z:

https://is.ambis.cz/th/olw0h/Diplomova_prace_Petrnousek_uco_46436.pdf. Diplomová práce. Ambis vysoká škola, a.s., Katedra regionálního rozvoje. Vedoucí práce doc. RNDr. Jiří Ježek, Ph.D.

⁵³ Osobní konzultace s právníkem Petrem Boudou z Frank Bold Advokáti, datum rozhovoru: 16. 7. 2021.

⁵⁴ SRB, Ondřej. *Veřejný zájem, politika a developéři*. [online]. Praha, 2016 [cit. 2021-7-18]. Dostupné z: https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/82790/DPTX_2015_2_11220_0_321936_0_177251.pdf. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Právnická fakulta. Vedoucí práce JUDr. Mgr. Michal Urban, Ph.D.

kampaních. Projekty, které se nesetkávají s příliš velkou podporou z řad občanů, mohou opoziční politici využívat v předvolebním boji, kdy upozorňují na spolupráci města či městské části s developery. Ti jsou pak v tomto kontextu prezentováni pokud možno co nejhůře – tedy jako zátěž pro území bez přínosu pro místní obyvatele. Na základě této kritiky a upozorňování na jednotlivé projekty se do médií dostávají výstupy, které též ovlivňují celkový mediální obraz developerů. Kontroverzní developerské projekty mohou být zneužity k politické kampani dokonce i mezi magistrátními koaličními partnery, viz například článek *Paktování s developery? Čížinského „překroucení“ naštválo Marvanovou*, který vyšel v červnu 2021 ve webové verzi Pražského deníku.⁵⁵

Dalším úskalím, které v této oblasti vnímám, jsou časté mediální zkratky a zobecňování. Tím, že kromě největších hráčů v oblasti developmentu nejsou názvy menších investorů a developerů prakticky vůbec známé, dochází k tomu, že se pracuje s obecným označením developer, kdy název společnosti ustupuje do pozadí a je mnohdy v článku zmiňován jen okrajově. Nekalé podnikání některých developerů či pouhé realizace záměrů, proti kterým někdo veřejně kriticky vystupuje, tak vrhají špatné světlo na celý obor.

Někteří čtenáři po přečtení negativních titulků mohou nabývat dojmu, že se mezi developery jedná o běžnou praxi, a podobný postoj tak zaujímají ke všem dalším developerským společnostem. Jde například o výstup na iDNES.cz s titulkem *Developer budí rozruch. Staví nebytové prostory, ve kterých lze bydlet*⁵⁶ nebo článek na metro.cz *Z Císařské louky zastavěný ostrov. Proti záměrům developera se staví místní spolky*.⁵⁷

Někdy se nemusí jednat přímo o negativní článek. Stačí i obecnější sdělení, které si však lze vykládat v pejorativním kontextu. Například titulek *Developeri dál drží ceny na rekordech. Nové byty v Praze oproti loňsku opět podražily*⁵⁸ pro někoho může vyznít tak, že za zdražováním nemovitostí je čistě vůle developerů, kteří ceny záměrně zvyšují, aby co

⁵⁵ BERENĚ, Michael. *Paktování s developery? Čížinského „překroucení“ naštválo Marvanovou*.

Prazsky.denik.cz [online]. 27. 6. 2021 [cit. 2021-7-5]. Dostupné z:

https://prazsky.denik.cz/zpravy_region/brand-store-praha-1-parizska-cizinsky-marvanova-developer.html.

⁵⁶ OSOUC, Marek. *Developer budí rozruch. Staví nebytové prostory, ve kterých lze bydlet*. Idnes.cz [online]. 17. 8. 2020 [cit. 2021-7-5]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/brno/zpravy/spor-brno-developer-lekarsky-dum-hippokrates-masarykova-ctvrt-properity-bydleni.A200817_565376_brno-zpravy_krut.

⁵⁷ JAROŠEVSKÝ, Filip. *Z Císařské louky zastavěný ostrov. Proti záměrům developera se staví místní spolky*. Metro.cz [online]. 11. 12. 2019 [cit. 2021-7-5]. Dostupné z: https://www.metro.cz/z-cisarske-louky-zastaveny-ostrov-proti-zamerum-developera-se-stavi-mistni-spolky-gmj-praha.aspx?c=A191210_164205_metro-praha_hyr.

⁵⁸ ČTK, Aktuálně.cz. *Developeri dál drží ceny na rekordech. Nové byty v Praze oproti loňsku opět podražily*. Aktuálně.cz [online]. 23. 7. 2020 [cit. 2021-7-5]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/zlevneni-bytu-se-zatim-nekona-ceny-novych-bytu-naopak-vzrost/r~5f644cf8cbb11eab115ac1f6b220ee8/>.

nejvíce vydělali. Stejně tak článek *Developeri zahušťují za miliardy okolí pražské Vidoule*⁵⁹ může být některými vykládán negativně. Ačkoliv je zahušťování zástavby zcela v souladu se Strategií rozvoje bydlení v hl. m. Praze Institutu plánování a rozvoje hl. m. Prahy, jak jsem již dokládal v kapitole 2.1.3, a pracuje s ním i Metropolitní plán⁶⁰, nejde o přístup, který by byl všemi obyvateli příliš podporován.

Samostatnou skupinou jsou oborová média zaměřená na development, územní rozvoj nebo architekturu. V podobných médiích většinou převládá pozitivní obraz developerských společností, který je však třeba brát s ohledem na charakter těchto titulů s větší rezervou. Současně se nejedná o média, která by oslovovala širokou veřejnost, a většinu obsahu tak konzumují spíše lidé pohybující se v souvisejících oborech. Pro příklad uvádím některé tituly: časopis Development News, magazín Estate, časopis ARCHITECT+, internetový portál archiweb.cz, časopis Urbanismus a územní rozvoj, webový server ASB-portal.cz, tištěný magazín ASB, internetový deník EARCH, časopis Stavebnictví, zpravodajský magazín RETREND, časopis INTRO, internetová televize TVarchitect.com, čtvrtletník Building World nebo internetový časopis Stavební fórum.

V neposlední řadě ovlivňují mediální obraz developerských společností také všechny faktory, kterým jsem se věnoval v předešlých kapitolách – vlastnictví médií, mocenské role, ideologická orientace redakce nebo zpravodajské hodnoty, kdy jakákoliv negativní zpráva z oboru zarezonuje často více než nekonfliktní pozitivní článek o určitém projektu. Jednotlivé teze a teorie se pokusím ověřit v rámci obsahové analýzy vybraných médií v praktické části své bakalářské práce.

⁵⁹ NOVÁK, Daniel. *Developeri zahušťují za miliardy okolí pražské Vidoule*. E15.cz [online]. 22. 10. 2020 [cit. 2021-7-5]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/reality-a-stavebnictvi/developer-zahustuji-za-miliardy-okoli-prazske-vidoule-1374403>.

⁶⁰ KOUCKÝ, Roman. *Územní plán hlavního města Prahy: Metropolitní plán: závazná část: text*. Praha: Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy, 2018, s.10–13.

3 Praktická část

V praktické části navážu na témata, kterými jsem se zabýval v předchozích kapitolách, a pokusím se za pomoci výzkumů ověřit jednotlivé hypotézy a teorie týkající se vztahů mezi médií a oblastí developmentu.

3.1 Metody výzkumu

Praktická část se skládá z celkem tří různých metod výzkumu. První je obsahová analýza, která se zaměří na mainstreamová média, u nichž budu u vybraného časového úseku zkoumat, jak o jednotlivých tématech problematiky píšou. V druhé části provádím kvalitativní analýzu, ve které vycházím z informací získaných z vlastních rozhovorů se zástupci soukromého sektoru, veřejné správy a neziskové sféry. V rozhovorech se zabývám otázkami souvisejícími s analyzovanými tématy i způsobem, jakým média o problematice referují. Poslední aplikovanou metodou je kvantitativní analýza, vyplývající z výsledků vlastního průzkumu realizovaného na reprezentativním vzorku obyvatel hlavního města Prahy. Účastníci průzkumu byli dotazováni na postoje k jednotlivým tématům, které souvisí s developmentem, územním rozvojem a rolí médií v této oblasti.

3.2 Obsahová analýza vybraných médií

Pro obsahovou analýzu jsem se rozhodl zvolit pět titulů z vícero mediálních domů, které představují různorodé názory, zájmy a postoje.

3.2.1 Výběr zkoumaných médií a metodika analýzy

Má kritéria výběru byla následující – chtěl jsem, aby zvolená média patřila mezi významné tituly, které dokážou oslovit značnou část mediálního publika. Mělo by se jednat o tituly, které symbolizují různé vlastnické, ideologické nebo politické směry. Vybraná média by měla pokrývat jak zpravodajskou publicistiku, tak tu názorovou. Současně by mělo jít o média, která jsou pražská, případně celostátní, ale dostatečně podrobně se věnují i událostem v Praze.

Záměrně jsem do analyzovaných médií nezahrnul Českou televizi nebo Český rozhlas, neboť se problematice věnují zpravodajsky a cílem této práce není zkoumání vyváženosti veřejnoprávních médií.

Prvním vybraným mediálním domem je vydavatelství Vltava Labe Media z portfolia skupiny Penta Investments, kterému jsem se věnoval již v kapitole 2.2.3. Důvod výběru je zjevný – snahou je analyzovat, do jaké míry má na obsah vydavatelství vliv jeho vlastnická struktura. Do stejné investiční skupiny totiž spadá i developerská společnost Penta Real Estate. Skupina Penta investuje prostřednictvím fondu, který má více vlastníků, přičemž nejvýraznější osobou je podnikatel Marek Dospiva.⁶¹

Druhým vydavatelským domem, který jsem si pro průzkum vybral, je MAFRA coby největší multimediální společnost v Česku, zahrnující nejčtenější zpravodajský deník Mladá fronta DNES, deník Lidové noviny a současně internetové portály iDNES.cz nebo Lidovky.cz.⁶² MAFRA je členem koncernu AGROFERT, patřícího do svěřenských fondů premiéra Andreje Babiše. Právě ten je označován za koncového příjemce výhod⁶³ a v minulosti se objevilo podezření, že ovlivňuje obsah médií ve vydavatelství MAFRA.⁶⁴

Jako třetí jsem se rozhodl zakomponovat další významný mediální dům, vydavatelství Economia, které vydává deník Hospodářské noviny, týdeníky Ekonom a Respekt a řadu dalších titulů. Provozuje také zpravodajské servery Aktuálně.cz nebo iHNed.cz. Jediným vlastníkem mediálního domu je Zdeněk Bakala.⁶⁵ Podle tvrzení na oficiálním webu Economia ctí svobodnou a odpovědnou žurnalistiku a prostřednictvím své Rady pro redakční

⁶¹ PENTA. *Změny ve vlastnické struktuře skupiny Penta*. PentaInvestments.com [online]. 15. 6. 2021 [cit. 2021-7-6]. Dostupné z: <https://www.pentainvestments.com/cs/press-release/zmeny-ve-vlastnicke-strukture-skupiny-penta-7Fmd2d.aspx>.

⁶² Mediální skupina MAFRA. *O společnosti*. Mafra.cz [online]. [Cit. 2021-7-6]. Dostupné z: <https://www.mafra.cz/o-spolecnosti.aspx>.

⁶³ Reportéři ČT. *Agrofert označil Babiše za příjemce výhod a čeká na další zemědělské dotace*. Ct24.ceskatelevize.cz [online]. 7. 6. 2021 [cit. 2021-7-6]. Dostupné z:

<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3323273-reporteri-ct-agrofert-oznaci-babise-za-prijemce-vyhod-a-ceka-na-dalsi-zemedelske>.

⁶⁴ FROUZOVÁ, Kateřina. *Babiš dál ovládá média. Má vliv na správce svěřenského fondu a majetek může rychle získat zpět, tvrdí úřad v Černošicích*. Ihned.cz [online]. 11. 3. 2019 [cit. 2021-7-6]. Dostupné z: <https://domaci.ihned.cz/c1-66516060-babis-dal-ovlada-media-protize-ma-vliv-na-spravce-sverenskeho-fondu-a-majetek-muze-rychle-ziskat-zpet-pod-kontrolu-tvrdi-urad-v-cernosicich-ziskali>.

⁶⁵ Economia.cz. *Kontakty: Kde nás najdete*. Economia.cz [online]. [Cit. 2021-7-6]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/contact/>.

nezávislost zaručuje čtenářům a veřejnosti, že redaktoři vydavatelství vykonávají svoji práci bez zásahů ze strany vlastníka.⁶⁶

Poslední dvě mediální skupiny jsem se rozhodl vybrat z odlišné kategorie médií – z těch, která nejsou vlastněna žádným z vlivných podnikatelů a měla by tak u nich panovat největší svoboda slova bez dalších ekonomických nebo politických zájmů. Jako nejvhodnější se jeví některé tituly, jež jsem už zmiňoval v kapitole 2.2.3, tedy internetový deník Alarm, portál Echo24.cz, Deník Referendum a Deník N.

Jako čtvrté médium jsem tedy vybral portál Echo24.cz, který je spíše pravicového rázu a ze všech čtyř zmiňovaných titulů je aktuálně nejčtenější.⁶⁷ Ačkoliv se médium zpočátku profilovalo více nezávisle a bez vztahů k vlivným podnikatelům, od dubna roku 2021 je majoritním vlastníkem vydavatelství miliardář Marek Španěl.⁶⁸

Jako páté médium jsem coby protiváhu začlenil online deník Alarm, který nezpracovává informace čistě zpravodajsky, ale věnuje se spíše názorové žurnalistice. Dostupný je na webových stránkách A2larm.cz, spravovaných obecně prospěšnou společností A2, která vydává také kulturní čtrnáctideník A2. Portál funguje primárně díky finanční podpoře čtenářů, kteří zasílají pravidelné či jednorázové příspěvky. Dalším zdrojem financí jsou různé dotační programy.⁶⁹ A2larm.cz se aktivně zabývá sociální tematikou a někdy je označován za krajně levicové, nebo dokonce radikálně levicové médium.⁷⁰

Aby byly výsledky analýzy mezi jednotlivými mediálními domy co nejlépe srovnatelné, rozhodl jsem se u každé společnosti zaměřit pouze na online tituly. V případě vydavatelství Vltava Labe Media jsem logicky zvolil nejrelevantnější portál prazsky.denik.cz. U mediálního domu MAFRA jsem vybral server iDNES.cz včetně všech jeho relevantních podsekcí. Za Economii je to nejnavštěvovanější online médium Aktuálně.cz. A v případě Echa24 a Alarmu jde o portály Echo24.cz a A2larm.cz.

⁶⁶ *Economia.cz. Odpovědnost: Odpovědná žurnalistika.* Economia.cz [online]. [Cit. 2021-7-6]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/odpovedna-zurnalistika/>.

⁶⁷ *Echo24.cz. Výzkum: Echo má vzdělané čtenáře, oceňují jeho nezávislost a důvěryhodnost.* Echo24.cz [online]. 11. 12. 2020 [cit. 2021-7-10]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/SRize/vyzkum-echo-ma-vzdelane-ctenare-ocenuji-jeho-nezavislost-a-duveryhodnost>.

⁶⁸ *Echo24.cz. Nový majitel Echa: Marek Španěl koupil podíly od Rudolfa Ovčářího.* Echo24.cz [online]. 15. 4. 2021 [cit. 2021-7-10]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/SghLi/novy-majitel-echa-marek-spanel-koupil-podily-od-rudolfa-ovcariho>.

⁶⁹ *A2larm.cz. O nás.* A2larm.cz [online]. [Cit. 2021-7-11]. Dostupné z: <https://a2larm.cz/o-nas/>.

⁷⁰ *BOROVAN, Aleš. Vydavatel radikálního webu A2larm.cz a časopisu A2 dostal od ministerstva další miliony.* Borovan.cz [online]. [Cit. 2021-7-12]. Dostupné z: https://www.borovan.cz/hraci_dne/vydavatel-radikalniho-a2larm-cz-a-casopisu-a2-dostal-od-ministerstva-dalsi-miliony.

Nyní stručně představím metodiku zpracování jednotlivých článků. Zkoumané období jsem si stanovil na první pololetí roku 2021, tedy od 1. 1. do 30. 6. 2021. Tento časový úsek by měl stačit k získání dostatečného množství materiálů. Rád bych ale podotkl, že ačkoliv je půl roku poměrně velký časový úsek, v oboru developmentu je to stále relativně krátká doba. Některé projekty se mohou připravovat klidně i více než deset let a z analýzy tak mohly kompletně vypadnout některá témata, lokality nebo developerské společnosti, u nichž za tuto dobu nedošlo k žádným významným změnám, které by byly v médiích dostatečně reflektovány.

U analýzy článků jsem se zaměřil na několik oblastí. V první řadě mě zajímalo celkové vyznění problematiky rozvoje nebo konkrétního developerského záměru, pokud se daný výstup soustředil na jednu určitou stavbu. Hodnotil jsem, zdali je vyznění pozitivní, negativní, nebo neutrální. Články, které představovaly určitý projekt v nejlepším možném světle nebo u obecnějších výstupů v případě rozvoje dávaly důraz primárně na jeho přínosy, jsem označoval jako pozitivní. Naopak ty, které upozorňovaly na kritiku developerských projektů nebo varovaly před problémy spojenými s rozvojem, jsem zaznamenal jako negativní. Zbývající výstupy, které téma popisovaly pouze informativně, výrazně se nepřikláněly na žádnou stranu nebo v nich byly jednotlivé názory dostatečně vyvážené, jsem považoval za neutrální.

Dále jsem chtěl v určité podobě začlenit výzkum tematické agendy, který je důležitou součástí obsahové analýzy.⁷¹ Vymezil jsem si tři hlavní oblasti témat, u kterých jsem chtěl zkoumat, do jaké míry se jim konkrétní média věnují. Prvním tématem byla dostupnost bydlení a vše s tím související – analýzy cen nebo například obecně problematika zdražování. Druhým okruhem byly developerské záměry a konkrétní rozvojové oblasti. Jako třetí téma jsem si definoval články spojené s novým stavebním zákonem. Zbývající výstupy jsem zařadil do skupiny „jiná témata“.

V samostatné sekci jsem se zaměřil na to, zdali je v článku zmíněn argument pomalých či komplikovaných povolovacích procesů, které ovlivňují růst cen nemovitostí. U tohoto argumentu, kterému jsem se věnoval už v kapitole 2.2, mě zajímalo, zdali se v médiích i nadále vyskytuje a případně do jaké míry.

⁷¹ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 99–115.

Zkoumal jsem také, které konkrétní developerské společnosti jsou ve výstupech zmiňovány, ať už v podobě citací, popisu, nebo jen jejich výčtu. U těchto developerů jsem pak v další kategorii samostatně hodnotil jejich celkové vyznění. Tedy zdali po přečtení celého článku působí v daném kontextu spíše pozitivně, negativně, nebo neutrálně. Pokud byla například zmiňována převážně kritika, vyznění jsem označil za negativní. V případě výrazného chválení projektu nebo upřednostňování jeho přínosů jsem vyznění označil jako pozitivní. A u zbývajících případů, kdy bylo postavení developera vyvážené nebo byl v článku jmenován bez dalších souvislostí a citového zabarvení, jsem vyznění označoval za neutrální. Poslední kategorií, na kterou jsem se v analýze zaměřil, byly hlubší souvislosti. Tedy zdali se daný výstup tématu věnoval jen v obecné rovině, nebo jestli problematiku rozebíral v opravdu velkém detailu nad rámec klasické zpravodajské žurnalistiky, kdy popisoval jednotlivé souvislosti, vztahy, paralely a představoval informace z oboru developmentu, které nebývají v klasických výstupech prezentovány.

K vyhledání zkoumaných článků jsem využil online databáze mediálního archivu NewtonOne od české společnosti Newton Media.⁷² V archivu jsem si u jednotlivých titulů ve zvoleném časovém období vybral všechny články, jež obsahují některé z relevantních klíčových slov – development, developer, developerský projekt, výstavba, stavební projekt – včetně všech tvarů a variant skloňování. Vzhledem k tomu, že jsem chtěl zkoumat primárně situaci developmentu v Praze, jsem si nadeřinoval i druhou podmínku, aby se v článku v kterémkoliv tvaru objevoval název hlavního města. Celkem jsem touto cestou dohledal několik stovek článků.

Postupně jsem odfiltroval veškeré duplikace, placené inzerce a příspěvky, které se nijak netýkaly pražského realitního developmentu. Vyřadil jsem také všechny retrospektivní články, jež se nevěnovaly aktuálním projektům nebo obecně otázkám rozvoje, ale například mapovaly historii budov a čtvrtí z minulého století. Do analýzy jsem nezahrnoval ani články, kde byl development zmiňován pouze okrajově a nebylo tak možné posuzovat zvolená kritéria, případně výstupy, které se týkaly nerealitních staveb, jako jsou třeba dopravní projekty.

Celkem jsem nakonec podrobně analyzoval 153 článků, přičemž 46 z nich připadalo na prazsky.denik.cz, 32 na iDNES.cz, 39 na Aktuálně.cz, 17 na Echo24.cz a 19 na A2larm.cz.

⁷² *Newton Media*. Newtonmedia.cz [online]. [Cit. 2021-7-11]. Dostupné z: <https://www.newtonmedia.cz/>.

3.2.2 Výsledky obsahové analýzy

Obsah zkoumaných médií byl poměrně rozmanitý, což v této kapitole postupně představím v rámci jednotlivých výsledků analýzy.

Začněme rovnou s celkovým vyzněním developmentu či konkrétního stavebního projektu. U čtyř z pěti zkoumaných médií výrazně převládaly výstupy, kde projekty a problematika rozvoje vyznívaly neutrálně. Jednalo se primárně o pravidelné analýzy trhu, kde byla výstavba zmiňována jako jeden ze souvisejících elementů. Dále se jednalo o zpravodajské články k různým stavebním projektům nebo dalším tématům, ve kterých byly informace vhodně vyvážené.

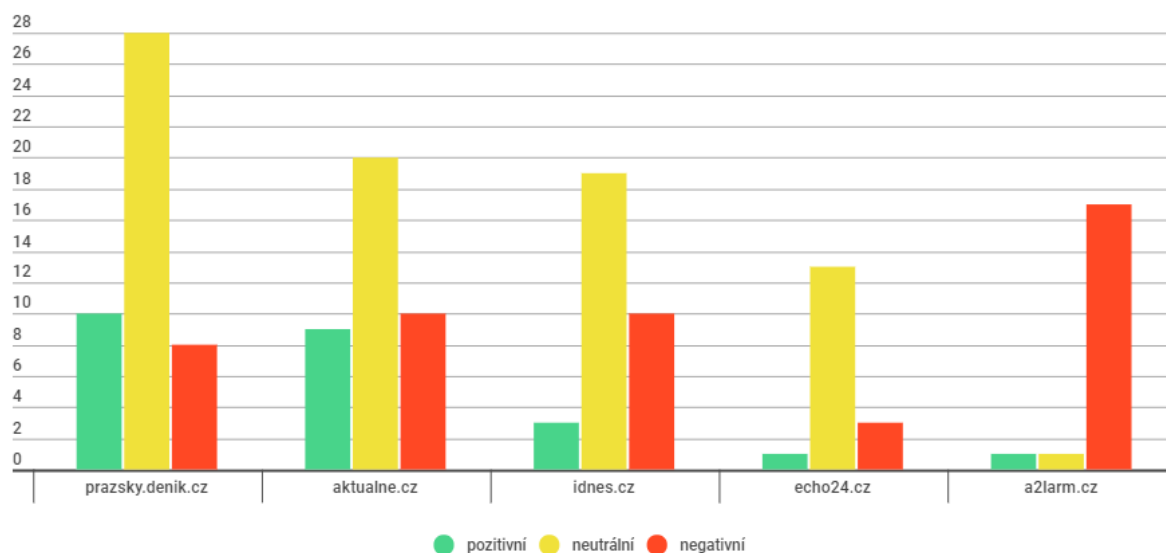
Jediným médiem, kde naopak velmi výrazně převládal počet negativních výstupů, byl portál A2larm.cz, v jehož případě bylo z celkového počtu 19 článků celkem 17 výrazně negativních a kritických k oboru, ale hlavně k vybraným developerským projektům a společnostem. To je dáno předně tím, že Alarm nezpracovává tato témata čistě zpravodajsky, ale věnuje se problematice komplexně – často s ohledem na politické, sociální a ekonomické aspekty. Dalším důvodem je též fakt, že na portálu publikují své názorové články i externí autoři, často členové různých spolků (například Arniky), kteří zmíněné médium používají coby platformu, jak upozornit na problematiku, kterou se aktivně zabývají. Některé kritické články však vydali i samotní redaktoři Alarmu – v jednom z textů se například píše: *„I tato čtvrť tedy působí jako luxusní nový distrikt, díky kterému budou vlastníci pozemků vydělávat na drahých bytech, a stávajícím obyvatelům přinese pouze víc dopravy pod okny. Na Žižkově má město ještě menší kousek území, drtivou většinu si rozdělí Sekyra Group, Central Group, Penta, Finep a Trei Real Estate. Proč to zastavovat tak moc, proč stavět tolik bytů? Developer řekne ‚my vám tady postavíme, co chceme‘, a vy to odsouhlasíte.“*⁷³

V případě portálů iDNES.cz, Echo24.cz a Aktuálně.cz jsou po neutrálních výstupech nejčastěji zastoupeny články negativní a nejméně je tu článků pozitivních. Naopak u webu prazsky.denik.cz převládají o dva výstupy články pozitivní.

V procentuálním vyjádření je vyznění článků v jednotlivých médiích následující: na serveru prazsky.denik.cz bylo 22 % výstupů pozitivních, 61 % neutrálních a 17 % negativních. Na portálu Aktuálně.cz bylo 23 % výstupů pozitivních, 51 % neutrálních a 26 % negativních.

⁷³ ZABLOUDILOVÁ, Táňa. „Bude tam jen to, co nadiktoval developer?“ Žižkovští chtějí ovlivnit vývoj své čtvrti. A2larm.cz [online]. [Cit. 2021-7-12]. Dostupné z: <https://a2larm.cz/2021/02/bude-tam-jen-to-co-nadiktoval-developer-zizkovsti-chteji-ovlivnit-vyvoj-sve-ctvrti/>.

Na iDNES.cz bylo pouze 10 % výstupů pozitivních, 59 % neutrálních a 31 % negativních. Portál Echo24.cz měl 6 % článků s pozitivním vyzněním, 76 % s neutrálním a 18 % s negativním. A jak jsem již zmiňoval, u serveru A2larm.cz byl výsledek výrazně odlišný – 90 % článků bylo negativních a pouze 5 % neutrálních a 5 % pozitivních. Podrobné výsledky jsou k dispozici v následujícím grafu.



Graf 1 Vyznění rozvoje či konkrétního záměru ve zkoumaných médiích. Zdroj: vlastní analýza

V rámci výzkumu tematické agendy jsem se zaměřil na časté oblasti, kterým se jednotlivé výstupy věnovaly. Definoval jsem tyto možnosti: dostupnost bydlení, stavební záměry a stavební zákony. Ostatní výstupy, které se netýkaly žádné z těchto tří oblastí, jsem označil jako „jiná témata“.

Pořadí převažujících témat se u jednotlivých médií lišilo. V případě serveru prazsky.denik.cz nejvíce výstupů patřilo do kategorie „jiná témata“. U portálů Aktuálně.cz, iDNES.cz a Echo24.cz převažovalo téma dostupnosti bydlení. Web A2larm.cz se pak nejvíce věnoval konkrétním developerským projektům a rozvojovým oblastem.

Nejméně zastoupeným tématem byl u všech pěti sledovaných médií nový stavební zákon. Nejde však o to, že by se daná média stavebnímu zákonu dostatečně nevěnovala, ale většina výstupů se jím nezabývala v souvislosti s pražským developmentem. Podle pravidel definovaných v úvodu článku musely obsahovat klíčová slova „Praha“, „pražský“ apod. Do analýzy jsem tak zařadil jen ty výstupy, které se kromě nového stavebního zákona

zabývaly také vazbami k Praze nebo obsahovaly například vyjádření pražské politické reprezentace.

V procentuálním vyjádření pak bylo zastoupení jednotlivých témat následující: v případě serveru prazsky.denik.cz bylo 15 % výstupů zaměřeno na dostupnost bydlení, 33 % na developerské projekty, 6 % na nový stavební zákon a 46 % na jiná témata. U Aktuálně.cz se 38 % článků zabývalo dostupností bydlení, 26 % konkrétními stavebními projekty, 5 % novým stavebním zákonem a 31 % pak dalšími tématy. Web iDNES.cz měl 41 % článků o dostupnosti bydlení, 28 % o stavebních projektech, 3 % o stavebním zákoně a 28 % o jiných tématech. V případě portálu Echo24.cz bylo 50 % výstupů o dostupnosti bydlení, 33 % o developerských projektech, 6 % o stavebním zákoně a 11 % o dalších tématech. A u posledního sledovaného média, kterým byl A2larm.cz, bylo 16 % článků zaměřeno na dostupnost bydlení, 53 % na konkrétní projekty a rozvojové oblasti, 5 % na nový stavební zákon a 26 % na jiná témata.

Na těchto číslech je tak přesně vidět, že zatímco servery Aktuálně.cz, iDNES.cz nebo Echo24.cz se věnují dané problematice z velké části zpravodajsky – vydávají aktuální analýzy trhu, přebírají tiskové zprávy nebo sledují pravidelná témata, portál prazsky.denik.cz se mnohem více zaměřuje na jednotlivé developerské záměry a další méně běžná témata. Informuje tak například o výsledcích realitních soutěží, o využití brownfieldů, o metropolitním plánu nebo o vývoji projektů, které se ve zbývajících médiích neobjevují. Mezi ty patří například výstavba na parcelách bývalého Transgasu v režii PSN, realizace čtvrti Nový Opatov pod taktovkou společností Finep a Reflecta Development nebo projekty Office Center Strakonická a Bydlení u Císařské louky od UDI Group.

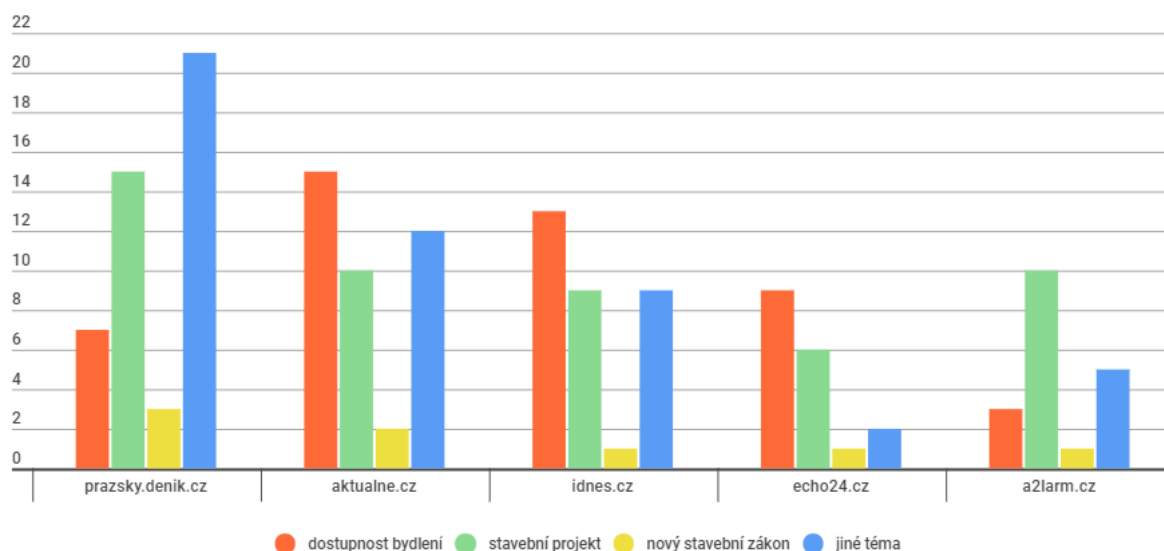
Je tak zřejmé, že Deník se problematikou a jednotlivými projekty zabývá mnohem detailněji a ve větší míře. Řadu článků v tomto případě píše novinářka Denisa Holajová (aktuálně již působící v ekonomickém deníku E15⁷⁴), která je též autorkou většiny výstupů zaměřených na projekty developerské společnosti Penta Real Estate. Některé z nich se věnují tématům, která se v dalších sledovaných médiích neobjevují vůbec nebo jen ve velmi stručné podobě.

⁷⁴ E15.CZ. *Boom nákupních center končí, už na ně není místo, říká realitní expertka E15 Denisa Holajová.* E15.cz [online]. 21. 6. 2021 [cit. 2021-7-22]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/podcasty/e15-cast/boom-nakupnich-center-konci-uz-na-ne-neni-misto-rika-realitni-expertka-e15-denisa-holajova-1381504>

Jde například o články *Neutěšený stav okolí Masarykova nádraží se změní. Zvelebí ho nové náměstí*⁷⁵ nebo *Proměnu Florence určí mezinárodní soutěž*.⁷⁶

V důrazu na problematiku obecně, a zvláště na projekty Penta Real Estate tak můžeme sledovat paralelu s vlastnictvím média, které patří do stejné skupiny jako zmiňovaná developerská společnost.

Podrobně se konkrétním developerským záměrům věnuje také server A2larm.cz, který však primárně upozorňuje na jejich úskalí, rizika a nešerí kritikou vůči městu nebo konkrétním společnostem. S čímž samozřejmě souvisí i celkové vyznění jednotlivých článků, jak jsem již popisoval na předchozích stránkách. Detailní výsledky opět přikládám v následujícím grafu.



Graf 2 Zastoupení jednotlivých témat ve zkoumaných médiích. Zdroj: vlastní analýza

Mimo tato vybraná témata jsem se současně zaměřil na to, zdali je v člancích zmiňován argument pomalých schvalovacích procesů, které mají podle developerů zásadní vliv na vzrůstající ceny nemovitostí. V případě serveru prazsky.denik.cz bylo toto téma zmíněno u 11 % všech výstupů, na portálu Aktuálně.cz u 8 % článků, v případě iDNES.cz se tento

⁷⁵ HOLAJOVÁ, Denisa. *Neutěšený stav okolí Masarykova nádraží se změní. Zvelebí ho nové náměstí*. Prazsky.denik.cz [online]. 16. 4. 2021 [cit. 2021-7-17]. Dostupné z: <https://prazsky.denik.cz/podnikani/namesti-masarykovo-nadrazi-penta-zaha-hadid-developer-bulvar-strom.html>.

⁷⁶ HOLAJOVÁ, Denisa. *Proměnu Florence určí mezinárodní soutěž*. Prazsky.denik.cz [online]. 23. 3. 2021 [cit. 2021-7-17]. Dostupné z: <https://prazsky.denik.cz/podnikani/florenc-autobusove-nadrazi-mezinarodni-soutez-praha-penta.html>.

argument objevil jen ve 3 % článků. U serveru Echo24.cz bylo zastoupení tohoto výroku největší, odpovídalo 29 % ze všech výstupů. A na stránkách A2larm.cz se pomalé schvalovací procesy objevily v 11 % článků. V případě A2larm.cz je však třeba podotknout, že pomalé schvalovací procesy jsou zmiňovány v docela jiném kontextu – tedy že jde o oblíbený argument developerů, kterým se upozadňují jiné problémy.

Celkově však tento argument nebyl zmiňován až tak často, jak jsem původně předpokládal a popisoval například v kapitole 2.2.2. Osobně si to vysvětluji jednak užším výběrem sledovaných článků, kam nebyly zahrnuty celostátní výstupy, které se nezabývaly výstavbou v Praze. Právě v článcích zaměřených například na nový stavební zákon nebo zdražování nemovitostí v České republice obecně dostávají zástupci developerských společností více prostoru a mohou tak na tento problém upozorňovat. Dalším důvodem může být částečné upozadění tohoto aspektu například v kontextu prudkého zdražení některých stavebních materiálů, které v řádu několika týdnů zdražily klidně i o desítky až stovky procent.⁷⁷

A2larm.cz ve výzkumu vyčníval ještě v jedné další oblasti. V rámci obsahové analýzy jsem též sledoval, zdali jsou v některých mediálních výstupech rozebírány hlubší souvislosti, které se v běžných článcích z oblasti developmentu nevyskytují. A2larm.cz byl totiž jediným z pěti analyzovaných médií, kde byly tyto souvislosti v detailním měřítku hned v několika případech rozebírány – například ve formě podrobné historie území a vlastnických vztahů, návazností na politiku a zpracované územní studie nebo v podobě dalších detailů nad rámec běžné zpravodajské žurnalistiky. U zbývajících čtyř médií jsem nezaznamenal jediný podobný článek. Dá se tedy říct, že A2larm.cz informuje i o takových podrobnostech, které čtenáři v tradičních mainstreamových médiích nenajdou. Současně platí, že i do těchto hlubších souvislostí se propsal rukopis redaktorů A2larm.cz a jejich spolupracovníků. Jedná se tedy především o takové paralely daných záměrů, ve kterých je poukazováno na negativní dopady výstavby, sociální roviny nebo problematické prodeje pozemků v uplynulých dekádách.

Poslední oblastí obsahové analýzy je zastoupení konkrétních developerských společností a jejich celkové vyznění. Nejčastěji se v monitorovaných článcích objevily společnosti Central Group (25 zmínek), Penta Real Estate (20 zmínek), Sekyra Group (15 zmínek)

⁷⁷ GINTER, Jindřich. *Ceny stavebních materiálů skáčou po dnech, jekly zdražily už o 150 procent*. Novinky.cz [online]. 14. 6. 2021 [cit. 2021-7-18]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/ceny-stavebnich-materialu-skacou-po-dnech-jekly-zdrazily-uz-o-150-procent-40363281>.

a Trigema (13 zmínek). Dalšími investory, kteří byli v médiích také hojně zastoupeni, byli Skanska Reality (8 zmínek), R2G (8 zmínek) a Finep (7 zmínek). Zbývající společnosti byly již zmiňovány pouze čtyřikrát a méně – jednalo se o EP Real Estate, PSN, CPI Property Group, KKCG Real Estate, Karlín Group, Trei Real Estate, Lighthouse Group, JRD, Landia Management, Kaprain, Ekospol, Getberg, V Invest, UDI, Acord Invest, YIT, Geosan Development, HB Reavis, Velska, Odien Group a Reflecta Development.

Společnosti byly ve většině případů prezentovány v neutrálním kontextu, často se jednalo o různé citace nebo zmínky v souvislosti s plánovanými projekty. Firmy Trigema, Skanska Reality a Central Group dosáhly také většího množství mediálních výstupů díky pravidelným analýzám, které společně vydávají a média je následně na základě publikovaných tiskových zpráv dále přebírají. Mimo to je společnost Central Group hojně citována u řady obecnějších témat, jako je právě nový stavební zákon, kontribuce developerů nebo problematika dostupnosti bydlení. Tyto citace a zmínky byly v drtivé většině též neutrální. Pouze výjimečně byly některé výstupy výrazně pozitivní či výrazně negativní. Toto pravidlo však neplatilo v případě článku na serveru A2larm.cz, kde z celkového počtu 21 zmínek developerů bylo 20 negativních a pouze jedna neutrální.

Další společností, která výrazně vybočovala ze statistik, byla R2G. Nejedná se přímo o developerskou společnost, spíše o investiční fond, který spravuje prostředky rodin Pavla Baudiše a Eduarda Kučery, spoluzakladatelů antivirové firmy Avast a dále podnikatele Oldřicha Šlemra.⁷⁸ Aktivity společnosti R2G sahají do různých oborů, ale v kontextu analýzy se jednalo pouze o výstupy spojené s redevelopmentem bývalého hotelu InterContinental v Praze, který fond vlastní a přestavuje. Ze všech osmi zmínek však bylo sedm negativních s ohledem na plány investorů, které kromě rekonstrukce zmíněného hotelu současně počítají s výstavbou nové budovy označované jako Brand Store, která má být umístěna na náměstí Miloše Formana.⁷⁹ Právě tato nová budova se stala terčem místních obyvatel, spolků i části politické reprezentace, což ve výsledku ovlivnilo podobu mediálních výstupů.

⁷⁸ MERTOVIÁ, Jana. *Pět miliard pro Rohlík. Investovali do něj i miliardáři Kučera, Baudiš a Šlemr.* Forbes.cz [online]. 2. 3. 2021 [cit. 2021-7-17]. Dostupné z: <https://forbes.cz/5-miliard-pro-rohlik-investice-podpori-i-planovany-vstup-do-nemecka/>

⁷⁹ BERENĚ, Michael. *Kocourkov, nebo spíš Palermo? Pražané se bouří proti „černé“ stavbě u hotelu.* Denik.cz [online]. 18. 2. 2021 [cit. 2021-7-18]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/regiony/staromestska-brana-obcane-prahy-1-stavba-hotel-intercontinental-parizska.html>.

Společností, která v médiích dosáhla největšího počtu pozitivních výstupů, je Penta Real Estate. V jejím případě bylo celkem 26 % všech výstupů pozitivních, 63 % neutrálních a jen 11 % negativních, přičemž negativní výstupy se objevily pouze na serveru A2larm.cz. Čtyři z pěti pozitivních výstupů byly publikovány na stránkách prazsky.denik.cz, tedy v médiu, které může mít na podobu výstupů přímý vliv. Pátý pozitivní výstup byl zveřejněn na serveru Aktuálně.cz. Výrazným rozdílem v podobě článků Deníku oproti jiným portálům bylo upozorňování, respektive kompletní vynechání jakýchkoliv kritických zmínek. Například po zahájení výstavby projektu Masaryčka zveřejnil server Echo24.cz článek, kde byly mimo jiné zahrnuty i tyto informace: „*Ohledně zástavby Penty kolem Masarykova nádraží se v poslední době objevily spory. Kritizovala ji například opozice v Praze 1, Český národní komitét Mezinárodní rady památek a sídel (ICOMOS), Národní památkový ústav a Klub za starou Prahu.*“⁸⁰

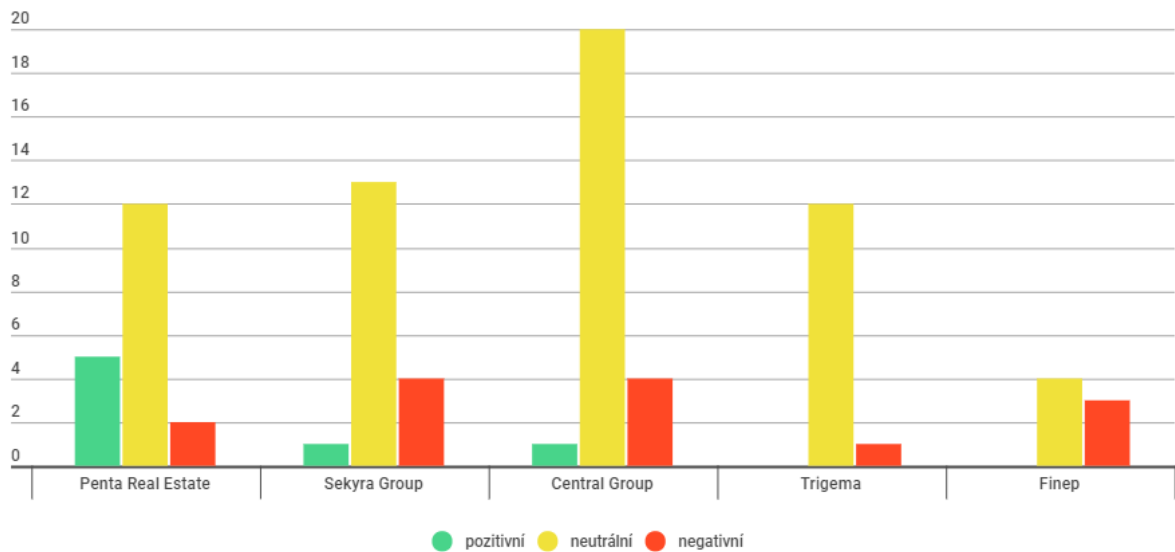
Oproti tomu ve výstupu na stránkách prazsky.denik.cz, který obsahuje z velké části stejné informace, chybí jakákoliv kontroverze a naopak je tu doplněna další pozitivní citace, která vznikající projekt vychvaluje.⁸¹ V případě Deníku tedy nelze vliv vlastnictví přehlédnout. Současně se nemusí jednat pouze o pozitivní mediální výstupy o Penta Real Estate, ale také o upozorňování na témata a oblasti, které jsou v zájmu celé skupiny. Což ve výsledku potvrzuje moje domněnky z kapitoly 2.2.3 a současně názorně dokládá teorie, kterými se Denis McQuail zabývá v publikaci *Úvod do teorie masové komunikace*.⁸²

Do následujícího grafu jsem doplnil několik často citovaných a zmiňovaných developerských společností a zaznačil vyznění jejich mediálních výstupů.

⁸⁰ ČTK, Echo24. *Moderní vstupy do metra a více zeleně. Penta zahájila stavbu z dílny Zahy Hadidové.* Echo24.cz [online]. 18. 2. 2021 [cit. 2021-7-18]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/SkPjt/moderni-vstupy-do-metra-a-vice-zelene-penta-zahajila-stavbu-z-dilny-zahy-hadidove>.

⁸¹ HOLAJOVÁ, Denisa. *Proměna okolí Masarykova nádraží začala. První domy otevřou za dva roky.* Prazsky.denik.cz [online]. 19. 2. 2021 [cit. 2021-7-18]. Dostupné z: <https://prazsky.denik.cz/podnikani/masarykovo-nadrazi-penta-zaha-hadid-developer-vystavba-florenc-povoleni.html>.

⁸² MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009, s. 289–290.



Graf 3 Vyznění konkrétních developerských společností ve zkoumaných médiích. Zdroj: vlastní analýza

3.3 Kvalitativní analýza

V rámci kvalitativní analýzy jsem se rozhodl absolvovat rozhovory se zástupci jednotlivých zájmových stran – veřejného, neziskového a soukromého sektoru. Tento typ výzkumu umožní další, detailnější vhled do problematiky a měl by současně potvrdit nebo vyvrátit mé osobní poznatky a výklady z teoretické části této práce. Jednotlivé osoby jsem proto vybíral tak, aby danou oblast reprezentovaly co nejlépe a jejich výroky měly pro účely kvalitativní analýzy největší výpovědní hodnotu.

3.3.1 Volba respondentů pro rozhovory

Za veřejný sektor jsem oslovil doc. Ing. arch. Petra Hlaváčka, který je respektovaným architektem a urbanistou a v současné pražské radě zastává pozici prvního náměstka primátora pro oblast územního rozvoje a územního plánu. V letech 2015 až 2016 působil jako ředitel Institutu plánování a rozvoje hl. m. Prahy. Za veřejnou správu je to tedy nejrelevantnější osoba, na kterou jsem se mohl obrátit.⁸³

⁸³ Headhand Architekti. *Petr Hlaváček*. Headhand.cz [online]. [Cit. 2021-6-13]. Dostupné z: http://www.headhand.cz/petr_hlavacek.

Za neziskový sektor jsem se rozhodl kontaktovat spolek Arnika, který je v České republice z mého pohledu nejznámější a nejvýraznější organizací zabývající se životním prostředím. Arnika je současně aktivní v oblastech urbanismu, ochrany zeleně ve městech, územního plánování a velmi aktivně se v případě Prahy zapojuje do připomínkování územních studií a konkrétních stavebních záměrů. Na rozhovoru jsem se domluvil s Mgr. Václavem Orcígre, který v Arnice působí jako vedoucí kampaně Praha – město pro život.⁸⁴

Ze soukromého sektoru jsem se obrátil na Asociaci developerů, která je hlavní profesní organizací zastupující více než 30 developerských společností působících v České republice. Do asociace patří například developeri z koncernů Skanska, Finep, Crestyl, AFI Europe, JRD Development, Passerinvest Group, Karlín Group nebo J&T Real Estate. Rozhovor se mi podařilo domluvit s ředitelem Asociace developerů Ing. Tomášem Kadeřábkem.⁸⁵

3.3.2 Rozhovory se zástupci jednotlivých sektorů

Všem třem respondentům jsem v rámci určitých okruhů pokládal stejné či podobné otázky, současně jsem se však zaměřil na taková témata, která jsou relevantní s ohledem na jejich profesní působení.

Jednou z prvních oblastí, o které jsem se všemi respondenty hovořil, byl jejich odborný pohled na postavení médií v kontextu problematiky developmentu a územního rozvoje a to, zdali se podle jejich názoru média v odpovídající míře věnují jednotlivým tématům a zdali jsou objektivní.

Pan náměstek Hlaváček je toho názoru, že s ohledem na fakt, že se jedná o vážnou oblast, která ovlivňuje životy všech, média postupují velmi nesystematicky: „*Málo lidí se tomu věnuje soustavně. Teď například je vážné téma nový stavební zákon, který je v médiích útržkovitě, střípkovitě a zjednodušeně. Na jednu stranu je to pochopitelné, protože se jedná o těžké téma. Na druhou stranu to ovlivní životy všech mnohem více než třeba jednotlivá stavba, která se někomu nelíbí a které je dost často věnováno více prostoru.*“⁸⁶ Jako příklad pan Hlaváček uvádí právě kauzu okolo bývalého hotelu InterContinental. Tato kauza je

⁸⁴ Arnika. *Lidé v Arnice: Mgr. Václav Orcígr*. Arnika.org [online]. [Cit. 2021-6-13]. Dostupné z: <https://arnika.org/vaclav-orcigr>.

⁸⁵ Asociace developerů. *Členové*. Wedevelop.cz [online]. [Cit. 2021-6-13]. Dostupné z: <https://www.wedevelop.cz/clenove/>.

⁸⁶ Osobní rozhovor s doc. Ing. arch. Petrem Hlaváčkem, datum rozhovorů: 22. 6. 2021 a 2. 7. 2021.

podle něj v médiích soustavně sledovaná kvůli lobbistickým zájmům. Přitom se podle něj mediální výstupy o hotelu míjejí s podstatou problému: „*V tom celém procesu se člověk nedozví, že je to téma ideologií. Jestli je to zastavitelný blok, který byl dříve zbouraný, nebo je to vydržené právo toho náměstí. Jde tedy o ideovou rozvahu, co má větší váhu.*“⁸⁷

Pan Orcígr z organizace Arnika zase primárně poukazuje na to, že média přebírají dominantní diskurz o tom, že se málo staví a že jsou složité povolovací procesy. Čemuž sice podle něj nejde oponovat, neboť procesy jsou skutečně komplikované, ale současně upozorňuje, že chybí dostatek podrobných dat o tom, co je příčinou zdržování procesů. Též zdůrazňuje, že soukromý sektor má obrovskou lobbistickou moc.

Pan Kadeřábek z Asociace developerů si naopak myslí, že se média této problematice věnují dostatečně a společensky téma územního rozvoje hodně rezonuje. Možné vylepšení vidí v tom, aby se v médiích neobjevovaly nepravdivé informace a zveřejňovaly se věci tak, jak opravdu jsou: „*Ne všem médiím se daří k věcem přistupovat objektivně. A některá média sklouzávají k otřepaným klišé jako například, že si developeri sami napsali stavební zákon.*“⁸⁸

V této souvislosti jsem se všemi respondenty mluvil o tématech z oblasti rozvoje měst, která jsou podle nich v médiích málo zastoupená. Zajímala mě hlavně složitější témata nad rámec zpravodajské žurnalistiky.

Pan Kadeřábek souhlasí s tím, že složitější problémy v médiích chybí. V jejich případě se už nejedná o základní informovanost, ale o zpracování na úrovni rozboru, k čemuž ne každý v médiích má dostatek času: „*Dnešní doba je rychlá a média nemají prostor, aby se tomu věnovala. Je to spíše záležitost odborných institucí, jako je Asociace developerů, které musí informace zpracovávat a přijatelnou formou je zveřejňovat.*“⁸⁸ Problém podle něj spočívá také v tom, že toto téma je velmi složité a veřejnost nemá dostatečnou odbornou znalost. Dokonce i odborníci, kteří se v oblasti developmentu pohybují celý život, mají často problém něco detailně popsat.

Ve zpravodajském zpracování médií vidí problém i pan Hlaváček, který tvrdí, že tato témata mnohdy nejde lidem jednoduše vysvětlit a média bývají málo kvalifikovaná. Poukazuje na to, že dříve se na průlomových článcích pracovalo mnohem déle, ale dnes je na média vyvíjen stále větší konkurenční tlak. Podle Hlaváčka se lidé, kteří problematice rozumí více,

⁸⁷ Osobní rozhovor s doc. Ing. arch. Petrem Hlaváčkem, datum rozhovorů: 22. 6. 2021 a 2. 7. 2021.

⁸⁸ Osobní rozhovor s Ing. Tomášem Kadeřábkem, datum rozhovoru: 16. 6. 2021.

přesunou spíše jinam než do novin. V jiných zemích je podle něj úroveň debaty vyšší, platí to třeba i u televizních diskusí, kam jsou zvaní hosté, co umí sdělit nějaký důležitý obsah.

Podle pana Orcígra v mediálním prostoru chybí také otázka klimatické krize, která se úzce dotýká měst, a to i související problémy, třeba jak tomu ve městech předcházet v případě automobilové dopravy, průmyslových provozů nebo s ohledem na energetiku budov. „*Beru klimatickou krizi a bydlení jako dvě hlavní témata, která v tuto chvíli urbanismus a územní rozvoj musí řešit. To jsou ty nejpálčivější problémy, kterými se nejenom česká města aktuálně zabývají.*“⁸⁹ Klimatická krize je podle pana Orcígra tématem, které podobně jako třeba bydlení není vázáno na ekonomické parametry, jež vedou dominantní debatu. Debata se podle něj orientuje podle toho, jakým způsobem to bude nebo nebude ekonomicky výhodné.

Pan Hlaváček souhlasí, že stavění a rozvoj jsou úzce propojené s otázkami udržitelnosti a klimatu. Na tuto problematiku se však dívá z trochu jiného úhlu: „*Je tu vyvolaný problém, že se tyto otázky staví do protikladu s rozvojem. Rozvoj je ale právě toho nezbytnou součástí.*“⁹⁰ K tomu ale zdůrazňuje, že otázky znečištění nebo klimatu nepodceňuje. Myslí si však, že článků o klimatu je spousta, ale jen málo z nich to propojují se skutečností, že se přirozené procesy nedají demokratickými cestami zastavit, protože lidí bude stále přibývat nebo se budou chtít stěhovat do měst. Novináři tak podle pana Hlaváčka hledají zajímavá témata, která se však staví spíše proti rozvoji. Čtyři zásadní problémy dnešní společnosti shledává právě v oblastech urbanizace, stárnutí obyvatel, změny technologie a změny klimatu. A všechna tato témata se spojují v otázce rozvoje. Média však řadu témat zpracovávají plytce a vše ukazují na konkrétních projektech, ale nikoliv na principech.

V další části rozhovorů jsem se zaměřil na zdražování nemovitostí a na to, které jednotlivé důvody se objevují v médiích. Chtěl jsem si tak ověřit svoje teorie, které jsem představil v kapitolách 2.2.1 a 2.2.2 týkající se častého zmiňování pomalých povolovacích procesů. S nedostatečnou výstavbou nových bytů a související délkou a komplikovaností územního i stavebního řízení totiž pracuje jako s jedním z hlavních argumentů i Strategie rozvoje bydlení v hl. m. Praze od Institutu plánování a rozvoje hl. m. Prahy, o které jsem mluvil v kapitole 2.1.2.⁹¹

⁸⁹ Osobní rozhovor s Mgr. Václavem Orcígrem, datum rozhovoru: 9. 6. 2021.

⁹⁰ Osobní rozhovor s doc. Ing. arch. Petrem Hlaváčkem, datum rozhovorů: 22. 6. 2021 a 2. 7. 2021.

⁹¹ NĚMEC, Michal. *Strategie rozvoje bydlení v hl. m. Praze*. Praha: Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy, 2021. Dostupné z: https://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/strategie_rozvoje_bydleni.pdf.

Podle pana Orcígra nelze uvést jen jeden hlavní důvod. Podle něj se často prosazuje právě problém pomalých povolovacích procesů, který rází hlavně Ministerstvo pro místní rozvoj v kontextu nového stavebního zákona. Z jeho pohledu je to však kombinace všech různých příčin, protože stavební produkce prý v posledních letech spíše roste, zatímco ceny neklesají. „*Obecně za to může porevoluční étos takzvaného privatismu. Masivní privatizace bytových fondů vedla ke kultuře soukromého vlastnictví a soukromé výstavby, která je nejvíce podporovaná. A tím se zapomnělo na všechny další alternativy známé z Československa, jako je třeba družstevní výstavba nebo obecní a státní výstavba.*“⁹² Obecně je tak prý důvodem vložení důvěry v soukromý sektor a volný trh. Jako další problém zmiňuje například investiční skupování bytů, které prohlubuje poptávku. Úskalí vidí v tom, že společnost přejímá diskurz, který je produkovaný vládou. Na ten mají podle Orcígra vliv byznysové zájmy, které se následně promítají do konání vlády. Zmiňovaný diskurz současně propaguje i soukromý sektor. Jako příklad uvádí developerskou společnost Central Group, která prý opakovaně poslední roky vykazuje kolem miliardy čistých zisků. Není tedy prý pravda, že by se developeři měli špatně, ale je v jejich zájmu zisk dále navyšovat.

Podle pana Kadeřábka se v Asociaci developerů snaží věnovat i otázkám zisků investorů a poukazovat například na to, kolik je ve skutečnosti výsledná marže developerů a kolik peněz doputuje do státního rozpočtu nebo skončí na různých poplatcích. Zatím se prý těmito argumenty zabývali spíše v odborném kruhu a široké veřejnosti téma aktivně neprezentovali. Vyjádřil se i k používání argumentu pomalých povolovacích procesů: „*Myslím si, že se to do médií dostává proto, že je ta situace zdrojem obrovských frustrací. Já například dnes a denně řeším projekt, jehož projednávání začalo před 14 lety. A když máte podobný zážitek, tak tyto dojmy převažují. Toto téma navíc není záležitostí jen komerčních developerů, ale všech stavebníků.*“⁹³ Následně potvrzuje, že je tato problematika zvýrazňována primárně proto, že se jedná o fatální selhání, kdy máte pocit, že stát v tomto ohledu nefunguje. Prý to tedy není žádnou cílenou strategií, ale tím, že se mluví o věci, která z toho všeho developery trápí nejvíce. Taktéž říká, že existuje společenský konsenzus, že aktuální stav je špatný, a akorát se liší názory na to, jak tuto věc vylepšit. V Asociaci developerů vnímají například navrhovaný stavební zákon jako přijatelný, který by určitě měl znamenat zlepšení současného stavu.

⁹² Osobní rozhovor s Mgr. Václavem Orcígrem, datum rozhovoru: 9. 6. 2021.

⁹³ Osobní rozhovor s Ing. Tomášem Kadeřábkem, datum rozhovoru: 16. 6. 2021.

Pan Orcígr se k podobě nového stavebního zákona staví mnohem více kriticky. Zásadní problém vidí už v samotné přípravě zákona – tedy v tom, že na něm pracovala Hospodářská komora ČR. Což ve výsledku znamená, že soukromý sektor píše sám sobě zákony. Další negativní rovinou je, jak zákon přistupuje k životnímu prostředí.

Dále jsem se respondentů ptal, proč se developerské společnosti často potýkají se špatnou reputací. Podle pana Orcígra je to hlavně samotnou praxí. Pro příklad se lze podívat na projekty, které se už postavily, a na to, jakým způsobem k jejich realizaci nakonec došlo. Pověst prý předchází historická zkušenost: *„Od devadesátých let byla praxe velmi nekompromisní a byla spojena i s korupcí v rámci povolování. Občanská role je v tomto ohledu vnímána jako pozice aktérů, kteří mají nejméně možností, jak ovlivnit to, co se bude dít ve městě a jejich okolí.“*⁹⁴ Současně pan Orcígr podotýká, že kritika může být často nekonstruktivní a může cílit třeba na nesmyslné požadavky. V této souvislosti zmiňuje právě pověstný NIMBY efekt.

Pan Kadeřábek souhlasí s tím, že obecně pověst developerů souvisí s minulostí. Protože se podle jeho slov někteří developeři skutečně podíleli na věcech, které byly minimálně sporné. Druhou rovinu vidí v tom, že společnost byla dříve otevřeněji naladěná a lidé měli větší zájem o architekturu. Nyní je prý společnost v konzervativním modu, kdy se jí nelíbí změny, a právě developer je zdrojem velkých změn. Ovšem dodává i opačný pohled: *„Na druhou stranu desítky tisíc lidí mají dobré zkušenosti s developery, protože si od nich koupili byt a jsou v něm spokojeni. Ta pověst proto nebude až tak tragická. Může to být spíše mediální nátlak, ale pozice developerů se postupně vylepšuje.“*⁹⁵ K NIMBY efektu je však pan Kadeřábek méně optimistický. Podle něj se společnost propracovává ke stále většímu egoismu a ztrácí se potřeba myslet na celek. NIMBY efekt je přesně odrazem této skutečnosti. Dodává, že pražský magistrát se to snaží komunikovat, ale bude to běh na dlouhou trať.

Podle pana Hlaváčka se chování developerů postupně zlepšuje a odbourává se i vzájemná nedůvěra. Je to však podle něj dlouhodobý proces. Zvláště třeba u zahraničních investorů se důvěra buduje ještě déle, protože většinou spolupracují se zahraničními architekty, kteří neznají tak dobře kontext daného města. Uvádí ale i příklad české developerské společnosti

⁹⁴ Osobní rozhovor s Mgr. Václavem Orcígrem, datum rozhovoru: 9. 6. 2021.

⁹⁵ Osobní rozhovor s Ing. Tomášem Kadeřábkem, datum rozhovoru: 16. 6. 2021.

Sekyra Group, která podle něj také nemá příliš dobrou pověst. Tu se však prý daří zlepšovat prostřednictvím architektonických soutěží a participace, například u projektu na Smíchově.

Určité zlepšování pověsti developerů vidí i pan Orcígr: „*Je třeba uznat, že developeri se učí, že může mít mnohem větší význam vést skutečnou a efektivní diskusi s občany, kteří tam bydlí nebo mají nějaký názor na tu lokalitu, než aby se s nimi pak potýkali v rámci správního řízení.*“⁹⁶ Participací podle něj přibývá, ale úskalí vidí ve způsobu jejich vedení. Což nepovažuje pouze za problém developerů, ale i města nebo Institutu plánování a rozvoje hl. m. Prahy. Pan Orcígr tvrdí, že většina participačních akcí, které se uskutečnily v posledních letech, byla provedena nekvalitně a šance na ovlivnění projektů ze strany veřejnosti je minimální.

Této kritiky si je vědom i pan Hlaváček, který k tomu říká: „*Lidé si myslí, že participace znamená, že se všechno udělá podle toho, jak si to přejí. A stěžují si pak na vedení města, že se tím zabývá jen na úrovni informací. Každá participace se dá udělat lépe, v jiných zemích s tím mají více zkušeností, ale aktérů je hodně a nedá se vše udělat jen podle jednoho pohledu.*“⁹⁷

Na téma participace jsem se bavil i s panem Kadeřábkem, který k tomu uvedl následující: „*Participace ano, za každou cenu a v maximální míře, ale ve správný okamžik. Ať se každý vyjádří a projedná se každá námitka, ale ve chvíli, kdy se vytváří územní plán. V okamžiku, kdy chce někdo dle územního plánu stavět, není participace namístě.*“⁹⁸ Namítá, že se často zvedne vlna nevole i ve chvílích, kdy je projekt zcela v souladu s regullemi daného území. Má tedy pocit, že v této oblasti mnohdy vzniká velké nepochopení, a považuje to za další příklad tématu, které není v médiích příliš komunikováno. Pana Kadeřábka jsem se ptal i na projekty, které pro svoji realizaci vyžadují změnu územního plánu. Jeho postoj je v této věci následující: „*Změna územního plánu podléhá demokratické proceduře, kdy vše schvalují demokraticky zvolení zástupci. V tomto ohledu si tedy nedovedu představit nějaký demokratičtější proces. Naproti tomu však stojí nedemokratická procedura, kdy se například objeví skupina obyvatel s peticí, která k nějakému projektu řekne, že ho nechce.*“⁹⁸ Dodává, že takto postupující občané v tomto ohledu nemají žádný zákonný nárok a měli by se řídit stejnou demokratickou procedurou, jako je přijímání územního plánu.

⁹⁶ Osobní rozhovor s Mgr. Václavem Orcígrem, datum rozhovoru: 9. 6. 2021.

⁹⁷ Osobní rozhovor s doc. Ing. arch. Petrem Hlaváčkem, datum rozhovorů: 22. 6. 2021 a 2. 7. 2021.

⁹⁸ Osobní rozhovor s Ing. Tomášem Kadeřábkem, datum rozhovoru: 16. 6. 2021.

S panem Orcígreem jsem se též podrobněji bavil o mediálním obrazu developerů a o tom, do jaké míry média reflektují skutečnou pověst jednotlivých společností. Pan Orcígr si myslí, že v tomto ohledu je kriticky smýšlejících novinářů minimum, a proto ani mediální obraz developerů není příliš kritický. Jako příklad zmiňuje, že když u velkých transformačních ploch probíhá diskuse o tom, co je a co není správně, tak argumenty a prezentace developera mají v mediálních výstupech navrch. Takže mediální diskuse nepodporuje špatnou pověst developerů. Vidí v tom i rovinu politickou, kdy podle něj dlouhou dobu v čele Prahy působily neoliberalní pravicové strany, což mělo za následek orientaci na tržní ekonomiku. Nyní je prý ještě o něco horší, neboť oblasti výstavby a bydlení na magistrátu dominuje strana TOP 09, kterou má v gesci právě pan Hlaváček. Z pohledu pana Orcígra má tak soukromý sektor lepší pozici a je brán jako zásadní aktér, který ovlivňuje tvář města.

V závěru rozhovorů jsem se respondentů zeptal na jejich názor, jakým způsobem by média mohla v této oblasti přispět ke zlepšení komunikace mezi všemi aktéry.

Pan Hlaváček si uvědomuje, že redakce jsou pod obrovským tlakem. Na internetu je ohromné množství informací a média svoje lidi tlačí k co největší efektivitě. Zásadní bod vidí v tom, že tento přístup se musí nějakým způsobem změnit, jinak bude téma rozvoje v médiích stále plytčí. Několikrát v rozhovoru zmiňoval portál Echo24.cz, kde sice podle něj působí kvalitní novináři, ale stejně jsou některá témata zpracována poměrně stroze. Pak často dochází k situacím, kdy jsou desítky článků věnované tématům, která jsou v kontextu celkového rozvoje marginální, ale těm důležitým oblastem se nikdo nevěnuje. Taktéž ho v minulosti napadla provázanost mezi vydavatelstvím Vltava Labe Media a developerskou divizí Penty, což vnímá jako zajímavé téma, neboť tato investiční skupina není na veřejnosti až tak silná a u lidí to zatím spíše prohrává.

Pan Orcígr se na to dívá podobně: „*Je to o nějakém kvalitativnějším posunu v práci médií. To znamená, že se nebudou opírat pouze o tisková prohlášení, která jim někdo pošle. Protože to je princip běžné novinářské práce.*“⁹⁹ Zmiňuje, že články vznikají často jen na základě tiskových zpráv, které vydá například Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy, magistrát nebo nějaký developer. Podle pana Orcígra je třeba, aby novinář šel sám do terénu a o téma se zajímal. Chybí však v této oblasti specializace. Novinář se tomu musí věnovat kontinuálně, protože se jedná o velmi komplikované téma a je složité objektivně informovat o tom, co se děje. Dodává, že i v novinářské práci se objevuje politická dimenze tohoto

⁹⁹ Osobní rozhovor s Mgr. Václavem Orcígreem, datum rozhovoru: 9. 6. 2021.

problému. Jednotlivé mediální tituly jsou politicky profilované. Jedině novinář, který se bude věnovat specificky danému tématu, je schopen jít opravdu hlouběji. Určitý posun v kvalitě však už Orcígr vidí.

Také pan Kadeřábek vnímá nevyužitý potenciál v tom, jak by média mohla přispět ke kultivaci oboru prostřednictvím různých témat. V jedné části parafrázoval pana Hlaváčka: „*Stavění je radost. Média mají jedinečnou možnost obrátit společenský narativ, že cokoliv se staví, je špatně, v to, jaká zajímavá architektura by mohla vzniknout. V tomto je obrovská možnost médií obrátit tu pozornost. Upozorňovat na příklady kvalitní architektury a vyzdvihovat tvůrce, kteří jsou s hodnotnými stavbami spojení.*“¹⁰⁰

3.4 Kvantitativní analýza

Třetí metodou, kterou jsem ve výzkumu použil, je kvantitativní analýza v podobě vlastního průzkumu realizovaného na reprezentativním vzorku obyvatel hlavního města Prahy. Cílem této analýzy je vyhodnocení, jak pražští občané vnímají oblast developmentu, jak se staví k jednotlivým otázkám rozvoje a jakou roli přisuzují médiím.

3.4.1 Metodika a oblasti průzkumu

Důležitým aspektem pro úspěšnou realizaci této analýzy bylo zvolení metody, jakou budu data sbírat. V první fázi příprav jsem uvažoval o variantě vytvoření online formuláře, který bych distribuoval po vlastní ose, například přes sociální sítě, a snažil se tak oslovit dostatečné množství účastníků, kteří by byli ochotni dotazník vyplnit. Tato metoda je u diplomových prací vcelku běžná, ale pokud jde o co nejpřesnější výsledky kvantitativní analýzy, je v mnoha ohledech problematická. V první řadě bylo nejisté, zdali by se mi podařilo získat dostatečné množství kompletně vyplněných formulářů, primárně jsem se ale obával, že nebudu schopen zajistit složení reprezentativního vzorku obyvatel tak, aby byli u odpovědí zastoupeni respondenti podle věkových skupin, pohlaví, dosaženého vzdělání a příjmů. Právě tento parametr jsem u tak citlivého tématu jako development vnímal jako zásadní.

¹⁰⁰ Osobní rozhovor s Ing. Tomášem Kadeřábkem, datum rozhovoru: 16. 6. 2021.

K distribuci průzkumu jsem se proto rozhodl využít služeb profesionální agentury pro výzkum trhu, která je schopna garantovat reprezentativní složení respondentů. Ke spolupráci jsem si zvolil agenturu STEM/MARK, která v Česku patří mezi přední výzkumné společnosti. Kvůli co nejpodrobnějším výsledkům byl počet respondentů stanoven na tisíc obyvatel, kteří bydlí v Praze. Celkem se průzkumu nakonec zúčastnilo 1 005 osob, které poměrem odpovídají celému obyvatelstvu Praze.

Účastníci odpovídali celkem na 11 otázek z různých oblastí – vztah k developerům, získávání informací, významnost médií v procesu informování o problematice rozvoje, pohled na mediální obraz developerských společností, preferovaný přístup v oboru, názor na jednotlivé typy budov a místa pro výstavbu, vnímání důvodů zdražování cen nemovitostí a v neposlední řadě také znalost konkrétních developerských společností a jejich hodnocení. Konkrétní otázky a varianty odpovědí představuji v další kapitole spolu s výsledky průzkumu.¹⁰¹

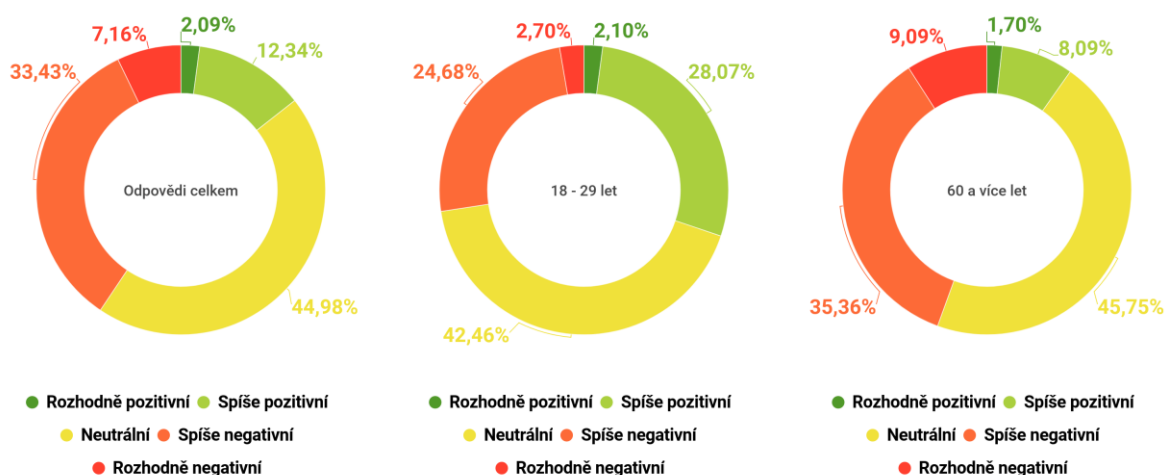
3.4.2 Výsledky realizovaného průzkumu

První otázka průzkumu se týkala vnímání developerů veřejností. Účastníci odpovídali na to, jaké mají pocity, když se v kontextu stavebnictví řekne developer nebo developerská společnost. Na výběr byly možnosti „rozhodně pozitivní“, „spíše pozitivní“, „neutrální“, „spíše negativní“ nebo „rozhodně negativní“. Podle zvolené odpovědi byli respondenti v dalším kroku dotazováni, proč mají právě pozitivní/neutrální/negativní pocity, přičemž na výběr bylo několik možností nebo varianta „Jiné“ s doplněním vlastní odpovědi.

První otázkou jsem si chtěl ověřit, zdali je v Česku reputace developerských společností skutečně tak špatná, jak jsem se domníval. Proto mě poměrně překvapilo, že skoro polovina dotazovaných má k developerům neutrální postoj, zatímco vyloženě negativní pouze něco přes 7 %. Konkrétně byly odpovědi následující: 2,1 % rozhodně pozitivní, 12,3 % spíše pozitivní, 45 % neutrální, 33,4 % spíše negativní a 7,2 % rozhodně negativní. V případě mužů a žen byly rozdíly u jednotlivých možností poměrně malé, zásadně se pak lišil pohled různých věkových skupin. Například nejmladší věková kategorie od 18 do 29 let odpovídala následovně: 2,1 % rozhodně pozitivní, 28,1 % spíše pozitivní, 42,5 % neutrální, 24,7 % spíše

¹⁰¹ Vlastní online průzkum realizovaný ve spolupráci s agenturou STEM/MARK na reprezentativním vzorku 1005 obyvatel Prahy. Termín sběru dat: 1. 6. – 6. 6. 2021. Zdroj dat: STEM/MARK

negativní a 2,7 % rozhodně negativní. Ve výsledku tedy u mladých lidí v Praze převládá pozitivní pohled na developery. Jednou z interpretací určitě může být fakt, že mladí lidé řeší mnohem aktivněji problémy s nedostupností bydlení a další výstavbu tak vnímají jako jednu z cest, jak současný stav zlepšit. Oproti tomu nejstarší skupina obyvatel ve věku 60 let a více se k developerům staví mnohem více kriticky. Odpovědi byly následující: 1,7 % rozhodně pozitivní, 8,1 % spíše pozitivní, 45,8 % neutrální, 35,4 % spíše negativní a 9,1 % rozhodně negativní. Skoro z poloviny negativní postoj mají k developerům také obyvatelé ve věku 45–59 let. Nadprůměrnou míru negativních postojů jsem zaznamenal též u respondentů s nejvyšším vzděláním.



Graf 4 Odpovědi na otázku „Jaké máte pocity, když se řekne developer / developerská společnost?“ Zdroj: STEM/MARK

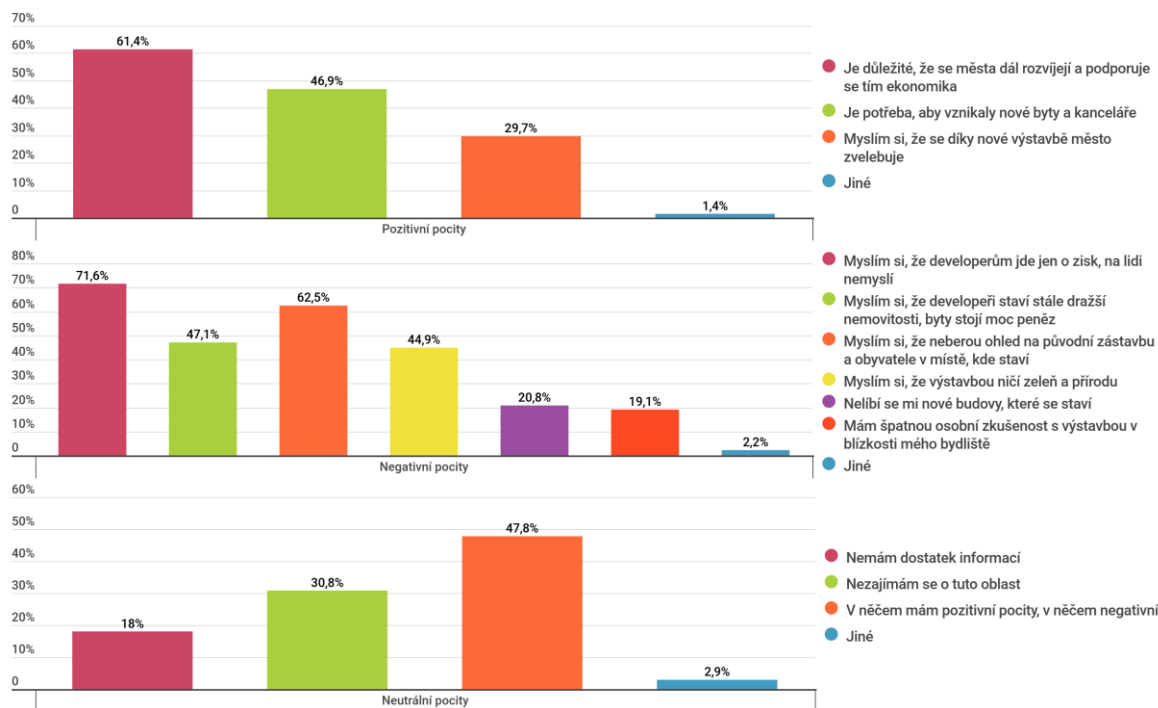
Druhá otázka průzkumu byla podmíněna odpovědí na otázku první – ptal jsem se, jaký je důvod jejich pozitivních, neutrálních nebo negativních pocitů. Na výběr bylo několik odpovědí včetně varianty „Jiné“ s možností uvedení vlastního důvodu, přičemž respondenti mohli zvolit více než jednu odpověď, pokud jejich pocity měly více příčin.

V případě pozitivních pocitů z developerů byl nejčastěji zastoupen názor „Je důležité, že se města dál rozvíjejí a podporuje se tím ekonomika“, jež zvolilo 61,4 % účastníků, kteří v první otázce vybrali možnost „Rozhodně pozitivní“ nebo „Spíše pozitivní“. Mezi nimi byli více zastoupeni muži a nejmladší generace 18–29 let. Druhou nejčastější odpovědí byla varianta „Je potřeba, aby vznikaly nové byty a kanceláře“, kterou vybralo 46,9 % osob. Třetí variantu „Myslím si, že se díky nové výstavbě město zvelebují“ zvolilo 29,7 % respondentů. Jiné důvody uvedlo pouze 1,4 % lidí.

V případě neutrálních pocitů byla nejčastěji uváděna odpověď „V něčem mám pozitivní pocity, v něčem negativní“, kterou zadalo 47,8 % respondentů. V případě mužů dokonce 56,9 %, u žen 39,8 %. U věkové kategorie 18–29 let byla tato možnost až na třetím místě – mladá generace častěji volila možnosti „Nezajímám se o tuto oblast“ a „Nemám dostatek informací“. V případě všech respondentů představovala odpověď „Nezajímám se o tuto oblast“ 30,8 % vzorku a „Nemám dostatek informací“ 18,6 % vzorku. Jiné možnosti vypsal 2,9 % lidí. Také ženy tyto dvě možnosti volily výrazně častěji než muži. Z odpovědí je tak patrné, že se o tuto problematiku zajímají více muži a osoby ve věku 30 let a starší.

U negativních pocitů vyjadřuje hlavní důvod odpověď „Myslím si, že developerům jde jen o zisk, na lidi nemyslí“, kterou zadalo 71,6 % účastníků průzkumu. U negativních pocitů však respondenti oproti pozitivním a neutrálním volili častěji více než jednu možnost: 62,5 % osob, které u první otázky zvolily „Spíše negativní“ nebo „Rozhodně negativní“, jako důvod uvedlo také možnost „Myslím si, že neberou ohled na původní zástavbu a obyvatele v místě, kde staví“. Další varianta „Myslím si, že developeři staví stále dražší nemovitosti, byty stojí moc peněz“ se týkala 47,1 % dotazovaných a možnost „Myslím si, že výstavbou ničí zeleň a přírodu“ pak 44,9 % osob. Kromě odpovědi „Jiné“, kterou zadalo 2,2 % dotazovaných, byly na výběr ještě možnosti „Nelíbí se mi nové budovy, které se staví“ (zadalo 20,8 % lidí) a „Mám špatnou osobní zkušenost s výstavbou v blízkosti svého bydliště“ (zadalo 19,1 % lidí). Z těchto výsledků je patrné, že obyvatelé Prahy, kteří k developerům chovají negativní pocity, pro to mají řadu důvodů. Nejvíce jim vadí orientace na zisk a bezohlednost k místním obyvatelům.

V případě mužů a žen nebo jednotlivých věkových skupin bylo pořadí důvodů stejné, pouze se částečně lišilo procentuální zastoupení jednotlivých odpovědí – například bezohlednost k původní zástavbě a obyvatelům v místě výstavby uváděli u generací 30 let a více zhruba dva ze tří respondentů, zatímco u nejmladší věkové skupiny 18–29 let se jednalo o méně než polovinu.



Graf 5 Odpovědi na otázky „Proč máte pozitivní/negativní/neutrální pocity, když se řekne developerská společnost?“ Zdroj: STEM/MARK

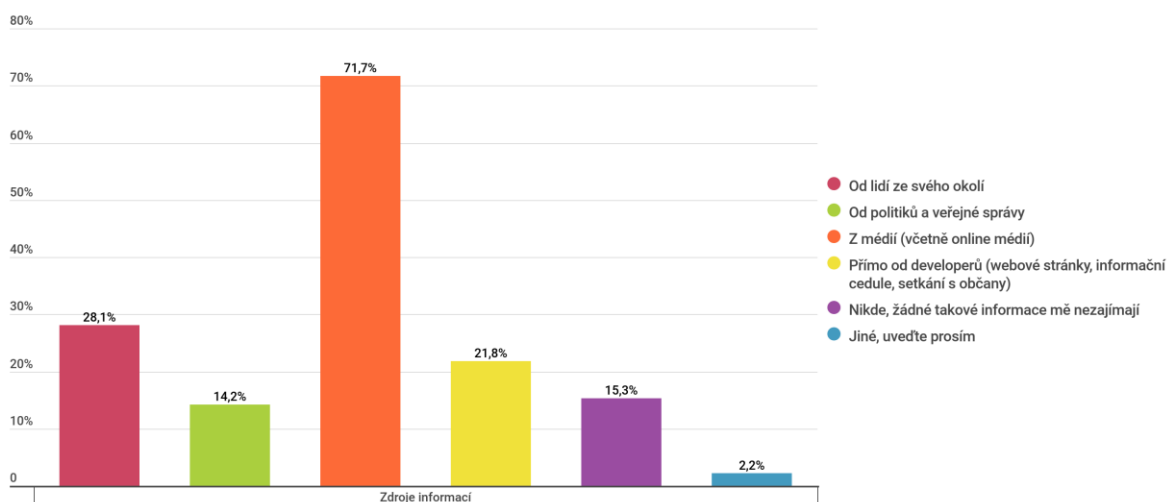
V následující otázce jsem si chtěl ověřit, jak velký vliv mají média v procesu získávání informací o stavebních záměrech. Ptal jsem se „Odkud se dozvídáte informace o developerských společnostech a jejich projektech?“. Na výběr bylo opět více možností včetně varianty „Jiné“ s doplněním vlastního zdroje, přičemž účastníci mohli zvolit jednu nebo i více možností.

Tato otázka byla v průzkumu zásadní, neboť jsem zjistil, že pro 71,7 % Pražanů jsou zdrojem informací o developerech a jejich projektech právě média. Z průzkumu vyplývá, že se jedná o dominantní zdroj informací, který má výrazně vyšší zastoupení než zbývající možnosti. Druhou variantu „Od lidí ze svého okolí“ volilo pouze 28,1 % respondentů. Následovaly možnosti „Přímo od developerů (webové stránky, informační cedule, setkání s občany)“, kterou vybralo 21,8 % lidí, dále „Nikde, žádné takové informace mě nezajímají“ s 15,3 % odpovědí, „Od politiků a veřejné správy“ s 14,2 % a „Jiné“ s 2,2 % odpovědí. Je tedy zřejmé, že role médií je v této problematice zásadní a velkou měrou ovlivňují obyvatele Prahy v tom, co se dozvídají v oblasti developementu a územního rozvoje. Také mě překvapilo, že informace o této problematice nezajímají pouze 15,3 % občanů, což považuji za relativně nízký výsledek.

Zdroje informací se opět liší podle sociodemografických charakteristik. Například zmiňovanou nejčastější odpověď „Z médií (včetně online médií)“ volilo 77,4 % mužů a 66,4 % žen. Ženy zase volily bezmála dvakrát častěji než muži možnost „Nikde, žádné takové informace mě nezajímají“. Co se týče věkových skupin, média měla výrazně vyšší výsledky ve všech kategoriích nad 30 let, kde se pokaždé jednalo o více než 73 % dotazovaných. Naopak u skupiny 18–29 let získává informace z médií jen 56,2 % osob. Tato věková skupina však oproti jiným získává častěji informace od lidí ze svého okolí, což odpovídá 40,4 % dotazovaných. Pro srovnání, ve skupinách 45–59 let a také 60 let a více získává informace od lidí ze svého okolí jen něco málo přes 24 % dotazovaných.

Další výrazné rozdíly bylo možné pozorovat u skupin obyvatel podle nejvyššího dosaženého vzdělání. U vysokoškolsky vzdělaných obyvatel média dosahují dokonce výsledku 81 %. V této kategorii respondentů byla též častější možnost „Přímo od developera“, kterou zvolilo 30,9 % lidí, zatímco dotazovaní bez maturity touto cestou získávají informace jen v 11,6 % případech.

Zajímavou paralelu se mi podařilo najít při zkombinování výsledků této otázky s první, která se týkala vnímání developerů. Lidé, kteří častěji než ostatní uváděli zdroj informací „Přímo od developera“, současně v první otázce častěji volili možnosti „Rozhodně pozitivní“ nebo „Spíše pozitivní“. Zatímco u skupin, které vnímají developery spíše negativně, jsou nadprůměrně zastoupeným zdrojem média.

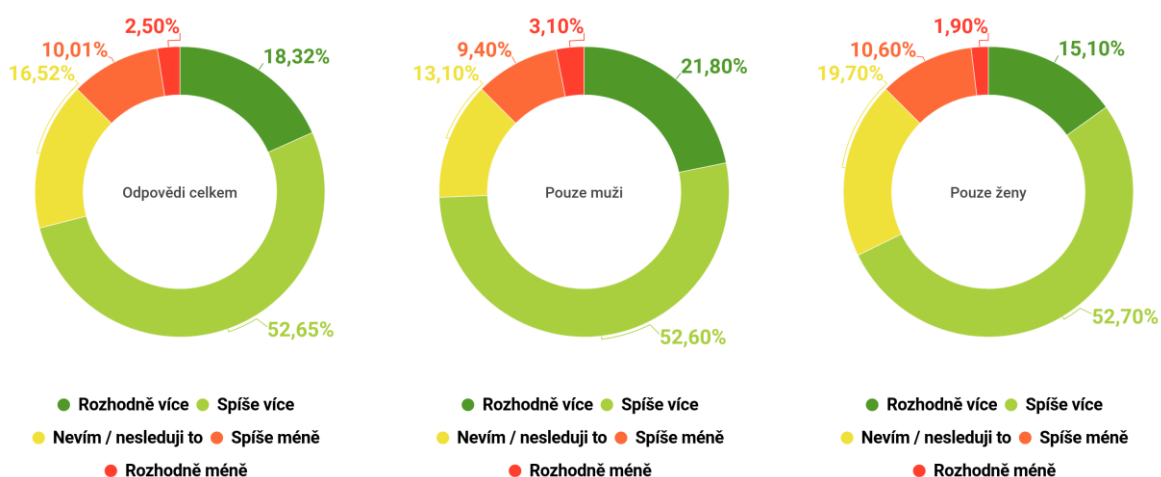


Graf 6 Odpovědi na otázku „Odkud se dozvídáte informace o developerských společnostech a jejich projektech?“ Zdroj: STEM/MARK

Ve čtvrté otázce průzkumu jsem se na roli médií zaměřil ještě detailněji. Její znění bylo: „Myslíte, že se média věnují v odpovídající míře problematice výstavby a územního rozvoje? Měla by se podle vás této problematice věnovat více, či méně?“

Možnost „Rozhodně více“ zvolilo 18,3 % dotazovaných, nejčastější odpovědí však byla varianta „Spíše více“, kterou si vybralo 52,6 % respondentů. Možnosti „Spíše méně“ a „Rozhodně méně“ připadaly pouze na 10 %, respektive 2,5 % obyvatel. Poslední variantou byla neutrální odpověď „Nevím / nesleduji to“ představující 16,5 % ze všech 1 005 odpovědí.

Je tedy zřejmé, že pro lidi jsou informace o této problematice důležité a 70,9 % obyvatel Prahy by uvítalo větší míru zapojení médií. V případě mužů tento pohled odpovídá bezmála třem ze čtyř dotazovaných, u žen více než dvěma ze tří účastnic průzkumu. Hlad po informacích stoupá s vyšším věkem a vyšším vzděláním. V případě skupin obyvatel podle čistého příjmu domácností je zastoupení odpovědí relativně srovnatelné.



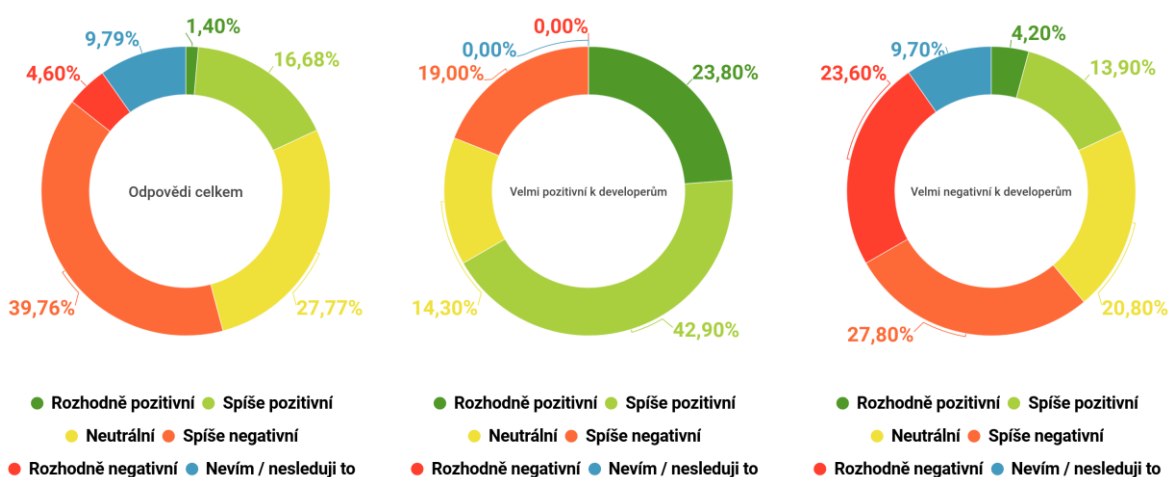
Graf 7 Odpovědi na otázku „Myslíte, že se média věnují v odpovídající míře problematice výstavby a územního rozvoje? Měla by se podle vás této problematice věnovat více či méně?“ Zdroj: STEM/MARK

Cílem další otázky bylo zjištění, zdali jsou média podle lidí k developerům nepřiměřeně kritická, nebo je mediální obraz těchto společností pozitivnější, než si zaslouží. Znění páté otázky tedy bylo: „Jaký mediální obraz podle vás mají developerské společnosti? (Jak o nich média převážně píšou?)“

Zastoupení odpovědí bylo následující: „Rozhodně pozitivní“ odpovídalo pouze 1,4 % lidí, „Spíše pozitivní“ představovalo 16,7 % odpovědí, možnost „Neutrální“ zvolilo 27,8 %

respondentů, variantu „Spíše negativní“ 39,8 % lidí a „Rozhodně negativní“ 4,6 % osob. Poslední možností byla odpověď „Nevím / nesleduji to“, pro kterou se rozhodlo 9,8 % dotazovaných.

Z výsledků této otázky vyplývá, že necelá polovina Pražanů má dojem, že média o developerech píšou spíše negativně, nebo dokonce výrazně negativně. Mediální obraz developerských společností považuje za neutrální jen něco přes čtvrtinu dotazovaných. Zatímco v první otázce průzkumu skoro polovina lidí odpověděla, že má z developerů neutrální pocity. Také zastoupení negativního mediálního obrazu je o několik procent vyšší než samotné vnímání obyvatel. Z těchto výsledků tak lze vyvozovat, že v průměru mají obyvatelé Prahy pocit, že média píšou o developerech o něco kritičtěji, než jak je oni sami vnímají. Současně však o něco více lidí považuje mediální obraz developerů za rozhodně nebo spíše pozitivní, než kolik lidí takto popsalo své pocity v úvodní otázce. Při bližším porovnání obou otázek si můžeme všimnout, že dvě třetiny ze všech lidí, kteří mají z developerů „rozhodně pozitivní“ pocity, u páté otázky odpověděly, že i mediální obraz developerských společností je „rozhodně pozitivní“ nebo „spíše pozitivní“. Zatímco ti, kteří v první otázce zvolili možnost „rozhodně negativní“, ve více než polovině případů vnímají mediální obraz developerů jako „rozhodně negativní“ nebo „spíše negativní“. Z čehož můžeme vyvozovat, že mezi tím, co lidé o developerech v médiích čtou, a tím, jak je sami vnímají, je úzká souvislost. Vliv médií je významný.



Graf 8 Odpovědi na otázku „Jaký mediální obraz podle vás mají developerské společnosti? (Jak o nich média převážně píší?)“ Zdroj: STEM/MARK

Šestá otázka je zaměřená na priority občanů ve vztahu k developerům. Chtěl jsem zjistit, jak významnou roli hraje včasná komunikace projektů směrem k obyvatelům nebo možnost participace v kontextu dalších předností. U dotazu „Co je podle vás u developerské společnosti nejdůležitější? Co byste ocenili?“ mohli respondenti vybrat jednu až tři možnosti, přičemž opět nechyběla ani varianta „Jiné“ spolu s příležitostí doplnit vlastní text. Vzhledem k omezení na maximálně tři možnosti nebylo cílem zjistit, s čím vším ze zmíněných možností dotazovaní souhlasí, ale co z uvedených přístupů je pro ně nejpodstatnější.

Nejvíce zastoupenou možností, kterou zvolilo 55,9 % respondentů, byla odpověď „Aby se podílela na veřejné infrastruktuře – nové silnice, parky, školy atd.“ Jen o něco málo lidí méně, konkrétně 54,2 %, zadalo možnost „Aby stavěla cenově dostupné byty“. S odstupem následují další tři možnosti, které měly podobný výsledek – 37,1 % dotazovaných zvolilo „Aby stavěla hezké budovy, které se hodí do původní zástavby“, dále 36,7 % odpovědělo „Aby diskutovala s místními obyvateli a nabídla možnost participace“ a 35,1 % vybralo „Aby kvůli výstavbě nebourala žádné původní stavby a nekácela žádné stromy“. Teprve šestá v pořadí byla odpověď „Aby včas informovala a komunikovala své stavební záměry“, kterou mezi hlavní priority zvolilo 28 % dotazovaných. Dalších 2,3 % odpovědí připadlo na variantu „Jiné“, která zahrnovala například požadavky na dostatečnou kapacitu parkovacích míst, občanskou vybavenost, využití brownfieldů, použití přírodních materiálů nebo ohleduplnost stavby k přírodě.

Z výsledků této otázky vyplývá, že pro lidi obecně je u nové výstavby nejpodstatnější finanční rovina – příspěvky na infrastrukturu a cenová dostupnost bydlení. Současně více než třetina lidí považuje za podstatnou estetickou rovinu, participaci a ohleduplnost ke svému okolí. Komunikace stavebních záměrů patří mezi priority jen zhruba u každého čtvrtého dotazovaného.

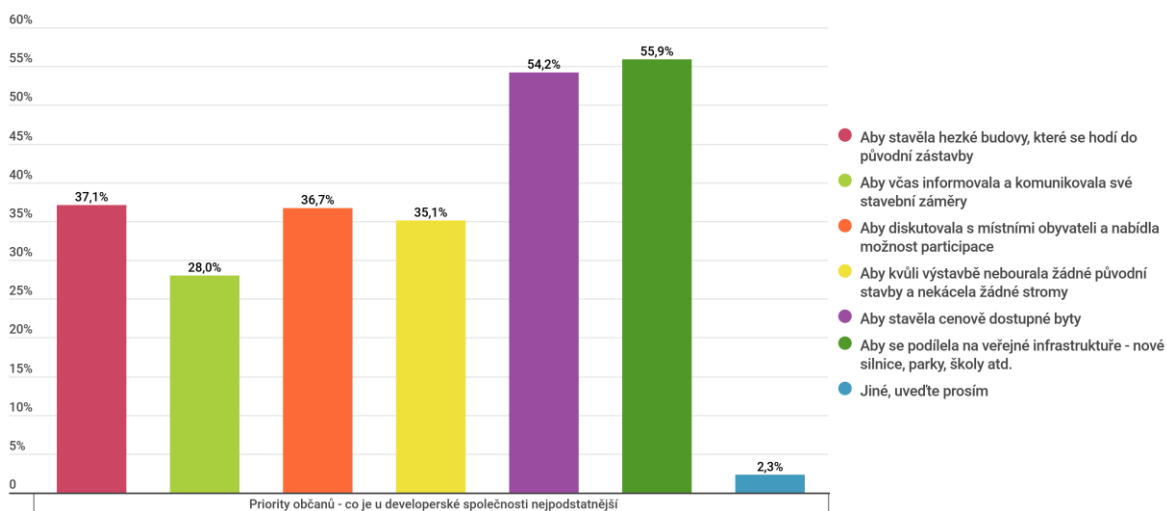
Odpovědi se však opět liší v návaznosti na sociodemografická data. Například požadavek „Aby kvůli výstavbě nebourala žádné původní stavby a nekácela žádné stromy“ zvolilo 43,1 % žen, zatímco v případě mužů to bylo jen 26,7 % respondentů. Muži naopak více než ženy upřednostňují účast na veřejné infrastruktuře, včasnou komunikaci nebo diskusi s občany s možností participace. V případě věkových skupin u nejmladších účastníků v kategorii 18–29 let připadalo nejvíce odpovědí na možnost „Aby stavěla cenově dostupné byty“, kterou zvolilo 58,9 % osob. Veřejná infrastruktura byla prioritou jen u 44,5 %

dotazovaných, což byl v této věkové kategorii stejný výsledek jako u možnosti „Aby stavěla hezké budovy, které se hodí do původní zástavby“.

U této odpovědi mě překvapilo, že byla výrazně častější právě u nejmladších účastníků. Očekával jsem, že tento bod bude prioritou spíše u starších generací. Naopak u nejstarších účastníků byla výrazně častější odpověď s včasnou komunikací stavebních záměrů, která měla skoro stejné zastoupení jako další tři možnosti – diskuse s občany, žádné bourání a kácení a hezké budovy, které zapadnou do původní zástavby.

Výsledky se též značně rozcházely u jednotlivých příjmových skupin. Například požadavek na podílení se na veřejné infrastrukturu u obyvatel s příjmy domácnosti do 20 000 Kč zaznamenal jen 38,5 % a byl tak až na třetím místě za cenovou dostupností a výstavbě bez bourání budov a kácení stromů. U příjmové skupiny nad 60 000 Kč byla veřejná infrastruktura prioritou u 69,9 % dotazovaných, druhou nejčastější možností, diskuse s občany, zvolilo s odstupem jen 44,9 % lidí. Nejedná se přitom o anomálii způsobenou malým počtem respondentů v této kategorii, neboť osob s příjmy domácnosti nad 60 000 Kč se průzkumu účastnilo konkrétně 156.

U tohoto tématu jsem měl navíc jedinečnou možnost si v kombinaci s odpověďmi na první otázku ověřit, co jsou priority skupiny obyvatel, kteří mají u developerů „rozhodně negativní“ pocity. Bezmála polovina z nich (48,6 %) zvolila možnost podílení se na veřejné infrastrukturu, přičemž v těsném závěsu byla možnost „Aby kvůli výstavbě nebourala žádné původní stavby a nekácela žádné stromy“, kterou si vybralo nadprůměrných 45,8 % lidí. Více zastoupený byl též požadavek na diskusi s místními obyvateli a nabídkou možnosti participace (40,3 % dotazovaných).

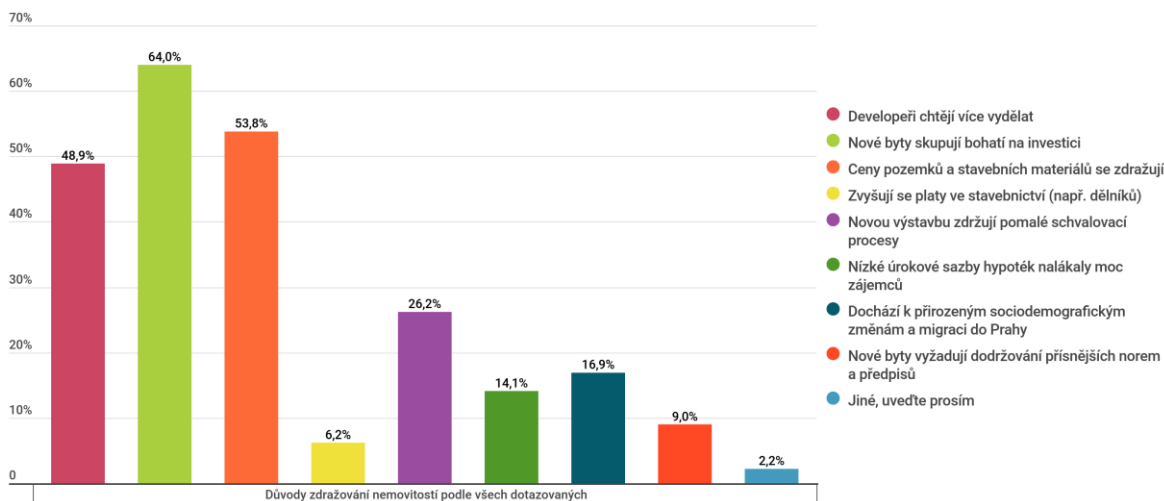


Graf 9 Odpovědi na otázku „Co je podle vás u developerské společnosti nejdůležitější? Co byste ocenili?“

Zdroj: STEM/MARK

V této bakalářské práci jsem se též věnoval tématu zdražování nemovitostí a komunikaci různých příčin v médiích. Cílem další otázky tak bylo zjistit, jakou váhu jednotlivým argumentům dávají obyvatelé Prahy a do jaké míry má v tomto ohledu vliv zmiňované nastolování agendy a rámcování z kapitoly 2.2.2. Na dotaz „Co jsou podle vás hlavní důvody zdražování nemovitostí?“ mohli účastníci opět odpovědět jednou až třemi možnostmi z nabídky, případně připsat vlastní názor k možnosti „Jiné“. Tentokrát bylo na výběr celkem devět možností, včetně poslední, otevřené, z čehož dvě dosáhly zastoupení i více než poloviny dotazovaných. Výrazně nejčastějším tvrzením o zdražování nemovitostí byla odpověď „Nové byty skupují bohatí na investici“, kterou zadalo 64 % účastníků. Druhá nejvíce zastoupená možnost „Ceny pozemků a stavebních materiálů se zdražují“ zaznamenala výsledek 53,8 %. Necelá polovina Pražanů (48,9 %) si myslí, že jedním z hlavních důvodů je, že „Developeři chtějí více vydělat“. Až jako čtvrtá nejčastější teorie s výrazně nižší frekvencí byla varianta „Novou výstavbu zdržují pomalé schvalovací procesy“, kterou zvolilo 26,2 % respondentů. Další varianty již byly zastoupeny méně, konkrétně: 16,9 % pro „Dochází k přirozeným sociodemografickým změnám a migraci do Prahy“, 14,1 % pro „Nízké úrokové sazby hypoték nalákaly moc zájemců“, 9 % pro odpověď „Nové byty vyžadují dodržování přísnějších norem a předpisů“, jako předposlední 6,2 % pro „Zvyšují se platy ve stavebnictví (např. dělníků)“ a nakonec 2,2 % u možnosti „Jiné“. V té účastníci zmiňovali například Airbnb, inflaci, měnovou politiku ČNB nebo zbytečný nadstandard u nových bytů.

Pokud se zaměříme na rozdíly u jednotlivých věkových a dalších skupin, můžeme si všimnout, že argument pomalých schvalovacích procesů zmiňoval skoro každý třetí muž (31,8 %) a jen asi každá pátá žena (20,8 %). Tato odpověď byla také častější u vysokoškolsky vzdělaných respondentů (30,9 %) nebo u nejvyšší příjmové skupiny (32,7 %). Pochopitelně se názory rozcházely také u skupin účastníků podle odpovědí na první otázku – ti, co mají u developerů „rozhodně pozitivní“ pocity, si v 38,1 % případů myslí, že jsou jedním z hlavních důvodů pomalé povolovací procesy, zatímco účastníci s „rozhodně negativními“ pocity si to myslí v 11,1 % případů. Naopak názor „Developeři chtějí více vydělat“ je u rozhodně pozitivně nahlížejících lidí zastoupen jen ve 28,6 % případů a u rozhodně negativně nahlížejících v 70,8 % případů.



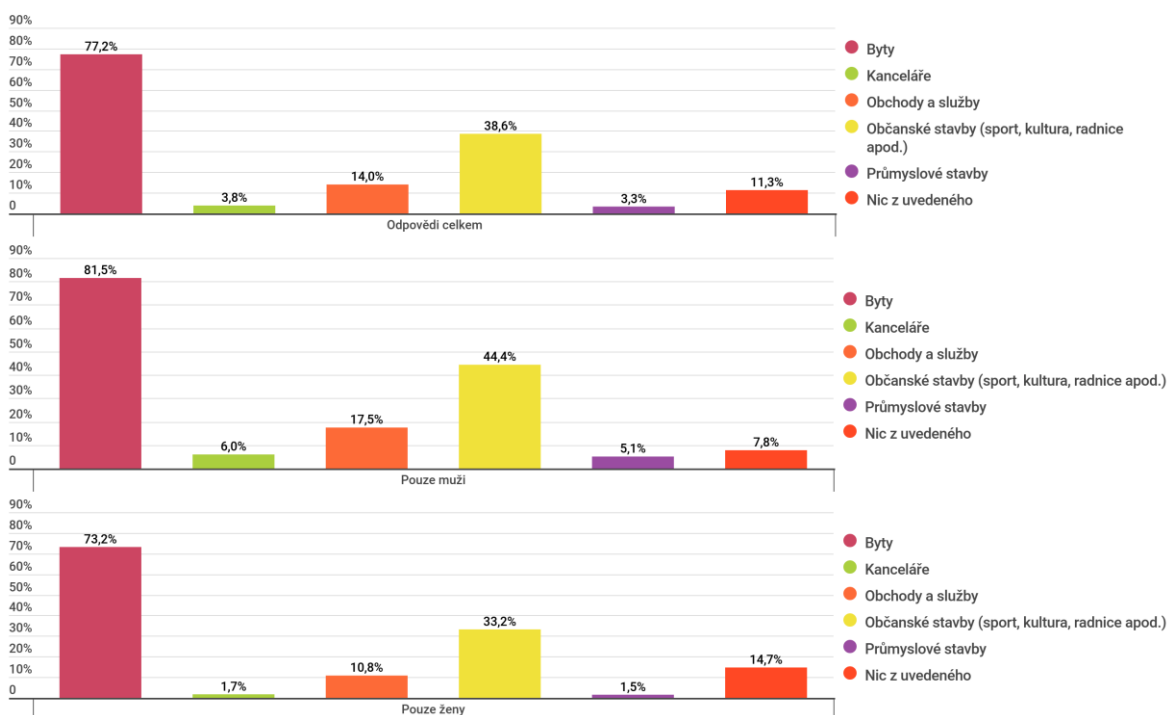
Graf 10 Odpovědi na otázku „Co jsou podle vás hlavní důvody zdražování nemovitostí?“ Zdroj: STEM/MARK

Následující otázka měla ověřit pohled obyvatel Prahy na různé typy výstavby – ptal jsem se „Co by se podle vás mělo v Praze stavět?“, přičemž mohla být zvolena jedna odpověď i více bez limitu. Pouze možnost „Nic z uvedeného“ nebylo možné kombinovat s dalšími odpověďmi.

Z odpovědí vyplynulo, že si 77,2 % obyvatel Prahy myslí, že by se měly stavět nové byty. Druhou nejvíce zastoupenou možností, pro kterou hlasovalo 38,6 % lidí, jsou občanské stavby (sport, kultura, radnice apod.); 14 % lidí by ocenilo výstavbu obchodů a služeb. Čtvrtá nejčastější odpověď připadala na „Nic z uvedeného“. Zbývající dva typy staveb zvolilo zanedbatelné množství osob – konkrétně jen 3,8 % lidí si myslí, že by se v Praze měly stavět nové kanceláře a 3,3 % považuje za potřebné nové průmyslové stavby. Výstupy z této otázky

tedy zcela jasně dokazují, že zatímco více než tři čtvrtiny obyvatel souhlasí s tím, že se v Praze mají stavět nové byty, rozvoj administrativního trhu vítá jen asi každý šestadvacátý Pražan.

Napříč věkovými kategoriemi se zastoupení bytů příliš nelišilo, ostatní typy staveb již ano. Například nové obchody a služby by uvítali senioři, občanské stavby vnímají jako potřebné zase mladší generace. Také pro kanceláře hlasovalo více než sedmkrát více mladých ve věku 18–29 let oproti kategorii 60+. Znatelný rozdíl u administrativních budov lze rovněž pozorovat podle pohlaví respondenta – výstavbu kanceláří podpořilo 6 % mužů, žen jen 1,7 %. Ženy naopak dvakrát častěji než muži volily variantu „Nic z uvedeného“.



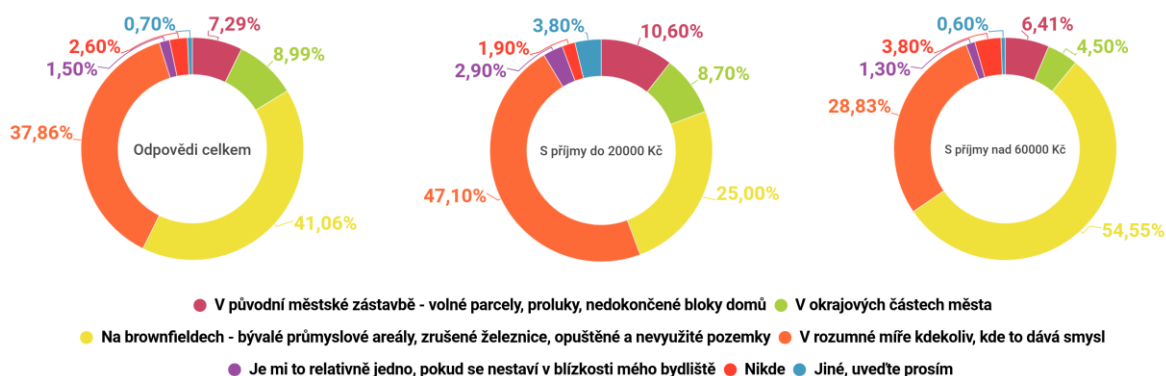
Graf 11 Odpovědi na otázku „Co by se podle vás mělo v Praze stavět?“ Zdroj: STEM/MARK

Smyslem další otázky, která zní „Kde by se podle vás mělo v Praze převážně stavět?“, bylo ověřit pohled obyvatel v tom, kde se má převážně stavět. Aktuálním trendem a také častým tématem v médiích je totiž výstavba v bývalých brownfieldech, čemž jsem se částečně věnoval v kapitole 2.2.4. Zajímalo mě tedy, jestli se tento preferovaný a komunikovaný přístup ztotožňuje s názory obyvatel. Tentokrát bylo možné zvolit pouze jednu možnost jako nejvíce preferovanou variantu.

Nejčastěji zastoupenou odpovědí, kterou zadalo 41,1 % účastníků, byly právě brownfielody – bývalé průmyslové areály, zrušené železnice, opuštěné a nevyužité pozemky. O něco méně respondentů, konkrétně 37,9 %, zvolilo variantu „V rozumné míře kdekoliv, kde to dává smysl“. Další možnosti s velkým odstupem představovaly následující výsledky: 9 % odpovědí pro „V okrajových částech města“, 7,3 % pro „V původní městské zástavbě – volné parcely, proluky, nedokončené bloky domů“, 2,6 % pro „Nikde“ a jen 1,5 % pro „Je mi to relativně jedno, pokud se nestaví v blízkosti mého bydliště“. Také tu byla možnost „Jiné, uveďte prosím“, kterou však zvolilo zanedbatelných 0,7 % respondentů.

Nejvíce mě překvapil fakt, že možnost „Nikde“ připadala jen na 2,6 % odpovědí, očekával jsem řádově vyšší zastoupení. Podobně i možnost „Je mi to relativně jedno, pokud se nestaví v blízkosti mého bydliště“, která měla reprezentovat pověstný NIMBY efekt, byla méně běžná, než jsem očekával.

Podíváme-li se na otázku sociodemografickou optikou, ve srovnání mužů a žen se preference příliš nelišily, to samé platí i pro věkové skupiny s jednou výjimkou – občané 60+ ve 45,1 % odpovídali „V rozumné míře kdekoliv, kde to dává smysl“, zatímco v kategorii 30–44 let pouze 32,9 % dotazovaných. Znatelnější rozdíly byly u skupin obyvatel podle příjmů domácnosti – například v kategorii 40 000 – 60 000 Kč brownfielody preferovalo 47,1 % dotazovaných, v kategorii nad 60 000 Kč dokonce 54,5 % účastníků, zatímco příjmová skupina do 20 000 Kč brownfielody považuje za vhodné místo pro výstavbu jen ve 25 % případů. Zástupci nejnižší příjmové skupiny oproti tomu častěji než ostatní respondenti volili možnosti „V rozumné míře kdekoliv, kde to dává smysl“, „Je mi to relativně jedno, pokud se nestaví v blízkosti mého bydliště“, „V původní městské zástavbě – volné parcely, proluky, nedokončené bloky domů“ a také „Jiné“. Zde pak vypisovali například možnosti oprav starých budov nebo zástavby tam, kde se kvůli tomu nebude ničit zeleň.



Graf 12 Odpovědi na otázku „Kde by se podle vás mělo v Praze převážně stavět?“ Zdroj: STEM/MARK

Poslední dvě otázky byly zaměřené na to, jak známé jsou konkrétní developerské společnosti a jak je vnímají lidé. Desátá otázka se zněním „Které z developerských společností znáte?“ nabízela 15 předvybraných možností s názvy významných developerských společností působících v Praze, dále možnost „Žádnou neznám“ a také „Jiné“, kde mohli respondenti doplnit název jedné nebo více společností, které nebyly zahrnuty v nabídce.

Cílem této otázky bylo jednak prozkoumat, do jaké míry znalost a vnímání jednotlivých developerů reflektuje jejich zastoupení a vyobrazení v médiích, a současně navázat na osobní rozdělení developerů do různých skupin z kapitoly 2.1.3, kde jsem se zabýval jejich reputací. V dané kapitole jsem si pokládal otázku, zdali je špatná reputace společným jmenovatelem všech developerů, nebo jestli některé z nich obyvatelé Prahy vnímají i pozitivně. Do předvýběru jsem se pokusil zahrnout všechny přední developerské společnosti a současně dbát na to, aby byly dostatečně zastoupeny i jednotlivé definované skupiny.

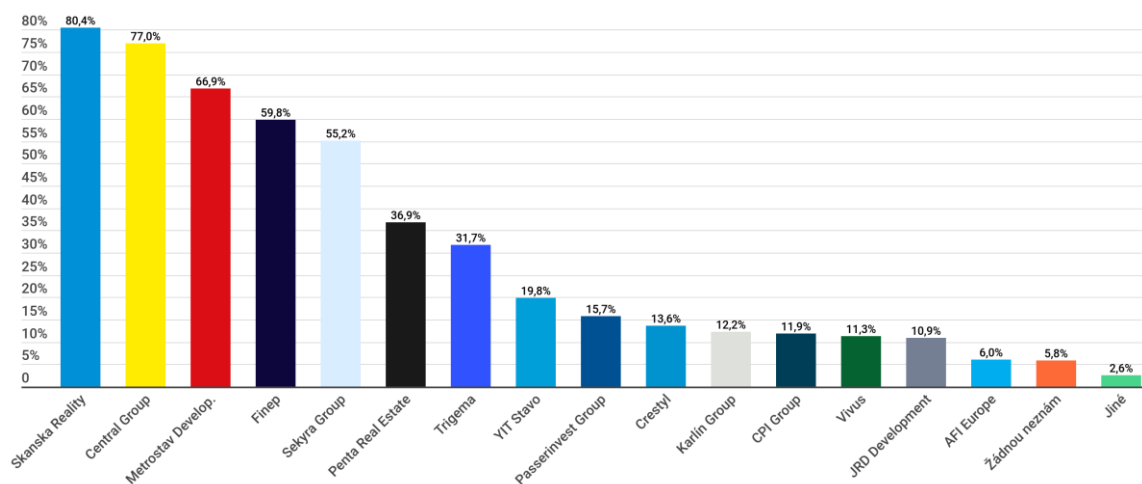
Z výzkumu vyplývá, že nejznámější developerskou společností mezi Pražany je Skanska Reality, kterou zvolilo 80,4 % dotazovaných. Podotýkám, že část z nich může firmu Skanska Reality zaměňovat za její mateřskou společnost, případně některou z divizí, které jsou kromě oblasti developementu známé z různých oblastí stavebnictví. Jako druhý nejznámější developer z průzkumu vyplynul Central Group, o němž má povědomí 77 % obyvatel Prahy. S určitým odstupem je Metrostav Development – tohoto developera v průzkumu označilo 66,9 % osob. Opět je potřeba zmínit, že ne všichni mohou znát přímo tuto developerskou divizi, ale jen nadřazenou skupinu Metrostav, která se pojí například s řadou dopravních staveb. Posledními dvěma developery, které zná více než polovina obyvatel Prahy, jsou Finep (znalost u 59,8 % dotazovaných) a Sekyra Group (znalost u 55,2 % dotazovaných). U dalších společností je již znalost výrazně nižší – Penta Real Estate (36,9 %), Trigema (31,7 %), YIT Stavo (19,8 %), Passerinvest Group (15,7 %), Crestyl (13,6 %), Karlín Group (12,2 %), CPI Group (11,9 %), Vivus (11,3 %), JRD Development (10,9 %) a AFI Europe (6 %). Žádnou developerskou společnost neznalo jen 5,8 % dotazovaných a 2,6 % pak kromě nabídky uvedlo některou další.

Tyto výsledky lze porovnat například s mým prvním realizovaným výzkumem v podobě obsahové analýzy vybraných médií. Zde nejvíce mediálních zmínek zaznamenaly společnosti v tomto pořadí: Central Group, Penta Real Estate, Sekyra Group, Trigema,

Skanska Reality, R2G a Finep, přičemž předposlední zmíněná společnost je spojována pouze s jedním konkrétním projektem a nelze ji tak považovat za tradičního developera.

Společnosti Central Group, Sekyra Group a Skanska Reality dosáhly srovnatelných výsledků v obou výzkumech. Zajímavé však je, že i přes druhý největší počet mediálních výstupů a výrazné developerské projekty je mezi Pražany známost společnosti Penta Real Estate relativně malá. A to i přes skutečnost, že je společnost součástí velké investiční skupiny s řadou dalších aktivit. Naopak třetí nejznámější společností je podle průzkumu Metrostav Development, u kterého jsem ve sledovaných médiích nezaznamenal žádné výstupy. Z čehož lze vyvozovat, že jeho známost souvisí primárně s dalšími činnostmi koncernu Metrostav.

Známost jednotlivých společností byla výrazně vyšší u mužů a u vysokoškolsky vzdělaných účastníků průzkumu, kde v některých případech představovala až několikanásobně vyšší povědomí oproti respondentům bez maturity. Stejně pravidlo platilo i u skupin obyvatel podle příjmů domácnosti. Taktéž největší povědomí měla věková kategorie 30–44 let, zatímco nejmladší účastníci ve věku 18–29 let měli nejnižší povědomí ze všech věkových skupin u bezmála všech společností.



Graf 13 Odpovědi na otázku „Které z developerských společností znáte?“ Zdroj: STEM/MARK

Poslední část průzkumu se týkala pocitového hodnocení společností, o nichž účastníci v předchozí otázce uvedli, že je znají. U jednotlivých developerů bylo možné zvolit jednu hodnotu na škále 1 až 11, přičemž hodnota 1 představovala „velmi špatný dojem“ z dané společnosti a hodnota 11 naopak „nejlepší dojem“. Důvodem, proč měla škála 11, a nikoliv

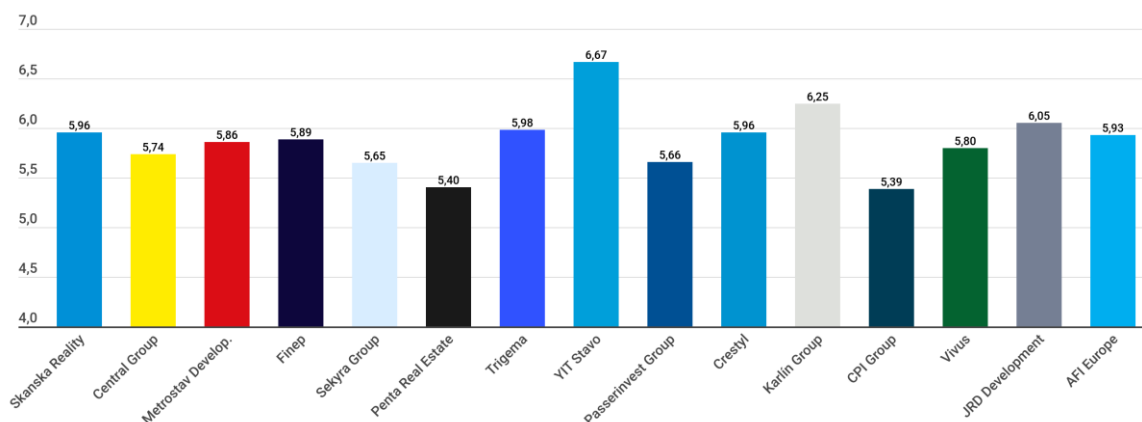
10 úrovni, bylo zajištění prostřední hodnoty, kterou bylo možné použít coby neutrální variantu.

Zásadní zjištění z této otázky je, že se vnímání jednotlivých developerských společností v průměru až tak významně neliší a je spíše preferencí menší části obyvatel, kteří se o tuto oblast více zajímají. Žádná z hodnocených společností se totiž od neutrální hodnoty 6 nevychýlila ani jedním směrem o více než jeden bod. Mezi nejlépe a nejhůře hodnoceným developerem tak byl ve výsledku rozdíl pouhých 1,28 bodu.

Třemi nejlépe vnímanými developery výzkumu a současně jedinými, kteří zaznamenali výsledek vyšší než 6 bodů, byly v pořadí podle hodnocení YIT Stavov, Karlín Group a JRD Development. Naopak nejnižšího výsledku dosáhla společnost CPI Group, následovaná developery Penta Real Estate a Sekyra Group.

V tomto případě o něco více pozitivně hodnotily ženy oproti mužům, dále byli k developerům shovívavější nejmladší účastníci a nejnižší příjmová skupina. Průměrné hodnocení u respondentů, kteří v první otázce odpověděli, že mají z developerů „rozhodně pozitivní“ pocit, bylo 8,18 bodu. Průměrné hodnocení skupiny s odpovědí na první otázku „rozhodně negativní“ odpovídalo 2,96 bodu.

Kvůli poměrně malému rozdílu průměrných výsledků tedy není možné definovat jasné závěry ve věci vnímání konkrétních developerů s ohledem na jejich mediální prezentaci, zaměření nebo jednu z kategorií původní developere, druhotní developere a nadnárodní developere. V průměru však o něco lépe vycházeli nadnárodní developere, zatímco hůře developere původní.



Graf 14 Odpovědi na otázku „Jak tyto společnosti hodnotíte? Hodnota 1 znamená velmi špatný dojem z dané společnosti a hodnota 11 znamená nejlepší dojem z dané společnosti.“ Zdroj: STEM/MARK

3.5 Shrnutí výsledků výzkumů

Všechny tři výzkumy přinesly z mého pohledu mnoho zásadních zjištění. V této kapitole shrnu ta nejdůležitější.

Asi nejpodstatnější skutečností, která prolínala všemi realizovanými analýzami, je, že se média problematice developmentu a územního rozvoje nevěnují dostatečně detailně. Z obsahové analýzy vyplynulo, že s výjimkou serveru Alarm se žádné ze zkoumaných médií nezaobíralo širšími souvislostmi a jednotlivá témata zpracovávala pouze v obecné rovině. Články se často věnovaly jen konkrétním developerským projektům nebo přinášely nové statistiky a informace k nedostupnosti bydlení.

Také respondenti v kvalitativním průzkumu se shodli v tom, že u médií v této oblasti pocítují určitý deficit. Nespokojenost projeví především zástupci veřejného a neziskového sektoru, tedy doc. Ing. arch. Petr Hlaváček, který působí jako první náměstek pražského primátora pro oblast územního rozvoje a územního plánu, a Mgr. Václav Orcígr, který v neziskové organizaci Arnika zastává pozici vedoucího kampaně Praha – město pro život. Ti kritizovali nesystematičnost médií a nedostatečnou míru vysvětlení důležitých a složitějších témat. Problém vidí v tom, že média informace z oblasti developmentu zpracovávají převážně zpravodajsky a mnohdy vycházejí výlučně z tiskových zpráv, aniž by oblast sami hlouběji prozkoumali. V tomto ohledu byl o něco shovívavější Ing. Tomáš Kadeřábek, ředitel Asociace developerů, který si myslí, že téma rozvoje v médiích rezonuje dostatečně. Současně však připouští, že o složitějších problémech se v médiích nepíše. Důvodem podle něj je, že veřejnost nemá dostatečnou odbornou znalost, aby složitým tématům porozuměla – v tom vidí úlohu odborných institucí, včetně Asociace developerů, které by měly být schopny komplikovanější témata zpracovat a následně představit veřejnosti.

I průzkum mezi obyvateli hlavního města Prahy prokázal, že se média těmto tématům nevěnují dostatečně, ačkoliv se jedná o zásadní komunikační kanál s občany. Z výsledků vyplynulo, že média jsou rozhodně nejdůležitějším zdrojem získávání informací o plánované výstavbě. Současně však přes 70 % účastníků průzkumu vyjádřilo názor, že by se média měla problematice výstavby a územního rozvoje věnovat více.

Průzkumy také potvrdily hned několik hypotéz, které jsem definoval v rámci teoretické části práce. Jedná se o různé faktory, které mohou mít vliv na podobu a vyznění témat spojených

s developmentem. Zaobíral jsem se například dopady ideologických a vlastnických zájmů jednotlivých mediálních domů. Tuto situaci nejlépe ilustrují případy webu prazsky.denik.cz a serveru A2larm.cz. Zatímco web Deníku byl jediným ze zkoumaných médií, kde počet pozitivních výstupů o rozvoji nebo developerech převládal nad těmi negativními, server A2larm.cz naopak v drtivé většině publikoval články pouze negativní. Do podoby mediálních výstupů se tak promítají zájmy vydavatelů a názorové postoje redaktorů – prazsky.denik.cz ovlivňuje jeho vlastnictví investiční skupinou, která současně podniká v developmentu, zatímco A2larm.cz ovlivňuje ideové přesvědčení redaktorů a externích přispěvatelů, kteří rozvoj města v režii soukromých společností vnímají spíše jako hrozbu.

U obou zmiňovaných médií lze též pozorovat, že se výrazně častěji věnovala konkrétním developerským projektům – v případě webu prazsky.denik.cz spíše pozitivně nebo neutrálně, zatímco u A2larm.cz výhradně negativně. Oproti tomu tři zbývající zkoumaná média, tedy servery Aktuálně.cz, iDNES.cz a Echo24.cz, se častěji než developerským projektům věnovaly obecně problematice dostupnosti bydlení.

S vlivem mocenských rolí souhlasil i jeden z účastníků rozhovorů, pan Orcígr, který upozorňoval na to, že soukromý sektor má velkou lobbistickou moc, což má za následek situaci, kdy média přebírají dominantní diskurz v tom, že se málo staví a problémem jsou pomalé povolovací procesy.

Objektivitu médií rozporoval také pan Kadeřábek, který se však na problematiku dívá z opačné strany. Zmiňoval totiž, že některá média nepřístupují k oblasti rozvoje objektivně a mohou publikovat i různé nepravdivé nebo nepodložené informace.

Dalším zjištěním obsahové analýzy bylo, že všechny developerské společnosti jsou v médiích nejčastěji prezentovány neutrálně. Následují negativní zmínky a až poté ty pozitivní. S výjimkou společnosti Penta Real Estate, u které převládal pozitivní počet výstupů nad těmi negativními. Je však třeba konstatovat, že většina pozitivních výstupů Penty pochází právě ze spřáteleného Deníku. Současně je nutné uvést, že i negativní převaha mediálních výstupů jednotlivých společností je značně zkreslená kritickými články webu A2larm.cz, které tvoří větší část negativní statistiky.

Podle zástupce neziskového sektoru je problém v nedostatku kriticky smýšlejících novinářů, což má za následek, že ani mediální obraz vůči developerům není příliš kritický.

Z průzkumu mezi obyvateli Prahy naopak vyplynulo, že negativní mediální obraz developerů je častější než ten neutrální nebo pozitivní. Přes 44 % dotazovaných si totiž myslí, že média píšou o developerech převážně negativně, zatímco převahu neutrálních výstupů vnímá necelých 28 % respondentů a pozitivních 18 %. Zbývající desetina účastníků nebyla schopna převažující mediální obraz vyhodnotit.

V této oblasti tedy výsledky jednotlivých analýz nejsou v přesné shodě – obecně však lze konstatovat, že mediální obraz developerů je spíše neutrální, až negativní, nikoliv však výrazně pozitivní.

Co se týče obecné reputace developerských společností a jejich vnímání mezi obyvateli Prahy, z kvantitativního průzkumu vyplynulo, že necelá polovina dotazovaných má k developerům neutrální postoj. Vyloženě negativní pocity chová jen 7 % osob a spíše negativní pak 33 %. Ve společnosti je tak více lidí, kteří k tomuto oboru přistupují neutrálně, než těch negativně naladěných. Současně ale není ani příliš pozitivně smýšlejících – takový je v Praze jen asi každý sedmý obyvatel. V případě nejmladší věkové skupiny od 18 do 29 let je však pozitivně naladěn skoro každý třetí dotazovaný a negativní postoj má něco málo přes čtvrtinu těchto účastníků. Dá se tedy říct, že mladí vnímají developery spíše pozitivně než negativně.

Přes 70 % lidí, kteří chovají k developerům negativní pocity, je vysvětluje tím, že si myslí, že developerským společnostem jde pouze o zisk a neberou ohledy na lidi. To je dominantní zdroj negativních emocí. Podle pana Kadeřábka se s Asociací developerů snaží vysvětlovat, jaká je skutečná marže developerů, a poukazovat na to, kolik nová výstavba přináší peněz do veřejného rozpočtu. Konstatoval však, že diskuse byly zatím vedeny hlavně v odborném kruhu a na prezentaci široké veřejnosti v takové míře nedošlo.

Horší reputace podle účastníků osobních rozhovorů souvisí také s minulostí, kdy zvláště během devadesátých let docházelo u některých developerských společností k nelegální praxi. Toto vnímání tak může částečně přetrvávat až dodneška. Podle pana Hlaváčka se ale chování developerů postupně zlepšuje a odbourává se i vzájemná nedůvěra. Jako jednu z cest pro lepší spolupráci a komunikaci zmiňuje architektonické soutěže nebo participaci.

To, aby developerská společnost diskutovala o chystaném projektu s místními obyvateli a nabídla jim také možnost participace, považuje za jednu z priorit více než třetina Pražanů.

Zástupce neziskového sektoru v tomto ohledu připustil, že se přístup developerů postupně zlepšuje a sami se více zapojují do diskusí s občany. Přestože podle něj participací přibývá, vidí nadále problémy ve způsobu jejich vedení. Také zmínil, že šance na ovlivnění projektů ze strany veřejnosti je stále minimální.

Detailnější vhled do této oblasti poskytl pan Hlaváček, který vysvětloval, že participace nemůže fungovat do takové míry, aby byl projekt realizován přesně tak, jak si přejí občané. Také pan Kadeřábek participaci vítá a podporuje, ale myslí si, že své místo má ve chvíli, kdy se připravuje územní plán města. V případech, kdy se staví podle platného územního plánu, již podle něj participace není namístě.

Na druhou stranu řada projektů, které se dnes v hlavním městě připravují, změnu územního plánu vyžaduje. I když ani v takových případech není participace danou povinností, smysl dává hned z několika důvodů, kterými jsou budování důvěry, zajištění hladšího průběhu schvalování, a hlavně možnost nabídnout lidem, aby se podíleli na rozvoji města, ve kterém žijí. Zvláště u rezidenčních projektů a větších rozvojových území na pražských brownfieldech, protože – jak dokazuje průzkum mezi obyvateli – drtivá většina Pražanů souhlasí s rozumným rozvojem na vhodných místech a podporuje výstavbu nových bytů.

Podstatné je však jasně definovat, co konkrétně mohou občané ovlivnit a kdy se mohou zapojit. A pokud by míra zapojení mohla působit nepřiměřeně, je třeba tyto důvody podrobněji rozvést a vysvětlit. Právě v tomto ohledu vidím velký potenciál v médiích, která by však měla být do celého procesu vtažena mnohem dříve a ve větší míře, nikoliv jen sloužit jako jeden z distribučních kanálů, kam budou odesílány unifikované tiskové zprávy.

4 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo analyzovat nejrůznější vztahy a souvislosti mezi médii a oblastí developmentu a územního rozvoje. První část práce se věnovala teoretickým poznatkům a hypotézám.

Nejdříve jsem definoval základní pojmy a stručně představil aktuální stav developmentu v Praze. Dále jsem problematiku uvedl do kontextu fungování médií včetně různých aspektů, které mohou ovlivňovat podobu mediálních výstupů. Zaměřil jsem se především na roli vlastnictví vydavatelských domů, na souvislosti v politické a ideologické rovině nebo na mediální rutiny a způsoby práce s informacemi. Zmínil jsem také několik dalších témat, která v rámci zkoumané problematiky považuji za významná, jako jsou obecná reputace a mediální obraz developerů, otázky komerční výstavby nebo úloha zpravodajských hodnot.

V praktické části jsem využil celkem tři různých výzkumných metod. V první fázi jsem uplatnil obsahovou analýzu, která zkoumala pět vybraných online médií a to, jakým tématům se v oboru developmentu věnují, jaké je vyznění publikovaných článků nebo jak jsou prezentovány developerské společnosti. Výzkum prokázal existenci různých mocenských rolí, kdy se výstupy v jednotlivých médiích významně liší – jak v četnosti témat, tak primárně v jejich vyznění. Zatímco médium vlastněné investiční skupinou, pod kterou současně spadá developerská společnost, publikovalo výrazně více pozitivních článků o aktivitách společnosti, další médium, které se zabývá sociální problematikou, naopak k developerským projektům přistupovalo vyloženě negativně. Obsahová analýza též upozornila na absenci detailnějšího zkoumání významných témat a na určitou míru neobjektivitu.

Druhou aplikovanou metodou byla kvalitativní analýza v podobě hloubkových rozhovorů se zástupci veřejné správy, neziskového sektoru a developerů. Ačkoliv v mnohém se pohledy a přístupy jednotlivých aktérů lišily, všichni potvrdili, že média problematiku rozvoje zpracovávají v drtivé většině případů pouze zpravodajsky a dostatečně se nevěnují důležitým otázkám. Problém vidí hlavně v nastavení fungování dnešních médií a v přílišném tlaku na rychlost a množství zpracovaných informací. Další komplikací může být malá znalost oboru jednotlivých novinářů nebo míra složitosti dané problematiky, která se čtenářům obtížně vysvětluje.

Třetí metodou byla kvantitativní analýza, jež spočívala v průzkumu mezi více než tisíci obyvateli Prahy, kteří svým složením odpovídali poměru všech sociodemografických skupin. V průzkumu bylo zjištěno, že média jsou jasně dominantním kanálem, odkud se lidé nejčastěji dozvídají informace o chystané výstavbě. Současně se potvrdilo, že drtivá většina občanů souhlasí s výstavbou na brownfieldech nebo v rozumné míře kdekoliv, kde to dává smysl. Velká většina obyvatel podporuje výstavbu nových bytů, s rozvojem kancelářského trhu naopak souhlasí jen úzká skupina lidí. Účastníci průzkumu se též z většiny shodují, že by se média měla problematice developmentu a územního rozvoje věnovat více.

V úvodu práce jsem nastínil, že jedním z jejích cílů bylo hledání způsobů, jak by média mohla přispět ke kultivaci oboru a zlepšení komunikace mezi jednotlivými zájmovými stranami, tedy mezi developerskými společnostmi, veřejnou správou, neziskovým sektorem i samotnými občany. Na závěr bych proto rád připojil ještě několik doporučení pro dané oblasti, ve kterých vidím největší prostor ke zlepšení.

Hlavní apel míří samozřejmě na samotná média, jejich vydavatele, šéfredaktory i jednotlivé novináře. Ačkoliv jejich pozice nemusí být jednoduchá, územnímu rozvoji by měli věnovat více času i prostoru. Měli by se pokusit podívat na problematiku komplexně a zaměřit se detailněji na jednotlivá témata, která zatím nebyla příliš komunikována.

V současné době sice je celá řada redaktorů, kteří se na oblast developmentu méně či více specializují – namátkou například zmiňovaná Denisa Holajová (dříve Deník, nyní nově E15), Martin Bajtler (dříve MF Dnes, nyní nově Forbes), Adam Váchal (dříve Hospodářské noviny, nyní nově E15), Daniel Novák (dříve E15, nyní nově Seznam Zprávy), Kateřina Menzelová (Česká pozice a Lidové noviny), Libor Akrman (Peak.cz) nebo Martina Marečková (Hospodářské noviny) –, ale ne vždy se jim daří dostat se v tématu skutečně pod povrch. Výjimečně se objevují texty, které přinášejí originální pohled na některý z problémů nebo podrobněji analyzují různé souvislosti z oboru, ve většině případů se ale jedná o zpravodajské články, které čtenářům poskytují jen ty nejzákladnější informace nebo statistiky.

Jednou z cest může být u každého zpravodajského výstupu alespoň částečně otevřít nějaké komplexnější téma, které je pro daný projekt specifické nebo s ním určitým způsobem souvisí. Ideální však je o těchto otázkách mluvit s jednotlivými aktéry průběžně a hledat společně cesty, jak veřejnosti složitější témata předkládat.

Je pochopitelné, že takový typ práce znamená mnohem více času a úsilí, mohla by však pomoci užší spolupráce s jednotlivými aktéry. Spolky mohou do problematiky přinést jiný pohled a otevřít otázky, kterým by se média sama od sebe nevěnovala. Veřejná správa zase může přispět svým odborným pohledem a být nápomocná v prioritizaci témat. V případě soukromého sektoru si dovedu představit i určitou finanční spoluúčast – nikoliv však v podobě placených pochvalných článků. Některá z oborových asociací, či přímo konkrétní společnost by se mohla stát například partnerem nové rubriky nebo tematického seriálu, kde by byly postupně zajímavou formou prezentovány a vysvětlovány různé souvislosti a témata. Spolupráce by neměla být maskovaná, ale přiznaná, současně by ale měla být dodržena určitá objektivita a mělo by být zajištěno, že redaktor bude mít ve své práci dostatečně volnou ruku.

Výzvu tedy nesměruji jen k médiím, ale i k jednotlivým zájmovým stranám. Developeři musí začít více komunikovat s veřejností a kromě svých projektů se zaměřit i na témata, jež nadále podporují nedůvěru, kterou k těmto společnostem lidé chovají – ať se jedná o marže, ekonomické souvislosti, procesy, důvody výstavby, nebo otázky udržitelnosti. Tato komunikace by však neměla být jednostranná, společný dialog může být v mnohém překvapivě přínosný. Jak navíc vyplynulo z kvantitativního výzkumu, jednotlivé věkové a sociální skupiny obyvatel mají zcela odlišné názory a postoje, a proto by práce měla spočívat i ve větší segmentaci témat.

Také město musí být v komunikaci aktivnější, nikoliv jen v podobě tiskových zpráv, konferencí nebo rozhovorů. Je třeba s médii najít společnou řeč a hledat způsob, jak si vzájemně pomoci. V komunikaci by mělo umět lépe vysvětlovat svoji roli v celém procesu územního rozvoje. A hlavně by mělo být aktivní v koordinaci diskuse mezi občany, soukromým sektorem a neziskovým sektorem – a přímo do toho zapojit i média.

Spolky musí dále zastávat svoji roli ochránce občanů a veřejných zájmů. Je třeba postupovat systematicky, v některých momentech podstoupit od problému a pokusit se ho pochopit z pohledu všech stran. Pokoušet se hledat reálná řešení a předcházet krizovým situacím. I ze strany různých neziskových organizací si dovedu představit užší spolupráci s některými médii, která by nespočívala jen v rozesílání tiskových zpráv a otevřených dopisů. Témata však musí být vyvážená a argumentace konstruktivní.

Celý tento obor je skutečně složitý. Ani v takto rozsáhlé práci se mi nepodařilo dostatečně podrobně prozkoumat veškeré relevantní oblasti a souvislosti. Nabízí se například otázka,

jak se na tuto problematiku dívají samotní novináři, ale třeba i architekti, městské části nebo jiné oborové organizace a další soukromé subjekty, které v segmentu real estate působí a s médii přicházejí do styku. Otevírá se tak celá řada dalších témat, na která se lze v budoucím bádání zaměřit.

Ve výsledku věřím, že tato práce přinesla první ucelenější vhled do problematiky územního rozvoje v kontextu médií a do budoucna poslouží jako odrazový můstek pro další výzkumy medializace oboru developmentu v Praze i jiných regionech.

5 Summary

The goal of this bachelor's thesis is to analyse the various relations between the media, real estate development, and territorial development. The first part is dedicated to theory and hypotheses.

First, the basic terms are defined and the state of territorial development in Prague is briefly introduced. The topic is also placed into the context of the media environment including the various elements that can influence media outputs. The thesis is primarily focused on the role of media ownership, political and ideological leanings, and routines or methods of working with information in the media.

Three different research methods were used in the practical section. The first was a content analysis of five selected online media in terms of what aspects of development they cover, what is the tone of articles published, and how development companies are presented. This research discovered the existence of various power roles where the outputs from individual media differ greatly – both in the frequency of topics covered, and primarily in their tone. The content analysis also uncovered the absence of detailed investigations of important topics and a certain degree of non-objectivity.

The second method used was a qualitative analysis in the form of interviews with a representative from the public sector, a non-profit, and the head of the developers' association. Although the views and approaches of each were very different, the three confirmed that the media only see the development sector as a source of news and does not spend enough time reporting about important topics.

The third practical section was based on a quantitative analysis of a survey of more than 1,000 inhabitants of Prague that formed a representative social-demographic sample. This survey revealed that the media is the dominant channel for receiving information about planned construction projects. Respondents also mostly agreed that the media should allot more space to development and territorial development.

In conclusion, this thesis should provide the first more complete view into the topic of territorial development in the context of the media and act as a springboard for future surveys about territorial development and the media in Prague and other regions.

6 Použitá literatura

1. ARTN. *Trend Report 2021: Přehled českého realitního trhu*. Praha: Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí, 2021.
2. DRÁPAL, Martin. *Pravicové nebo levicové? Obsahová analýza editoriální agendy vybraných českých deníků optikou teorie politického paralelismu* [online]. Brno, 2011. [Cit. 2021-6-16]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/hnp1uf/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce PhDr. Jaromír Volek, Ph.D.
3. FORTUIN, Karen P. J. *Brownfields v centru Prahy – kritéria udržitelného rozvoje: proměna pražských nádraží může být příležitostí i hrozbou: zpráva evropského semináře Univerzity Wageningen*. Praha: Centrum pro podporu občanů sdružení Arniky, 2010. ISBN 978-80-904409-5-1.
4. GALTUNG, Johan and Mari Holmboe Ruge. *The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers*. Oslo: Journal of Peace Research, 1965. DOI 10.1177/002234336500200104.
5. JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.
6. KLESNAR, Tomáš. *Formy financování rezidenčních developerských projektů* [online]. Praha, 2015. [Cit. 2021-6-25]. Dostupné z: <https://dspace.cvut.cz/bitstream/handle/10467/64213/F1-BP-2015-Klesnar-Tomas-Klesnar.pdf>. Bakalářská práce. České vysoké učení technické v Praze, Fakulta stavební. Vedoucí práce doc. Ing. Jana Frková, Ph.D.
7. KOUCKÝ, Roman. *Územní plán hlavního města Prahy: Metropolitní plán: závazná část: text*. Praha: Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy, 2018. ISBN 978-80-87931-77-6.

8. LIPPMANN, Walter. *Veřejné mínění*. Přeložil Ladislav KÖPPL. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0939-3.
9. MAIER, Karel. *Ekonomika územního rozvoje*. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-7169-644-7.
10. MAIER, Karel. *Územní plánování a udržitelný rozvoj*. Praha: ABF – Arch, 2008. ISBN 978-80-86905-47-1.
11. MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.
12. MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.
13. NÁVRAT, Petr. *Manuál participace: Jak zapojit veřejnost do plánování města*. Praha: Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy, 2016. Dostupné z: https://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/obecne/manual_participace_tisk_2017.pdf.
14. NĚMEC, Michal. *Strategie rozvoje bydlení v hl. m. Praze*. Praha: Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy, 2021. Dostupné z: https://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/strategie_rozvoje_bydleni.pdf.
15. NOVOTNÁ, Eliška, Jan NOVÝ a Martin MUSIL. *PR management*. Praha: Oeconomica, 2006. ISBN 80-245-1047-2.
16. OUŘEDNÍČEK, Martin, ed. *Sociální geografie pražského městského regionu*. Praha: Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Přírodovědecké fakulty Univerzity Karlovy, 2006. ISBN 80-86561-94-1.
17. PETRNOUŠEK, Vojtěch. *Developři a developerské projekty v rozvoji měst na příkladu městské části Praha 13* [online]. Praha, 2021. [Cit. 2021-7-4]. Dostupné z:

https://is.ambis.cz/th/olw0h/Diplomova_prace_Petrnousek_uco_46436.pdf.

Diplomová práce. Ambis vysoká škola, a.s., Katedra regionálního rozvoje. Vedoucí práce doc. RNDr. Jiří Ježek, Ph.D.

18. POLÁKOVÁ, Olga. *Bydlení a bytová politika*. Praha: Ekopress, 2006. ISBN 80-86929-03-5.
19. REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.
20. ROSŮLEK, Přemysl. *Média & politika: vybrané problémy: modernita, propaganda, politický marketing, agenda-setting, terorismus, žurnalistika*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2009. ISBN 978-80-7043-841-1.
21. SRB, Ondřej. *Veřejný zájem, politika a developéři* [online]. Praha, 2016. [Cit. 2021-7-18]. Dostupné z:
https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/82790/DPTX_2015_2_11220_0_321936_0_177251.pdf. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Právnická fakulta. Vedoucí práce JUDr. Mgr. Michal Urban, Ph.D.
22. TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.

7 Další zdroje

1. Vládní návrh stavebního zákona z roku 2021. Dostupné z:
<https://www.mmr.cz/getmedia/5cbed0f7-b7ad-43a7-b180-12231bfaf4f3/Navrh-stavebniho-zakona>.
2. Banky.cz. *Realitní slovník: definice developer*. Banky.cz [online]. [Cit. 2021-5-21]. Dostupné z: <https://www.banky.cz/realitni-slovník/developer/>.
3. Zákon č. 183/2006 Sb.: zákon o územním plánování a stavebním řádu (stavební zákon). In: *Sbírka zákonů České republiky*. Část první § 2. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2006-183>.
4. Skanska. *Naše organizace*. Skanska.cz [online]. [Cit. 2021-5-21]. Dostupné z: <https://www.skanska.cz/kdo-jsme/o-nas/nase-organizace/>.
5. Skupina Metrostav. *Členové koncernu*. Metrostav.cz [online]. [Cit. 2021-5-21]. Dostupné z: <https://www.skupinametrostav.cz/cs/clenove-koncernu>.
6. Praha5.cz. *Odbor územního rozvoje*. Praha5.cz: Městská část Praha 5 [online]. [Cit. 2021-5-23]. Dostupné z: <https://www.praha5.cz/sekce/odbor-uzemniho-rozvoje/>.
7. Praha.eu. *Odbor územního rozvoje*. Praha.eu: Portál hlavního města Prahy [online]. [Cit. 2021-5-23]. Dostupné z: https://www.praha.eu/jnp/cz/o_meste/magistrat/odbory/index.html?divisionId=144.
8. Iprpraha.cz. *Co IPR Praha dělá?* Iprpraha.cz: Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy [online]. [Cit. 2021-5-29]. Dostupné z: <https://www.iprpraha.cz/clanek/343/co-ipr-praha-dela>.

9. ČTK. *Tuzemští developéři založili asociaci, zatím má třináct členů.* Denik.cz [online]. 14. 11. 2015 [cit. 2021-5-30]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/bydleni/tuzemsti-developeri-zalozili-asociaci-zatim-ma-trinact-clenu-20151113-zrs4.html>.
10. ČTK, idnes.cz. *Sen bydlet ve vlastním se Čechům stále víc vzdaluje. Byt stojí 137 výplat.* Idnes.cz [online]. 2. 7. 2020 [cit. 2021-6-3]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/bydleni-reality-hypoteky-byty-cena-prumerny-plat.A200702_113257_ekonomika_rts.
11. ČTK. *Za milion je v centru Prahy pět metrů čtverečních. Nové byty dál zdražují.* E15.cz [online]. 12. 4. 2021 [cit. 2021-6-5]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/reality-a-stavebnictvi/za-milion-je-v-centru-prahy-pet-metru-ctverecnich-nove-byty-dal-zdrazuji-1379508>.
12. ČTK, Aktuálně.cz. *Sněmovna schválila nový stavební zákon. Má urychlit stavební řízení.* Aktuálně.cz [online]. 26. 5. 2021 [cit. 2021-6-6]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/snemovna-schvalila-novy-stavebni-zakon-ktery-ma-urychlit-sta/r~8ba2d7babe1111ebb98b0cc47ab5f122/>.
13. Sdružení pro architekturu a rozvoj. *Kdo jsme a o co nám jde.* Arch-rozvoj.cz [online]. [Cit. 2021-6-7]. Dostupné z: <https://www.arch-rozvoj.cz/pages.aspx?page=sar-o-sdruzeni>.
14. Central Group. *Central Group pomáhá a sponzoruje.* Central-group.cz [online]. [Cit. 2021-6-11]. Dostupné z: <https://www.central-group.cz/page/sponzorujeme>.
15. Sdružení pro architekturu a rozvoj. *Kdo jsme a o co nám jde.* Arch-rozvoj.cz [online]. [Cit. 2021-6-11]. Dostupné z: <https://www.arch-rozvoj.cz/pages.aspx?page=sar-o-sdruzeni>.

16. Central Group. *Drobná úprava daní na principu 10+5 může zásadně podpořit novou výstavbu a zlepšit dostupnost bydlení*. Central-group.cz [online]. [Cit. 2021-6-11]. Dostupné z: <https://www.central-group.cz/pagen.aspx?page=tz-20210311>.
17. VLTAVA LABE MEDIA. *Naše portfolio*. Vlmedia.cz [online]. [Cit. 2021-6-11]. Dostupné z: <https://www.vlmedia.cz>.
18. BABS. *Úřady vyloučením spolků z řízení o Masaryčce pochybily, tvrdí ombudsman Křeček*. A2larm.cz [online]. 19. 4. 2021 [cit. 2021-6-13]. Dostupné z: <https://a2larm.cz/2021/04/urady-vyloucenim-spolku-z-rizeni-o-masarycce-pochybily-tvrdi-ombudsman-krecek/>.
19. Similarweb. *Traffic Overview*. Similarweb.com [online]. [Cit. 2021-6-18]. Statistiky návštěvnosti webových stránek dostupné z: www.similarweb.com.
20. LEDERER, Benedikt. *Praha před lety rozprodala strategické pozemky, teď je bude vykupovat*. Idnes.cz [online]. 29. 7. 2017 [cit. 2021-6-25]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/praha/zpravy/praha-vykup-strategickych-pozemku.A170729_2341956_praha-zpravy_mav.
21. Osobní konzultace s právníkem Petrem Boudou z Frank Bold Advokáti, datum rozhovoru: 16. 7. 2021.
22. Passerinvest Group. *Iniciace Rozvoj staveb pro republiku bohatší je k dispozici všem občanům i politikům*. Passerinvest.cz: Tiskové zprávy [online]. 25. 6. 2021 [cit. 2021-6-27]. Dostupné z: <https://www.passerinvest.cz/cs/tiskove-zpravy/1065>.
23. TOP 09. *Podrobný volební program TOP 09 pro městskou část Praha 6 do komunálních voleb*. Top09.cz [online]. [Cit. 2021-6-29]. Dostupné z: www.top09.cz/regiony/praha/regionalni-organizace/praha-6/podrobny-volebni-program-top-09-pro-mestskou-cast-praha-6-do-komunalnich-voleb-16655.html

24. Pirátská strana. *Zveřejněn pirátský program pro Prahu 5*. Praha5.pirati.cz [online]. 4. 9. 2018 [cit. 2021-6-29]. Dostupné z: <https://praha5.pirati.cz/aktuality/program-pro-prahu5.html>.
25. ODS, KDU-ČSL, SVOBODNÍ. *Volební program a programové priority Koalice pro Prahu 3*. Koaliceproprahu3.cz [online]. [Cit. 2021-6-29]. Dostupné z: <http://koaliceproprahu3.cz/program/>.
26. BEREŇ, Michael. *Paktování s developery? Čížinského „překroucení“ naštvalo Marvanovou*. Prazsky.denik.cz [online]. 27. 6. 2021 [cit. 2021-7-5]. Dostupné z: https://prazsky.denik.cz/zpravy_region/brand-store-praha-1-parizska-cizinsky-marvanova-developer.html.
27. OSOUC, Marek. *Developer budí rozruch. Staví nebytové prostory, ve kterých lze bydlet*. Idnes.cz [online]. 17. 8. 2020 [cit. 2021-7-5]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/brno/zpravy/spor-brno-developer-lekarsky-dum-hippokrates-masarykova-ctvrt-properity-bydleni.A200817_565376_brno-zpravy_krut.
28. JAROŠEVSKÝ, Filip. *Z Císařské louky zastavěný ostrov. Proti záměrům developera se staví místní spolky*. Metro.cz [online]. 11. 12. 2019 [cit. 2021-7-5]. Dostupné z: https://www.metro.cz/z-cisarske-louky-zastaveny-ostrov-proti-zamerum-developera-se-stavi-mistni-spolky-gmj-/praha.aspx?c=A191210_164205_metro-praha_hyr.
29. ČTK, Aktuálně.cz. *Developeři dál drží ceny na rekordech. Nové byty v Praze oproti loňsku opět podražily*. Aktuálně.cz [online]. 23. 7. 2020 [cit. 2021-7-5]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/zlevneni-bytu-se-zatim-nekona-ceny-novych-bytu-naopak-vzrost/r~5f644cf8cbb11eab115ac1f6b220ee8/>.
30. NOVÁK, Daniel. *Developeři zahušťují za miliardy okolí pražské Vidoule*. E15.cz [online]. 22. 10. 2020 [cit. 2021-7-5]. Dostupné z:

- <https://www.e15.cz/byznys/reality-a-stavebnictvi/developer-i-zahustuji-za-miliardy-okoli-prazske-vidoule-1374403>.
31. PENTA. *Změny ve vlastnické struktuře skupiny Penta*. Pentainvestments.com [online]. 15. 6. 2021 [cit. 2021-7-6]. Dostupné z: <https://www.pentainvestments.com/cs/press-release/zmeny-ve-vlastnicke-strukture-skupiny-penta-7Fmd2d.aspx>.
32. Mediální skupina MAFRA. *O společnosti*. Mafra.cz [online]. [Cit. 2021-7-6]. Dostupné z: <https://www.mafra.cz/o-spolecnosti.aspx>.
33. Reportéři ČT. *Agrofert označil Babiše za příjemce výhod a čeká na další zemědělské dotace*. Ct24.ceskatelevize.cz [online]. 7. 6. 2021 [cit. 2021-7-6]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3323273-reporteri-ct-agrofert-oznacil-babise-za-prijemce-vyhod-a-ceka-na-dalsi-zemedelske>.
34. FROUZOVÁ, Kateřina. *Babiš dál ovládá média. Má vliv na správce svěrenského fondu a majetek může rychle získat zpět, tvrdí úřad v Černošicích*. Ihned.cz [online]. 11. 3. 2019 [cit. 2021-7-6]. Dostupné z: <https://domaci.ihned.cz/c1-66516060-babis-dal-ovlada-media-protuze-ma-vliv-na-spravce-sverenskeho-fondu-a-majetek-muze-rychle-ziskat-zpet-pod-kontrolu-tvrdi-urad-v-cernosicich-ziskali>.
35. Economia.cz. *Kontakty: Kde nás najdete*. Economia.cz [online]. [Cit. 2021-7-6]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/contact/>.
36. Economia.cz. *Odpovědnost: Odpovědná žurnalistika*. Economia.cz [online]. [Cit. 2021-7-6]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/odpovedna-zurnalistika/>.
37. Echo24.cz. *Výzkum: Echo má vzdělané čtenáře, oceňují jeho nezávislost a důvěryhodnost*. Echo24.cz [online]. 11. 12. 2020 [cit. 2021-7-10].

- Dostupné z: <https://echo24.cz/a/SRize/vyzkum-echo-ma-vzdelane-ctenare-ocenuji-jeho-nezavislost-a-duveryhodnost>.
38. Echo24.cz. *Nový majitel Echa: Marek Španěl koupil podíly od Rudolfa Ovčářího*. Echo24.cz [online]. 15. 4. 2021 [cit. 2021-7-10]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/SghLi/novy-majitel-echa-marek-spanel-koupil-podily-od-rudolfa-ovcariho>.
39. A2larm.cz. *O nás*. A2larm.cz [online]. [Cit. 2021-7-11]. Dostupné z: <https://a2larm.cz/o-nas/>.
40. BORO VAN, Aleš. *Vydavatel radikálního webu A2larm.cz a časopisu A2 dostal od ministerstva další miliony*. Borovan.cz [online]. [Cit. 2021-7-12]. Dostupné z: https://www.borovan.cz/hraci_dne/vydavatel-radikalniho-a2larm-cz-a-casopisu-a2-dostal-od-ministerstva-dalsi-miliony.
41. *Newton Media*. Newtonmedia.cz [online]. [Cit. 2021-7-11]. Dostupné z: <https://www.newtonmedia.cz/>.
42. ZABLOUDILOVÁ, Táňa. „*Bude tam jen to, co nadiktoval developer? “ Žižkovští chtějí ovlivnit vývoj své čtvrti*”. A2larm.cz [online]. [Cit. 2021-7-12]. Dostupné z: <https://a2larm.cz/2021/02/bude-tam-jen-to-co-nadiktoval-developer-zizkovsti-chteji-ovlivnit-vyvoj-sve-ctvrti/>.
43. E15.CZ. *Boom nákupních center končí, už na ně není místo, říká realitní expertka E15 Denisa Holajová*. E15.cz [online]. 21. 6. 2021 [cit. 2021-7-22]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/podcasty/e15-cast/boom-nakupnich-center-konci-uz-na-ne-neni-misto-rika-realitni-expertka-e15-denisa-holajova-1381504>.
44. HOLAJOVÁ, Denisa. *Neutěšený stav okolí Masarykova nádraží se změní. Zvelebí ho nové náměstí*. Prazsky.denik.cz [online]. 16. 4. 2021 [cit. 2021-7-17].

- Dostupné z: <https://prazsky.denik.cz/podnikani/namesti-masarykovo-nadrazi-penta-zaha-hadid-developer-bulvar-strom.html>.
45. HOLAJOVÁ, Denisa. *Proměnu Florence určí mezinárodní soutěž*. Prazsky.denik.cz [online]. 23. 3. 2021 [cit. 2021-7-17]. Dostupné z: <https://prazsky.denik.cz/podnikani/florenc-autobusove-nadrazi-mezinarodni-soutez-praha-penta.html>.
46. GINTER, Jindřich. *Ceny stavebních materiálů skáčou po dnech, jekly zdražily už o 150 procent*. Novinky.cz [online]. 14. 6. 2021 [cit. 2021-7-18]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/ceny-stavebnich-materialu-skacou-po-dnech-jekly-zdrzily-uz-o-150-procent-40363281>.
47. MERTO VÁ, Jana. *Pět miliard pro Rohlík. Investovali do něj i miliardáři Kučera, Baudiš a Šlemr*. Forbes.cz [online]. 2. 3. 2021 [cit. 2021-7-17]. Dostupné z: <https://forbes.cz/5-miliard-pro-rohlik-investice-podpori-i-planovany-vstup-do-nemecka>.
48. BERENĚ, Michael. *Kocourkov, nebo spíš Palermo? Pražané se bouří proti „černé“ stavbě u hotelu*. Denik.cz [online]. 18. 2. 2021 [cit. 2021-7-18]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/regiony/staromestska-brana-obcane-prahy-1-stavba-hotel-intercontinental-parizska.html>.
49. ČTK, Echo24. *Moderní vstupy do metra a více zeleně. Penta zahájila stavbu z dílny Zahy Hadidové*. Echo24.cz [online]. 18. 2. 2021 [cit. 2021-7-18]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/SkPjt/moderni-vstupy-do-metra-a-vice-zelene-penta-zahajila-stavbu-z-dilny-zahy-hadidove>.
50. HOLAJOVÁ, Denisa. *Proměna okolí Masarykova nádraží začala. První domy otevřou za dva roky*. Prazsky.denik.cz [online]. 19. 2. 2021 [cit. 2021-7-18].


Dostupné z: <https://prazsky.denik.cz/podnikani/masarykovo-nadrazi-penta-zahadid-developer-vystavba-florenc-povoleni.html>.

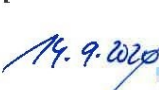

51. Headhand Architekti. *Petr Hlaváček*. Headhand.cz [online]. [Cit. 2021-6-13].
Dostupné z: http://www.headhand.cz/petr_hlavacek.
52. Arnika. *Lidé v Arnice: Mgr. Václav Orcígr*. Arnika.org [online]. [Cit. 2021-6-13].
Dostupné z: <https://arnika.org/vaclav-orcigr>.
53. Asociace developerů. *Členové*. Wedevelop.cz [online]. [Cit. 2021-6-13]. Dostupné z: <https://www.wedevelop.cz/clenove/>.
54. Osobní rozhovor s doc. Ing. arch. Petrem Hlaváčkem, datum rozhovorů: 22. 6. 2021 a 2. 7. 2021.
55. Osobní rozhovor s Ing. Tomášem Kadeřábkem, datum rozhovoru: 16. 6. 2021.
56. Osobní rozhovor s Mgr. Václavem Orcígre, datum rozhovoru: 9. 6. 2021.
57. Vlastní online průzkum realizovaný ve spolupráci s agenturou STEM/MARK na reprezentativním vzorku 1005 obyvatel Prahy. Termín sběru dat: 1. 6. – 6. 6. 2021.
Zdroj dat: STEM/MARK

8 Teze bakalářské práce

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:									
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Tashi Erml	Razítko podatelny: <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"> Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd </td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;">14 -09- 2020 -1-</td> </tr> <tr> <td>Čj:</td> <td style="text-align: center;">196 Příloh:</td> </tr> <tr> <td>Přiděleno:</td> <td></td> </tr> </table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	14 -09- 2020 -1-	Čj:	196 Příloh:	Přiděleno:	
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd									
Došlo dne:		14 -09- 2020 -1-							
Čj:		196 Příloh:							
Přiděleno:									
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2018									
E-mail diplomantky/diplomanta: tashi.erml@gmail.com									
Studijní obor/forma studia: Mediální studia (MSBCK), kombinovaná forma studia									
Název práce v češtině: Development a územní rozvoj v kontextu médií									
Název práce v angličtině: Real Estate and Territorial Development in a Media Context									
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013): (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve po dvou semestrech</u> od schválení tezí) LS 2020/2021									
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): Cílem práce je analýza souvislostí mezi médii a oblastí realitního developmentu, potažmo celé problematiky územního rozvoje. Autor bude v práci zkoumat, jakým způsobem média referují o tématech týkajících se výstavby a územního plánování. Práce bude zaměřena primárně na situaci v Praze. Součástí bude kvalitativní i kvantitativní analýza, která pomůže lépe pochopit, jak dnešní společnost k jednotlivým otázkám rozvoje města přistupuje a jakou roli v tomto případě přisuzuje médiím. Sekundárním cílem práce bude též hledání způsobu, jak by média mohla zlepšit komunikaci mezi všemi dotčenými stranami – developerskými společnostmi, veřejnou správou, neziskovým sektorem i samotnými občany.									
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): Úvod – představení problematiky a definování cílů práce Development a územní rozvoj – vymezení zvolené problematiky, uvedení do kontextu a definování jednotlivých témat a podtémat Development a územní rozvoj v kontextu médií – představení základních souvislostí mezi médii a oblastmi developmentu a územního rozvoje Obsahová analýza vybraných médií – obsahová analýza zvolených médií v rámci konkrétního časového									

<p>úseku</p> <p>Kvalitativní analýza – rozhovory se zástupci soukromého sektoru, veřejné správy a neziskového sektoru na témata týkající se problematiky územního rozvoje, výstavby a souvislostí s komunikací v médiích</p> <p>Kvantitativní analýza – realizování a interpretace online průzkumu na reprezentativním vzorku obyvatel hl. m. Prahy, otázky týkající se jednotlivých témat problematiky rozvoje města a souvislostí s médii</p> <p>Shrnutí – shrnutí a interpretace poznatků jednotlivých analýz a využitého materiálu</p> <p>Závěr – shrnutí celé práce, hlavních myšlenek a poznatků</p>
<p>Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):</p> <p>V rámci obsahové analýzy se autor zaměří na mainstreamová média, u kterých bude v rámci vybraného časového úseku zkoumáno, jak o jednotlivých tématech problematiky referují. Vhodná média budou zvolena na základě předvýzkumu. Zkoumané období bude přiměřeno rozsahu bakalářské práce.</p> <p>Dalším podkladem pro práci budou informace získané z rozhovorů se zástupci jednotlivých stran – soukromý sektor, veřejná správa a neziskový sektor. Zástupci budou odpovídat na otázky související s analyzovanými tématy i způsobem, jakým média o problematice referují.</p> <p>Zásadním materiálem pro analýzu zvolené problematiky budou také výsledky vlastního průzkumu realizovaném na reprezentativním vzorku obyvatel hl. m. Prahy. Účastníci průzkumu budou dotazováni na postoje k jednotlivým tématům developmentu a územního rozvoje a způsobem, jakým o problematice hovoří média.</p>
<p>Postup (technika) při zpracování materiálu:</p> <p>V případě zkoumaných periodik či digitálních médií bude aplikována obsahová analýza. V další části analýzy bude využit kvalitativní průzkum (rozhovory se zástupci výše zmiňovaných stran) a kvantitativní průzkum (online dotazování obyvatel hl. m. Prahy).</p>
<p>Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):</p> <p>MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5 – kniha pomůže s definicí a vymezením základních pojmů a konceptů fungování masových médií a jejich vlivu a publika</p> <p>REIFOVÁ, Irena. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7 – publikace bude sloužit jako další podklad pro definici a správné uchopení důležitých odborných pojmů a komunikačních teorií, které se věnují působení médií na publikum</p> <p>TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4 – důležitá publikace pro správné definování a aplikování metodických postupů pro zkoumání médií. Kniha obsahuje jak obecné definice, tak praktické příkladech z českých médií.</p> <p>Územní plán hlavního města Prahy: metropolitní plán: závazná část: text. Praha: Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy, [2018]. ISBN 978-80-87931-77-6 – textová část územního plánu obsahuje koncepci a vysvětlení toho, jak město přistupuje k dalšímu rozvoji metropole. Publikace pomůže s definicí odborných pojmů i ukotvení postojů a priorit města, respektive názorů odborníků, odboru územního rozvoje a autorského týmu metropolitního plánu.</p> <p>FORTUIN, Karen P. J. Brownfields v centru Prahy – kritéria udržitelného rozvoje: proměna pražských nádraží může být příležitostí i hrozbou: zpráva evropského semináře Univerzity Wageningen, Praha, 2009. Praha: Centrum pro podporu občanů sdružení Arnika, 2010. ISBN 978-80-904409-5-1 – materiál, který vznikl v rámci evropského semináře Univerzity Wageningen, vydalo Centrum pro podporu občanů Arnika. Publikace se věnuje budoucnosti velkých, dodnes neurbanizovaných,</p>

<p>rozvojových území v Praze a zkoumá možnosti udržitelného rozvoje brownfieldů. V rámci výzkumu bylo zkoumáno také zapojení veřejnosti do rozhodovacích procesů.</p> <p>MAIER, Karel. Územní plánování a udržitelný rozvoj. Praha: ABF – Arch, 2008. Stavební právo. ISBN 978-80-86905-47-1 – kniha bude využita k definování a vymezení odborných pojmů a oblastí týkajících se udržitelného rozvoje a urbanismu, kniha současně obsahuje případové studie, včetně analýzy udržitelnosti územního rozvoje hl. m. Prahy</p>
<p>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)</p> <p>Vývoj trhu nemovitostí v Praze po roce 1989 (ID: 87228) Právo na město a územní plán (ID: 166387) Problematika podpory regenerace brownfieldů v České republice (ID: 89190) Palmovka – trhlina v městské struktuře (ID: 213512) Účinné vládnutí pro Public-Private Partnerships: výzvy a řešení pro stávající modely (ID: 120382) Role aktérů územního rozvoje při regeneraci brownfields na území dolních Holešovic a dolní Libně (ID: 159834) Brownfields jako společenský problém. Vnímání problematiky obyvateli v postižené lokalitě, v pražském Karlíně (ID: 18308)</p>
<p>Datum / Podpis studenta/ky</p> <p style="text-align: right;">13. 9. 2020 </p>

<p>TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:</p>
<p>Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:</p>
<p>Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:</p>
<p>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.</p> <p>Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.</p> <p>PhDr. Radim Wolak  14. 9. 2020 </p> <p>Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga Datum / Podpis pedagožky/pedagoga</p>

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

TEZE SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.

9 Seznam příloh

Příloha č. 1: Graf 1 Vyznění rozvoje či konkrétního záměru ve zkoumaných médiích. Zdroj: vlastní analýza (s. 32)

Příloha č. 2: Graf 2 Zastoupení jednotlivých témat ve zkoumaných médiích. Zdroj: vlastní analýza (s. 34)

Příloha č. 3: Graf 3 Vyznění konkrétních developerských společností ve zkoumaných médiích. Zdroj: vlastní analýza (s. 38)

Příloha č. 4: Graf 4 Odpovědi na otázku „Jaké máte pocity, když se řekne developer / developerská společnost?“ Zdroj: STEM/MARK (s. 48)

Příloha č. 5: Graf 5 Odpovědi na otázky „Proč máte pozitivní/negativní/neutrální pocity, když se řekne developerská společnost?“ Zdroj: STEM/MARK (s. 50)

Příloha č. 6: Graf 6 Odpovědi na otázku „Odkud se dozvídáte informace o developerských společnostech a jejich projektech?“ Zdroj: STEM/MARK (s. 51)

Příloha č. 7: Graf 7 Odpovědi na otázku „Myslíte, že se média věnují v odpovídající míře problematice výstavby a územního rozvoje? Měla by se podle vás této problematice věnovat více či méně?“ Zdroj: STEM/MARK (s. 52)

Příloha č. 8: Graf 8 Odpovědi na otázku „Jaký mediální obraz podle vás mají developerské společnosti? (Jak o nich média převážně píše?)“ Zdroj: STEM/MARK (s. 53)

Příloha č. 9: Graf 9 Odpovědi na otázku „Co je podle vás u developerské společnosti nejdůležitější? Co byste ocenili?“ Zdroj: STEM/MARK (s. 56)

Příloha č. 10: Graf 10 Odpovědi na otázku „Co jsou podle vás hlavní důvody zdražování nemovitostí?“ Zdroj: STEM/MARK (s. 57)

Příloha č. 11: Graf 11 Odpovědi na otázku „Co by se podle vás mělo v Praze stavět?“ Zdroj: STEM/MARK (s. 58)

Příloha č. 12: Graf 12 Odpovědi na otázku „Kde by se podle vás mělo v Praze převážně stavět?“ Zdroj: STEM/MARK (s. 59)

Příloha č. 13: Graf 13 Odpovědi na otázku „Které z developerských společností znáte?“ Zdroj: STEM/MARK (s. 61)

Příloha č. 14: Graf 14 Odpovědi na otázku „Jak tyto společnosti hodnotíte? Hodnota 1 znamená velmi špatný dojem z dané společnosti a hodnota 11 znamená nejlepší dojem z dané společnosti.“ Zdroj: STEM/MARK (s. 62)

Příloha č. 15: Tabulka 1 Otázky pro průzkum STEM/MARK

Příloha č. 15: Otázky pro průzkum STEM/MARK

Parametry průzkumu:

- Termín sběru dat: 1. 6. – 6. 6. 2021
- Způsob dotazování: online průzkum
- Celkový počet respondentů: 1005
- Pohlaví respondentů: 518 žen a 487 mužů
- Věkové skupiny respondentů: 146 ve věku 18 – 29 let, 325 ve věku 30 – 44 let, 237 ve věku 45 – 59 let, 297 ve věku 60 let a více
- Dosažené vzdělání respondentů: 224 bez maturity, 386 s maturitou, 395 absolventů vysokoškolského vzdělání
- Čistý příjem domácností respondentů: 104 s příjmy do 20.000 Kč, 154 s příjmy od 20.001 do 30.000 Kč, 174 s příjmy od 30.001 do 40.000 Kč, 242 s příjmy od 40.001 do 60.000 Kč, 156 s příjmy nad 60.000 Kč

Úvodní text průzkumu:

Tento průzkum je zaměřen na developery / developerské společnosti. Developery jsou myšleni investoři, kteří se soustředí na výstavbu nemovitostí. Tyto společnosti mají na starost celý investiční, plánovací a realizační proces výstavby nových bytových domů, kancelářských budov, nákupních center nebo například průmyslových hal. Většinou (ale ne vždy) se nejedná o společnosti, které přímo dané budovy i staví – na to si najímají externí dodavatele, kterými jsou stavební firmy. Developeri následně po dokončení projektu budovy prodají nebo pronajmou.

Seznam otázek a možných odpovědí:

1. Jaké máte pocity, když se řekne developer / developerská společnost?

- A. Rozhodně pozitivní
- B. Spíše pozitivní
- C. Neutrální

- D. Spíše negativní
- E. Rozhodně negativní

2a. Proč máte pozitivní pocity, když se řekne developerská společnost? (více možností)

- A. Je důležité, že se města dál rozvíjejí a podporuje se tím ekonomika
- B. Je potřeba, aby vznikaly nové byty a kanceláře
- C. Myslím si, že se díky nové výstavbě město zvelebuje
- D. Jiné, uveďte prosím:

2b. Proč máte neutrální pocity, když se řekne developerská společnost?

- A. Nemám dostatek informací
- B. Nezajímám se o tuto oblast
- C. V něčem mám pozitivní pocity, v něčem negativní
- D. Jiné, uveďte prosím:

2c. Proč máte negativní pocity, když se řekne developerská společnost? (více možností)

- A. Myslím si, že developerům jde jen o zisk, na lidi nemyslí
- B. Myslím si, že developeři staví stále dražší nemovitosti, byty stojí moc peněz
- C. Myslím si, že neberou ohled na původní zástavbu a obyvatele v místě, kde staví
- D. Myslím si, že výstavbou ničí zeleň a přírodu
- E. Nelíbí se mi nové budovy, které se staví
- F. Mám špatnou osobní zkušenost s výstavbou v blízkosti mého bydliště
- G. Jiné, uveďte prosím:

3. Odkud se dozvídáte informace o developerských společnostech a jejich projektech?

(více možností)

- A. Od lidí ze svého okolí
- B. Od politiků a veřejné správy
- C. Z médií (včetně online médií)
- D. Přímou od developerů (webové stránky, informační cedule, setkání s občany)
- E. Nikde, žádné takové informace mě nezajímají
- F. Jiné, uveďte prosím:

4. Myslíte, že se média věnují v odpovídající míře problematice výstavby a územního rozvoje? Měla by se podle vás této problematice věnovat více či méně?

- A. Rozhodně více
- B. Spíše více
- C. Spíše méně
- D. Rozhodně méně
- E. Nevím / nesleduji to

5. Jaký mediální obraz podle vás mají developerské společnosti? (Jak o nich média převážně píší?)

- A. Rozhodně pozitivní
- B. Spíše pozitivní
- C. Neutrální
- D. Spíše negativní
- E. Rozhodně negativní
- F. Nevím / nesleduji to

6. Co je podle vás u developerské společnosti nejdůležitější? Co byste ocenili? (jedna až tři možnosti)

- A. Aby stavěla hezké budovy, které se hodí do původní zástavby
- B. Aby včas informovala a komunikovala své stavební záměry
- C. Aby diskutovala s místními obyvateli a nabídla možnost participace
- D. Aby kvůli výstavbě nebourala žádné původní stavby a nekácela žádné stromy
- E. Aby stavěla cenově dostupné byty
- F. Aby se podílela na veřejné infrastruktuře – nové silnice, parky, školy atd.
- G. Jiné, uveďte prosím:

7. Co jsou podle vás hlavní důvody zdražování nemovitostí? Zvolte jednu až tři možnosti. (jedna až tři možnosti)

- A. Developeři chtějí více vydělat
- B. Nové byty skupují bohatí na investici
- C. Ceny pozemků a stavebních materiálů se zdražují
- D. Zvyšují se platy ve stavebnictví (např. dělníků)

- E. Novou výstavbu zdržují pomalé schvalovací procesy
- F. Nízké úrokové sazby hypoték nalákaly moc zájemců
- G. Dochází k přirozeným sociodemografickým změnám a migraci do Prahy
- H. Nové byty vyžadují dodržování přísnějších norem a předpisů
- I. Jiné, uveďte prosím:

8. Co by se podle vás mělo v Praze stavět? (více možností)

- A. Byty
- B. Kanceláře
- C. Obchody a služby
- D. Občanské stavby (sport, kultura, radnice apod.)
- E. Průmyslové stavby
- F. Nic z uvedeného

9. Kde by se podle vás mělo v Praze převážně stavět?

- A. V původní městské zástavbě – volné parcely, proluky, nedokončené bloky domů
- B. V okrajových částech města
- C. Na brownfieldech – bývalé průmyslové areály, zrušené železnice, opuštěné a nevyužité pozemky
- D. V rozumné míře kdekoliv, kde to dává smysl
- E. Je mi to relativně jedno, pokud se nestaví v blízkosti mého bydliště
- F. Jiné, uveďte prosím:
- G. Nikde

10. Které z developerských společností znáte? (více možností)

- A. Central Group
- B. Finep
- C. Skanska Reality
- D. Crestyl
- E. AFI Europe
- F. Vivus
- G. CPI Group
- H. Passerinvest Group

- I. Penta Real Estate
- J. Sekyra Group
- K. Metrostav Development
- L. YIT Stavo
- M. Trigema
- N. Karlín Group
- O. JRD Development
- P. Jiné, uveďte prosím:
- Q. Žádnou neznám

11. Jak tyto společnosti hodnotíte?

Hodnota 1 znamená velmi špatný dojem z dané společnosti a hodnota 11 znamená nejlepší dojem z dané společnosti. (Stupnice 1 až 11 u každé společnosti zvolené v předchozí otázce)