

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Mgr. Tereza Vilímová

**Občanský fotožurnalismus
a videožurnalismus na českých
zpravodajských webech**

Diplomová práce

Praha 2017

Autor práce: **Mgr. Tereza Vilímová**

Vedoucí práce: **Mgr. Jaromír Hanzal**

Datum obhajoby: **2017**

Bibliografický záznam

VILÍMOVÁ, T. *Občanský fotožurnalismus a videožurnalismus na českých zpravodajských webech*. Praha: 2017, 97 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Jaromír Hanzal.

Anotace (abstrakt)

Diplomová práce se zabývá občanskou fotožurnalistikou a videožurnalistikou v českém mediálním prostředí. Zaměřuje se na výskyt amatérských fotografií a videí na vybraných zpravodajských serverech a také na proces, kterým prochází amatérský obsah při publikování zpráv. Současně se zaměřuje na postoje mediálních profesionálů k občanské fotožurnalistice a videožurnalistice. Občanská žurnalistika je často ukotvena pohledem občanských žurnalistů, diplomová práce přináší pohled z druhé strany, ze strany mediálních profesionálů. V práci je využita kombinace kvantitativní a kvalitativní metody výzkumu. Nejdříve byla provedena kvantitativní obsahová analýza, poté byly vedeny polostrukturované rozhovory s mediálními profesionály z vybraných zpravodajských webů. Z výsledků šetření vyplynulo, že občanský fotožurnalismus a videožurnalismus je na zpravodajských webech využíván spíše okrajově. Mediální profesionálové jej většinou hodnotí kladně a za určitých podmínek jej považují za příspěvek ke zpravodajskému toku. Nejedná se podle nich ale o jev, bez kterého by se zpravodajství neobešlo.

Klíčová slova

občanský žurnalismus, občanský fotožurnalismus, občanský videožurnalismus, gatekeeping, amatérské fotografie a videa, kvantitativní obsahová analýza, polostrukturované rozhovory, amatérské vizuální materiály

Rozsah práce: 121 930 znaků včetně mezer

Abstract

The master's thesis deals with the citizen photojournalism and the citizen videojournalism in the Czech media landscape. It focuses on the frequency of the amateur photographs and videos published on the selected news web sites and also on the gatekeeping process. This master's thesis also reflects the editor's opinions on the citizen photojournalism and the citizen videojournalism. The citizen journalism is usually viewed from the perspective of the citizen journalists, but this master's thesis brings the view from the second side, from the media professionals. The thesis uses the combination of the quantitative and qualitative methods. Firstly, there was conducted the quantitative content analysis. Secondly, there were interviewed the media professionals. The conclusions of the master's thesis indicate that the citizen photojournalism and the citizen videojournalism is rarely used on the Czech web sites. The media professionals evaluate this phenomenon positively, find its contributions to the news flow but only under the certain conditions. On the other hand, they do not find the citizen photojournalism and videojournalism absolutely necessary element for the news service.

Keywords

citizen journalism, citizen photojournalism, citizen videojournalism, gatekeeping, amateur images, quantitative content analysis, semi-structured interviews, amateur visual materials

Extent of master's thesis: 121 930 characters included spaces

Prohlášení

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

V Praze dne 27. 12. 2016

Mgr. Tereza Vilímová

Poděkování

Za odbornou pomoc, cenné rady a připomínky děkuji vedoucímu práce Mgr. Jaromíru Hanzalovi. Poděkování rovněž patří všem respondentům, kteří se zúčastnili výzkumu v této práci.

Především děkuji své rodině a všem svým blízkým za podporu, které se mi od nich během studia dostalo a bez které bych studium úspěšně nedokončila.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Tereza Vilímová

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2013/2014

E-mail diplomantky/diplomanta:

VilimovaT@seznam.cz

Studijní obor/forma studia:

Mediální studia/prezenční

Razítko podatelny:

Univerzita Karlova v Praze	
Fakulta sociálních věd	
Došlo dne:	- 5 -06- 2015 -1-
Cj: 5762	Přih: <input type="checkbox"/> Sřartuční besjř: <input type="checkbox"/>
Přiděleno:	

Předpokládaný název práce v češtině:

Občanský fotožurnalismus a videožurnalismus na českých zpravodajských webech

Předpokládaný název práce v angličtině:

Citizen photojournalism and videojournalism on Czech news websites

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

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

LS 2015/2016

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):

Diplomová práce se bude zabývat občanskou fotožurnalistikou a videožurnalistikou v českém mediálním prostředí. Konkrétně se zaměří na výskyt amatérských fotografií a videí na českých webových portálech, na proces, jímž procházejí mediální profesionálové při publikování takového obsahu, a na jejich postoje k občanské fotožurnalistice a videožurnalistice.

Tradičně chápaná fotožurnalistika (i videožurnalistika) se s nástupem digitálních technologií počátkem 90. let ocitla na křižovatce (Osvaldová, 2009). Příležitost se otevřela amatérům, kteří se chtěli podílet na vzniku zpravodajství, a vznikla tak tzv. občanská žurnalistika (citizen journalism). Přechod tradičních masových médií na internet měl navíc obrovský dopad nejen na obsahy, ale především na způsob, jakým byly vyráběny (Cebe). Právě podavatelé mediálních obsahů, kteří se s touto změnou museli vypořádat, jsou předmětem zkoumání této diplomové práce.

Občanská žurnalistika je v literatuře často ukotvena pohledem občanských žurnalistů, tedy vnímáním sociálních sítí jako nástroje participativního občana, který má lepší možnost zapojit se do demokratické diskuze. Pohled z druhé strany, tedy ze strany mediálních profesionálů, kteří s těmito obsahy pracují, je spíše stále menšinový. Adaptaci obsahů generovaných uživateli mapoval v britském prostředí Neil Thurman, podle něhož mediální profesionálové mají ohledně příspěvků občanů stále určité obavy (Thurman, 2008). Ke kritickému výzkumu demokratických důsledků občanské žurnalistiky přispěl také Luke Good, podle něhož je ve spojení s občanskou žurnalistikou nezbytné provést prošetření nových forem gatekeepingu a agenda settings (Goode, 2009). Stěžejní prací pro tuto diplomovou práci bude studie ze švédského prostředí, jejímž cílem je zmapovat amatérské fotografie v tištěném i online zpravodajství (Milsoon, Wadbring, 2015).

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):

Diplomová práce si klade za cíl zjistit frekvenci amatérských fotografií a videí v české online zpravodajské krajině a také zanalyzovat proces gatekeepingu, kterým v kontextu občanské fotožurnalistiky a videožurnalistiky mediální profesionálové v českém prostředí procházejí.

Výzkumné otázky jsou na základě rešerše literatury definovány přibližně následovně: Jaký druh amatérských fotografií a videí se dostává do redakcí českých zpravodajských webů a jakým způsobem probíhá proces gatekeepingu (VO1)? Jak často se amatérské fotografie a amatérská videa objevují na českých zpravodajských webech a jaký druh obsahu je nejfrekventovanější (VO2)? Vidí žurnalisté

občanskou žurnalistiku jako příspěvek ke zpravodajskému toku informací (VO3)?
<p>Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):</p> <p>Práce bude vycházet z důsledné rešerše již publikovaných odborných prací, první část textu bude proto věnována shrnutí teoretického zázemí pro zkoumanou problematiku. Následovat bude vlastní výzkum a zodpovězení výzkumných otázek. Dojde k podrobnému popsání výsledků výzkumu, následně k jejich interpretaci a zasazení do kontextu již zpracovaných prací.</p> <p>I. Úvod II. Teoretická východiska III. Metodologie IV. Vlastní analýza V. Interpretace výsledků VI. Závěr</p>
<p>Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):</p> <p>Jako podkladový materiál pro kvantitativní obsahovou analýzu jsou vybrány čtyři české zpravodajské weby – předběžně se bude jednat o zpravodajské weby lidovky.cz, echo24.cz, ihned.cz, aktualne.cz, které budou sledovány po dobu šesti měsíců. Pro kvalitativní část výzkumu budou podkladovým materiálem rozhovory prováděné s editory a novináři sledovaných zpravodajských webů.</p>
<p>Metody (techniky) zpracování materiálu:</p> <p>V diplomové práci bude využita kombinace kvantitativní a kvalitativní metody výzkumu. Nejdříve bude provedena kvantitativní obsahová analýza, jejímž hlavním výstupem bude procentuální zastoupení proměnných. Poté budou vedeny polostrukturované rozhovory s mediálními profesionály z českých zpravodajských webů. Následovat bude popsání výsledků analýzy, jejich komparace a interpretace. Výsledky budou zasazeny do kontextu dostupných zahraničních výzkumů.</p>
<p>Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):</p> <p>Maria Nilsson & Ingela Wadbring (2015): Not Good Enough?, Journalism Practice, DOI: 10.1080/17512786.2015.1030135 <i>Článek analyzuje frekvenci amatérských fotografií, proces gatekeepingu a názory editorů, kteří o publikaci fotografií rozhodují v online i tištěném zpravodajství čtyř švédských deníků. Podle autorek se vizuální obsah generovaný uživateli objevuje ve velmi malém množství, což může být zapříčiněno jak procesem gatekeepingu a profesními standardy kladenými na fotografii, tak nedostatečným zájmem čtenářů či obtížemi s implementací nových struktur do newsroomu.</i></p> <p>CHARLES Alec, STEWART Gavin. The End of Journalism. News in the Twenty-First Century. Bern: Peter Lang AG, International Academic Publishers, 2011, 250 s. ISBN 978-3-0343-0261-2. <i>Publikace nabízí celkem třináct příspěvků, které odhalují, jak vyvíjející se podmínky a technologie produkce a recepce mění praktiky žurnalistiky napříč světem.</i></p> <p>ALLAN Stuart, THORSEN Einar. Citizen Journalism. Global Perspectives. New York: Peter Lang Publishing, 2009, 296 s. ISBN 978-1-4331-0296-7. <i>Publikace se zabývá spontánními reakcemi amatérů, kteří se stali svědky mimořádné události a jsou tak postaveni do role novináře. Autoři popisují občanskou žurnalistiku ve Spojených státech, západní Evropě, Austrálii, ale také v Číně, Vietnamu nebo Indii.</i></p> <p>Andén-Papadopoulos, Kari, and Pantti, Mervi, eds. Amateur Images and Global News. Bristol, GBR: Intellect Ltd., 2011. ProQuest ebrary. Web. 21 May 2015. <i>Publikace je podle autorů první knihou, která se zaměřuje na amatérské fotografie a jejich užití</i></p>

v mainstreamových médiích. Zabývá se etickými i odbornými tématy, která se s užíváním amatérských fotografií pojí a také roli amatérských fotografií v procesu vytváření vědomostí a rámování významů katastrof v globálním a nadnárodním kontextu.

ALLAN, Stuart. Citizen witnessing: revisioning journalism in times of crisis. Malden, MA: Polity Press, 2013, vii, 253 p. Key concepts in journalism. ISBN 07-456-5195-X.

Kniha představuje klíčový pojem „citizen witnessing“ a za cíl si klade přehodnotit tradiční rozdíl mezi novináři-amatéry a novináři-profesionály. Zvláštní pozornost je věnována spontánnímu jednání obyčejných lidí, kteří v krizových okamžicích zachytí událost, ke které v jejich blízkosti došlo. Takovéto amatérské videozáznamy, digitální fotografie, tweety, blogy a další obsahy se často stávají zásadními příspěvky ke zpravodajství.

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

VOTAVOVÁ, Barbora. Občanský fotožurnalismus – amatéři v roli fotoreportérů. Praha, 2012. 49 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce doc. Filip Láb, Ph.D.

ROČKOVÁ, Daniela. Občanská žurnalistika a komunitní média: Teoretické předpoklady a praktické uplatnění občanů ve veřejném mediálním prostoru. Praha, 2013. 144 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Lenka Vochocová.

FIRBACHEROVÁ, Pavla. *Etická úskalí občanské žurnalistiky*. Praha, 2012. 84 s. Diplomová práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Václav Moravec.

MEDKOVÁ, Magdaléna. *Vývoj rychlosti přenosu válečné fotografie*. Praha, 2014. 67. str. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí bakalářské práce MgA. Filip Láb, Ph.D.


CHOUR, Jakub. *Nová a tradiční média: kam kráčí? Směry vývoje zpravodajských serverů v době webu 2.0*. Praha, 2011. 75 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií. Katedra sociologie. Vedoucí diplomové práce PhDr. Ing. Petr Soukup.

KRÁLOVÁ, Pavla. *Medium v procesu změny: fotografie ze smartphonů a dalších mobilních zařízení v kontextu profesionální fotožurnalistiky*. Praha, 2013. 98 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Doc., MgA. Filip Láb, Ph.D.

Datum / Podpis studenta/ky

3. 6. 2015

Vilémova Tuzza

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:	
Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:	
Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:	
Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.	
Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.	
Jaromír Hanzal	
Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga 3. 6. 2015 Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

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

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Obsah

PODĚKOVÁNÍ	7
ÚVOD	3
VZTAH PRÁCE KE SCHVÁLENÝM TEZÍM.....	4
1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA	6
1.1 AMATÉR V ROLI NOVINÁŘE	6
1.1.1 <i>Občanský žurnalismus</i>	6
1.1.2 <i>Technologie a sociální sítě</i>	8
1.1.3 <i>Krizové reportování</i>	10
1.1.4 <i>Občanský fotožurnalismus a videožurnalismus</i>	12
1.2 OD AMATÉRA DO MÉDIÍ	15
1.2.1 <i>Teorie gatekeepingu</i>	15
1.2.2 <i>Gatekeeping při výběru amatérských fotografií a videí</i>	18
2 VÝZKUMNÁ VÝCHODISKA	21
2.1 KVANTITATIVNÍ OBSAHOVÁ ANALÝZA.....	22
2.1.1 <i>Výzkumný vzorek</i>	22
2.1.2 <i>Kategorizace</i>	22
2.1.3 <i>Metodologie</i>	24
2.1.4 <i>Charakteristika zkoumaných webů</i>	24
2.2 POLOSTRUKTUROVANÉ ROZHOVORY.....	25
2.2.1 <i>Výzkumný vzorek</i>	26
2.2.2 <i>Metodologie</i>	26
2.2.3 <i>Kategorizace</i>	27
3 VLASTNÍ ANALÝZA	29
3.1 FREKVENČNÍ ANALÝZA	30
3.1.1 <i>Výskyt občanského fotožurnalismu a videožurnalismu</i>	30
3.1.2 <i>Regionální zastoupení</i>	32
3.1.3 <i>Původ občanského fotožurnalismu a videožurnalismu</i>	34
3.1.4 <i>Tematické rozvrstvení</i>	35
3.2 KVALITATIVNÍ VÝZKUM.....	38

3.2.1	<i>Postoj k amatérským fotografiím a videím ve zpravodajství</i>	39
3.2.2	<i>Zdroje amatérských fotografií a videí</i>	40
3.2.3	<i>Proces gatekeepingu</i>	41
3.2.4	<i>Práce s občanským fotožurnalismem a videožurnalismem</i>	45
3.2.5	<i>Autorství</i>	47
3.3	ANALÝZA JEDNOTLIVÝCH WEBŮ	48
3.3.1	<i>Blesk.cz/zprávy</i>	48
3.3.2	<i>Echo24.cz</i>	49
3.3.3	<i>Novinky.cz</i>	50
3.3.4	<i>Aktuálně.cz</i>	50
4	ZÁVĚR	52
5	SUMMARY	56
6	POUŽITÁ LITERATURA	58
7	SEZNAM TABULEK A GRAFŮ	68
8	SEZNAM PŘÍLOH	69
9	PŘÍLOHY	70
9.1	PŘÍLOHA Č. 1: UKÁZKA KÓDOVACÍ KNIHY (OBRÁZEK)	70
9.2	PŘÍLOHA Č. 2: OKRUH TÉMAT A OTÁZEK K POLOSTRUKTUROVANÝM ROZHOVORŮM (TEXT)	71
9.3	PŘÍLOHA Č. 3: INFORMOVANÝ SOUHLAS (TEXT)	72
9.4	PŘÍLOHA Č. 3: PŘEPISY ROZHOVORŮ (TEXT)	73
9.4.1	<i>Respondent Blesk.cz/zprávy</i>	73
9.4.2	<i>Respondent Echo24.cz</i>	78
9.4.3	<i>Respondent Novinky.cz</i>	84
9.4.4	<i>Respondent Aktuálně.cz</i>	88
9.5	PŘÍLOHA Č. 4: SEZNAM KÓDŮ (TEXT)	96
9.6	PŘÍLOHA Č. 5: UKÁZKA OKÓDOVANÉHO ROZHOVORU (OBRÁZEK)	97

Úvod

V souvislosti s rozvojem digitálních technologií se naskytla příležitost amatérům, kteří se chtěli podílet na vzniku zpravodajství, a začal se čím dále častěji skloňovat termín občanská žurnalistika. K tomuto fenoménu se začala obracet pozornost odborníků (např. Carpenter, 2008; Mortensen, 2011; Pantti et al., 2009; Patrick et al. 2013), kteří jej podrobili zkoumání. Občanská žurnalistika je v literatuře často ukotvena pohledem občanských žurnalistů, tedy vnímáním sociálních sítí jako nástroje participativního občana. Pohled z druhé strany, tedy ze strany mediálních profesionálů, kteří s obsahy generovanými občanskými žurnalisty pracují, je spíše menšinový.

Nižší zájem o výzkum pohledu profesionála na občanskou žurnalistiku nás vedl k tomu provést šetření mezi profesionály. Naše praxe v redakci zpravodajského serveru nás vedla k tomu blíže se zaměřit pouze na výsek občanské žurnalistiky, konkrétně na amatérské fotografie a amatérská videa.

Předkládaná diplomová práce se proto zabývá občanským fotožurnalismem a videožurnalismem v českém mediálním prostředí. Jejím cílem je zjistit výskyt amatérských fotografií a videí na českých zpravodajských webech, současně se zaměřuje na proces gatekeepingu, jímž amatérský vizuální obsah při publikování prochází, a na postoje mediálních profesionálů k občanskému fotožurnalismu a videožurnalismu.

Práce je strukturována do čtyř kapitol, z nichž první kapitola je věnována teoretickým východiskům, tedy odborné literatuře a studiím, které byly na toto téma napsány. Následující tři kapitoly se věnují samotnému výzkumu, který se skládá z kvantitativní obsahové analýzy a polostrukturovaných rozhovorů.

Občanský fotožurnalismus a videožurnalismus je, jak jsme již uvedli, součástí širšího fenoménu občanská žurnalistika. V první kapitole se proto nejdříve stručně věnujeme občanskému žurnalismu a poté vymezujeme občanský fotožurnalismus a videžurnalismus. V druhé části této kapitoly se zabýváme procesem, kterým jakýkoli obsah při publikování prochází a který je nazýván gatekeeping. Stručně zde také shrnujeme výsledky švédské studie *Not Good Enough? Amateur images in the regular news flow of print and online newspapers*, jejímiž autorkami jsou Maria Nilsson a Ingela Wadbring (2015). Tato studie se stala metodologickým východiskem pro předkládanou diplomovou práci. Druhá kapitola je věnována popisu metodologie

výzkumu. Pro účely výzkumu byly zvoleny dvě výzkumné metody – kvantitativní obsahová analýza, která má za cíl ukázat formu a frekvenci výskytu občanského fotožurnalismu a videožurnalismu na vybraných českých zpravodajských webech, a polostrukturované rozhovory, které mají za cíl vyšetřit proces, kterým amatérský vizuální obsah prochází.

V následující kapitole popisujeme analyzovaná data a zjištění, ke kterým jsme došli v jednotlivých částech výzkumu. Nejprve představujeme data z frekvenční analýzy, text je doplněn o tabulky a grafy. Poté následuje část, v níž popisujeme výsledky druhé části výzkumu, polostrukturovaných rozhovorů. V některých proměnných jsme u sledovaných webů zaznamenali odlišné výsledky, proto na závěr třetí kapitoly stručně popisujeme rozdílnosti jednotlivých webů. V závěru se snažíme veškerá zjištění interpretovat a dát do kontextu se zahraniční studií švédských autorek (Nilsson et al., 2015).

Vztah práce ke schváleným tezím

Na úvod předkládané práce bychom rádi vysvětlili odchýlení od schválených tezí diplomové práce, ke kterým v průběhu přípravy výzkumu došlo. Veškeré změny vycházely ze zjištění, která jsme udělali během předvýzkumu, a byly průběžně konzultovány s vedoucím diplomové práce.

Oproti schváleným tezím se předkládaná práce liší především ve vymezení podkladového materiálu. Původním předpokladem bylo, že analýze podrobíme zpravodajské servery Lidovky.cz, Echo24.cz, iHned.cz a Aktuálně.cz a že je budeme sledovat po dobu 6 měsíců.

Po provedení předvýzkumu, který spočíval v několikadenním sledování zpravodajských webů, bylo zjištěno, že servery iHned.cz a Aktuálně.cz vykazují často shodné zprávy, což vychází z toho, že jsou oba součástí stejného mediálního domu. Po domluvě s vedoucím práce jsme se rozhodli provést změnu sledovaných serverů. První změna spočívala ve vyřazení serveru iHned.cz, jehož analýza by nepřinesla s ohledem na velkou podobnost se serverem Aktuálně.cz dle nás zajímavé výsledky, a z důvodu zvýšení relevantnosti výzkumu jsme se rozhodli zařadit zpravodajský server bulvárního typu. Proto jsme se rozhodli sledovat v daném období server Blesk.cz/zprávy. S ohledem na majetkoprávní vztahy a také z důvodu propojení kvalitativní a kvantitní části výzkumu byla dána přednost serveru Novinky.cz před serverem Lidovky.cz,

v jehož případě hrozilo, že nebude možné v časovém úseku zajistit respondenta pro kvalitativní část výzkumu.

Ke změně došlo také v analyzovaném období. Z důvodu velkého množství podkladového materiálu, který by bylo obtížné v rozsahu diplomové práce zpracovat, bylo pro oblast kvantitativního výzkumu zkráceno sledované období na tři měsíce. V předvýzkumu jsme zjistili, že každý server publikuje denně v průměru třicet článků, které je třeba podrobit zkoumání. Půlroční sledování by dle odhadů čítalo cca 22 tisíc jednotek, po dohodě s vedoucím práce byla shoda, že pro rozsah předkládané práce bude poloviční rozsah dostatečně reprezentativní.

Drobná úprava proběhla také u výzkumných otázek, které byly v tezích vytyčeny následovně: (VO1) Jaký druh amatérských fotografií a videí se dostává do redakcí českých zpravodajských webů a jakým způsobem probíhá proces gatekeepingu?

(VO2) Jak často se amatérské fotografie a amatérská videa objevují na českých zpravodajských webech a jaký druh obsahu je nejfrekventovanější?

(VO3) Vidí žurnalisté občanský žurnalismus jako příspěvek ke zpravodajskému toku informací?

Ve výzkumné otázce VO2 bylo slovo *druh* nahrazeno slovem *formát*¹. VO2 tedy zní: Jaký formát amatérských fotografií a videí se dostává do redakcí českých zpravodajských webů a jakým způsobem probíhá proces gatekeepingu? Ve výzkumné otázce VO3 jsme nahradili spojení *občanský žurnalismus občanským fotožurnalismem a videožurnalismem*. VO3 nyní zní: Vidí žurnalisté občanský fotožurnalismus a videožurnalismus jako příspěvek ke zpravodajskému toku informací? Tato změna vzešla z předběžného kontaktu s editory, když jsme zjišťovali, zda budou ochotní se výzkumu účastnit. Zde se ukázalo, že představy o občanském žurnalismu jsou u různých editorů různé. S ohledem na to, že předmětem frekvenční analýzy je občanský fotožurnalismus a videožurnalismus, více jsme výzkumnou otázku VO3 zaměřenou na postoje profesionálů specifikovali taktéž na občanský fotožurnalismus a videožurnalismus. K drobné změně došlo také v předpokládané struktuře práce.

¹ Ve VO1 nás zajímá, zda se jedná o amatérský fotožurnalismus či videožurnalismus, proto jsme zvolilo označení formát. Označení druh se poté vyskytuje ve VO3 a je tím myšlen širší kontext původu amatérského vizuálního materiálu

² Přeloženo z anglického originálu *If you don't like the news...go out and make some of your own.*

1 Teoretická východiska

1.1 Amatér v roli novináře

Pokud se ti nelíbí zprávy... jdi ven a vytvořit nějaké vlastní². (Wes „Scoop“ Nisker)

Citát amerického rozhlasového komentátora, baviče a autora řady knih (z nichž jedna nese stejný název, jako je znění citátu) přesně vystihuje fenomén současné žurnalistiky, který je nazývaný občanský žurnalismus. Aktivní amatéři mohou různými způsoby pomoci vytvářet zpravodajství a média to do jisté míry vítají.

V této kapitole nejdříve vymezíme pojem občanský žurnalismus a poté se zaměříme na dva z jeho formátů, na fotografie a videa, které se dostanou do zpravodajství, přestože nejsou jejich autoři profesionální fotografové či novináři. Jak již bylo napsáno v úvodu, amatérské fotografie a amatérská videa ve zpravodajství jsou předmětem zkoumání této diplomové práce. V literatuře je tento jen nazýván občanským fotožurnalismem (Mortensen, 2011; Allan, 2009); pořizování a využívání videí lze analogicky nazvat občanským videožurnalismem.

1.1.1 Občanský žurnalismus

Ve slovníku žurnalistiky *Keywords in News and Journalism Studies* (Allan et al., 2010, s. 18) definují občanský žurnalismus³ jako „typ žurnalistiky, ve kterém běžní občané adoptují role žurnalistů, aby participovali na vytváření zpráv“. Pojem participace je v občanské žurnalistice zásadní. Dnes už totiž nehovoříme o pasivních mediálních divácích jakožto konzumentech na jedné straně a tvůrcích obsahu na druhé, ale o účastnících komunikace. Ti jsou ve vzájemné interakci podle nových pravidel, která ještě nebyla konkrétně vymezena a pochopena (Jenkins, 2006; Andén-Papadopoulos et

² Přeloženo z anglického originálu *If you don't like the news... go out and make some of your own.*

³ V literatuře se objevují i další termíny užívané pro občanský žurnalismus: *grassroot journalism* (volně přeloženo jako místní či lidový žurnalismus), *open source journalism* (přeloženo jako žurnalismus otevřených zdrojů) nebo *networked journalism* (síťový žurnalismus), *hyperlocal journalism* (hyperlokální žurnalismus), *distributed journalism* (sdílený žurnalismus) nebo *users-generated content* (uživateli vytvářený obsah) (Allan, 2009, s. 18).

al., 2011). Zjednodušeně řečeno amatéři participují na tvorbě obsahu médií⁴, podoba participace může být přitom různá – může se jednat o komentování aktuálních událostí formou blogování, čímž amatéři přispívají do veřejné diskuze, nebo o sdílení vizuálního materiálu, tedy amatérských fotografií a videí (Lasica, 2003). Podle Radsche (2016) se může jednat vedle reportování a dokumentování událostí také o ověřování faktů, která média prezentují. Podstatné je, že publikum může prostřednictvím různých forem participace nastolovat témata⁵, tato role byla přitom vždy prisuzována tisku (Antony et al., 2010).

Občanský žurnalismus je také možné vymezit ve srovnání s tradičním žurnalismem, jak činí např. Sterling (2009). Prvním rozdílem je dle něj míra vyškolení původců zpráv. V tradiční žurnalistice zprávy vytvářejí vyškolení profesionálové, kteří prošli určitým výcvikem. V občanském žurnalismu jsou to naopak amatéři, kteří mohou mít větší či menší zkušenost s občanským žurnalismem, ale neprošli tradiční redakční přípravou. Dalším rozdílem je způsob práce se zdroji – tradiční žurnalismus získává primární zdroje a až na jejich základě tvoří zprávy, naproti tomu občanský spíše využívá „dav“, aby shromáždil podklady pro daný text. Rozdíl mezi oběma typy žurnalistiky je i v míře „spravedlnosti“ či vyváženosti. Zatímco tradiční žurnalistika a potažmo profesionálové více dbají na zastoupení různých názorových proudů, občanský žurnalismus a amatéři často upřednostňují osobní pohled na problém. Další rozdíl je v početnosti publika. Tradiční žurnalistika cílí na masové publikum, zatímco občanská žurnalistika je často určena malému množství příjemců. Lindner (2016) ale upozorňuje, že se ví jen velmi málo o tom, jak tradiční žurnalismus a občanský žurnalismus varíují v jednotlivých formách občanského žurnalismu.

⁴ Např. Thurman (2008, s. 2) uvádí sedm formátů participace publika – průzkumy (čtenář je dotazován), „vyjádřete svůj názor“ (čtenáři je dán prostor pro komentovat určitého tématu), Q&A (čtenář může položit dotaz hostovi, se kterým je dělán rozhovor), chatovací místnosti (prostor, kde můžou čtenáři diskutovat), blogy s povolenými komentáři (amatérovi je dána možnost vyjádřit svůj názor na blogu, lidé mohou diskutovat), pre-moderovaná nástěnka (prostor, kde mohou čtenáři nechávat vzkazy novinářům, dané médium vzkazy předem třídí), post-moderovaná nástěnka (vzkazy nejsou předem tříděny a moderovány, to probíhá eventuálně až po publikaci). Jedná se nicméně o formy participace, kterými divák většinou neovlivňuje zpravodajství, ale jiné žurnalistické žánry.

⁵ V mediálních studiích je nastolování témat (anglicky agenda-settings) hypotéza o vlivu, respektive účinku médií na obsahy myšlení a veřejného a politického diskurzu, podle níž jsou média schopna exponovat určité události a současně určovat pořadí důležitosti exponovaných událostí, jež tvoří součást veřejného prostoru. Zjednodušeně řečeno tedy určují, o čem se ve společnosti mluví (Reifová et al., 2004, s. 16). Účinky nastolování témat v masové komunikaci mají poté vliv např. na utváření veřejného mínění a můžou ovlivňovat i individuální chování (McCombs, 2009).

Tento fenomén přitom souvisí s technologickým rozvojem, který společnost v posledních desetiletích zažila (Andén-Papadopoulos et al. 2011). Amatéři by neměli šanci se ve zpravodajství prosadit, pokud by k tomu neměli vhodné podmínky, které jim přineslo spojení s digitálními interaktivními médii a obecně s internetem (Good, 2009; Lasica, 2003).

1.1.2 Technologie a sociální sítě

Za milník je možné považovat rok 2000, který je přibližným rokem vzniku Webu 2.0⁶. Možnosti Webu 2.0 zvýšily využívání technologií pro spolupráci, a to prostřednictvím komunit na webových stránkách, nových sociálních médií, sociálních sítí a blogů (Sterling, 2009). Občanský žurnalismus je proto obecně spojovaný s internetem a digitálními interaktivními médii (Good, 2009). Vznik internetu (i toho mobilního) v kombinaci se stálým zdokonalováním mobilních telefonů se zabudovanými fotoaparáty a kamerami povzbudilo obyčejné lidi, aby se začali zapojovat do tvorby zpravodajství (Andén-Papadopoulos et al., 2011). Řada odborníků byla k této změně, jejíž výsledek můžeme nazývat kyberžurnalismus, skeptická. Příchod digitálních technologií – nejen internetu a mobilních telefonů, ale také satelitů, notebooků, audio a video rekordérů a dalších zařízení – byl přesto přínosem především pro válečnou žurnalistiku a reportování o krizových událostech a katastrofách (Allan, 2009). S mobilním telefonem vybaveným fotoaparátem a kamerou, který mají lidé neustále u sebe, se každý stává potenciálním svědkem. Zachycením a sdílením poutavých obrazů nesou obyčejní lidé vizuální svědectví a už nezáleží na tom, zda se stanou náhodnými svědky ve chvílích, kdy „se tvoří historie“ nebo se jim podaří zachytit zločin či jen scénu každodenního života (Mortensen, 2011).

Dalším, řekněme technickým přelomem, který přispěl k rozšíření občanské žurnalistiky, byl vznik sociálních sítí. Ty umožňují efektivním způsobem obsah generovaný amatéry sdílet. Nejprve byly aktivity kolem občanské žurnalistiky prováděny na webových

⁶ Termín Web 2.0 je používán pro označení etapy vývoje webu, v níž byl pevný obsah webových stránek nahrazen prostorem pro sdílení a společnou tvorbu obsahu. Hlavními rozdíly oproti internetu první generace je míra interakce a přístupnosti pro uživatele (O'Reilly, 2007; Hirst, 2011). Internetu už není systém, v němž jsou uživatelé nahlíženi pouze jako konzumenti obsahu. Na Webu 2.0 může být každý tvůrcem obsahu a všichni účastníci se stávají tzv. „producers“, tedy konzumenty i producenty obsahu naráz (Bruns, 2008).

stránkách. Jak se měnilo chování uživatelů na internetu, tak se stále více soustřeďovaly kolem sociálních sítí Facebook, Twitter a YouTube (Knight et al., 2013). Při sérii teroristických útoků v indickém městě Bombaj⁷ podle Allana (2013, s. 95) občané používající sociální sítě demonstrovali jejich potenciál pro informační přenos způsobem, který ohromil řadu novinářů a rezonoval mezi nimi poté dlouhou dobu. I z tohoto důvodu se podle něj začaly vést na toto téma diskuze. Ukázalo se totiž, že amatéři jsou schopni ohrozit převahu, kterou profesionálové do té doby měli. Americký poradce pro národní bezpečnost bývalého prezidenta George Bushe Mark Pfeifle dokonce navrhoval, aby sociální síť Twitter byla nominována na Nobelovu cenu za mír. Vyzdvihoval především její roli po neregulérních volbách v Íránu v roce 2009, kdy se Twitter stal účinnou zbraní pro demonstrující aktivisty a sehrál významnou roli při informování o smrti íránské studentky Nedy Agha Soltan⁸ (Pfeifle, 2009). V případě íránských voleb se jednalo o skupinu „digitálních aktivistů“, kteří byli technicky schopní dostat textové i vizuální informace na internet. Tito jednotlivci začali distribuovat obsah do mezinárodního tisku i na veřejnosti prostřednictvím sociálních sítí. Média poté obsah ve velké míře přejímala bez toho, aby jej ověřovala (Ali et al., 2013). Sociální sítě mají také odvrácenou stranu, která se ukazuje především při jejich používání v nedemokratických režimech, kde mohou být využívány k sledování aktivit disidentů a odpůrců režimu tak, jak to dělal např. íránský režim (Mortensen, 2011). Význam sociální sítě YouTube, která slouží ke sdílení videí, zase vyzdvihuje Antony a Thomas (2010), kteří ve své studii zkoumají občanský žurnalismus v souvislosti se zastřelením Oscara Granta v oaklandském metru⁹. Událost natočilo na své mobilní telefony několik cestujících a YouTube složilo jako fórum pro veřejný dialog. Velkou roli v prosazení občanské žurnalistiky hrály také blogy, které zaznamenaly boom v 90. letech a které jsou v oblibě dodnes (Čermák, 2009).

⁷ Teroristické útoky, které uskutečnili pákistánští teroristé v Bombaji za pomoci automatických zbraní a granátů, započaly 26. listopadu 2008 a skončily následujícího dne. Při útocích bylo zabito nejméně 173 lidí a dalších nejméně 208 lidí bylo zraněno (Wikipedie, 2016).

⁸ Neda Agha Soltan byla íránská studentka a demonstrantka, která se stala symbolem násilného potlačení protestů proti sporným prezidentským volbám z roku 2009 v Íránu poté, co šokující záběry okamžiků jejího umírání zhlédly na internetu miliony lidí (Lidovky, 2010).

⁹ Černošského mladík Oscara Granta zastřelil o silvestrovské noci 2008 a 2009 kalifornský policista. Na záběrech pasažérů bylo vidět, jak se několik policistů sklánělo nad Grantem ležícím na nástupišti, následně ho jeden z nich střelil z přibližně půlmetrové vzdálenosti do zad. Mladík na následky zranění poté v nemocnici zemřel. Policejní násilí vyprovokovalo tamější černoškou menšinu k nepokojům, které vedly k chaosu v ulicích, ničení majetku a střetům s ozbrojenými složkami (ČT24, 2009).

Výraz občanská žurnalistika může být používán v širším významu i užším slova smyslu a jeho definice nemá přesně stanovené hranice (Lasica, 2003). S tím souhlasí i Allan (2009, s. 18), podle kterého se nicméně veškeré protichůdné koncepty vždy točí kolem *crisis reporting*, tedy přinášení zpráv v krizových situacích, kdy bývá amatérskému obsahu ve zpravodajství dáván největší prostor a kdy je dokonce profesionály aktivně vyhledáván.

1.1.3 Krizové reportování

Good (2009, s. 1290) používá výraz hrdina občanské žurnalistiky: „Hrdinové ‚autentické‘ občanské žurnalistiky jsou ti, kteří zachytí událost na svůj fotoaparát a rozpoutají příběhy o událostech v jejich okolí...“. Občanská žurnalistika a krizové reportování jsou totiž ve většině případů spojovány s nečekanými a nepředvídatelnými událostmi, které nemohli zpravodajsky pokrýt novináři či reportéři, protože o nich nevěděli. Důležitou roli potom hrají amatéři jakožto náhodní svědci, kteří událost nejen zaznamenali, ale také ji nějakým způsobem sdíleli s veřejností. Dle Zelizerové (2007) je klíčovým pojmem *eyewitnessing* (volně přeloženo „viděno na vlastní oči“). Amatéři svým svědectvím zaplňují mezeru, která by jinak ve zpravodajství vznikla (Andén-Papadopoulos et al., 2001, s. 36). V tomto kontextu se pojem občanský žurnalismus začal používat ve spojení s významnými světovými událostmi, které překvapily jak novináře, tak občany.

Podle Allana (2009) se pojem občanská žurnalistika začal upevňovat po ničivých tsunami v jihovýchodní Asii v prosinci 2004¹⁰. Jednalo se podle něj o rozhodující moment, kdy se občanský žurnalismus stal prominentním rysem žurnalistického diskurzu. Média totiž přiznala, že je „převálcovali“ amatéři a že na produkci amatérů nestačila. Vzniklo velké množství svědectví, foto a video záběrů, které lidé sdíleli na osobních stránkách či blozích. „Jeden novinový titulek za druhým prohlašoval, že občanská žurnalistika je udivujícím převratem, ne-li přímou revolucí, která byla uvedena technologií internetu“ (Allan, 2013, s. 93). Další událostí, která ukázala sílu

¹⁰ Tsunami, které vzniklo 26. prosince 2004 v Indickém oceánu, je považováno za jednu z největších přírodních katastrof moderní historie. Vlny byly způsobeny zemětřesením o síle přesahující 9,0 Richterovy škály, které pohnulo mořským dnem západně od ostrova Sumatra v délce asi 1200 km. Celkem si přírodní katastrofa vyžádala přes 220 tisíc obětí na životech. Nejvíce byly postižené Indonésie, Srí Lanka, Indie, Thajsko, Maledivy, Somálsko, Barma a Seychely (Tsunami 2004).

občanského žurnalismu, je série bombových útoků v Londýně, ke kterým došlo 7. července 2005¹¹. Amatérské fotografie, které náhodní svědci pořídili fotoaparáty a mobilními telefony, se dostaly do novin, časopisů i televizního vysílání po celém světě (Gilmore, 2006, Allan 2013). Je vhodné zmínit také hurikán Katrina, který zasáhl východní pobřeží severní Ameriky na konci srpna 2005¹² a o němž podávali svědectví i běžní občané. Podle producenta CNN byl hurikán Katrina nejvíce profilovaným příběhem, v němž zpravodajství bylo schopné zaplnit mezery, kde nebyla vláda schopná poskytovat informace a kdy lidé nebyli schopní mezi sebou komunikovat (cit. dle Allan, 2013). Obdobím, kdy se výrazně prosadil občanský žurnalismus, je tzv. arabské jaro. Záběry z protestů, které vypukly v řadě zemí na Blízkém východě a severu Afriky během roku 2011, se prostřednictvím internetu, blogů a sociálních sítí rychle dostaly do celosvětového zpravodajství (Wojcieszak et al., 2013; Ali et al., 2013). Během arabského jara, ale také například během voleb v Iránu v roce 2009, začali někteří reformní aktivisté využívat nová média, jako je Twitter či Facebook, k přesvědčování krajanů, aby vyrazili do ulic. I proto se prosadila myšlenka, že nová média mohou hrát ústřední roli v těchto typech událostí a začala se proto užívat označení Twitterová či Facebooková revoluce (Howard et al., 2011, Ali et al., 2013).

Z tohoto důvodu některá média aktivně vyhledávají amatérských obsah nebo své publikum vyzývají, aby jim jej zasílalo, a poté jej využívají ve svém zpravodajství. V květnu roku 2008 byl spuštěn na YouTube kanál *Citizien New*, který byl určen pro amatérský obsah. Poté se přidalo CNN se svoji platformou *i-Report*, BBC přišlo s *Your News*, Yahoo ve spojení s agenturou Reuters vytvořilo *You Witness News* a MSNBC *Newsvine* (Allan, 2013, s. 109). V českém prostředí vznikla aplikace *iReporter* České televize. Předmětem výzvy jsou amatérské fotografie a amatérská

¹¹ Série koordinovaných sebevražedných teroristických útoků byla provedena v londýnských dopravních prostředcích během ranní dopravní špičky (mezi 8:51 do 9:47 místního času). K výbuchům došlo v samotném centru metropole. Tři bomby explodovaly v soupravách metra (v tunelech poblíž stanic Aldgate a King's Cross, a na stanici Edgware Road) a čtvrtá bomba byla odpálena v patrovém autobuse na Tavistock Square. Útoky si vyžádaly přes pět desítek obětí a na sedm stovek zraněných (Wikipedia, 2016a).

¹² Hurikán na konci srpna 2005 způsobil obrovské škody na jihu Spojených států. Rychlost větru dosahovala na moři až 280 km/h, na pevnině kolem 250 km/h. U New Orleansu se protrhly ochranné hráze a město zcela zaplavila voda z oceánu a blízkého jezera Pontchartrain. Z ekonomického hlediska jde patrně o vůbec největší katastrofu způsobenou atlantickým hurikánem. Počet obětí se odhaduje na 1 300 (ČT24, 2010).

videa, která jsou pro média nejzajímavější. Obrazová forma občanského žurnalismu je dle Osvaldové (2011, s. 97) nejvýraznější složkou tohoto fenoménu.

1.1.4 Občanský fotožurnalismus a videožurnalismus

Základní charakteristikou amatérské fotografie nebo amatérského videa může být (vedle toho, že záběry pořídili amatéři) to, že není řízeno stejnými etickými a estetickými standardy jako profesionální fotožurnalismus a videožurnalismus. Jedná se o osobní úhel pohledu a amatérské snímky se tak můžou snadno dostat do střetu s hodnotami profesionálního žurnalismu. Přitom profesionálové za ně v případě publikace nesou zodpovědnost. (Andén-Papadopoulos et al., 2011; Pannti et al., 2009). Vizualita je nicméně v současnosti jednou z nejdominantnějších zpravodajských hodnot (Andén-Papadopoulos et al., 2011) a neupravené fotografie a nesestříhaná videa dávají divákům prostor pro vlastní názory a úvahy o tom, jaké bude mít daná událost následky pro ně samotné (Osvaldová, 2011). Profesionální novináři a také publikum oceňují amatérské záběry, protože jsou vnímány jako „bezprostřední, autentické a blízké“ (Andén-Papadopoulos et al., 2011, s. 12) oproti neosobní perspektivě, kterou přináší nezúčastnění informátoři (Patrick et al., 2013). Divák má díky nim pocit, že může sledovat událost téměř v přímém přenosu a snímky jsou pro čtenáře vizuálními důkazy toho, že k dané události skutečně došlo (Ellis, 2002).

Nejmimořádnější přínos mají amatérské záběry pořízené v průběhu nějaké katastrofy, jako byly například teroristické útoky na newyorská dvojčata v roce 2011 nebo již zmiňovaný bombový útok v Londýně (Pannti et al., 2009). V tomto ohledu se staly důležitými komponenty a získaly rozhodující roli v tom, jak bude publikum reagovat na danou událost (Andén-Papadopoulos et al., 2011). Při londýnských bombových útocích bylo prakticky nemožné dostat se do stanic metra a zaznamenat následky události. Stanice byly pod přísnými bezpečnostními opatřeními. Někteří Londýňané se ale dostali do takové pozice, ve které dokázali scénu natočit na mobilní telefony. Tyto video záběry byly potměšlé, zrnité a roztržesené, o to více byly ale hodnoceny jako přesvědčivé. Důležité bylo, že dokumentovaly určitý úhel pohledu tak, jak se skutečně stal (Allan, 2009).

Pro profesionální fotožurnalismus a videožurnalismus byla tato důležitost amatérů velkou ranou, jejich postavení se začalo měnit. Po ničivých tsunami v roce 2004 nebyli fotografové vysíláni do Asie, aby zachytili následky ničivé tsunami, ale v mnoha případech měli za úkol získat od turistů, kteří se ze zasažené oblasti vraceli, videa a fotografie katastrofy (Independent, 3. leden 2005, citováno dle Allan, 2009, s. 18). Už v 90. letech v souvislosti s nástupem digitálních technologií se přitom hovořilo o tom, že tradiční fotožurnalismus se ocitl na existenční křižovatce, v extrémních případech se dokonce mluvilo o soumraku tradiční fotožurnalistiky. Z dnešní perspektivy už není tato hrozba považována za katastrofickou, fotožurnalismus neumírá, jen se proměňuje (Šimůnek, 2011). Představitelé médií přišli na to, že jim amatérské fotografie a amatérská videa mohou přinášet řadu výhod, poskytují totiž zpravodajským organizacím takřka okamžitý přístup k událostem a jejich pokrytí a je realističtější (Osvaldová, 2011).

Amatérský fotožurnalismus a videožurnalismus se neomezuje pouze na záběry z katastrofických událostí a může mít mnoho forem – vedle fotografií a videí z mimořádných událostí jsou využívány rodinné snímky¹³, kriminální snímky¹⁴ nebo fotografie počasí (Andén-Papadopoulos et al., 2011; Pantti et al., 2009). Svoji roli sehrávají také v informování o válečných konfliktech, protože ty mohou podléhat vládním kontrolám.¹⁵ Korespondentka New York Times Amy Harmon napsala, že tradiční establishment – armáda, vláda, mainstreamová média – v důsledku občanskému fotožurnalismu a videožurnalismu začal ztrácet kontrolu nad zobrazením války (citováno dle Allan, 2009, s. 26). Příkladem dokazujícím tento fakt může být únik fotografií z věznice Abú Ghrajb¹⁶, na kterých bylo zachyceno mučení iráckých vězňů americkými vojáky (Allan, 2009, s. 26). Amatérské fotografie a amatérská videa se stala

¹³ V posledních letech například česká média používala rodinné fotografie při informování v kauze Michaláková, kdy norské úřady odebraly Češe žijící v Norsku syny.

¹⁴ Typicky se může jednat o záběry, které zveřejnila policie nebo hasiči.

¹⁵ Allan (2009, s. 25) uvádí jako příklad zveřejnění fotografií rakví mrtvých vojáků během transportu z Iráku. Takovýto typ fotografií americké ministerstvo obrny zakazoval pořizovat a publikovat. Na mezinárodním letišti Kuvajt snímky rakví pořídil civilista a podařilo se mu je dostat do redakce deníku The Seattle Times, který se je rozhodl publikovat.

¹⁶ Snímky iráckých a afghánských vězňů mučených americkými vojáky za vlády Geroge W. Bushe ve věznici Abú Ghrajb zachycují znásilňování a jiné sexuální zneužívání. Snímky vyvolaly odpor vůči USA po celé zeměkouli (iDnes.cz, 2009).

pro profesionální zpravodajské organizace novým mocným, byť problematickým zdrojem (Andén-Papadopoulos et al., 2011, s. 9).

1.2 Od amatéra do médií

Mediální profesionálové mají velkou moc, protože na nich do velké míry závisí, zda se informace do médií dostane nebo, ne. Jak jsme již uvedli na závěr předchozí kapitoly, příchod občanského žurnalismu (nejen toho obrazového) a především rozvoj digitálních technologií byl pro novináře zjištěním toho, že nemají stoprocentní kontrolu nad informacemi. Na sociálních sítích, amatérských webech či blozích většinou nefunguje žádný editorský panel, který by filtroval, která informace je natolik relevantní, aby byla zprostředkována, a která nikoliv. V redakcích zpravodajských serverů, kde pracují profesionálové, existují určitá pravidla a určité rutinní postupy, které vedou k výběru určitých zpráv, informací, fotografií či videí. S rozvojem digitálních technologií a občanského žurnalismu se změnila podoba posuzovaného materiálu. Z tohoto důvodu považujeme za vhodné blíže se podívat na proces, kterým amatérský vizuální obsah, v našem případě fotografie a videa, prochází. Na daný proces, který se nazývá gatekeeping, je zaměřena kvalitativní část předkládané práce.

V této kapitole se nejdříve zaměříme obecně na koncept gatekeepingu a poté shrneme výsledky vybraných studií, jež považujeme pro tuto práci za relevantní, v čele se studií *Not good enough? Amateur images in the regular news flow of print and online newspapers* (Nilsson et al., 2015), která se stala předlohou pro tuto práci.

1.2.1 Teorie gatekeepingu

Pojem gatekeeping vychází z anglických slov *keep*, což můžeme přeložit jako zadržet, a *gate*, což znamená v překladu brána. Základní premisou tohoto procesu je to, že každá informace prochází několika branami a buď jimi projde, nebo je zadržena. Některé zprávy se proto dostanou na titulní strany novin, některé pouze na prostřední strany novin a jiné se do tisku nedostanou vůbec. Podobně se některé zprávy mohou v jednom titulu objevit, do jiného se ale nedostanou (Shoemaker et al., 2009).

Poprvé se nicméně pojem gatekeeping objevil ve zcela jiné souvislosti, než jsou média. Jako první ho použil sociolog Kurt Lewin ve 40. letech (White, 1964, s. 162; Shoemaker et al., 2009, s. 12), když zkoumal stravovací návyky lidí. Jídlo dle něj putuje na jídelní stůl několika kanály a některé potraviny se na něj ani nedostanou, skončí

v lednici, jiné v koši. Ono rozhodování, co se nakonec s jídlem udělá, je ta pomyslná brána (Shoemaker et al., 2009).

V souvislosti s médií jako první užil pojem gatekeeping David Manning White (1964), a to o několik let později než Lewin. White se rozhodl provést výzkum rozhodování a chování editora, který je ve studii nazýván pan Gates, při výběru zpráv. Účelem bylo determinovat, proč se danou zprávu rozhodl nezařadit do vydání novin. Výzkum probíhal od 6. do 13. února 1949 v oklahomském deníku a pan Gates měl za úkol shromážďovat všechny zprávy, které vyřadil a následně k nim připojit poznámku, proč se je rozhodl nepoužít. Dohromady mu za týden prošlo pod rukama 12 400 kusů zpráv z několika zpravodajských agentur, použil přitom jen 1 297 z nich. Proces rozhodování byl současně hodnocen jako velmi subjektivní¹⁷ (White, 1964). Podle Shoemakerové (2009, s. 16) je Whiteův model limitován, protože je postaven pouze na chování jednoho gatekeepera. V každém případě White inspiroval mnoho dalších vědců, aby ve zkoumání gatekeepingu pokračovali a vytvořili vlastní modely (např. Web, Salancik, 1956; Gieber, 1956; Westley, MacLean, 1957; Newcomb, 1953; McNelly, 1959; Bass, 1969). Někteří autoři zabývající se gatekeepingem se zaměřili na konečnou tematickou agendu zpravodajství jako na výsledek rozhodovacího procesu, jiní sledovali, jaká je průchodnost tematických kategorií informační branou a zda mají některá témata větší naději na výběr (Trampota, 2006, s. 40).

Podle Trampoty (2006, s. 40) zatím zřejmě nejkomplexnější a nejširší pojetí gatekeepingu prezentovala Pamela Shoemakerová. Podle ní se gatekeeping týká každého komunikátora, který se účastní jakéhokoli komunikačního aktu. Ani ve zpravodajství tedy nemusí gatekeeping znamenat jen výběr zpráv, ale každé přetváření události ve zprávu. Jak jsme již uvedli, White (1969) považoval rozhodovací proces gatekeepera za subjektivní. Ve skutečnosti jej ovlivňuje řada faktorů, pravidla pro rozhodování jsou dána v rámci organizace, kde editor pracuje ať už implicitně nebo explicitně, k daným pravidlům pak každý editor přistupuje individuálně a vliv mají i vnější tlaky (Shoemaker et al., 2009, s. 40). Shoemakerová (2009, s. 31) vlivy rozděluje do pěti hierarchických úrovní, které podle ní pomáhají studovat komunikaci

¹⁷ Některé vyřazené zprávy označil pan Gates poznámkou „to bych nikdy nepoužil“ nebo například „propaganda“.

a vytvořit teorii. Rozlišuje individuální úroveň (například politický postoj editora), úroveň mediálních rutin (například uzávěrka v novinách), organizační úroveň (například vlastník média), společensko-instituční úroveň¹⁸ (například vliv vlády, inzerce) a úroveň sociálního systému¹⁹ (například ideologie, kultura).

Individuální úroveň

Ať už je editor ovlivněný jakýmkoliv vlivy, do rozhodování vkládá své osobní preference. Například pan Gates ve Witheově studii neměl rád příběhy, kde bylo příliš mnoho čísel a statistik (White, 1964, s. 169). Na této úrovni podle Shoemakerové (2009) ovlivňuje způsob rozhodování osobní charakteristika editora, jeho znalosti, postoje i chování, hodnoty i jeho background, tedy prostředí či kontext, z něhož pochází.

Úroveň mediálních rutin

Mediální rutiny²⁰ jsou klíčové pro to, zda se daná zpráva dostane do zpravodajského toku (Shoemaker et al., 2009), ale zároveň usnadňují médiím zpracování velké množství informací (Trampota, 200). Formují se na základě tří různých tlaků. Ty představují rozdílné vzorce, ale vyjevují podobnou, pod povrchem skrytou logiku vysvětlení. Jedná se o orientaci na publikum, externí zdroje a organizační kulturu a kontext, v rámci něhož zprávy vznikají (Shoemaker et al., 2009, s. 52).

Organizační úroveň

Vedle rutin, které mohou být obdobné napříč různými mediálními organizacemi, ovlivňuje výběr také samotná konkrétní mediální organizace. Roli hraje struktura organizace, jaké cíle organizace sleduje a zda prosazuje určitou politiku (Shoemaker et al., 2006). Roli hraje také technologická podstata média, odlišná kritéria výběru má televize, rozhlas i tisk (Trampota, 2006).

Společensko-instituční úroveň

¹⁸ Trampota (2006, s. 43) používá označení extramediální úroveň.

¹⁹ Trampota (2006, s. 43) používá označení ideologická úroveň.

²⁰ Rutiny formují soustavu pravidel a stávají se integrální součástí představy o tom, co znamená být mediální profesionál (Trampota, 2006, s. 44).

Ačkoliv se může zdát, že proces gatekeepingu je interní záležitostí daného média, mediální organizace vždy existuje vedle nějakých sociálních institucí, které mohou mít vliv na rozhodování. Vliv mají například různé typy společností prostřednictvím inzerce, kterou si v daném médiu zaplatí. Rozhodování ovlivňuje obecně úroveň trhu, v době velkého ekonomického růstu, kdy se médiím daří, nemusí být takový tlak na výběr zpráv, jako v době krize, kdy se médium snaží maximálně zvýšit příjmy. Určitou sociální institucí je i publikum, které je propojené s již zmiňovanou inzercí. Pokud média nedávají svému publiku to, co vyžaduje, jako produkt se mnohem hůře prodávají. Vliv mohou mít také informační zdroje novinářů, kteří mohou mít tendenci je ochraňovat. Důležitým hráčem jsou také konkurenční média, protože s nimi daná mediální organizace soupeří o publikum a potažmo tak o inzerci a peníze (Shoemaker et al., 2009).

Úroveň sociálního systému

Poslední úroveň je dle Shoemakerové (2009) sociální systém, v rámci něhož daný editor i mediální organizace funguje. Jiným způsobem budou například zprávy z konfliktů na Blízkém východě vybírat televize v Kataru, jenž má k Blízkému východu kulturně bližší vztah, než televize americká. Výběr každé zprávy i zpráva samotná je vždy tvarována společenskou situací, kulturními zvyklostmi i ideologií dané země.

1.2.2 Gatekeeping při výběru amatérských fotografií a videí

Přestože fenomén občanské žurnalistiky i amatérského fotožurnalismu a videožurnalismu není v mediální sféře nový, pozornost věnovaná tomuto tématu není v českém prostředí zatím velká. Výraznější pozornost je věnována občanské žurnalistice (např. Ročková, 2013; Fírbacherová, 2012; Králová, 2013), vizuálnímu amatérskému materiálu mizivá (Votavová, 2012). Rádi bychom zmínili práci věnovanou novým a tradičním médiím v době webu 2.0 a participaci (Chour, 2011).

V zahraničí je pozornost věnovaná tomuto fenoménu podstatně větší. Nebudeme jmenovat práce zaměřené na občanskou žurnalistiku obecně, ale pouze na fotožurnalismus a videožurnalismus. Řada výzkumů byla věnována vizuálnímu amatérskému obsahu v televizním zpravodajství (Andén-Papadopoulos, 2013; Andén-Papadopoulos et al., 2011; Harrison, 2010; Niekamp, 2011; Wardle et al., 2010).

Značná část výzkumů se zabývala vztahem mezi novináři a jejich publikem s ohledem na obsah generovaný amatéry. Shodným zjištěním bylo, že kontrola nad gatekeepingem jak textu, tak vizuálních materiálů, zůstává většinou v rukách redakce (Ali et al., 2013; Domingo et al., 2008; Harrison, 2010). Výzkumy vizuálního gatekeepingu se zaměřovaly na to, jak fotografie tímto procesem prochází a jaký dopad to má na publikum (Ali et al., 2013; Bissel, 2010; Fahmy, 2011).

Obecně můžeme říci, že literatura věnovaná tomuto tématu se většinou zabývá dopadem vizuálního amatérského obsahu v případě mimořádných událostí celosvětového významu, menší pozornost je potom věnována vizuálnímu amatérskému obsahu v pravidelném denním zpravodajském toku (např. Caple, 2014; Pantti et al. 2009).

Proto je pro náš výzkum stěžejní studií práce švédských autorek Marie Nilsson a Ingely Wadbring *Not good enough? Amateur images in the regular news flow of print and online newspapers* (2015). Ta je zaměřena na amatérský fotožurnalismus a videožurnalismus ve čtyřech švédských denících, jak v tištěné tak v online verzi. Vedle zkoumání množství amatérských záběrů se zabývají procesem gatekeepingu a také postoji editorů, jež fotky a videa vybírají.

Důležitým zjištěním švédských autorek je, že všichni dotázaní editoři jsou si vědomi potenciálu amatérského foto a videožurnalismu a vědí, že se takový materiál může stát zdrojem poutavého příběhu (Nilsson et al., 2015). Ke stejnému zjištění dospěl už dříve Thurman (2008), který se ale ve své studii *Forum for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media* zabývá občanskou žurnalistikou obecně. Autoři studie *Gatekeeping and citizen journalism: The use of social media during the recent uprising in Iran, Egypt ad Libya* (2013) Ali a Fahmy se zabývali procesem gatekeepingu v souvislosti s konflikty na Středním východě. Došli k závěru, že editoři a média obecně hodnotí obsah, který vytvářejí amatéři, jako přínosný. Mediální profesionálové si dle nich uvědomují potenciál občanského žurnalismu, ale jsou vůči němu stále zdrženliví. To ukazuje i studie švédských autorek, podle nichž se pouze dva ze zkoumaných deníků snaží amatérské fotografie a amatérská videa aktivně vyhledávat například na sociálních sítích, které v tomto směru považují za možný zdroj (Nilsson et al., 2015, s. 7). Pozitivnější vztah měl k amatérským záběrům bulvární deník, jehož editor uvedl, že je lepší mít nekvalitní fotografii od amatéra než žádnou

fotografii (tamtéž, s. 12). S tím souvisí tematické zaměření vybraného vizuálního materiálu, většina zpravodajských amatérských záběrů od publika má charakter mimořádné události, tedy nehody, zločinu nebo třeba velmi špatného počasí (tamtéž 2015, s. 6). Editoři švédských deníků si nicméně byli vědomi toho, že na amatéry není ani při mimořádných událostech spoleh v tom smyslu, že nejsou schopní zajistit pravidelný přísun takového materiálu. Nelze spoléhat na to, že budou vždy „na místě“ nebo že budou mít čas nějaký záběr pořídit. Jako příklad jeden z editorů uvedl požár lesa, který měl mnoho svědků, ti ale neměli čas fotografovat a natáčet, protože se museli evakuovat (tamtéž, s. 11).

Důvody, proč nepublikovat amatérskou fotografii nebo amatérské video, jsou podle editorů nejčastěji nízká kvalita vizuálního materiálu, ale také snaha nedávat tomuto typu žurnalistiky v redakci velký prostor v rámci zachování mocenské převahy médií (tamtéž, s. 13). Pokud se s amatérskými záběry v rámci redakce více experimentuje, může za tím být podle editorů nedostatek zdrojů, a to nejen finančních, ale také personálních (tamtéž s. 12). Studie se na rozdíl od předkládané práce zaměřila i na tištěné deníky a zjištěním bylo, že amatérský vizuální obsah byl mnohem frekventovanější na webu, v tištěné formě byl naopak velmi nízký a rozdíl byl také v typu použitého materiálu. V tištěné formě deníků měl použitý amatérský obsah spíše zábavní charakter (tamtéž s. 9).

2 Výzkumná východiska

Následující kapitola je věnována popisu výzkumu, který byl s ohledem na cíl práce rozdělen na dvě části – na obsahovou kvantitativní analýzu, která měla za cíl ukázat kontext a míru výskytu občanského fotožurnalismu a videožurnalismu na vybraných českých online zpravodajských denících, a kvalitativní analýzu, která na základě polostrukturovaných rozhovorů s mediálními profesionály měla za cíl popsat proces gatekeepingu, kterým v kontextu občanského fotožurnalismu a videožurnalismu zpráva v českém prostředí prochází.

Jak jsme již uvedli, návrh výzkumu vychází ze studie ze švédského prostředí *Not Good Enough? Amateur images in the regular news flow of print and online newspapers*, jejímiž autorkami jsou Maria Nilsson a Ingela Wadbring (2015). Cílem švédské studie bylo zmapovat amatérské fotografie především v tištěném, ale také v online zpravodajství vybraných švédských deníků a základními výzkumnými metodami byla kvantitativní obsahová analýza a rozhovory. Pro potřeby našeho výzkumu bylo upraveno sledované období a především byly zkoumány pouze zpravodajské weby, nikoli tištěné deníky. Zkoumání výsledků polostrukturovaných rozhovorů bylo provedeno metodou otevřeného kódování (Švaříček et al., 2014).

V této kapitole nejdříve popíšeme způsob, jakým jsme prováděli kvalitativní obsahovou analýzu, a poté se budeme zabývat metodologií kvalitativní části výzkumu, tedy polostrukturovaných rozhovorů. V první řadě ale stanovíme výzkumné otázky.

Formulace výzkumných otázek

Výzkumné otázky byly stanoveny na základě rešerše odborné literatury k tomuto tématu následovně:

(VO1) Jaký druh amatérských fotografií a videí se dostává do redakcí českých zpravodajských webů a jakým způsobem probíhá proces gatekeepingu?

(VO2) Jak často se amatérské fotografie a amatérská videa objevují na českých zpravodajských webech a jaký formát obsahu je nejfrekventovanější?

(VO3) Vidí žurnalisté občanský fotožurnalismus a videožurnalismus jako příspěvek ke zpravodajskému toku informací?

2.1 Kvantitativní obsahová analýza

Dílčím cílem práce bylo, jak jsme již uvedli výše, ukázat míru výskytu amatérských fotografií a videí ve vybraných českých zpravodajských online denících. Z tohoto důvodu byla jako výzkumná metoda zvolena kvantitativní obsahová analýza, která slouží ke zkoumání kontextu a frekvence výskytu jednotlivých proměnných (v našem případě občanského fotožurnalismu a videožurnalismu) (Trampota et al., 2010, s. 17). Obsahová analýza je spojována se jménem Bernarda Berelsona a je pro ni charakteristická vysoká míra standardizace (Trampota, et al. s. 17). V praxi to znamená, že výzkum je oddělen od výzkumníka a každý jiný výzkumník, který takový výzkum provádí, musí dojít ke stejným výsledkům. Hlavním výsledkem této části výzkumu je tedy procentuální zastoupení proměnných. Zároveň z výsledků kvantitativní obsahové analýzy je možné vyčíst poměr jednotlivých typů zpravodajství, v nichž se amatérské fotografie a amatérská videa vyskytují, a původ těchto fotografií a videí.

2.1.1 Výzkumný vzorek

Jako podkladový materiál byly vybrány **čtyři zpravodajské weby**, konkrétně **Aktuálně.cz** a **Novinky.cz**, jakožto zástupci velkých mediálních organizací, **Echo24.cz**, které je naopak případem malého média s omezeným kapitálem, a to jak finančním, tak personálním, a **Blesk.cz/zprávy**, jakožto zpravodajský projekt v rámci bulvárního deníku. Vybraná média byla sledována po dobu tří měsíců. Za jednotku kvantitativního výzkumu je považován článek zpravodajského charakteru.

2.1.2 Kategorizace

V rámci výzkumu bylo stanoveno několik proměnných či kategorií, do kterých byly řazeny výše definované jednotky výzkumu. Jako **první proměnná** bylo stanoveno **datum** ve formátu dd.mm.rrrr. **Druhou proměnnou je výskyt**, tedy zda se v jednotce vyskytuje amatérský fotožurnalismus nebo videožurnalismus: 00 nevyskytuje, 01 vyskytuje. **Třetí proměnnou je formát**, tedy zda se jedná o: 01 fotožurnalismus, 02 videožurnalismus, 03 foto i video žurnalismus. **Čtvrtou proměnnou je rozlišení**

zpravodajského média, v němž se jednotka vyskytla: 01 Blesk.cz/zprávy, 02 Echo24.cz, 03 Novinky.cz, 04 Aktuálně.cz. **Pátým indikátorem je původ jednotky**: 01 sociální síť, 02 jiné. **Další indikátor** poté **specifikuje sociální síť**, z níž amatérská fotografie či amatérské video pochází: 00 není sociální síť, 01 Facebook, 02 Twitter, 03 YouTube, 04 Instagram, 05 V Kontaktech, 06 jiné. **Sedmou proměnnou je typ zpravodajství**: 01 zahraniční, 02 domácí, 03 domestifikované²¹. **Další proměnná má poté záměr rozlišit téma zprávy**: 01 ozbrojený konflikt/válka, 02 terorismus, 03 živelné katastrofy/nehody/neštěstí, 04 politika, 05 ekonomika, 06 kultura, 07 sport, 08 uprchlická krize, 09 finanční zločinnost, 10 společnost/lidé, 11 kriminalita, 12 radikalismus, 13 náboženství, 14 xenofobie/nesnášenlivost, 15 lidská práva, 16 justice, 17 občan vs. stát, 18 týrání zvířat/zabíjení zvířat, 19 počasí. Prvních sedm kategorií témat bylo stanoveno před začátkem samotného výzkumu, následující témata přibyla v průběhu dle potřeby analýzy.

Osmá proměnná specifikuje region, ze kterého zahraniční zpráva pochází: 01 Evropa, 02 Severní Amerika, 03 Střední a Jižní Amerika, 04 MENA (Blízký východ a severní Afrika)²², 05 Subsaharská Afrika, 06 jižní a střední Asie²³, 07 východní a jihovýchodní Asie²⁴, 08 Austrálie a Oceánie²⁵. **Poslední indikátor má za cíl geograficky rozlišit zprávy pocházející z Evropy**: 00 není Evropa, 01 střední Evropa,

²¹ Za domestifikované zprávy považujeme události, ke kterým došlo v zahraničí, média o nich ale informují, protože se nějakým způsobem dotýkají České republiky. Příkladem může být návštěva prezidenta Miloše Zemana v Americe, o které média píšou nikoli proto, že se odehrála v Americe, ale protože ji uskutečnil český prezident. Jako domestikované zpravodajské příspěvky ze zahraničí se označují takové mediální obsahy, které novinář v procesu tvorby zprávy přizpůsobuje domácímu publiku s cílem usnadnit porozumění problematice, o které zpráva informuje. Zprávu určenou ke spotřebě daným národním publikem se mediální pracovník snaží vytvořit atraktivnější, kompatibilní s kulturou a ideologií dané společnosti (Gurevitch et al., 1991).

²² Do regionu Blízký východ kvůli své geografické poloze spadají následující země: Gruzie, Arménie, Ázerbájdžán, Írán, Irák, Sýrie, Jordánsko, Libanon, Izrael, Saudská Arábie a další země Arabského poloostrova. Do zemí severní Afriky zahrnujeme země arabského světa typu Egypt, Libye apod.

²³ Afghánistán, Pákistán, Turkmenistán, Kazachstán, Uzbekistán, Tádžikistán, Kyrgyzstán; Indie, Nepál, Bangladéš, Bhútán.

²⁴ Barma, Thajsko, Laos, Kambodža, Vietnam, Čína, Taiwan, Japonsko, Jižní Korea, Severní Korea, Mongolsko, Filipíny, Malajsie, Indonésie a kvůli své geografické poloze i Kamčatka.

²⁵ Včetně Papuy-Nové Guiney a Bali.

02 severozápadní Evropa, 03 jižní Evropa, 04 Balkán²⁶, 05 Pobaltí, 06 východní Evropa²⁷.

2.1.3 Metodologie

Zkoumané zpravodajské servery jsme procházeli den po dni zprávu po zprávě. Jednotlivé kódovací jednotky jsme **nejdříve vizuálně identifikovali**²⁸ a poté jsme je **zaznamenávali do kódovacího archu**, do nějž byly zanášeny příslušné kódy. V případě, že jednotka obsahovala amatérský vizuální materiál, byl přidělen kód ke všem proměnným. Pokud se v ní nevyskytoval, jednotce byl přidělen kód pouze v proměnných datum, medium a výskyt. Kódovací arch představoval tabulku v programu *Microsoft Excel*. Veškerá data jsme statisticky zpracovávali v programu *SPSS Statistic*. Výsledky výzkumu jsou zpracovány tak, aby podaly odpovědi na výše formulované výzkumné otázky. Vybrané výsledky byly zpracovány do tabulek a grafů, které byly tvořeny v programu *Microsoft Word* či *Microsoft Excel*.

2.1.4 Charakteristika zkoumaných webů

Jak již bylo uvedeno výše, výběr zkoumaných zpravodajských serverů byl po provedení předvýzkumu upraven. Důvody byly vysvětleny v kapitole *Vztah práce ke schváleným tezím*. Nyní stručně charakterizujeme analyzované servery a důvody, proč byly do výzkumu vybrány.

Blesk.cz/zprávy

Online vydání bulvárního deníku Blesk se začalo v roce 2015 výrazně orientovat na zpravodajství. Během předvýzkumu, při němž byly sledovány vedle předběžně vybraných webů také další zpravodajské servery, bylo zjištěno, že Blesk.cz/zprávy zpracovává závažná společenská i politická témata. Způsob zpracování odpovídá

²⁶ Do regionu Balkán řadíme i Turecko.

²⁷ Východní Evropou míníme Rusko včetně jeho asijské části, Sibiře a autonomní oblasti Čečensko.

²⁸ Jako problematické se při identifikaci ukázalo to, že vizuální materiál často vykazuje rysy amatérského záběru (nízká kvalita, špatná kompozice apod.) a i s ohledem na kontext vzniku se dá předpokládat, že snímek nepořídil profesionál. Jako autoři jsou ale uváděny tiskové agentury (Reuters, Profimedia, Associated Press, Česká tisková kancelář). Z toho usuzujeme, že fotografii skutečně pořídil amatér, poté ji ale odkoupila agentura. Záběr s ohledem na nejasné autorství neklasifikujeme jako amatérský.

bulvárnímu deníku. S ohledem na relevantnost výzkumu a také s ohledem na vzorovou studii švédských autorek, které mezi zkoumanými deníky analyzovaly také bulvární deník, jsme se rozhodli server Blesk.cz/zprávy zařadit mezi námi analyzované weby.

Echo24.cz

Server Echo24.cz byl již v předběžném výběru zvolen k analýze. Důvodem bylo, že se jedná o nově vzniklé médium (oficiální spuštění v březnu 2014), tedy má menší čtenářskou základnu, ale také menší finanční i personální zajištění. Jak vyplynulo i z polostrukturovaného rozhovoru s respondentem z tohoto webu, v redakci funguje pouze jeden fotograf, který se navíc věnuje především pořizování fotografií pro Týdeník Echo a zpravodajsky nejvýznamnějším událostem, ale není schopný pokrýt každodenní zpravodajství. Předvýzkum navíc ukázal, že občanský fotožurnalismus a videožurnalismus je ve srovnání s jinými zpravodajskými servery často používaný.

Aktuálně.cz

Server Aktuálně.cz byl stejně jako Echo24.cz zvolen již v předběžném výběru. Tento server byl zvolen jakožto určitý protipól proti serveru Echo24.cz, co se velikosti a zajištění týče. Jedná se o server fungující v rámci velkého mediálního domu, a proto nejen že má k dispozici dostatečné množství fotografií, ale v případě potřeby je možné využít i fotografie, které vznikly v rámci jiného oddělení mediálního domu (např. iHned.cz, Hospodářské noviny apod.).

Novinky.cz

Server Novinky.cz byl zvolen do výzkumu až po provedení předvýzkumu a to ze dvou hlavních důvodů. Prvním důvodem byla čtenost, která je ze všech českých zpravodajských serverů vůbec nejvyšší. Jak již bylo uvedeno a vysvětleno v kapitole Vztah práce ke schváleným tezím, z výzkumu byly vyřazeny servery iHned.cz a Lidovky.cz.

2.2 Polostrukturované rozhovory

Druhá část výzkumu byla věnována kvalitativnímu šetření, které mělo za cíl **zanalyzovat proces gatekeepingu, kterým amatérský vizuální obsah prochází.**

Kvalitativní formu výzkumu považujeme pro zkoumání procesu gatekeepingu za nejvhodnější, protože nabízí možnost podrobného popisu a vhled při zkoumání daného fenoménu (Hendl, 2008, s. 50). **Jako výzkumná metoda byl zvolen polostrukturovaný rozhovor s mediálními profesionály**, který je v literatuře někdy označován jako rozhovor pomocí návodu (Hendl, 2008), Trampota jej označuje jako návodný rozhovor (Trampota, 2015). V kvalitativním dotazování je považován za střední cestu a vyznačuje se definovaným účelem, určitou osnovou a velkou pružností celého procesu získávání informací (Hendl, 2008). V praxi takový rozhovor znamená seznam témat či otázek, které je nutné v rámci interview s respondentem probrat a který má zajistit, že se skutečně dostane na všechna důležitá témata (Hendl, 2008). Návrh témat a otázek k polostrukturovaným rozhovorům je v Příloze č. 2.

2.2.1 Výzkumný vzorek

Jako kritérium pro výběr respondentů do výzkumného vzorku byla zkušenost s prací v online zpravodajském webu. Ideálně se tedy jednalo o mediální profesionály na pozici editora se zkušeností z praxe v jednom ze zkoumaných zpravodajských webů. Celkem se kvalitativního dotazování **účastnili čtyři editoři každý z jiného zkoumaného serveru**.

Osloveni byli předem vytipovaní editoři ze zkoumaných serverů. Pokud z nějakého důvodu odmítli účast ve výzkumu (časové důvody; zaměření, které dle nich nebylo pro výzkum vhodné), byli požádáni o doporučení jiného editora. Pro výzkum se nakonec podařilo získat zástupce všech čtyř sledovaných zpravodajských webů.

2.2.2 Metodologie

Pro kvalitativní část výzkumu byly použity polostrukturované rozhovory, které jsme vedli s respondenty v druhé polovině roku 2016. Při provádění rozhovorů byly dodržovány zásady etického jednání. Veškeré rozhovory byly **zaznamenávány na nahrávací zařízení**, proto byl respondentům k podpisu předložen informovaný souhlas (Příloha č. 3), který účastníky výzkumu informoval o jeho průběhu. Před samotným rozhovorem bylo respondentům sděleno, že jejich právem je kdykoli účast ve výzkumu ukončit a také, že rozhovor je anonymní a že veškeré přepisy nahrávek budou

anonymizovány. Jediným zachovaným údajem je spojení se zpravodajským serverem, které bylo pro výzkum nezbytné.

Následně proběhla **doslovná transkripce záznamů rozhovorů**. Mluvený projev byl převeden do spisovného jazyka, takový způsob přepisu je možné užít v případě, že pozornost je věnována především obsahově-tematické rovině (Hendl, 2008). V prepisech rozhovorů bylo tedy především opraveno použití nespisovných koncovek či tvarů slov, popřípadě byla odstraněna výplňová slova. Zásahy do textu byly vždy minimální a především se zřetelem k obsahu. Proto byly v prepisech ponechány stylistické chyby, jejichž opravením by mohlo dojít k významovému posunu sdělení. Jak již bylo uvedeno, přepisy nahrávek byly anonymizovány, v textu práce jsou respondenti proto označováni např. respondent z Blesk.cz/zprávy, respondent z Echo24.cz atd. Přepisy rozhovorů jsou přiloženy v rámci Přílohy č. 4.

2.2.3 Kategorizace

Předtím, než jsme mohli přistoupit k samotné analýze rozhovorů, bylo nezbytné získaná data „rozložit“, konceptualizovat a opět složit novým způsobem. **Použili jsme kódování dat, konkrétně otevřené kódování**, které bývá používáno např. v pedagogických vědách, ale které je podle Švaříčka poměrně univerzálním a velmi efektivním způsobem, jak s výzkumem začít, a díky své jednoduchosti je možné ho užít v široké škále kvalitativních projektů (2014).

Analyzovaný text jsme rozložili na menší významové jednotky, kterým jsme přidělili kód (významovou jednotkou mohlo být slovo, sekvence slov, věta či odstavec, podstatný byl pro nás vždy význam před formální hranicí sdělení) (Švaříček et al., 2014). Jako kód bylo použito slovo, sousloví nebo krátká fráze, zásadní při jeho volbě bylo vždy to, aby měl kód určitou výpovědní hodnotu v souvislosti s označovanou sekvencí analyzovaného textu (Švaříček et al., 2014). **Kódování bylo prováděno ručně a souběžně s ním byl vytvořen seznam kódů** (viz Příloha č. 4) s poznámkou, v jakém rozhovoru byl daný kód použit. V seznamu kódu byl tedy uveden daný kód a poté jeho výskyt, např. R1–22 (kód byl tedy použit v rozhovoru respondentem 1 na 22. řádku).

Poté byla sestavena kostra analytického příběhu, která je v literatuře označována také jako abstrakt nebo základní analytický příběh a představuje jednoduchý popis kategorií

a vztahů mezi nimi (Švaříček et al., 2014, s. 239). Na závěr byla provedena analýza a interpretace dat.

3 Vlastní analýza

Následující kapitola má za cíl představit výsledky analýzy a vyložit některá zjištění, ke kterým jsme v průběhu analýzy dospěli. V první části se budeme zabývat frekvenční analýzou tedy daty, která byla získána v rámci kvantitativní obsahové analýzy tříměsíčním sledováním čtyř vybraných zpravodajských serverů. V této části se pokusíme odpovědět na výzkumnou otázku VO2, tedy na to jak často se amatérské fotografie a amatérská videa objevují na českých zpravodajských webech a jaký formát obsahu je nejfrekventovanější. Frekvenční analýza také přináší informace o kontextu, v jakém se amatérské vizuální materiály objevují, částečně nám tedy může přinést odpověď na výzkumnou otázku VO1, tedy jaký druh amatérských fotografií a videí se do redakcí českých zpravodajských webů dostává. Sledovány byly vedle výskytu amatérského materiálu i další proměnné, jako je původ amatérského materiálu, téma, při němž byl použit nebo regionální zakotvení článku. Popíšeme některé další výsledky, které z frekvenční analýzy vyplynuly.

Část kapitoly bude věnována interpretaci rozhovorů, jež byly pořízeny s vybranými editory ze zkoumaných amatérských webů. V této části se pokusíme objasnit jaký druh amatérských fotografií a videí se dostává do redakcí českých zpravodajských webů a jakým způsobem probíhá proces gatekeepingu (VO1) a zda vidí žurnalisté občanský fotožurnalismus a videožurnalismus jako příspěvek ke zpravodajskému toku informací (VO3). Pro dokreslení zjištění z rozhovorů jsou využity také výsledky frekvenční analýzy, která může upřesnit například zdroje amatérských fotografií a videí nebo jejich tematické zakotvení.

Jelikož v některých zkoumaných proměnných vykazovaly jednotlivé zpravodajské weby větší rozdíly, rozhodli jsme se ve třetí části shrnout nejzajímavější či nejvýraznější rozdíly u jednotlivých webů a konfrontovat je s odpověďmi respondentů, abychom tak získali ucelenější představu o využívání občanského fotožurnalismu a videžurnalismu na jednotlivých serverech.

3.1 Frekvenční analýza

V předkládané diplomové práci jsme prostřednictvím kvantitativní obsahové analýzy zkoumali 11 700 jednotek publikovaných na vybraných českých zpravodajských webech. Nejvíce článků v daném období publikoval server Aktuálně.cz (3342), druhý nejaktivnější server byl Novinky.cz (3006), servery Echo24.cz a Blesk.cz/zprávy uveřejnily méně než tři tisíce článků (2764 a 2588). Cílem reprezentativního výzkumu bylo vyšetřit výskyt občanského fotožurnalismu a videožurnalismu v českém online prostředí.

3.1.1 Výskyt občanského fotožurnalismu a videožurnalismu

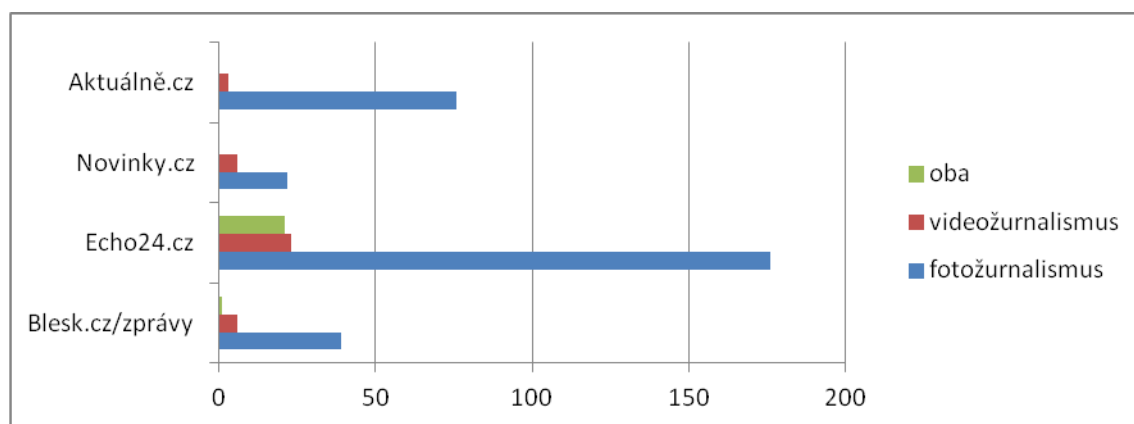
Z výsledků analýzy vyplývá, že **amatérské fotografie a amatérská videa se na českých serverech vyskytovaly zřídka** (viz Tabulka 1). Ze všech zkoumaných jednotek bez ohledu na médium se tento obsah objevil jen v 3,19 % případů. Z 11 700 zkoumaných jednotek se amatérský vizuální obsah vyskytl v 373 případech. Výraznější rozdíl je možné vidět u jednotlivých serverů, kdy server Novinky.cz takový obsah prakticky vůbec nepoužívá (0,93 %), na druhém protipólu je server Echo24.cz, kde se vyskytuje výrazně častěji (7,96 %). Na serveru Blesk.cz/zprávy se amatérský vizuální obsah vyskytoval v 1,78 % případů a na serveru Aktuálně.cz ve 2,36 % případů.

Tabulka 1: Výskyt občanského fotožurnalismu a videožurnalismu

Médium	Výskyt			Celkem
	Nevyskytuje se (počet jednotek)	Vyskytuje se (počet jednotek/procenta)		
Blesk.cz/zprávy	2 542	46	1,78 %	2 588
Echo24.cz	2 544	220	7,96 %	2 764
Novinky.cz	2 978	28	0,93 %	3 006
Aktuálně.cz	3 263	79	2,36 %	3 342
Celkem	11 327	373	3,19 %	11 700

Častěji servery využívaly amatérské fotografie než amatérská videa. Z veškerého analyzovaného amatérského vizuálního obsahu použitého na vybraných serverech tvořily fotografie od amatérů 83,91 % a amatérská videa pouze 10,19 %. V 5,9 % případů se jednalo o kombinaci obou formátů (viz Graf 1). V tomto případě je často amatérská fotografie vlastně jen výřezem z amatérského videa. Příkladem takového výskytu amatérského vizuálního materiálu může být například zpráva s titulkem *Opilý český řidič kamionu couval na britské dálnici. Jde do vězení* (Echo24.cz, 2016b), která informuje o chování českého řidiče na britské dálnici. Jako hlavní fotografie byl použit výřez z videa, celé video pak bylo umístěno v článku. Drtivá většina případů (95,5 %), kdy byla v článku použita kombinace amatérských fotografií a videí, byla zaznamenána na serveru Echo24.cz. Na ostatních serverech se kombinace obou typů formátů nevyskytovala buď vůbec (Novinky.cz a Aktuálně.cz), nebo jen v jednotkách případů (Blesk.cz/zprávy). Na serveru Echo24.cz jsme také zaznamenali nejsilnější zastoupení amatérských videí (60 %) ze všech výskytů. To může souviset s tím, že u tohoto serveru byl vyhodnocen obecně největší výskyt občanské fotožurnalistiky a videožurnalistiky.

Graf 1: Formát amatérského vizuálního žurnalismu



Amatérský vizuální obsah se **nejčastěji vyskytoval ve zprávách domácích** (53,09 %), o něco méně poté ve zprávách zahraničních (43,15 %) a jen minimálně ve zprávách domestifikovaných (3,75 %). I zde jsme zaznamenali rozdíly u jednotlivých webů. U serveru Blesk.cz/zprávy a Echo24.cz převažovaly amatérské fotografie a amatérská videa u zpráv zahraničních (50 % a 52,27 %). Server Echo24.cz současně jako jediný publikoval výraznější množství domestifikovaných zpráv s amatérským vizuálním obsahem (78,57 % veškerého výskytu). U serverů Aktuálně.cz a Novinky.cz byla

převaha domácích zpráv se sledovaným amatérským obsahem. Zatímco u serveru Novinky.cz byl výskyt relativně vyrovnaný (53,57 % zahraničních proti 42,86 % domácích), u serveru Aktuálně.cz jsme zaznamenali nejvýraznější rozdíl mezi zahraničním a domácím zpravodajstvím (13,92 % zahraničních proti 84,81 % domácích).

3.1.2 Regionální zastoupení

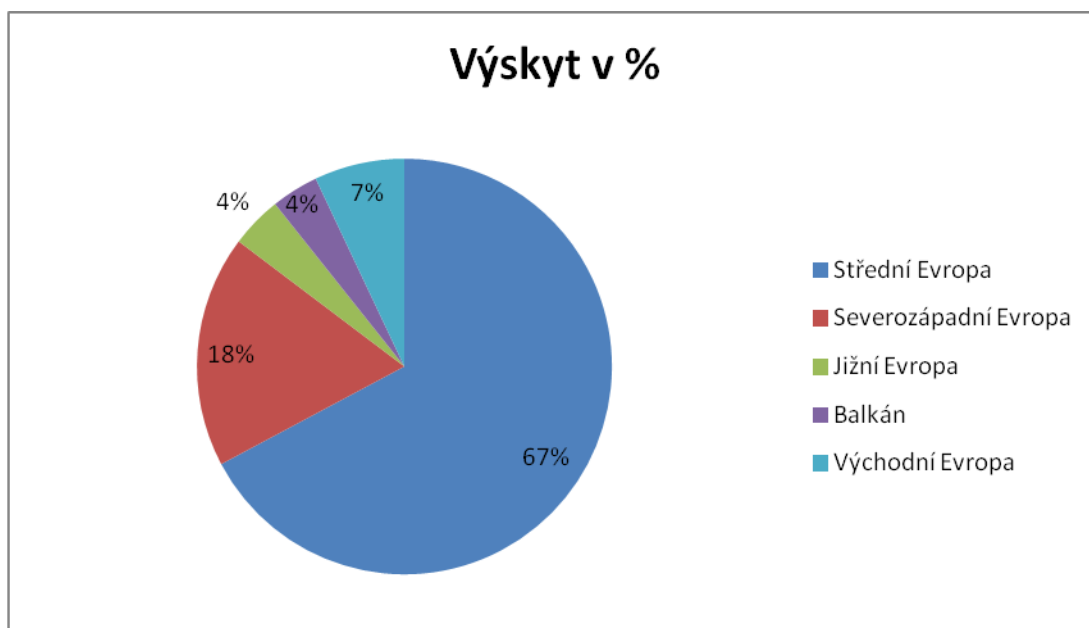
Amatérský vizuální obsah byl **nejčastěji využíván u zpráv reflektujících dění v Evropě** (80,16 % všech výskytů). Nejmenší podíl zpráv s tímto obsahem pocházejících z Evropy měl server Echo24.cz (75,45 %), nejvyšší naopak server Aktuálně.cz (93,67 %) (viz Tabulka 2). Výrazněji byly zastoupeny zprávy ze Severní Ameriky (8,04 % všech případů). Zde měl opět nejvyšší podíl server Echo24.cz (10 %), servery Blesk.cz/zprávy a Novinky.cz se pohybovaly mezi 7 a 8 %, nejnižší podíl jsme zaznamenali u serveru Aktuálně.cz (2,53 %). Výraznější výsledek jsme zaznamenali u zpravodajství z Blízkého východu a severní Afriky (7,51 % všech případů). Zde měl nejvyšší podíl zpráv server Novinky.cz (10,71 %), server Echo24.cz publikoval takovýto obsah v 9,09 % případů, server Blesk.cz/zprávy v 6,52 % případů a nejnižší výskyt jsme opět zaznamenali u serveru Aktuálně.cz (2,53 %). Zprávy z ostatních regionů byly amatérským vizuálním obsahem doplněny jen v jednotkách případů.

Tabulka 2: Regionální zastoupení (nejčastěji se vyskytující oblasti)

Médium	Region		
	Evropa	Severní Amerika	MENA (Blízký východ a severní Afrika)
Blesk.cz/zprávy	80,43 %	8,7 %	6,52 %
Echo24.cz	75,45 %	10 %	9,09 %
Novinky.cz	78,57 %	7,14 %	10,71 %
Aktuálně.cz	93,67 %	2,53 %	2,53 %

V rámci analýzy jsme dále blíže sledovali nejfrekventovanější region Evropa. Nejvíce zpráv obsahujících zkoumaný obsah reflektovalo dění **v zemích střední Evropy, tedy dění v zemích Visegrádské čtyřky** (67,22 % všech případů). I zde je možné u jednotlivých serverů sledovat výrazné rozdíly. Zatímco u serveru Aktuálně.cz tvořily zprávy z Visegrádské skupiny 82,23 % všech výskytů, u serveru Echo24.cz to byla téměř polovina (44,09 %). Nižší výskyt jsme zaznamenali také u serveru Blesk.cz/zprávy (50 %), jen o něco vyšší poté u serveru Novinky.cz (57,14 %). Jak jsme již uvedli výše, server Aktuálně.cz měl nejvyšší podíl zpráv s amatérským vizuálním obsahem domácího původu, které byly z hlediska regionu řazeny pod region Visegrádská skupina. **Výraznější výskyt byl ještě u zemí severozápadní Evropy**, kam řadíme severské země, Německo, Francii, Velkou Británii, Nizozemsko, Dánsko a země Beneluxu, (18,06 %). Region severozápadní Evropa tvořil u serverů Blesk.cz/zprávy, Novinky.cz a Aktuálně.cz téměř zbytek zpráv z Evropy. Ostatní části Evropy měly minimální zastoupení (viz Graf 2).

Graf 2: Region Evropa



Rozmanitější výsledky v rámci regionu Evropa je možné sledovat u serveru Echo24.cz, který ve sledovaném období publikoval zprávy obsahující občanský fotožurnalismus nebo videožurnalismus týkající se všech oblastí Evropy. Zprávy využívající amatérský vizuální obsah, které pokrývají dění v zemích severozápadní Evropy, se objevily ve 13,18 % případů, poté z hlediska míry výskytu následovaly zprávy z východní Evropy,

kam jsme zařadili mimo jiné Rusko, s 8,18 % případů, zprávy z Balkánu, kam patří Turecko, a jižní Evropy se poté shodně vyskytovaly v 5 % případů.

3.1.3 Původ občanského fotožurnalismu a videožurnalismu

Nejčastějšími zdroji amatérských fotografií a videí byly sociální sítě (68,1 %). Trojice nejpoužívanějších sociálních sítí je Facebook (38,46 %), Twitter (31,15 %) a YouTube (28,46 %). Zatímco z Facebooku a Twitteru pocházel dle předpokladů nejčastěji formát amatérských fotografií (90 % a 93,83 % všech výskytů), zajímavé zjištění jsme zaznamenali u výsledku analýzy u sociální sítě YouTube, která slouží ke sdílení videí. Jelikož tato síť slouží k publikování videí, lez předpokládat, že bude především zdrojem amatérských videí. Jak ale ukázala analýza, **přesně v polovině případů (50 %) sloužila síť YouTube jako zdroj amatérských fotografií.** Jak jsme již uvedli výše, v průběhu výzkumu jsme zaznamenali, že v některých redakcích (především server Echo24.cz) se často použijí v článku výřezy z určitého videa. Dané video se poté buď použije v článku znovu, nebo se nepoužije vůbec.

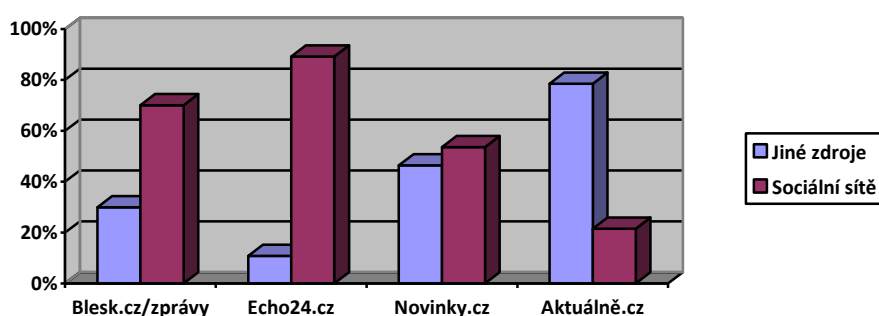
Mezi sledovanými sociálními sítěmi byly také Instagram a ruská sociální síť VKontakte, které byly používány v řádech jednotek případů. Velký počet amatérských vizuálních materiálů **pocházel z jiných zdrojů, než jsou sociální sítě** (31,9 % všech případů). Jak vyplývá z kvalitativní analýzy, dalšími zdroji jsou hasiči, policie, drážní inspekce, (konkrétně jednotlivci z těchto institucí, kteří zdokumentují určitou událost), ale také čtenáři serverů, kteří amatérský vizuální materiál zasílají do redakcí.

Tabulka 3: Zdroj jednotlivých formátů (počet jednotek)

	fotožurnalismus	videožurnalismus	oba
Jiný	107	6	0
Facebook	90	7	3
Twitter	76	3	2
YouTube	37	21	18
Instagram	2	0	0
VKontakte	1	0	0

Nejvýraznější podíl využívání sociálních sítí jsme zaznamenali u serveru Echo24.cz (97,27 %). Výraznější převaha zpráv, v nichž je použit amatérský materiál ze sociálních sítí, byl také u serveru Blesk.cz/zprávy (69,57 %). Opačné výsledky vykazuje server Aktuálně.cz, v jehož případě naopak převládaly jiné zdroje (78,48 %) nad sociálními sítěmi. Vyrovnané výsledky měl server Novinky.cz, u něhož se amatérský vizuální obsah ze sociálních sítí využíval v 53,57 % případů a z jiných zdrojů ve 46,43 % případů.

Graf 3: Poměr zpráv pocházející ze sociálních sítí a jiných zdrojů



3.1.4 Tematické rozvrstvení

Na začátku kvantitativní části výzkumu jsme si stanovili osm tematických proměnných, u kterých jsme očekávali nejčastější výskyt nebo které se tradičně v médiích nejčastěji objevují. Těmi byl *ozbrojený konflikt a válka, terorismu, živelné katastrofy* (ke kterým později přibyly i *nehody a další druhy neštěstí*), *politika, ekonomika, kultura, sport* a s ohledem na aktuální globální situaci také téma *uprchlická krize*.

Z hlediska **tematického se nejvíce používal občanský fotožurnalismus a videožurnalismus u kategorie politika** (21,72 % všech případů). Zároveň nejčastěji tento obsah pocházel ze sociálních sítí (87,65 %). To odpovídá tvrzením editorů, kteří v rozhovorech uváděli, že sociální sítě v souvislosti s chováním či komentováním politiků používají velmi často. Příkladem takového výskytu může být například zpráva s titulkem *Hašek kladl věnce s Nočními vlky. Akce hraničící s extremismem, reaguje brněnský primátor* (Aktuálně.cz, 2016), která informuje o setkání dnes již bývalého jihomoravského hejtmana Michala Haška s ruskou motorkářskou skupinou Noční vlci, která je označovaná za radikálně nacionalistickou a která podporuje politiku současného ruského prezidenta Vladimira Putina. V článku byly použity fotografie z Facebookového

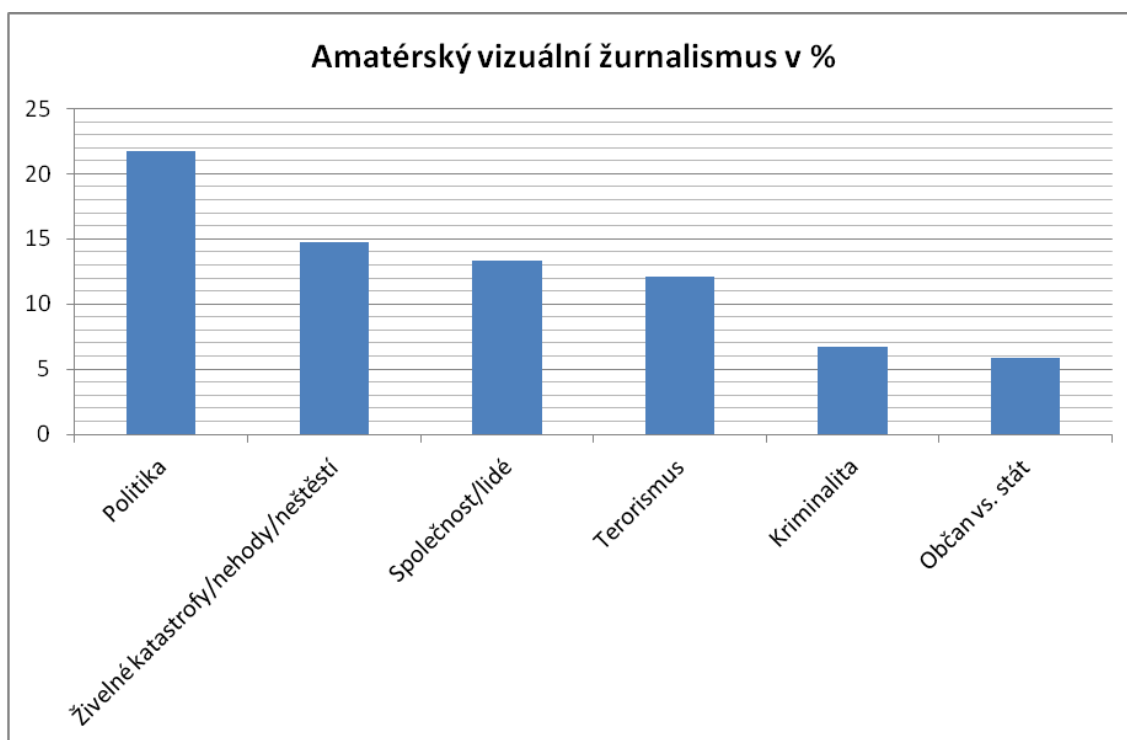
účtu Michala Haška. **Druhým nejčastějším tématem byly živelné katastrofy, nehody a neštěstí** (14,75 % všech případů). Tato kategorie je relativně široká, protože do ní může spadat zemětřesení v Ekvádoru – například zpráva s titulkem *Tragická bilance zemětřesení v Ekvádoru. Na tři stovky mrtvých, tisíce zraněných* (Echo24.cz, 2016c) –, ale také srážka vlaku a automobilu na Havlíčkobrodsku – například zpráva s titulkem *Na Havlíčkobrodsku se srazil vlak s autem, dva lidé nepřežili. Strojvedoucí nadýchal dvě promile* (Aktuálně.cz, 2016b). Více zpráv má v souladu s obecným trendem domácí původ (74,55 %) a jen 23,64 % případů představuje zahraniční zpravodajství. V analyzovaném období nedošlo k žádné velké přírodní katastrofě či tragédii v zahraničí, jinak by se dal očekávat zvýšený počet zahraničních případů. Pro srovnání může sloužit téma *terorismus*, které se vyskytovalo ve 12,06 % všech případů. Téma *terorismus* oproti kategorii *živelné katastrofy, nehody a neštěstí* dominovalo v zahraničí, což přirozeně souvisí s tím, že v České republice k žádnému teroristickému útoku nedošlo. V zahraničí naopak ve zkoumaném období došlo například k útokům v Bruselu³⁰. Amatérské fotografie a amatérská videa tak byla využita například v článcích s titulky *Na pláži umírali i Evropané. Teroristé postříleli v letovisku u moře 16 lidí* (Blesk.cz, 2016) nebo *Teror v Bruselu ONLINE: Belgičané o útocích prý věděli, jednoho útočníka propustili přes varování* (Blesk.cz, 2016b). Před kategorií *terorismus* se amatérský vizuální obsah vyskytoval častěji u tématu *společnost a lidé* (13,33 % všech případů), pod který patří mimo jiné tzv. hluboké lidské příběhy – například *Statečná Sandra (6) bojuje s rakovinou. Rodině pomáhá prodej jejích voňavých výtvorů* (Blesk.cz, 2016c) nebo společenská témata zahrnující např. problémy v školství – například zpráva s titulkem *Škola na Třebešíně vyloučila dva studenty, kteří šikanovali učitelku* (Echo24.cz, 2016d). Pátým tématem, při němž byly nejčastěji využívány amatérské vizuální materiály, bylo téma *kriminalita* (6,7 %), do které patří publikování záznamů z bezpečnostních kamer či hledání podezřelých. Relativně často (5,9 %) se také objevovaly fotografie, které jsme tematicky řadili do kategorie *občan vs. stát*, do níž jsme zařazovali zprávy, které informovaly o střetech mezi občany a státem. Typické

³⁰ Teroristické útoky v Bruselu na konci března 2016 si vyžádaly 32 obětí. Na bruselském letišti a v metru útočili tři islamisté (ČT24, 2016).

byly například zprávy o vyklízení Autonomního sociálního centra Klinika³¹ – například článek s titulkem *Policie večer vyklidila pražskou Kliniku, aktivisté ji však znovu obsadili* (Echo24.cz, 2016e). Dalším příkladem je video slovenského původu, na němž je zachyceno, jak sociální pracovník odvede dítě přímo ze třídy – například zpráva s titulkem *Sedmiletého chlapce odvedli sociální pracovníci přímo z třídy plné dětí* (Novinky.cz, 2016). Větší podíl měly v této kategorii domácí zprávy (72,73 %).

U všech ostatních témat byl výskyt pod pěti procenty. Jmenovat chceme téma *počasí*, u nějž bylo větší očekávání výskytu, zmiňoval ho respondent z Blesk.cz/zprávy, podle nějž jsou využívány záznamy z webových kamer. Očekávání vycházelo také ze skutečnosti, že v televizním vysílání bývají záběry z počasí, které jsou velmi často využívány během zpravodajství. V případě zpravodajských webů se vyskytla pouze jedna jednotka obsahující amatérské záběry počasí. Žádný nebo minimální výskyt zaznamenala také témata *sport, ekonomika, kultura, justice a týrání a zabití zvířat*.

Graf 4: Výskyt dle témat nad 5 %



³¹ Státem vlastněný opuštěný objekt, nazývaný zkráceně Klinika, který obývali bezdomovci, obsadili v prosinci 2014 squatteři. Uklidili jej a několik dní v něm provozovali sociální centrum. Poté je vyvedla policie. Na podporu iniciativy se opakovaně sešly stovky lidí (Echo24, 2016a).

Z hlediska tematického výskytu se v některých oblastech servery opět lišily. U každého serveru převažovalo jiné téma. Zaměříme se na nejfrekventovanější tematické kategorie. Server Blesk.cz/zprávy publikoval zanedbatelné množství zpráv obsahujících amatérský vizuální obsah v rámci kategorie *politika*, přestože v souhrnných výsledcích byla tato kategorie nejfrekventovanější. U tohoto serveru dominovala témata v kategorii *společnost a lidé a terorismus* (shodně 28,26 %). Výraznější výskyt zpráv byl poté v kategorii *živelné katastrofy, nehody a neštěstí* (17,39 %). Všechny ostatní tematické kategorie měly výskyt nižší než 10 %. Téma *politika* bylo naopak zcela nejfrekventovanější u serveru Echo24.cz (30 %). U serveru Echo24.cz jsme poté zaznamenali výskyt ve všech ostatních kategoriích, kromě kategorie *počasí*, nikdy však nepřesáhl 10 %. U serveru Novinky.cz se občanský fotožurnalismus a videožurnalismus nejčastěji objevoval u zpráv, které jsme tematicky řadili do kategorie *terorismus* (21,43 %). Výraznější výskyt byl poté zaznamenán u tématu *politika* (17,86 %), a témat *společnost a lidé a občan vs. stát* (shodně 14,29 %). Server Aktuálně.cz měl nejvýraznější rozdíly v jednotlivých tematických kategoriích. Nejčastěji zastoupený byl amatérský vizuální obsah u zpráv reflektujících *živelné katastrofy, nehody a neštěstí* (44,3 %). Dalšími nejčastěji zastoupenými kategoriemi byla *politika a společnost a lidé* (shodně 11,39 %). Vyšší výskyt jsme zaznamenali ještě u kategorie *terorismus* (10,13 %).

Shrnutí

Z frekvenční analýzy vyplývá, že amatérské fotografie a amatérská videa jsou na českých zpravodajských webech stále okrajovou záležitostí, jejich výskyt souhrnně nepřesahuje 3,2 %. Nejfrekventovanější jsou amatérské fotografie, které tvoří přibližně 83 % veškerého výskytu (VO2). Amatérské vizuální materiály nejčastěji reflektují domácí události, ačkoliv zde jsme mezi sledovanými weby zaznamenali rozdíly. Z regionálního hlediska jsou amatérské fotografie a amatérská videa nejčastěji používány u zpráv reflektující dění v Evropě (VO1).

3.2 Kvalitativní výzkum

V rámci kvalitativní části výzkumu předkládané diplomové jsme prováděli rozhovory se čtyřmi editory ze sledovaných zpravodajských webů. Cílem rozhovorů bylo zjistit, jaký

druh amatérských fotografií a videí se dostává do redakcí českých zpravodajských webů a jakým způsobem probíhá proces gatekeepingu a také to, zda považují mediální profesionálové občanský fotožurnalismus a videožurnalismus za příspěvek ke zpravodajskému toku informací.

3.2.1 Postoj k amatérským fotografiím a videím ve zpravodajství

Tři ze čtyř respondentů hodnotili využívání amatérského vizuálního materiálu kladně. „Obecně je to pozitivní, že se ve veřejném prostoru objevuje víc fotografií, víc videí,“ uvedl respondent z Blesk.cz/zprávy. Za obohacení žurnalistiky to považuje také respondent z Aktuálně.cz, stejně tak i respondent z Novinky.cz. Ten uvedl, že je to dobré, protože to může profesionála „vytáhnout z vakua“ a přinést do zpravodajství civilnější materiály.

Jediný, kdo tento jev nehodnotil příliš pozitivně, byl respondent z Echo24.cz. „Já mám pocit, že právě obrovský rozmach digitální techniky a toho, že má každý telefon schopný fotit v kapse, zabíjí tu pravou, exkluzivní žurnalistiku,“ uvedl. Paradoxně server Echo24.cz využíval fotografie a videa od amatérů nejčastěji, jak vyplynulo z frekvenční analýzy (viz podkapitola 3.1.1). To souvisí s charakteristikou média. Jak jsme již uvedli, server Echo24.cz je nově vzniklý, malý server, který má omezené finanční i personální prostředky než zbývající tři zkoumané servery. Respondent z Echo24.cz v této souvislosti také uvedl, že pro některá média je využívání občanské fotožurnalistiky a videožurnalistiky levnějším řešením, než využít službu profesionála.

Všichni respondenti se však shodují, že **velmi záleží na způsobu, jakým jsou amatérské fotografie a amatérská videa využívány.** Respondent z Aktuálně.cz uvedl, že je vždy důležité dbát na určitý etický kodex. „Takže já si myslím, že to může být obohacení, ale musí se dbát na tyto věci, které si myslím, že u nás jsou poměrně přísně stanoveny v kodexu, jak se chovat při používání takovýchto fotografií,“ uvedl. S tím souhlasil i respondent z Blesk.cz/zprávy. „Pokud jsou to fotografie, které zasahují do něčeho osobního života a nejsou z veřejného prostoru, tak tam si myslím, že to může být spíš ke škodě,“ uvedl. Jak vyplynulo z frekvenční analýzy, na serveru Blesk.cz/zprávy se ale nejčastěji vyskytovaly soukromé fotografie lidí buď z rodinných alb, nebo například z Facebooku v rámci tematické kategorie *společnost a lidé*, kam jsme

zařazovali i tzv. hluboké lidské příběhy. U dalších sledovaných serverů se tento typ materiálů vyskytoval minimálně nebo vůbec.

3.2.2 Zdroje amatérských fotografií a videí

Jak vyplynulo z rozhovorů, amatérské materiály se do redakcí dostávají dvěma hlavními kanály. Na jedné straně je do redakce **zasílají sami čtenáři** (někteří za to požadují platu). „První způsob je ten, kdy se lidé sami ozvou, že něco vyfotili,“ popsal praxi respondent z Blesk.cz/zprávy. Na druhé straně je **profesionálové aktivně vyhledávají na sociálních sítích**. „To je myslím postup..., který jako první děláte,“ odpověděl respondent ze serveru Aktuálně.cz na otázku, zda aktivně vyhledávají amatérské materiály na sociálních sítích.

Respondent z Blesk.cz/zprávy dodal, že v některých případech i **aktivně vyzývají čtenáře k tomu, aby zasílali fotografie a videa k určité události**. „Na internetovém serveru je to spíš tak, že ve chvíli, pokud se stane nějaká velká nehoda nebo probíhá velká demonstrace, tak se objeví výzva, aby lidé posílali fotografie z místa,“ uvedl respondent. Výzva nicméně není standardním postupem, nezmínil ji žádný další respondent. Naopak editor ze serveru Aktuálně.cz přímo uvedl, že to není postup, jež by byl při zpravodajství na serveru využíván.

Nejčastějšími zdroji jsou podle předpokladů sociální sítě. Respondenti jmenovali nejčastěji Twitter, Facebook a YouTube, což je ve shodě i s výsledky frekvenční analýzy. Využívaným zdrojem jsou také **hasiči, policie nebo drážní inspekce**, a to v případě informování o nehodách či požárech. Zde máme na mysli záběry, které pořídil jednotlivec (hasič, policista, pracovník drah) na místě nehody a na první pohled vykazují jisté rysy amatérismu. V tomto případě může být problém takový materiál ve zpravodajském toku rozlišit. Fotografie a videa mohou v rámci těchto institucí pořizovat i komunikační profesionálové z tiskového odboru. Odlišit, zda se jedná o první, nebo druhý případ, lze jen na základě posouzení kvality materiálu. Často jsme proto zkoumanou jednotku, u níž byla fotografie se zdrojem policie, neoznačili za občanský žurnalismus, protože působila profesionálně. Tento typ materiálu buď novináři opět aktivně vyhledávají na specializovaných webech nebo jim tyto materiály opět chodí do redakce. „Někdy ty fotky, videa dokonce sami posílají do emailu, třeba pražská policie,“

vedl respondent z Echo24.cz. Tyto zdroje byly nejčastěji využívány na serveru Aktuálně.cz, na němž se jako na jediném webu vyskytoval vyšší podíl amatérského vizuálního obsahu pocházejícího z jiných zdrojů, než jsou sociální sítě.

Respondent z Blesk.cz/zprávy zmínil také webové kamery, a to v souvislosti s informováním o počasí. Ve sledovaném období jsme ale na tomto serveru nezaznamenali jediný výskyt zprávy o počasí s využitím amatérských záběrů. Zdrojem ale mohou být také **různé úřady**, které zveřejňují oficiální fotografie z událostí. Například respondent z Aktuálně.cz jmenoval jako příklad úřad vlády. „Když je premiér na návštěvě Texasu a nechá se tam někde vyfotit v sombreru nebo v kovbojském klobouku,“ uvedl respondent z Aktuálně.cz. U takovýchto zdrojů už nicméně musíme, stejně jako u zdrojů policie či hasiči, zvažovat, do jaké míry jsou skutečně amatérské. V případě fotografií z úřadu vlády, které vznikají primárně pro mediální užití a které fotí profesionální fotografové, již snímky či videa za amatérská nepovažujeme. Jiným případem by bylo, pokud by si premiér například udělal selfie fotografii s běžným občanem nebo i politikem a umístil ji na některý ze svých kanálů na sociálních sítích. Respondent z Aktuálně.cz také jako častý zdroj amatérského vizuálního materiálu zmínil stránku **Wikimedia Commons**. Ta obsahuje soubor fotografií, kterou jsou k volnému užití také ke komerčním účelům. „Tam také občas sáhneme v případě, že píšeme o nějakých historických, místopisných věcech,“ uvedl respondent z Aktuálně.cz. Zde opět jako v případě fotografií z úřadu vlády musíme zvažovat, do jaké míry se jedná o amatérskou fotografii a do jaké míry ji vyfotil například profesionální fotograf a umístil ji na tuto stránku.

3.2.3 Proces gatekeepingu

Proto, aby se mediální profesionálové rozhodli amatérskou fotografií či amatérské video využít, musí splnit různé požadavky, které na ně mají. **Základním předpokladem pro to, aby fotku editor využil, je, že pochází ze situací, u kterých profesionál nemohl být**, a jistým způsobem zacelují mezeru, která ve zpravodajství vzniká. „Jednoznačně jsou to věci, které jsou neopakovatelné, a ten člověk je blízko,“ uvedl respondent z Echo24.cz. „Jsou to zpravodajsky významné události, které jsou nečekané, a tudíž jsme si nemohli naplánovat, že tam pošleme fotografa a všechny světové agentury jsou na tom stejně... Samozřejmě se děje spoustu věcí, u kterých my nejsme, i když jsme

poměrně velká redakce nebo velký vydavatelský dům. A tam ten občanský fotožurnalismus může té věci pomoci,“ doplnil respondent ze serveru Aktuálně.cz. Podle respondenta z Novinky.cz je to také v momentě, kdy občanský fotožurnalismus a videožurnalismus přináší informace přímo z chvíle, kdy k události došlo. „Protože reportéři, když už se na místo takové události dostanou, tak jsou za páskou a už to není z té doby, kdy se to děje. Protože se bavíme o chvíli, kdy se to děje, a potom se bavíme o záběrech, které přijdou tři hodiny poté, když tam dorazí všichni novináři. A to už má jinou hodnotu,“ dodal respondent z Novinky.cz.

Typicky jsou amatérské **vizuální materiály využívány v případech přírodních živlů, nehod, požárů či dalších katastrof.** „Pokud je zemětřesení v Asii, spadlé letadlo v Indii, tak kolikrát rychleji než zareagují zpravodajské agentury, se objeví na Twitteru fotky amatérů, snímky lidí, kteří tam jsou a kteří z toho dávají nějakou dokumentaci ven,“ uvedl respondent z Blesk.cz/zprávy. Využívají se podle respondentů také v případech protestů nebo demonstrací, kde se naráz vyskytuje velké množství lidí.

Editoři kladou mnohem **menší důraz na kvalitu**, pokud se rozhodnou fotografii použít. **Důležitější je pro ně autentičnost.** „V dnešní době jde už kvalita hodně stranou. Technicky jdeme dopředu, všichni, celá společnost, ale důraz na autentičnost a také na rychlost je tady v první řadě. I poměrně nekvalitní video nebo ne příliš dobrá fotka si může najít v tomto případě svoje místo,“ uvedl respondent ze serveru Blesk.cz/zprávy. Zvláště pokud má záběr vysokou zpravodajskou hodnotu, editoři nekladou tak velký důraz na technickou stránku fotografie. „Tyhle fotky se používají kvůli té zpravodajské hodnotě, takže tam trošku slevíte z technických nároků vždycky. Samozřejmě, když je to rozpatlané a rozmazané a roztřesené a není tam nic vidět, tak to k ničemu není těm lidem,“ uvedl respondent ze serveru Aktuálně.cz. Důležité je, zda existují i jiné fotografie či videa, nebo zda jsou amatérské záběry unikátní, a jak důležitá událost je. „Když ten záběr bude jediný, který je k dispozici a ten článek bude důležitý, tak vezmu i nekvalitní. Ale když to bude důležité. Pokud to bude událost druhého, třetího řádu, tak ten článek ani nemusí vyjít,“ dodal respondent z Echo24.cz. Podle editora z Novinky.cz je také podstatné, zda má událost potenciál se vyvíjet. „Pokud je to něco, co vím, že se bude vyvíjet a má to smysl, například šílenou situaci v Bruselu natočil kolemjdoucí. Tak v tu chvíli to má civilní ráz, to zprostředkování je skrz člověka, který tam skutečně byl

a dal to na svůj Twitter a sdílelo to milion lidí, tak se to použije. Je to rychlé a je to civilní materiál z místa,“ uvedl respondent z Novinky.cz.

Jedním z důvodů, proč v článku použít amatérský záběr, je **větší přínos pro čtenáře**. Podle respondenta z Blesk.cz/zprávy jsou totiž reálné fotografie mnohem atraktivnější, než fotky ilustrační. „Obecně platí, že reálné fotografie jsou lepší než ilustrační a texty, které jsou dobře fotograficky vybavené, jsou čtenářsky atraktivnější než ty, kde je fotek málo. A pro nás je to potom zpětná vazba v tom, že vidíme, kolik bylo zobrazených stránek a kolik lidí si prolistovalo galerii,“ uvedl. V podobném duchu se vyjádřil i respondent z Novinky.cz. „Čím šťavnatější ten materiál je, tím je to lepší. Je tam víc masa, než když je to suchý text s ilustračními fotkami. Takže my to tak bereme, že je to potom čtivější, víc provádíte toho člověka tou zprávou, víc mu to přiblížíte, protože mu to ukážete,“ popsal respondent z Novinky.cz. Editoři tedy vedle textové stránky článku kladou velký důraz na vizuální zpracování článku a na fotografický či video materiál. „Já si myslím, že každý editor chce mít ty svoje noviny, nebo tu svoji stránku hlavně hezkou. Takže kdybych měl na výběr krásnou fotku od profíka, nejlépe od našeho profíka a nějakou fotku od neprofíka, byť i stejně krásnou, tak vezmu tu naši. Ale v okamžiku, kdy jsme relativně malý server, máme pouze jednoho fotografa, který nemůže být všude a věnuje se hodně věcem do týdeníku, tak mi nezbyvá nic jiného, než se spolehnout na agentury případně na tu občanskou žurnalistiku,“ popsal respondent z Echo24.cz. „Jedna ta věc je, že to popíšete, když ukážete obrázek z místa, tak je to vždycky lepší,“ dodal respondent z Aktuálně.cz.

Za důležitý považují respondenti kritický přístup k amatérským vizuálním materiálům a **ověřování a vyhodnocování nejen amatérských fotografií a videí**, ale také informací především v souvislosti s šířením informací na sociálních sítích. Zvláště na nich se totiž mohou objevit nepravdivé zprávy, fotografie nebo videa. **Pokud se věrohodnost materiálu nepodaří ověřit, editoři se jej rozhodnou raději nepoužít.** „Musím si být jistý, že ukazuje to, co ukazuje. A to si nemůžeme být jistí téměř nikdy. Proto musíme tu fotografii brát s rezervou. Typicky u válečných konfliktů. To je často vidět třeba na Facebooku nebo Twitteru nějaká fotografie zkrvaveného těla, nějaké oběti, kolem ní třeba někdo pláče a pod tím někdo napíše – toto udělala armáda x v zemi y včera. A taky se může stát a taky se to stalo, že to neudělala armáda x, ale že to udělal

Hollywood před několika lety,“ uvedl respondent z Echo24.cz. Podle něj se navíc situace bude s rozvojem techniky stále více zhoršovat a bude se zvyšovat riziko, že by mohlo dojít k publikování tzv. fake news, tedy nepravdivých zpráv.

U některých typů událostí je ověřování pravdivosti snazší a záběry lze snáze označit za věrohodné. „Pokud jde o živelné katastrofy, porovnáváme amatérské fotky s fotografiemi z agentur nebo zahraničních médií, jestli mohou být ze stejného místa,“ popsal respondent z Blesk.cz/zprávy. Podobnou zkušenost má i respondent z Novinky.cz. „Nějaké teroristické útoky a na ta videa, která jsou silně signifikantní, se nahlíží stylem čím dřív, tím líp. Odzdrojuje se to tím člověkem, který to natočil. Protože to twitterové video poté oběhne celý svět a to samé přijde tou agenturou. U velkých věcí se to dělá a dělají to všichni,“ uvedl. Pokud se jedná o jiný typ události a je problematičtější autentičnost ověřit, záběry se raději nepoužijí. „A pokud si autenticitou nejsem jisti, raději počkáme na fotografie z důvěryhodných zdrojů. Samozřejmě v obecnějších případech, pokud je to nějaká jednotlivá fotka na sociální síti, tak se pokoušíme kontaktovat autora a ověřit si, abychom měli ještě nějaké jištění, že to, co na té fotce je, je jednak aktuální, jednak že je to fotka toho, za co se vydává,“ uvedl respondent z Blesk.cz/zprávy. „Tam je problém. Tam se spoléháme spíš na agentury, než to brát z nějakých jiných kanálů... Zamotané nejasné věci se berou spíš z agentury,“ dodal respondent z Novinky.cz, který upozorňoval na záběry z konfliktů na Blízkém východě. „Zrovna blízkovýchodní videa, tam si dáváme pozor. Zrovna u nás v redakci jsou zahraničníci hodně šikovní a mají tohle ohlídané,“ uvedl.

Důležité je také to, zda by mohl server zveřejněním amatérského materiálu způsobit někomu újmu. „Nezveřejňujeme fotografie lidí ze soukromí, to není úplně ve veřejném zájmu, nezveřejňujeme krvavé detaily dopravních nehod, prostě věci, které by mohly někoho jakkoliv poškodit, nebo by se poškozený mohl cítit. To je hlavní kritérium při tom rozhodování, jestli takovou fotku použít nebo ne,“ uvedl respondent z Aktuálně.cz. Ten upozornil také na to, že použitím některých amatérských záběrů by mohlo dojít k zásahu do soukromí života nějakého občana. To se může stát například při zveřejňování fotografií při pátrání po pohřešovaných osobách. Tyto snímky často pocházejí z rodinných archívů. „Jedna věc, o které jsem chtěl mluvit, je pátrání po pohřešovaných dětech, které policie rozesílá. Ideální řešení je odkazovat na policejní

web a nedávat tam tu fotku, protože pak se to dítě někde zapomene u kamaráda a pak už vám to někde visí na síti, je to zaklesnuté v těch vyhledávačích a může to těm lidem způsobovat problém, čili z tohoto důvodu je lepší to dělat tímto způsobem,“ uvedl respondent z Aktuálně.cz.

Dalším důvodem, proč materiál nepoužít, může být podle respondenta z Novinky.cz to, že je s ním „příliš práce“. „Ale se zdroji, které nejsou od profesionálních žurnalistů, je vždycky víc práce. Ať už je to ověření, ať už je to nějaká úprava, editace. Když to jde od zpravodaje, tak už to má formu a úroveň, jak informační, tak technickou,“ uvedl.

3.2.4 Práce s občanským fotožurnalismem a videožurnalismem

Nejčastěji jsou amatérské fotografie či amatérská videa podle editorů používány proto, že **mohou člátku přinést určitou přidanou hodnotu** a jsou tedy jakýmsi doplněním. Článek by ale vznikl i v případě, že by amatérské materiály nebyly k dispozici. Zcela výjimečně nebo spíš vůbec se podle respondentů samotný materiál stane námětem pro článek. To se může stát například v případě virálových videí. Respondent z Aktuálně.cz popsal praktický případ, při němž amatérské záběry použil. „Stalo se před asi půl rokem, nebo rokem, že hořela střecha Národního divadla... V četce byla jedna fotka, kterou jsem použil k tomu článku, dal jsem tu základní zprávu. A pak nějaký čtenář, který tam byl u toho, nachomýtl se tam, což se stává, tak nafotil prostě celou tu scénu, vyfotil, jak hoří střecha, vyfotil hasiče, takže z toho bylo vidět, kolik je tam hasičských aut, jak se tam sjeli. Nebyly tam žádné brutální detaily, lidi, ale byla to taková širší informace o tom, že ten požár byl opravdu velký, těch hasičských aut tam bylo... sice to bylo popsáno v tom textu, ale ty fotky to pěkně dokreslovaly. Takže jsem z toho udělal asi šesti nebo sedmi fotkovou galerku a přidal jsem to k tomu,“ uvedl.

V některých případech **editoři přistupují k tzv. embedování**, tedy vložení celého příspěvku včetně fotografie či videa ze sociální sítě. Může to být v případě, kdy není úplně možné záběr ověřit nebo se spojit s jeho autorem a požádat jej o svolení se zveřejněním. „Ještě někdy to řešíme možná na půl cesty, že tu fotografii použijeme jako takzvaný embed ze sociální sítě a tím pádem trošku říkáme čtenářům, tady je fotka, jak ji prezentuje ten dotyčný, ale nejsme to úplně my, kdo se za ni může zaručit,“ uvedl respondent z Blesk.cz/zprávy. Využít se dá také v případě, kdy se situace rychle mění.

„Tohle používáme hlavně u tweetů a když není čas ty lidi oslovovat a hlavně u těch případů, kde se to mění rychle, tak se to tam vloží,“ dodal respondent z Novinky.cz. Ověřování není podle respondentů nutné, pokud se jedná o veřejně známou osobnost, která danou fotografii nebo video dává na sociální síť proto, aby se dostala k co největšímu počtu lidí. „Takové ty tweety, které se týkají politiků, kteří to dávají do veřejného prostoru, nebo státních úředníků, typově Tomáš Prouza píše, teď se bude v Bruselu dít toto a zatím vám ukážu, jak to vypadá v sále, než se bude hlasovat. Tak to je určené pro veřejnost, to si třeba vezmeme, ale vložíme to tam celé včetně toho, že je to tweet toho úředníka,“ uvedl respondent z Aktuálně.cz. Respondent z Novinky.cz ale upozornil na to, že se jedná o způsob práce, které by médium nemuselo vůbec používat, protože by se bez něj „obešlo“.

Respondent z Echo24.cz uvedl, že tento způsob také používá, protože mu to dává šanci zprostředkovat čtenářům záběry, které by jinak nemohl použít. Zdůraznil ale, že jej nemá rád. Důvodem podle něj je, že sociální sítě, které embedování umožňují, vydělávají na fotografiích a videích, které nevytvořily. „Pokud někdo velký, typově CNN, má někde nějakého fotografa a má svoji fotografii, tak to musel nějak zaplatit. A pokud nějaký jiný server pomocí Twitteru nebo Facebooku tu jejich fotku vezme a vloží na svůj web, tak oni jsou v zásadě všichni spokojeni, protože to CNN, které pořídilo tu fotku nebo video, tak zabírá vlastně část toho prostoru v tom článku a má to vlastně jako své promo. Jestli je to dobře nebo špatně... já být autorem té fotky a nedostat za to odpovídající honorář, tak bych nechtěl, aby ta fotka zdarma visela po celém světě tímto způsobem. Tohle vymyslel Twitter a Facebook a využívají toho, že člověk, jako uživatel internetu, když to uvidí na té neznámé stránce a klikne na tu fotku, tak se octne na stránce Facebooku a uvidí ty reklamy,“ popsal respondent z Echo24.cz.

Amatérské materiály mohou být také určitým zdrojem informace a můžou vést editora, aby na místo události poslal svého vlastního fotografa nebo dokonce celý tým i s reportérem, pokud je událost trvanlivějšího charakteru. „Je to u těch konzerv. Tam třeba lidi dají tip a vy si řeknete, to je fakt super, to by bylo dobré na kameru a poslat tam reportéra a udělat rozhovor. Ale musí to být u něčeho trvalejšího než u aktuálek,“ uvedl respondent z Novinky.cz

3.2.5 Autorství

Respondenti ze všech zkoumaných serverů se shodli na tom, že **naprosto zásadní je u amatérských záběrů vždy vyřešit autorství**. „Pak člověk musí pracovat se zdrojem. My se vždycky snažíme ty lidi oslovit, jestli to můžeme použít, napsat jim, zavolat, prostě je kontaktovat,“ uvedl respondent z Novinky.cz. „Protože každá ta fotka má svého autora a ten autor za ni může chtít cokoliv. Nebo respektive může za ni chtít takovou sumu, kterou já nejsem ochotný akceptovat,“ dodal respondent z Echo24.cz. Amatérskou fotografii nebo amatérské video raději nepoužijí, pokud nemají souhlas od autora, nebo jistotu, že autor materiál pořídil proto, aby se dostal do médií. Příkladem jsou příspěvky na sociálních sítích od veřejně známých osobností či politiků.

Shrnutí

Do redakcí českých zpravodajských webů se častěji dostávají amatérské vizuální materiály, které reflektují domácí dění. Na některých webech (Echo24.cz a Blesk.cz/zprávy) mají výraznější postavení amatérské fotografie a amatérská videa využívaná v zahraničním zpravodajství, nejčastěji při informování o dění v Evropě. Amatérské vizuální materiály se do redakcí dostávají dvěma kanály – buď přes sociální sítě, a v tom případě je mediální profesionálové sami aktivně vyhledávají, nebo přímo od čtenářů, kteří je zasílají do redakce. Míra využití obou kanálů je do jisté míry závislá na čtenářské základně. Pokud se mediální profesionál rozhodne amatérskou fotografií nebo amatérské video použít, vždy dbá nejvíce na ověření jeho pravdivosti. Menší roli hraje kvalita videa, podstatně důležitější je autenticita a také rychlost s jakou se materiál do redakce dostane. Důvodem pro nepoužití může být nulová zpravodajská hodnota, přílišný zásah do soukromí, riziko poškození nějakého občana nebo problém s autorstvím (VO1).

Respondenti považují občanský fotožurnalismus a videožurnalismus většinou za příspěvek ke zpravodajskému toku informací, pokud se při práci s ním dodržuje určitý etický kodex. Uvědomují si jeho potenciál, který tkví v rychlosti a také pokrytí nečekaných mimořádných událostí. Nepovažují takový obsah ale za nezbytný pro zpravodajský tok (VO3).

3.3 Analýza jednotlivých webů

3.3.1 Blesk.cz/zprávy

Zpravodajský server Blesk.cz/zprávy byl do výzkumu vybrán kvůli zvýšení relevantnosti výzkumu jakožto zástupce bulvárního deníku. Očekávání na výběr i šíři amatérského fotožurnalismu a videožurnalismu byl větší než u seriózních deníků. Jak ukazuje i švédský výzkum (Nilsson et al., 2015), bulvární deník klade větší důraz na používání fotografií. To můžeme vidět i u serveru Blesk.cz/zprávy, kde je praktický každý článek vybaven fotogalerií.

Jak vyplynulo z frekvenční analýzy, jediný **zástupce bulváru skončil, co se týče výskytu amatérských vizuálních materiálů až na pomyslném třetím místě.** Z celkových 2588 publikovaných článků ve sledovaném období se amatérský vizuální obsah objevil jen ve 46 případech (1,78 %). Blesk.cz/zprávy se od zbylých zkoumaných serverů lišil tím, že amatérské záběry se objevovaly častěji (50 %) v zahraničním zpravodajství, zatímco u ostatních serverů s výjimkou serveru Echo24.cz (viz podkapitola 3.1.1) převažoval výskyt ve zpravodajství domácím.

Blesk.cz/zprávy se také lišil z hlediska tematického zařazení výskytu občanského fotožurnalismu a videožurnalismu. Jak jsme uvedli výše, obecně převažovalo téma *politika*, u serveru Blesk.cz/zprávy mělo ale naopak minimální zastoupení. Zaznamenali jsme pouze jednu jednotku, která tematicky spadala do kategorie *politika* a obsahovala amatérskou fotografii. Převažoval zde naopak výskyt v kategoriích *společnost/lidé* a *terorismus* (shodně 28,26 %), což může souviset s tím, že bulvární média přinášejí tzv. hluboké lidské příběhy často neznámých lidí. Výraznější výskyt zpráv byl poté v kategorii *živelné katastrofy, nehody a neštěstí* (17,39 %). Všechny ostatní tematické kategorie měly výskyt nižší než 10 %.

Server používal jako zdroj častěji sociální sítě, nicméně respondent z Blesk.cz/zprávy uvedl, že častým způsobem získání amatérských vizuálních materiálů je také výzva redakce ke čtenářům. Tím se server liší od ostatních sledovaných webů, žádný další respondent tuto možnost jakožto kanál, kterým se dají amatérské materiály získávat, neuvedl.

3.3.2 Echo24.cz

Server Echo24.cz byl do výzkumu vybrán jako zástupce malého nově vzniklého média, které má menší finanční i personální prostředky než velké mediální domy. Z výzkumu vyplývá, že server Echo24.cz se uchyluje k využití amatérského vizuálního materiálu častěji než zbylá tři sledovaná média, protože jediný fotograf zaměstnaný v redakci není často schopný fotografickým materiálem doplnit všechny zpravodajsky pokrývané události.

Občanský fotožurnalismus a videožurnalismus se tedy na serveru Echo24.cz vyskytoval několikanásobně častěji (7,96 % oproti např. výskytu 0,93 % u serveru Novinky.cz) než u ostatních sledovaných webů. V tomto kontextu je zajímavé, že respondent z Echo24.cz jako jediný hodnotil občanský fotožurnalismus a videožurnalismus jakožto jev, který „zabíjí pravou, exkluzivní žurnalistiku“ a také uvedl, že se mu snaží vyhýbat.

Server Echo24.cz také nejčastěji využíval kombinaci amatérské fotografie a amatérského videa (10 %). Tento server nejčastěji v článku využil vedle celého amatérského videa také výřez z něj, jak jsme popsali výše.

Oproti dalším analyzovaným serverům měl také **největší podíl amatérského vizuálního materiálu ze sociálních sítí (87,73 %)** oproti jiným zdrojům (12,27 %). Jak vyplývá z kvalitativní části výzkumu, server nemá s ohledem na relativně krátké působení (necelé tři roky) vybudovanou tak velkou čtenářskou základnu, která by generovala použitelný amatérský obsah, ve srovnání s dalšími sledovanými servery.

Podobně jako u serveru Blesk.cz/zprávy převažoval výskyt amatérských záběrů v zahraničním zpravodajství (52,27 %) oproti zpravodajství domácímu (42,72 %). Echo24.cz ale používal výrazně častěji amatérských vizuální obsah také u zpráv domestikovaných (5 %) oproti zbývajícím sledovaným webům³³. Z hlediska tematického používá ve srovnání se zbylými sledovanými weby občanský fotožurnalismus a videožurnalismus častěji v kategorii *politika* (30 %). U serveru

³³ Novinky.cz (3,57 %), Blesk.cz/zprávy (2,17 %), Aktuálně.cz (1,27 %)

Echo24.cz jsme poté zaznamenali výskyt ve všech ostatních kategoriích, kromě kategorie *počasí*, nikdy však nepřesáhal 10 %.

3.3.3 Novinky.cz

Server Novinky.cz reprezentuje v našem výzkumu nejen zástupce většího zpravodajského serveru, ale je především reprezentantem čtenáři prakticky nejnavštěvovanějšího zpravodajského serveru v České republice vůbec.

Jak vyplývá z analýzy, server Novinky.cz **využívá občanský fotožurnalismus a videožurnalismus ve zcela minimální míře (0,93 %)**. To je výrazný rozdíl například oproti serveru Echo24.cz, na němž jsme amatérský vizuální obsah zaznamenali téměř osmkrát častěji.

Zajímavé je, že amatérské fotografie a amatérská videa byla **často využívána u zpráv z Blízkého východu a severní Afriky (10,71 %)**, dokonce nejčastěji ze všech serverů, ačkoliv rozdíl oproti serveru Echo24.cz není výrazný (9,1 %). Editor serveru nicméně v rozhovorech uvedl, že blízkovýchodní konflikt je natolik zpravodajsky nepřehledný, že občanský žurnalismus z této oblasti obecně je využíván minimálně nebo vůbec, protože je velmi obtížné jej ověřit. Server Novinky.cz ale v daném období publikoval pouze 28 zpráv (viz Tabulka1), proto se jednalo o relativně zanedbatelné číslo. V případě tohoto serveru by bylo třeba sledovat výskyt občanského fotožurnalismus a videožurnalismu déle, aby se potvrdilo, zda použití amatérských fotografií a videí u zpráv z Blízkého východu a severu Afriky je dlouhodobým trendem, nebo zda se jednalo o ojedinělé zvýšení výskytu v důsledku dvou teroristických útoků. V souvislosti s tím je zajímavé také tematické rozvrstvení. Nejčastěji se amatérský vizuální obsah objevoval u zpráv kategorie *terorismus* (21,43 %). Výraznější výskyt byl poté zaznamenán u tématu *politika* (17,86 %), a témat *společnost a lidé* a *občan vs. stát* (shodně 14,29 %).

3.3.4 Aktuálně.cz

Server Aktuálně.cz byl do výzkumu zvolen jakožto zpravodajský web velkého mediálního domu, který má velké finanční a personální zázemí a v rámci nějž kooperuje několik redakcí.

Server Aktuálně.cz byl druhým webem, který nejčastěji používá amatérské vizuální materiály (2,36 %). Oproti ostatním zkoumaným webům se ale liší způsob, jakým se amatérské fotografie a amatérská videa dostávají do redakce. **Zatímco u ostatních serverů byla převaha sociálních sítí, zde převládají jiné zdroje (78,48 %).** Do jiných zdrojů řadíme, jak jsme již uvedli, například **amatérské fotografie pořízené policisty, hasiči nebo pracovníky drážní inspekce**, ale také fotky a videa od čtenářů. Jak vyplývá z rozhovoru s respondentem z Aktuálně.cz, server má vybudovanou širokou čtenářskou základnu, jejíž členové sami dobrovolně zasílají fotografie z „ulice“. S tím souvisí i tematické rozvrstvení, vysoké zastoupení mělo téma živelné *katastrofy, nehody a neštěstí*. Server často informoval o dopravních nehodách nebo o požárech.

U serveru Aktuálně.cz jsme také zaznamenali **nejvýraznější převahu domácích zpráv** s výskytem občanského fotožurnalismu a videožurnalismu (85,9 %) nad zprávami zahraničními (13,92 %). Server Aktuálně.cz měl také nejvýraznější rozdíly v tematických kategoriích. Nejčastěji zastoupený byl, jak jsme již uvedli, amatérský vizuální obsah u zpráv reflektujících živelné *katastrofy, nehody a neštěstí* (44,3 %). Dalšími nejčastěji zastoupenými kategoriemi byla *politika a společnost a lidé* (shodně 11,39 %). Vyšší výskyt jsme zaznamenali ještě u kategorie *terorismus* (10,13 %).

4 Závěr

Cílem diplomové práce bylo vyšetřit frekvenci výskytu občanského fotožurnalismu a videožurnalismu na vybraných zpravodajských webech a také zanalyzovat proces gatekeepingu, kterým v kontextu občanské fotožurnalistiky a videožurnalistiky amatérské obsahy v českém prostředí procházejí. Autorky švédské studie (Nilsson et al., 2015), která se stala metodickým základem pro tuto diplomovou práci, došly k závěru, že není možné mluvit o revoluci v redakcích, co se týče amatérských záběrů. Ke stejnému závěru jsme došli po provedení analýzy i my.

Občanský fotožurnalismu a videožurnalismus můžeme považovat za okrajový jev, který se na zkoumaných zpravodajských webech objevoval jen velmi zřídka a jeho používání tak není nezbytnou nutností. Větší prostor nachází tento jev u menších a nových serverů, které nemají srovnatelné finanční a personální zajištění jako velké mediální domy, a proto občanský fotožurnalismus a videožurnalismus volí jakožto levnější řešení, jak se ukázalo na příkladu serveru Echo24.cz. Pro potvrzení tohoto trendu by bylo vhodné provést stejné šetření ještě u minimálně jednoho obdobně velkého serveru. Co se týče déle fungujících a větších zpravodajských serverů, zde byl tento fenomén marginální. Všechny čtyři zkoumané servery by ale nebyly ohroženy v případě, že by amatérské fotografie a amatérská videa přestaly používat. Několikanásobně častěji se využívaly amatérské fotografie, amatérská videa jsou vyžívána spíše ojediněle. Zcela minimálně byly poté využívány tyto dvě formy občanského žurnalismu naráz. Častěji jsou amatérské záběry využívány u domácích zpráv, u kterých je také nejsnazší kontaktovat jejich autora a ověřit si jak pravdivost, tak požádat o souhlas s uveřejněním. Nicméně zde jsme u sledovaných serverů zaznamenali rozdílné výsledky. U dvou serverů (Blesk.cz/zprávy a Echo24.cz) naopak lehce převažoval občanský fotožurnalismus a videožurnalismus u zpráv zahraničních. Minimálně se amatérské záběry objevovaly u zpráv domestikovaných. Zprávy obsahující tento sledovaný jev pocházely z 80 % z regionu Evropa. S ohledem na výsledky je také třeba zmínit zprávy reflektující dění v Severní Americe a na Blízkém východě a v severní Africe. Jejich výskyt ale nepřesahoval 10 %. V rámci Evropy dominovaly zprávy ze zemí Visegrádské skupiny, do níž patří také Česká republika a tedy zprávy domácí. Tento trend lze jednak vysvětlit výsledky z kvalitativní části výzkumu (viz podkapitola 3.2), všichni respondenti totiž shodně uváděli, že při používání amatérských vizuálních materiálů,

kladou velký důraz na ověřování pravosti, jak jsme již uvedli výše. Pokud se jim nepodaří ověřit, že daná fotografie nebo dané video skutečně zobrazuje popisovanou skutečnost, rozhodnou se jej raději nepoužít. Možnost ověřit autorství i správnost materiálů ale se vzdáleností klesá. Druhým vysvětlením je nižší zpravodajská hodnota událostí z odlehlejších regionů a tedy i jejich nižší výskyt, než například zpráv z Evropy. Toto ovšem není možné podložit daty, protože proměnná region byla přidělována pouze jednotkám, u kterých se občanský fotožurnalismus a videožurnalismus vyskytoval. Zajímavý je u proměnné region procentuální vyjádření zpráv obsahujících amatérský vizuální obsah z Blízkého východu a severní Afriky na serveru Novinky.cz. Ten byl zde ze všech serverů nejvyšší (10,71 %). Respondent z Novinky.cz přitom v rozhovoru uvedl, že blízkovýchodní konflikt je natolik nepřehledný, že amatérské vizuální materiály z této oblasti se prakticky nevyužívají.

S ohledem na tematické zaměření zpráv obsahujících občanský fotožurnalismus a videožurnalismus je nejvýraznější téma *politika*. Zde ovšem výsledky z jednotlivých webů více variují. Na serveru Blesk.cz/zprávy bylo naopak toto téma okrajové a nejčastěji se tento obsah vyskytoval u tématu *společnost a lidé*. To souvisí s tím, že Blesk.cz/zprávy jakožto bulvární server více zahrnuje do zpravodajství tzv. hluboké lidské příběhy. Server Aktuálně.cz zas občanský fotožurnalismus a videožurnalismus nejčastěji využíval u tématu *živelné katastrofy, neštěstí a nehody*. U serveru Echo24.cz převažovalo téma *politika*, u serveru Novinky.cz téma *terorismus*. Respondenti v rozhovorech nespecifikovali, u kterých témat využívají amatérské vizuální materiály nejčastěji. Shodně uváděli, že se jedná o mimořádné události, typu požár, u kterých si nemohli naplánovat účast.

Amatérské fotografie a amatérská videa se do redakcí zpravodajských serverů dostávají dvěma různými kanály. Profesionálové v redakcích tento obsah na jedné straně aktivně vyhledávají, a to v souvislosti s událostmi, které neměly mediální pokrytí, ať už z důvodu, že byly neočekávané, nebo že byly původně považovány za nedostatečně důležité. V tomto případě jsou pro ně hlavními zdroji sociální sítě. Nejčastěji je to Facebook, Twitter a YouTube. Zajímavostí je, že server YouTube často není jen zdrojem amatérských videí, ale také amatérských fotografií, které vznikají tak, že mediální profesionálové vyřínou záběr z videa. Druhým způsobem, jak se amatérské vizuální materiály dostávají do redakcí, je, že je čtenáři sami nabízejí a zasílají do

redakcí. K tomu může dojít buď zcela svévolně, nebo na základě výzvy. Výzva je ale využívána jen u serveru Blesk.cz/zprávy. Častým zdrojem amatérských záběrů především z nehod, je policie, hasiči a drážní inspekce, respektive jednotliví pracovníci těchto institucí, kteří na místě havárie pořídí snímek či záběr. Tyto instituce buď samy zasílají materiály do redakcí, nebo o ně redakce naopak žádají. Mezi dalšími zdroji, které zmiňovali respondenti, avšak v kvantitativní části se neobjevily, byly Wikimedia Commons a webové kamery.

Vliv na rozhodnutí editora, zda fotografii použít či nepoužít, má několik faktorů. Za prvé se musí se jednat o zpravodajsky významnou událost. Za druhé si musí být profesionálové v redakci jistí, že fotografie a videa jsou pravdivá a zobrazují skutečně to, co jejich autoři tvrdí. Proto je velká pozornost věnována ověřování původu fotografie, snaze kontaktovat jejího autora či porovnávání s jinými záběry z dané události. Ověřování je jeden z klíčových bodů gatekeepingu. Za třetí nesmí fotografie či video porušovat určitý morální kodex. Nesmí tedy zasahovat do ničeho soukromí, nesmí například zobrazovat příliš drastické scény a editoři vždy zvažují, zda záběr nemůže někoho poškodit. Za čtvrté musí mít určitou přidanou hodnotu a její použití by mělo obohatit článek. Pokud je některý z těchto faktorů porušen, editoři se rozhodnou takový materiál raději nepublikovat.

Minimální roli naopak hraje kvalita fotografie či videa. Pro redakce je důležitější, že je materiál autentický a že jej mají rychle k dispozici, technická stránka je pro ně v takovém případě vedlejší. Zde můžeme vidět rozdíl oproti švédské studii, kde kromě editora z bulvárního deníku, všichni ostatní editoři kladli důraz na kvalitu fotografie. Důležité je také vyřešení autorských práv. U řady materiálů není třeba kontaktovat autora – pokud například čtenář poslal fotografii do redakce nebo pokud veřejně známá osobnost něco zveřejnila na sociální síti – jinak považují editoři za důležité kontaktovat autora fotografie či videa a získat povolení materiál publikovat. Pokud se rozhodnou amatérskou fotografii či amatérské video použít, většinou se jedná o doplnění článku, aby byl pro čtenáře atraktivnější. Jen zcela výjimečně je amatérský materiál tak zajímavý a tak závažný, že se stane námětem pro vznik článku. Editoři se také často uchylují k tzv. embedování, tedy vložení celého příspěvku ze sociální sítě do článku. Považují tuto možnost za určitou střední cestu, pokud je například nemožné kontaktovat autora, nebo pokud je třeba reagovat rychle a na oslovení autora není čas. Profesionálové v médiích si uvědomují potenciál vizuálních materiálů, které pořídili

amatéři, a to zvláště v nečekaných situacích, které nelze předvídat. Výhody vidí jak v určité přidané hodnotě, kterou díky amatérským fotografiím či amatérským videím článek má, tak v rychlosti, ve které se k danému materiálu především díky sociálním sítím dostanou. Většinou využívání občanského fotožurnalismu a videožurnalismu vidí pozitivně, jen editor z Echo24.cz vyjádřil určitou skepsi nad tím, že tento jev ničí pravou, exkluzivní žurnalistiku.

5 Summary

The conclusion of the master's thesis shows that the citizen photojournalism and videojournalism are marginal and rarely occurred elements on the Czech news web sites. Media professionals do not find them absolutely necessary in the news flow. They have more space on the smaller news web sites which do not possess as much finances and staff as the big media organizations. We can illustrate it with the example of news web Echo24.cz. The amateur photographs were used much more than the amateur videos there. At the same time were those both forms used in minimum cases. The amateur visual content is often used with the domestic news because it is easier to contact the author of the content and also to verify the authenticity. Nevertheless the findings of the examined web sites vary. The amateur content dominates over the news from abroad on the Echo24.cz and Blesk.cz/zpravy. The occurrence of domesticated news was minimal. The news with amateur visual content come mostly from the Europe (about 80 %) where dominated the news about Visegrád Group but remarkable number also covers the news from the North America, Near East and North Africa with the frequency less than 10 percent. The interesting fact is also the frequency of the news with the amateur visual content from Near East and the North Africa on the news web site Novinky.cz. In fact, the respondent from Novinky.cz mentioned that the server does not use the news from this region because it is really hard to verify its authenticity.

From the point of the view of topic, the politics was the most frequented. The results of the examined news webs vary with respect to the topic. On the news web Blesk.cz/zpravy was the politics only marginal topic but the most frequented amateur visual content was in the topic society/ people. On the news web Aktuálně.cz it was the topic disasters/ accidents, on the news web Echo24.cz politics and on the Novinky.cz terrorism. The respondent did not specify the most frequented topics with amateur visual content. They just identically mentioned it is used with the breaking news and in the situations where the professional photographer could not be in person.

The amateur photographs and videos get in to the newsroom by two channels. The first are the social networks. The most frequently used were Facebook, Twitter and YouTube. It is interesting that YouTube is not the source only of the videos but also of the photographs because the cut-out from the video is also used as the photo. The second channel are the readers who send the amateur visual content into the newsroom.

They are called citizen journalists. Blesk.cz/zpravy sometimes appeals to the readers for photographs or videos from the specific event. The other very common sources of amateur images are policemen, firemen or railway workers.

There are few factors which influence the decision of media professionals to use or not to use the amateur photographs or videos. Firstly, the amateur visual content must be significant. Secondly, the media professionals must be sure of its authenticity. Thirdly, the amateur photo or video must be in harmony with ethic codex of the newsroom – it cannot aggrieve anybody. Last but not least, it must enrich the news. Media professionals also put stress on authorship. They do not use the photograph or video if they do not have permission from the author. Interviewed media professionals do not put much stress on the technical quality. More important is the authenticity of the content.

If the media professionals decide to use the amateur visual content, it is only used as a contributions to the news. It happens not that often that the content is used as the theme of the article. Sometimes the media professionals use so called embedding when they add an amateur visual content from the social network into the article. They consider it as a middle course.

6 Použitá literatura

ALI, S. R.; FAHMY, S. Gatekeeping and citizen journalism: The use of social media during the recent uprisings in Iran, Egypt and Libya. *Media, War & Conflict*, 2013, s. 55–69.

ALLAN, S.; THORSEN, E. *Citizen journalism: global perspectives*. New York: Peter Lang, 2009. ISBN 978-1-4331-0295-0.

ALLAN, S. *Citizen witnessing: Key concept in journalism*. Cambridge: Polity press, 2013. ISBN 970-0-7456-5195-8.

ALLAN, S. Witnessing in Crisis: Photo Reportage of Terror Attacks in Boston and London. *Media, War & Conflict*, 2014, s. 133–151.

ANDÉN-PAPADOPOULOS, K. The Abu Ghraib Torture Photographs: News Frames, Visual Culture, and the Power of Images. *Journalism*, 2008, s. 5–30.

ANDÉN-PAPADOPOULOS, K. Media Witnessing and the ‚Crowd-Sourced Video Revolution‘. *Visual Communication*, 2013, s. 341–357.

ANDÉN-PAPADOPOULOS, K.; PANTTI, M. *Amateur images and Global News*. Bristol: Intellect, 2011. ISBN 978-1-84150-420-9.

ANDÉN-PAPADOPOULOS, K.; PANTTI, M. Re-imagine Crisis Reporting: Professional Ideology of Journalists and Citizen Eyewitness Images. *Journalism*, 2013, s. 960–977.

ANTONY, M. G.; THOMAS, R. J. ‚This is citizen journalism at its finest‘: YouTube and the public sphere in the Oscar Grant shooting incident. *New Media & Society*, 2010, s. 1280–1296.

BASS, A. Z. Refining the ‚gatekeeper‘ concept: A UN radio case study. *Journalism Quarterly*, 1969, s. 69–72.

BISSEL, K. L. A Return to Mr. Gates: Photography and Objectivity. *Newspaper Research Journal*, 2000, s. 81–93.

BRATKOVÁ, E. (zprac.). *Metody citování literatury a strukturování bibliografických záznamů podle mezinárodních norem ISO 690 a ISO 690-2 : metodický materiál pro autory vysokoškolských kvalifikačních prací* [online]. Praha: Odborná komise pro otázky elektronického zpřístupňování vysokoškolských kvalifikačních prací, Asociace knihoven vysokých škol ČR, 2008. [2016-02-07]. Dostupný z: <<http://www.evskp.cz/SD/4c.pdf>>.

BRUNS, A. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Producership*. New York: Peter Lang, 2008. ISBN 978-082-0488-660.

CAPLE, H. Anyone Can Take a Photo, But Is There Space for the Professional Photographer in the Twenty-First Century Newsroom? *Digital Journalism*, 2014, s. 1–11.

CARPENTER, S. How online citizen journalism publications and online newspaper utilize the objectivity standard and rely on external source. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 2008, s. 1064–1084.

CARPENTIER, N.; DAHLGREN, P.; PASQUALI, F. Waves of media democratization: A brief history of contemporary practices in the media sphere. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 2013, s. 287–294.

ČERMÁK, M. Nová média. Úvod a stručná historie. In *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internalizace žurnalistiky*. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-802-4616-841.

DOMINGO, D. et al. Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond. An International Comparative Study of Initiatives in Online Newspapers. *Journalism Practice*, 2008, s. 326–332.

ELLIS, J. *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*. New York: I. B. Tauris, 2002. ISBN 1-86064-489-9.

FAHMY, S. Photojournalist's and Photo Editor's Attitudes and Perceptions: The Visual Coverage of 9/11 and the Afghan War. *Visual Communication Quarterly*, 2011, s. 146–163.

FIRBACHEROVÁ, P. *Etická úskali občanské žurnalistiky*. Diplomová práce. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2012.

GIEBER, W. Across the desk: A study of 16 telegraph editors. *Journalism Quarterly*, 1956, s. 423–432.

GILMORE, D. *We the Media: Grasroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol: O'Reilly Media, 2006. ISBN: 978-0-596-10227-2.

GOOD, L. Social news, citizen journalism and democracy. *New media & Society*, 2009, s. 1287–1305.

GUREVITCH, M. et al. (1991). The Global Newsroom: Convergences and Diversities in the Globalisation of Television News. In P. Dahlgren, & C. Sparks, *Communications and Citizenship: Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*. London: Routledge, s. 195–216.

HARRISON, J. User-generated Content and Gatekeeping at the BBC Hub. *Journalism Studies*, 2010, s. 243–256.

HIRST, M. *News 2.0: Can Journalism Survive the Internet?* Crows Nest NSW: Allen & Unwin, 2011. ISBN 978-174-2692-197.

HENDL, J. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2.

HOWARD, P.; HUSSAIN, M. The upheavals in Egypt and Tunisia: the role of digital media. *Journal of Democracy*, 2011, s. 35–48.

CHOUR, J. *Nová a tradiční média: kam kráčí? Směry vývoje zpravodajských serverů v době webu 2.0*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2011.

JENKINS, H. *Convergence Culture*. New York: New York University Press, 2006. ISBN 978-0-8147-4281-5.

KNIGHT, M.; COOK, C. *Social Media for Journalists: Principles and Practice*. London: SAGE Publishing, 2013. ISBN 978-1-4462-1112-0.

KRÁLOVÁ, P. *Médium v procesu změny: fotografie ze smartphonů a dalších mobilních zařízení v kontextu profesionální fotožurnalistiky*. Diplomová práce. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2013.

LASICA, J. D. *What is Participatory Journalism? Online Journalism Review*, 2008. Dostupné z: <http://www.jdlasica.com/2003/08/07/what-is-participatory-journalism/>

LINDNER, A. M. Editorial gatekeeping in citizen journalism. *New media & society*, 2016, s. 1–17.

MCCOMB, M. *Agenda Setting: nastolování agendy – masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.

MCNELLY, J. T. Intermediary communicators in the international flow of news. *Journalism Quarterly*, 1959, s. 23–26.

MORTENSEN, M. When citizen photojournalism sets the news agenda: Neda Agha Soltan as a Web 2.0 icon of post-election unrest in Iran. *Global and Media Communication*, 2011, s. 4–16.

NEWCOMB, T. M. An approach to the study of communicative acts. *Psychological Review*, 1953, s. 394–404.

NIEKAMP, R. Pans and Zooms: The Quality of Amateur Video Covering a Breaking News Story. In *Amateur Images and Global News*. Bristol: Intellect Books, 2011. ISBN 978-1-84150-420-9.

NILSSON, M.; WADBRING, I. Not good enough? Amateur images in the regular news flow of print and online newspapers. *Journalism Practice*, 2015, 1–18.

NISKER W. *If you don't like the news...go out and make some of your own*. Berkley: Ten Speed Press, 1994. ISBN 978-0898156263.

O'REILLY, T. What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications & Strategies*, 2007, s. 17–37.

OSVALDOVÁ, B. et al. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9.

PANTTI, M.; BAKKER P. Misfortunes, memories and sunsets. Non-professional images in Dutch news media. *International journal of Cultural Studies*, 2009, s. 471–489.

PATRICK, C.; ALLAN, S. The Camera as Witness: The Changing Nature of Photojournalism. In *Journalism: New Challenges*. Bournemouth: Centre for Journalism & Communication Research, 2013. ISBN 978-14-082-8299-1.

PFEIFLE, M. A Nobel prize for Twitter. *Christian Science Monitor*, 2009. Dostupné on-line: <<http://www.csmonitor.com/Commentary/Opinion/2009/0706/p09s02-coop.html>>.

RADSCH, C. *Cyberactivism and Citizen Journalism in Egypt*. Digital Dissidence and Political Change. Palgrave Macmillan US, 2016. ISBN 978-1-137-48069-9.

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

ROČKOVÁ, D. *Občanská žurnalistika a komunikační média: Teoretické předpoklady a praktické uplatnění občanů ve veřejném mediálním prostoru*. Diplomová práce. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2013.

SHOEMAKER, P.; VOS, T. P. *Gatekeeping Theory*. New York: Routledge, 2009. ISBN 978-0-415-98139-2.

STERLING, Ch, H. *Encyclopedia of Journalism. Volume 1*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2009. ISBN 978-0-7619-2957-4.

ŠIMŮNEK, M. Fotožurnalismus je mrtev, ať žije fototožurnalismus. Proč může digitalizace zvyšovat důvěryhodnost novinářské fotografie. *Mediální studia*, 2011, s. 36–58.

ŠVARŤÍČEK, R.; ŠEĎOVÁ, K., a kolektiv. *Kvantitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál, 2014. ISBN 978-80-2620644-6.

THURMAN, N. Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media. *New Media & Society*, 2008, s. 1–30.

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

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

VOTAVOVÁ, B. *Občanský fotožurnalismus – amatéři v roli fotoreportérů*. Bakalářská práce. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2012.

WARDLE, C.; WILLIAMS, A. Beyond User-generated Content: A Production Study Examining the Ways in Which UGC Is Use at the BBC. *Media, Culture & Society*, 2010, s. 781–799.

WEB, E. J.; SALANCIK, J. R.: Notes on the sociology of knowledge. *Journalism Quarterly*, 1956, s. 595–596.

WESTLEY, B. H.; MACLEAN, M. S. A conceptual model for communications research. *Journalism Quarterly*, 1957, s. 31–38.

WOJCIESZAK, M.; SMITH, B. Will politics be tweeted? New media use by Iranian youth in 2011. *New media & Society*, 2013, s. 91–109.

WHITE, M. D. The „Gatekeeper“: A Case Study in the Selection of News. In: *People, society and mass communiacations*. London: The Free Pres sof Glencoe, 1964.

ZELIZER, B. On ‚Having Been There‘: ‚Eyewitnessing‘ as a Journalistic Keyword. *Critical Studies in Media Communication*, 2007, s. 408–428.

ZELIZER, B.; ALLAN, S. *Keywords in News and Journalism Studies*. Maidenhead and New York: Open University Press, McGraw-Hill, 2010. ISBN 978-0-335-22183-7.

Internetové zdroje

Aktuálně.cz. (2016). Hašek kladl věnce s Nočními vlky. Akce hraničící s extremismem, reaguje brněnský primátor. *Aktuálně.cz.* [Online]. 4. května 2016. Dostupné z: <<https://zpravy.aktualne.cz/domaci/bylo-to-pozvani-od-ruskeho-konzula-haji-hasek-pietu-s-nocnim/r~67f1150c11cd11e6b597002590604f2e/>>.

Aktuálně.cz. (2016b). Na Havlíčkobrodsku se srazil vlak s autem, dva lidé nepřežili. Strojvedoucí nadýchal dvě promile. *Aktuálně.cz.* [Online]. 21. března 2016. Dostupné z: <<https://zpravy.aktualne.cz/regiony/vysocina/na-havlickobrodsku-pri-srazce-vlaku-s-autem-neprezili-dva-li/r~4d0f382aef4211e59d7b0025900fea04/>>.

Blesk.cz. (2016). Na pláži umírali i Evropané. Teroristé postříleli v letovisku u moře 16 lidí. *Blesk.cz.* [Online]. 13. března 2016. Dostupné z: <<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-svet/380007/na-plazi-umirali-i-evropane-teroriste-postrileli-v-letovisku-u-more-16-lidi.html>>.

Blesk.cz. (2016b). Teror v Bruselu ONLINE: Belgičané o útocích prý věděli, jednoho útočníka propustili přes varování. *Blesk.cz.* [Online]. 23. března 2016. Dostupné z: <<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-svet/382239/teror-v-bruselu-online-belgicane-o-utocich-pry-vedeli-jednoho-utocnika-propustili-pres-varovani.html>>.

Blesk.cz. (2016c). Statečná Sandra (6) bojuje s rakovinou. Rodině pomáhá prodej jejich voňavých výtvorů. *Blesk.cz.* [Online]. 23. dubna 2016. Dostupné z: <<http://www.blesk.cz/clanek/regiony-brno-brno-zpravy/389105/statecna-sandra-6-bojuje-s-rakovinou-rodine-pomaha-prodej-jejich-vonavych-vytvoru.html>>.

ČT24. (2009). Policie v Oaklandu zastřelila neozbrojeného černocho, v ulicích zavládl chaos. *Českatelevize.cz.* [Online]. 10. ledna 2009. Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/1426906-policie-v-oaklandu-zastrelila-neozbrojeneho-cernocho-v-ulicich-zavladl-chaos>>.

ČT24. (2010). Hurikán Katrina – New Orleans pod vodou a téměř 2000 mrtvých. *Českatelevize.cz.* [Online]. 29. srpna 2010. Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/1320742-hurikan-katrina-new-orleans-pod-vodou-a-temer-2000-mrtvych>>.

ČT24. (2016). Počet bruselských obětí se zvýšil na 32 mrtvých. Údajného teroristu z letiště policie propustila. *Českatelevize.cz*. [Online]. 28. března 2016. Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/1737541-pocet-bruselskych-obeti-se-zvysil-na-32-mrtvych-udajneho-teroristu-z-letiste-policie>>.

Echo24.cz, čtk. (2016a). Klinika se musí vystěhovat. Majetkový úřad výpůjčku neprodlouží. *Echo24.cz*. [Online]. 19. února 2016. Dostupné z: <<http://echo24.cz/a/wrpDv/klinika-se-musi-vystehovat-majetkovy-urad-vypujcku-neprodlouzi>>.

Echo24.cz, čtk. (2016b). Opilý český řidič kamionu couval na britské dálnici. Jde do vězení. *Echo24.cz*. [Online]. 15. dubna 2016. Dostupné z: <<http://echo24.cz/a/wrbdV/opily-cesky-ridic-kamionu-couval-na-britske-dalnici-jde-do-vezeni>>.

Echo24.cz. (2016c). Tragická bilance zemětřesení v Ekvádoru. Na tři stovky mrtvých, tisíce zraněných. *Echo24.cz*. [Online]. 18. dubna 2016. Dostupné z: <<http://echo24.cz/a/ixvHk/tragicka-bilance-zemetreseni-v-ekvadoru-na-tri-stovky-mrtvych-tisice-zranenych>>.

Echo24.cz. (2016d). Škola na Třebešíně vyloučila dva studenty, kteří šikanovali učitelku. *Echo24.cz*. [Online]. 16. dubna 2016. Dostupné z: <<http://echo24.cz/a/iLCKf/skola-na-trebesine-vyloucila-dva-studenty-kteri-sikanovali-ucitelku>>.

Echo24.cz. (2016e). Policie večer vyklidila pražskou Kliniku, aktivisté ji však znovu obsadili. *Echo24.cz*. [Online]. 24. května 2016. Dostupné z: <<http://echo24.cz/a/wZL6r/policie-vecer-vyklidila-prazskou-kliniku-aktiviste-ji-vsak-znovu-obsadili>>.

IDnes.cz. (2009). Američtí vojáci na snímcích týrání v Abú Ghrajbu vězně i znásilňují. *IDnes.cz*. [Online]. 28. května 2009. Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/americti-vojaci-na-snimcich-tyrani-v-abu-ghrajbu-vezne-i-znasilnuji-1fb-/zahranicni.aspx?c=A090528_174648_zahranicni_zra>.

Lidovky.cz, čtk. (2010). Filmový dokument líčí život a smrt zastřelené íránské demonstrantky Nedy. *Lidovky.cz*. [Online]. 23. června 2010. Dostupné z: <http://www.lidovky.cz/filmovy-dokument-lici-zivot-a-smrt-zastrelene-iranske-demonstrantky-nedy-1tl-/kultura.aspx?c=A100623_184629_ln_kultura_pks>.

Novinky.cz. (2016). Sedmiletého chlapce odvedli sociální pracovníci přímo z třídy plné dětí. *Novinky.cz*. [Online]. 18. května 2016. Dostupné z: <<https://www.novinky.cz/zahranicni/evropa/403861-sedmileteho-chlapce-odvedli-socialni-pracovnici-primo-z-tridy-plne-deti.html>>.

Příspěvatelé Wikipedie. Teroristické útoky v Bombaji v listopadu 2008 [online], *Wikipedie: Otevřená encyklopedie*, c2016, Datum poslední revize 6. 12. 2016, 21:05 UTC, [citováno 28. 12. 2016] Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Teroristick%C3%A9_%C3%BAtoky_v_Bombaji_v_listopadu_2008&oldid=14423888>.

Příspěvatelé Wikipedie. Teroristické útoky v Londýně 2005 [online], *Wikipedie: Otevřená encyklopedie*, c2016a, Datum poslední revize 20. 10. 2016, 16:43 UTC, [citováno 4. 01. 2017] <https://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Teroristick%C3%A9_%C3%BAtoky_v_Lond%C3%BDn%C4%9B_2005&oldid=14218200>.

Tsunami 2004. Přírodní katastrofy a environmentální hazardy [online]. [cit. 2017-01-04]. Dostupné z: <<http://www.sci.muni.cz/~herber/tsunami2004.htm>>.

7 Seznam tabulek a grafů

Tabulka 1: Výskyt občanského fotožurnalismu a videožurnalismu

Tabulka 2: Regionální zastoupení (nejčastěji se vyskytující oblasti)

Tabulka 3: Zdroj jednotlivých formátů (počet jednotek)

Graf 1: Formát amatérského vizuálního žurnalismu

Graf 2: Region Evropa

Graf 3: Poměr zpráv pocházející ze sociálních sítí a jiných zdrojů

Graf 4: Výskyt dle témat nad 5 %

8 Seznam příloh

Příloha č. 1: Ukázka kódovací knihy (obrázek)

Příloha č. 2: Okruhy témat a otázek k polostrukturovaným rozhovorům (text)

Příloha č. 3: Informovaný souhlas (text)

Příloha č. 4: Přepis rozhovorů (text)

Příloha č. 5: Seznam kódů (text)

Příloha č. 6: Ukázka okódovaného rozhovoru (obrázek)

9.2 Příloha č. 2: Okruh témat a otázek k polostrukturovaným rozhovorům (text)

I. Občanský foto a videožurnalismus

Jak hodnotíte občanský foto a videožurnalismus?

Jak velkou roli hraje ve vaší práci? Pracujete s amatérskými fotkami a videi?

Pokud ano, jakým způsobem s nimi pracujete (hlavní fotografie článku, sdílení ve článku, hlavní téma článku)?

U jakých témat využíváte amatérské fotografie a amatérská videa?

II. Gatekeeping

Co rozhoduje o tom, zda fotografii nebo video využijete (kvalita, autenticita)?

Jakým způsobem hodnotíte věrohodnost fotografie?

Jak podle vás hodnotí využití amatérských fotografií a amatérských videí čtenář?

Jaké jsou pro vás nejčastější zdroje amatérských fotografií a videí (sociální sítě, policie, hasiči, čtenáři)?

Jakým způsobem se vypořádáváte s autorstvím fotografie?

9.3 Příloha č. 3: Informovaný souhlas (text)

INFORMOVANÝ SOUHLAS

Informovaný souhlas se týká diplomové práce na téma: Občanský fotožurnalismus a videožurnalismus na českých zpravodajských webech

Diplomová práce se zabývá občanským fotožurnalismem a videožurnalismem v českém mediálním prostředí. Konkrétně se zaměří na výskyt amatérských fotografií a videí na českých zpravodajských serverech, na proces, jímž procházejí mediální profesionálové při publikování takového obsahu, a na jejich postoje k občanskému fotožurnalismu a videožurnalismu.

Žádám Vás o souhlas s poskytováním výzkumného materiálu pro výzkumný projekt ve formě audio nahrávky rozhovoru.

Pro účely analýzy nejsou důležité osobní údaje informátorů (jako je například jméno, bydliště), stěžejní je pouze zpravodajský server, v němž působí. Rozhovor, který s Vámi bude zaznamenán, bude ihned po jeho pořízení anonymizován. Všechny veřejně přístupné výstupy z výzkumu a jeho analýzy budou citovány anonymně a bude s nimi nakládáno bez vazby na Vaši.

Děkuji za pozornost věnovanou těmito informacím a žádám Vás tímto o poskytnutí souhlasu s Vaší účastí ve výzkumu.

Mgr. Tereza Vilímová

Podpis:

Podle zákona 101/2000 sbírky o ochraně osobních údajů ve znění pozdějších předpisů uděluji souhlas s účastí v uvedeném výzkumném projektu a s poskytnutím výzkumného materiálu.

V dne Podpis:

9.4 Příloha č. 3: Přepisy rozhovorů (text)

9.4.1 Respondent Blesk.cz/zprávy

Jak hodnotíš občanský foto a videožurnalismus?

Obecně je pozitivní, že se ve veřejném prostoru objevuje víc fotografií, víc videí. Samozřejmě záleží, kam až zajdou. Pokud jsou to fotografie, které už zasahují do něčího osobního života a nejsou z veřejného prostoru, tak tam si myslím, že to může být spíš ke škodě.

Jak velkou roli hrají ve tvoji práci?

V Blesku je to důležité ze dvou důvodů. Prvním je ten, kdy se lidé sami ozvou, že něco vyfotili. Buď to může být nějaká zajímavost, nebo třeba politik v nevšední situaci, celebrita. Samozřejmě se chtějí také pochlubit. Třeba v momentě, kdy začnou růst houby. A potom jsou rádi, když se jejich úlovek objeví v novinách. Nebo zkoušejí, jestli by si tím, co vyfotili, nemohli nějakým způsobem přivydělat. Jestli by za to nedostali honorář. Jedna věc je tedy to, co posílají čtenáři sami. Potom je druhá věc, kdy se my sami díváme po fotografiích, co se aktuálního děje na sociálních sítích jako Facebook a Twitter. Ale tam si musíme dávat velký pozor, už se objevují případy, pokud bychom takovou fotografii použili bez svolení autora, že bychom za ni honorář platili dodatečně. Není to pouze tak, že jsou lidé rádi, že se jejich práce v médiích objeví.

Je to tak, že aktivně vyzýváte lidi? Posílejte?

V tištěném Blesku takovou výzvu máme. Tip, pokud máte něco zajímavého, pošlete nám to. Není to spjaté jen s fotografiemi, ale obecně s informací. Na internetovém serveru je to spíš tak, že ve chvíli, pokud se stane nějaká velká nehoda nebo probíhá velká demonstrace, tak se objeví výzva, aby lidé posílali fotografie z místa. Určitě se pak na webu může objevit.

Dokázal bys vyjmenovat způsoby, jak s tímto materiálem pracujete? Může to být třeba tak, že je zajímavá fotka a na ní stojí celý článek? Naopak se mohou dávat fotografie, jako nějaké doplnění hlavní zprávy...

Určitě jsou fotografie, podle kterých se dá napsat celý článek. Ale většinou to nejsou úplně amatérské snímky, ale třeba politik vystaví nějakou svoji fotografii v zajímavé situaci, nebo umělec, celebrita. Spíše jsou ty fotky doplňkem nějakého článku, nebo i naší prodlouženou rukou. Protože samozřejmě než dojde na místo náš nebo agenturní fotograf, tak to může nějakou dobu trvat. A když se stane v Dolní Lhotě něco zajímavého, třeba tam přijde krupobití, tak samozřejmě máme poptávku po tom, abychom ukázali, jak to tam vypadá. Tam je pro nás důležité mít fotku nebo video z místa. A tam to je právě ten moment, kdy si pomáháme prací od lidí asi nejsilnější.

Už si to asi naznačil tematicky, kdy se to využívá?

Řádění přírodních živlů, nehody, případně asi i další katastrofy. Česko má v tomto nějakou dobu klid. Ale určitě s tím pracujeme i v případě fotografií ze světa. Pokud je zemětřesení v Asii, spadlé letadlo v Indii, tak kolikrát rychleji než zareagují zpravodajské agentury, se objeví na Twitteru fotky amatérů, snímky lidí, kteří tam jsou a kteří z toho dávají nějakou dokumentaci ven.

Ted' už k tomu procesu, když se rozhodneš nějakou fotku použít, tak jak si ověřujete, že je na tom záběru skutečně to, co lidé píšou? Ta věrohodnost fotografie.

Pokud jde o živelné katastrofy, porovnáváme amatérské fotky s fotografiemi z agentur nebo zahraničních médií, jestli mohou být ze stejného místa. A pokud si autenticitou nejsme jisti, raději počkáme na fotografie z důvěryhodných zdrojů. Samozřejmě v obecnějších případech, pokud je to nějaká jednotlivá fotka na sociální síti, tak se pokoušíme kontaktovat autora a ověřit si, abychom měli ještě nějaké jištění, že to, co na té fotce je, je jednak aktuální, jednak že je to fotka toho, za co se vydává.

Hraje větší roli autenticita nebo kvalita?

V dnešní době jde už kvalita hodně stranou. Technicky jdeme dopředu, všichni, celá společnost, ale důraz na autentičnost a taky na rychlost je tady v první řadě. I poměrně nekvalitní video nebo ne příliš dobrá fotka si může najít v tomto případě svoje místo. Ale samozřejmě když jsou pak na výběr pro editora dvě fotky, jedna je kvalitní a druhá rozklepaná, tak sáhne po té lepší.

A máte třeba zpětnou vazbu, jak to hodnotí čtenáři? Je to tak, že víte, že to mají rádi, že si to rádi prohlížejí a že si kliknou na tu fotku, takže je větší záměr ty věci umístit do článků?

Obecně platí, že reálné fotografie jsou lepší než ilustrační a texty, které jsou dobře fotograficky vybavené, jsou čtenářsky atraktivnější než ty, kde je fotek málo. A pro nás je to potom zpětná vazba v tom, že vidíme, kolik bylo zobrazených stránek a kolik lidí si prolistovalo galerii. Ale není to samospásné. Jsou témata, u kterých si asi těžko vymyslíme nějakou fotogalerii, typu nezaměstnanost a další ekonomická témata. V momentě, kdy je to zemětřesení, povodně, ale třeba i předávání hudebních cen, tak tam je hlad po fotografiích ze strany čtenářů velký.

Jestli si to dobře pamatují, tak u vás na webu se často objevují i snímky z rodinných archivů...

Určitě, pokud se vzpomíná na nějakou minulost, nebo pokud jde o rozhovor s někým. Ale je to věc, o které nejsem schopen tolik do detailu mluvit, protože se věnuji více aktuálnímu zpravodajství než vzpomínkám.

A odkud ty amatérské fotky a videa nejčastěji berete? Zmínil jsi sociální sítě, ale máte i nějaké další zdroje? Policie, hasiči?

Fotografie od policie a hasičů se ve zpravodajství objevují běžně, je otázka, zda se to dá brát jako amatérská práce, protože oni to mají součástí své profese. Ale rozhodně v případě dopravních nehod, velkých požárů a podobně, tak od tady těch zdrojů fotografie bereme a bereme je rádi i včetně videozáznamů.

A sociální sítě jsou nejčastější?

Záleží jak k čemu. Asi tolik dopravních nehod a požárů neuvidíme na sociálních sítích. V momentě, kdy se jedná o demonstrace a jiné formy protestu, tak tam to bude běžnější. Záleží na typu události.

O tom autorství fotografie jsi hovořil, že se vždy snažíte kontaktovat autora fotografie, pokud vyloženě vám to nepoše. Chceš k tomu ještě něco doplnit?

Ještě někdy to řešíme možná na půl cesty, že tu fotografii použijeme jako takzvaný embed ze sociální sítě a tím pádem trošku říkáme čtenářům, tady je fotka, jak ji prezentuje ten dotyčný, ale nejsme to úplně my, kdo se za ni může zaručit.

Tohle vnímáš jak? U vás je to spíš případ, že něco vyfotíte, máte exkluzivní snímky, nasdílíte je na sociálních sítích a jiná média je tímto způsobem vkládají do článků. Nekradou je, ale může to být problematické...

Blesk obecně trpí tím, že další média, která se zajímají o oblast společenského života, si mnohdy tyto fotografie vezmou. A potom se zpětně musí kontaktovat, aby s tím něco udělala a právně to upravila do pořádku. Jinak, pokud je to tak, že my fotku dáme na Facebook a někdo si ji sídlí, tak jsme rádi.

Takže to berete jako určité promo...

Ano. Ale samozřejmě jsou určité typy fotografií, které vyfotí jenom fotografové Blesku a potom se to řeší někdy i tím, že se tam minimálně na první dny dává vodoznak, aby bylo vidět, že jsou jenom od nás.

Já jsem třeba předpokládala, že jako bulvární deník máte širší zájem a že třeba je pro vás velké téma obecně počasí...

Počasi se také objevuje na amatérských fotografiích, že někdo něco vyfotí a pošle nám to. Ale tam si sami vypomáháme záběry třeba z webových kamer. Ale pokud je nějaký neobvyklý meteorologický jev, tak i to se u nás sejde.

A dá se tedy říct, že obecně nejen amatérský foto a videožurnalismus, ale i občanský žurnalismus vnímáš jako příspěvek k veřejné diskusi.

Jak jsem říkal. Pokud je to přínos k tomu informovat, co se kde děje, co kde probíhá, tak je to dobrá věc. Pokud je to příliš velký zásah do soukromí někoho jiného, tak pak už to mám s otazníkem. Autora videa s Jindřichem Forejtem a bílým práškem bych asi nepochválil za to, co předvedl veřejnosti.

9.4.2 Respondent Echo24.cz

Jak obecně hodnotíš občanský amatérský foto a video žurnalismus? Je to přínos?

Já mám pocit, že právě obrovský rozmach digitální techniky a toho, že má každý telefon schopný fotit v kapse, zabíjí tu pravou, exkluzivní žurnalistiku. Když začínali před deseti lety fotoaparáty, nebo když byly natolik levé, aby je měl kde kdo, tak ti pravý fotografové, kteří se tím živili a byli dobří, tak najednou zjistili, že mají obrovskou konkurenci, kterou můžou porazit pouze kvalitou. Takže je velice pravděpodobné, že pokud bude někde na druhém konci zeměkoule válka, nebo nějaká katastrofa, tak že tam nějaký bohatý vydavatel pošle svého špičkového fotografa, který určitě udělá krásnou fotku, udělá ji profesně dokonalou, ale ta fotka bude mít, pokud je to na druhém konci světa, minimálně den zpoždění, spíše více dnů zpoždění, proti tomu snímku, který vznikne od nějakého místního domorodce, který vyfotí tu událost možná blbě, možná technicky špatně, možná kompozičně špatně, ale ta fotka už bude.

Takže to může být plus pro novináře?

Ono to není plus pro novináře, pro ně je to mínus. Protože oni tím ztrácejí tu exkluzivitu, kterou měli, že oni byli ti, kteří dávali svoji práci a prodávali svoji práci. Teď samozřejmě i z hlediska ceny je i pro velké noviny mnohem levnější koupit nebo dokonce ani nekoupit, jenom sebrat snímek, který udělal nějaký místní svědek události. Stáhnou si ji a mají to hned. Nemusí tomu svému fotografovi platit letenku, nemusí mu platit hotel, výplatu, vybavení – to jsou všechno obrovské náklady.

U vás na webu se to ale nějakým způsobem používá. Jak velkou roli to hraje v tvé práci?

Já si myslím, že každý editor chce mít ty svoje noviny, nebo tu svoji stránku hlavně hezkou. Takže kdybych měl na výběr krásnou fotku od profíka, nejlépe od našeho profíka a nějakou fotku od neprofíka, byť i stejně krásnou, tak vezmu tu naši. Ale v okamžiku, kdy jsme relativně malý server, máme pouze jednoho fotografa, který nemůže být všude a věnuje se hodně věcem do týdeníku, tak mi nezbývá nic jiného, než se spolehnout na agentury případně na tu občanskou žurnalistiku.

Dá se říci, jaký prostor to má na webu? Dá se vyčíslit výskyt?

Nedokážu to kvantifikovat, protože já se těm fotkám z občanské žurnalistiky v zásadě vyhýbám. Ale nevyhýbám se jim kvůli kvalitě či nekvalitě, ale kvůli sporům o autorská práva. Protože každá ta fotka má svého autora a ten autor za ni může chtít cokoliv. Nebo respektive, může za ni chtít takovou sumu, kterou já nejsem ochotný akceptovat. Samozřejmě v ideálním případě, když vím, že ta fotka je volně k použití a je pěkná, tak ji rád použiju. Případně někoho pověřím, ať se spojí s autorem té fotografie a pak se dohodnu na podmínkách toho zveřejnění. Ono naštěstí lidé, kteří jsou svědky něčeho na ulici, na jednu stranu si neuvědomí možná hodnotu té fotky, na druhé straně ji můžou i přecenit a pro většinu lidí, kteří se tím neživí, tak je pro ně příjemnější mít své jméno pod fotkou v novinách – tohle jsem vyfotil já Petr Novák – než licitovat s redakcí o to, za kolik ji prodám. Redakce taky může říct, tak nic.

Když už se ji rozhodneš použít, jak ji používáš? Je to hlavní fotka článku, doplnění, může na základě ní dokonce vzniknout článek?

To je případ od případu. Dokážu si představit něco jako fotogalerie z protestů, prochází nějaká demonstrace někudy. Tam může být zajímavá jedna fotka a taky jich může být zajímavých deset od deseti autorů. Ale zase to naráží na tu cenu. Pokud jich bude deset zdarma, tak ok, ale kupování deseti fotek a každou z nich zaplatit několika sto korunami, to nemá smysl ani pro velké servery, natož pro malé. To by ty fotky musely být opravdu o něčem.

Dá se říct tematicky, u čeho jsou nejvíce využívány?

Jednoznačně jsou to věci, které jsou neopakovatelné, a ten člověk je blízko. Takže typicky jsou to různé nehody, konflikty. Třeba i občanské konflikty, kde se, přeženu, bijí dva opilci v hospodě. Tak i kdyby ty dva opilci byli politici světového významu, tak než tam doběhne fotograf profík, tak ta bitka patrně přestane. Takže tam může být i cenný záběr právě amatéra. Nehody dopravní...

A co třeba rozhodne o tom, že tu fotku to video nepoužiješ? Nízká kvalita nebo naopak hraje větší roli autenticita. A co věrohodnost?

To teď jsi otevřela naprosto zásadní věc. Musím si být jistý, že ukazuje to, co ukazuje. A to si nemůžeme být jistí téměř nikdy. Proto musíme tu fotografii brát s rezervou. Typicky u válečných konfliktů. To je často vidět třeba na Facebooku nebo Twitteru nějaká fotografie zkrvaveného těla, nějaké oběti, kolem ní třeba někdo pláče a pod tím

někdo napíše – toto udělala armáda x v zemi y včera. A taky se může stát a taky se to stalo, že to neudělala armáda x, ale že to udělal Hollywood před několika lety.

Ale neexistuje pro to měřítko...

Záleží to hodně na zkušenosti a myslím, že s postupující digitalizací to bude čím dál horší. Technicky už teď nemáme, nebo minimálně není levné, zjistit, jestli ta fotka byla nebo nebyla upravovaná. Dokonce mám pocit, že soudy, minimálně ty české, neberou digitální fotografii jako nezvratný důkaz, zatímco u těch fotografií analogových to brali, i když už tam se to dalo nějak retušovat....

A když je to událost, například tsunami v Asii, dejme tomu ojedinělá událost, kde se dá snáze odhadnout, zda je to video nebo fotka pravé, tak je důležitější, že je to autentický záběr, nebo může být problém, pokud je nízká kvalita?

Když ten záběr bude jediný, který je k dispozici, a ten článek bude důležitý, tak vezmu i nekvalitní. Ale když to bude důležité. Pokud to bude událost druhého, třetího řádu, tak ten článek třeba ani nemusí vyjít.

Jak myslíš, že to vnímají čtenáři. Novináři to můžou brát, jako že jim amatéři fušují do řemesla, ale pro to publikum je to něco jiného. Může to pro ně být šance se do těch médií dostat...

Já jsem velmi skeptický k občanské žurnalistice obecně. Protože ještě před patnácti lety, nebo před nástupem internetu byl novinář někdo, kdo k tomu měl nějaké prostředky a ty prostředky měl z nějakého důvodu. Toto se tak strašně změnilo, že dnes může být novinářem téměř každý a tím se všechno obrovsky rozmělnilo. Takže čtenáři sice mají na výběr nekonečné množství nejenom titulů, jak se dnes říká mainstreamových, ale i desítky různých webů, které vznikly za různými účely. Ať už cíleně za účelem dezinformace, nebo legrace, nebo to dělá, protože tomu, co píše, věří. Sice bydlím tady v dolní horní v Česku, ale zajímá mě konflikt na Ukrajině, takže sbírám po různých webech, texty, fotky, videa. Ale za správnost neručí nikdo. Dřív za správnost ručil ten šéfredaktor toho velkého domu, to byl ten největší kapitál, že ty noviny, co píší, mají pravdu.

On bude asi rozdíl v textové a občanské žurnalistice, protože mám pocit, že ta textová se možná prosazuje méně v médiích....

Já bych to neřekl. Na to jsou průzkumy, které tedy nemám v hlavě, ale pokud bereme jako žurnalistiku i Facebook...

To je otázka...

Myslím ty facebookové statusy, tak z hlavy to nevím, ale hodně vysoké procento uživatelů na Facebooku čte jenom ty statusy a ani si neotvírají články, které tam jsou pod nimi, které odvádějí byť i na seriózní titul. Ale ten občanský žurnalista, když ho tak nazveme, napíše – podívejte, co se stalo hrozného ve městě x - tak lidé se pod to hned nabalují v těch diskuzích a jsou informováni často jen z těch statusů.

Dobře. Ale řekla bych, že tomu nedávají takový prostor novináři. Málokdy novinář vezme status a dá ho do článku, protože ten člověk, který to říká, je v uvozovkách no name. Jiná věc je, když je to politik....

Ale ten člověk tam nemluví za sebe. Ten člověk na tom Facebooku neříká, já si myslím, že. On říká, podívejte se, co se stalo někde. A kdyby tam aspoň dal, já jsem u toho byl a toto jsem viděl. Ale on tam dá nějakou fotku, nějaké video, které viděl na internetu, a potom se opravdu může ukázat, že to video třeba pocházelo z nějakého filmu. Myslím, že přesně tohle kolovalo na proruských a pravděpodobně i pročeských serverech a to bylo něco jak Ukrajina oslavuje fašisty a že nějaké ukrajinské město bylo vyzdobeno hákovými kříži.

A bylo to z filmu...

Bylo to z filmu. Nebyl to záběr z filmu, ale byl to záběr z filmové dekorace. Někdo si iPhonem nafotil budovy ověšené hákovými kříži. Ale samozřejmě pod různými...to se objevilo mockrát jako důkaz toho, že na Ukrajině jsou fašisti.

Ale tohle by se nemělo dostat do médií...

Co jsou to média?

Dobře, tak když se budeme bavit o zpravodajských serverech, které dělají profesionální redakce. Tak ti by měli na to mít nějaký filtr, aby dokázali říct, tohle se mi nezdá, ověřte to.

To by měl mít novinář vždycky v sobě tento filtr. Prostě my potřebujeme přistupovat k tomu kriticky, vyhodnocovat všechny informace, byť je to těžké v dnešní době, protože při ověřování člověk často dochází ke stejnému zdroji. Google třeba dokáže vyhledat stejnou nebo podobnou fotku. Takže to je dobrý pomocník k tomu, kde se ta fotografie poprvé ocitla, jaký měla popis a jak důvěryhodný zdroj ji zveřejnil. Ale všelék to taky není.

A když jsme u zdrojů. Dokážeš jmenovat, odkud se ty fotky berou, když už se tedy chce ten amatérský foto a videožurnalismus využít? Sociální sítě, policie, hasiči...?

To je strašně složité. Zase narážíme na tu právní rovinu. Pokud hasič ve své službě placený státem fotí požár a dá to potom na nějaký server požáry.cz, tak já tam zase nevidím takový problém a tuto fotku vezmu. Protože to vyrobil hasičský záchranný sbor ve městě y. Ale pokud to dělá nějaký pyroman...je to na zvážení. Obecně...ti kteří jsou placeni z našich daní, tak tam si troufnu tu fotografii vzít. Protože předpokládám, že ten policajt, co tu fotografii fotil, tak to nefotil pro zábavu, ale aby něco zdokumentoval. A když to potom dá třeba i na nějaký web pro to určený, tak to autorské právo je dle mého trochu oslabené a mám pocit, že to můžu vzít. Byť jsem si vědom, že člověk by u soudu asi neobstál, protože zákon hovoří jasně. Autorem fotky je ten, kdo zmáčkne spoušť. Ale v těchto případech je samozřejmě docela rychlé zavolat a o to povolení zveřejnit to požádat. A někdy ty fotky, videa dokonce sami posílají do emailu, třeba pražská policie.

Je určitým řešením autorských práv, když už chce novinář nějakou zajímavou fotku zprostředkovat, že se nasdílí, vloží příspěvek ze sociální sítě a vlastně je tam zřejmý ten původ... Že tím, že člověk něco dá na sociální sítě, tak přistupuje na to, že to i ta média mohou sdílet.

Já si myslím, že tohle vymysleli nějakí hrozně chytrí lidé v Silicon Valley a na Wall Street, protože každému jde v zásadě o zisk. A pokud někdo velký, typově CNN, má někde nějakého fotografa a má svoji fotografii, tak to musel nějak zaplatit. A pokud nějaký jiný server pomocí Twitteru nebo Facebooku tu jejich fotku vezme a vloží na svůj web, tak oni jsou v zásadě všichni spokojeni, protože to CNN, které pořídilo tu fotku nebo video, tak zabírá vlastně část toho prostoru v tom článku a má to vlastně jako své promo. Jestli je to dobře nebo špatně...já být autorem té fotky a nedostat za to odpovídající honorář, tak bych nechtěl, aby ta fotka zdarma visela po celém světě tímto způsobem. Tohle vymyslel Twitter a Facebook a využívají toho, že člověk, jako uživatel internetu, když to uvidí na té neznámé stránce a klikne na tu fotku, tak se ozve na stránce Facebooku a uvidí ty reklamy. A zvyšuje trafic té síti.

Takže se tomu radši vyhněš, pokud to není nezbytné?

V novinách není nikdy nic jistého a já bych to nejraději nedělal, na druhou stranu, kdybych si ty fotky musel kupovat, tak ten web nemůže nikdy fungovat. Já mám díky

tomuto možnost ukázat čtenářům nějakou fotku zdarma. Takže je to pro mě výhoda, ale na druhou stranu cítím, že mě samotného to požívá, že tím vlastně investuje do těch nadnárodních hráčů, ale ne do těch autorů toho snímku.

9.4.3 Respondent Novinky.cz

Jak obecně hodnotíš občanský foto a video žurnalismus. Je to příspěvek ke zpravodajského toku, nebo je to špatně?

Ono to má dvě strany. Jednak je to dobré v tom, že máš víc zdrojů, které vlastně jsou ze situací, kam ty se normálně nedostaneš. Ale ta mince má samozřejmě druhou stranu, že pravdivost těchto věcí se musí hodně ověřovat, ať je to informace nebo foto a video materiály. Protože spousta těch lidí se chce třeba obohatit... Takhle, když k nám přijde video, tak ten člověk to nabízí zadarmo a říká - tady jsem natočil agresivního řidiče, přijde mi to opravdu strašné – a teď ty vidíš, že se tam opravdu něco děje a že třeba někdo někoho vytlačuje ze silnice. Tak zavoláš na policii, jestli to evidovali a je to. A pak zase někdo nám něco chce nabídnout a chce za to peníze. Takže my se pak rozhodujeme, jestli to má cenu kupovat, nebo to nemá cenu kupovat. Jaký je z toho přínos. Ale všeobecně je to dobré, protože tě to vytáhne z takového toho vakua a máš tam nějaký civilnější materiál. Pak je samozřejmě otázka, jak moc kvalitní.

Dokážeš odhadnout, jak velkou roli to hraje v tvé práci. Jestli se to dá považovat pořád ještě za ojedinělé?

Když to vezmu tak, že používáme tweety politiků, tak toho je víc a víc, protože samozřejmě tohle se dá vždycky použít, ale obešli bychom se bez toho. Není na tom to médium závislé. Ono je s tím totiž vždy potíž. Jednak ověřování té fotky, jednak s kvalitou a navíc ty ke každému tomu materiálu potřebuješ nějaký příběh. Takže vždycky je dobré, když je tam ten reportér profík a nějakým způsobem to dokáže otextovat a klíčovat a dát tomu ten příběh. Když máš jen ty fotky nebo videa, tak jsou to polověci.

Takže s tím pracujete spíš tak, že je to přidaná hodnota pro ten text...

Ano... přidaná hodnota.

...než že by to bylo něco tak zajímavého, že ...

To je málokdy. To je fakt málokdy, to se nestává. Třeba některé televize mají divácké zprávy a dokonce si dělají aplikace, kde vyzívají ty lidi. A já nevím podrobnosti, ale výsledek je takový, že vybudovat si diváckou základnu, která bude posílat videa a fotky, a bude generovat nějaký kontent, to je hrozně těžké. Myslím, že těch materiálů pořád

není tolik, že by to šlo utáhnout pouze a jen z těch amatérských materiálů. A je s tím spousta práce.

Dokážeš říct tematicky, u čeho se to používá více, u čeho méně?

Tak samozřejmě. Máš to tak, že když hoří v Litoměřicích, tak první jsou tam ti lidé, co jdou kolem a to se přesně hodí ty amatérské záběry. Protože ty je máš dřív, než se k nim dostaneš. Ono dneska, jak jsou ti lidé propojení na sociálních sítích, tak to jede. To znamená, že tyto věci jsou jasné a dobré. Ale pozor. Pak člověk musí pracovat se zdrojem. My se vždycky snažíme ty lidi oslovit, jestli to můžeme použít, napsat jim, zavolat, prostě je kontaktovat. Spousta médií si v současné době myslela, že si může vzít třeba z YouTube, co chce, a dát tam zdroj YouTube. Ono to tak není. YouTube není zdroj, to je jako bych napsal zdroj „televize“. To není zdroj, je to kanál. Musí se vždy oslovit ten člověk, který to natočil, a nebo nějaká agentura. Protože dost často tak fakt super amatérská videa má pod sebou nějaká agentura, která to prodává.

Takže z hlediska autorských práv si dáváte velký pozor...

Je to důležitý, protože většinou je to spíš tak, že to mají dřív ty agentury.

A jak hodnotíte nebo používáte to embedování...

Je to půl cesty. Tohle používáme hlavně u tweetu, kdy není čas ty lidi oslovovat a hlavně u těch případů, kde se to mění rychle, tak se to tam vloží. Ale že by nás zase někdo poprosil, že by nám něco embedoval, tak to neděláme. Buď chceme práva, nebo nic. Nebudeme embedovat třeba nějaké jiné medium. Používáme tweet, používáme média, kteří jsou s námi kamarádi, třeba Stream, protože je v rámci naší mediální skupiny. A možná i Facebook, ale to si nejsem vědom, že bychom dělali.

Ta možnost tam je. Stejná možnost je i u YouTube.

To neděláme. Tam se vyloženě ptáme toho autora, stáhneme to video a pak ho tam dáme, pakliže máme povolení nebo pokud je to video, které je v zájmu toho člověka. Třeba reklama, lidi jsou rádi, že to tam dáme. Tam je to na pomezí. Ale autory se snažíme vždy kontaktovat.

A jak to řešíte u zahraničních věcí...

Agentury. Všechno agentury. My máme AP a Reuters, které nás zásobují tady těmi zahraničními událostmi, nebo koktejlová videa.

A co třeba mimořádná věc. Například útoky v Bruselu....

To je vždy agentura...

Nevypomáháte si třeba prvními záběry?

Jako jo, někdy se to tak řeší, že se to vezme z Twitteru toho, kdo tam byl, a pak se tam dá jako zdroj ten člověk, který tam byl. Ale tohle je o rozhodování v té chvíli. Pokud je to něco, co vím, že se bude vyvíjet a má to smysl, např. šílenou situaci v Bruselu natočil kolemjdoucí. Tak v tu chvíli to má civilní ráz, to zprostředkování je skrz člověka, který tam skutečně byl a dal to na svůj Twitter a sdílelo to milion lidí, tak se to použije. Je to rychlé a je to civilní materiál z místa.

Takže hraje roli spíše autentičnost, než kvalita toho materiálu?

To ne. No to záleží, kde ten člověk, byl, jak blízko byl. Protože reportéři, když už se na místo takové události dostanou, tak jsou za páskou a už to není z té doby, kdy se to děje. Protože se bavíme o chvíli, kdy se to děje, a potom se bavíme o záběrech, které přijdou tři hodiny poté, když tam dorazí všichni novináři. A to už má jinou hodnotu. Ten první materiál je takový – podívejte se, člověk, který šel zrovna kolem, natočil výbuch, teroristický útok. A to je samozřejmě cennější.

Dá se tedy říct, že je to na individuálním subjektivním posouzení, že na to nemá žádné měřítko, kdy nějaké video, fotku použít a kdy naopak ne? Například i ta autenticita, to jsou například ty blízkovýchodní konflikty válečné, kdy člověk nemá jistotu, na co se dívá...

Tam je problém. Tam se většinou spoléháme spíš na agentury, než to brát z nějakých jiných kanálů. Agentura je zárukou toho, že se díváme na to, na co se díváme. Někaké teroristické útoky, na ta videa, která jsou silně signifikantní, se nahlíží stylem, čím dřív, tím líp. Odzdrojuje se to tím člověkem, který to natočil. Protože stejně to twitterové video poté oběhne celý svět a to samé přijdou tou agenturou. U velkých věcí se to dělá a dají to všichni. Zamotané nejasné věci se berou spíš z agentury, ty signifikantní se klidně použijí. Zrovna blízkovýchodní videa, tam si dáváme pozor. Zrovna u nás v redakci jsou zahraničníci hodně šikovní a mají tohle ohlídané.

A spíš čekáte, že vám někdo něco pošle, nebo to aktivně vyhledáte na sítích.

Ano. Už máme vytipované weby, Twitter, Facebook. Ale nemáme stanovený žádný postup, který bychom dodržovali. Je to spíš o tom, kdo co najde. Máme člověka, který zase pořád sleduje agentury, zahraničí má zase své zdroje. Ale většinou to vylítne naráz, všude kolem. Pak se třeba posuzuje, že jiné médium nějaké video dejme tomu ukradlo,

my zvažujeme, jestli raději počkáme na agenturu, naopak se třeba na Twitteru objeví něco od lidí, kteří tam byli, tak to se tam dá tím embedem.

Máte nějakou zpětnou vazbu na použití těch amatérských materiálů od čtenářů...

To já netuším, jak na to lidé reagují.

Že by se to třeba záměrně používalo, protože je zkušenost, že lidé o to stojí, rádi si to prohlížejí...

Ale jo, samozřejmě. Čím šťavnatější ten materiál je, tím je to lepší. Je tam víc masa, než když je to suchý text s ilustračními fotkami. Takže my to tak bereme, že je to potom čtivější, víc provádíte toho člověka tou zprávou, víc mu to přiblížíte, protože mu to ukážete.

A nejčastější zdroje, vedle sociálních sítí, jsou jaké? Hasiči, policie?

Jasně. U těch krimi věcí jsou to hasiči, policisti. Ale my máme docela dobrou hyenu, která je u spousty věcí první. Ale když tam není, tak nám to hasiči i policisté posílají sami. Od lidí to také chodí. Ale my zase máme speciální rubriku Vaše zprávy, kam se dávají ty zprávy od lidí. Ale je s tím víc práce, než užitku, bych řekl. Protože ti lidé nedodržují pravidla při psaní, je třeba to upravit, aby to mělo podobu zprávy. Ale se zdroji, které nejsou od profesionálních žurnalistů, je vždycky víc práce. Ať už je to ověření, ať už je to nějaká úprava, editace. Když to jde od zpravodaje, tak už to má formu a úroveň, jak informační, tak technická.

Asi poslední otázka, jestli někdy třeba lidi pošlou něco zajímavého a vy si řeknete, to je dobré, tam pojedeme a natočíme, nafotíme si to sami?

Ano. Je to u těch konzerv. Tam třeba lidi dají typ a vy si řeknete, to je fakt super, to by bylo dobré na kameru a poslat tam reportéra a udělat rozhovor. Ale musí to být u něčeho trvalejšího než u aktuálek.

9.4.4 Respondent Aktuálně.cz

Jak hodnotíte občanský foto a video žurnalismus? Je to pozitivní příspěvek ke zpravodajství, nebo se může do médií dostat nějaký negativní prvek?

Já bych to rozdělil. Jedna věc je, že to může být, nebo když to používáme my, tak to většinou je nějaké obohacení toho zpravodajství, ale je to protože my dbáme na to, abychom nezveřejňovali fotografie, který by měli úplně opačný význam, nebo smysl. Nezveřejňujeme fotografie lidí ze soukromí, to není úplně ve veřejném zájmu, nezveřejňujeme krvavé detaily dopravních nehod, prostě věci, které by mohly někoho jakkoliv poškodit, nebo by se poškozený mohl cítit. A to je hlavní kritérium při tom rozhodování, jestli takovou fotku použít nebo ne. Samozřejmě se děje spoustu věcí, u kterých my nejsme, i když jsme poměrně velká redakce nebo velký vydavatelský dům. A tam ten občanský fotožurnalismus může té věci pomoci. Jedna ta věc je, že to popíšete, když ukážete obrázek z místa, tak je to vždycky lepší. Takže já si myslím, že to může být obohacení, ale musí se dbát na tyto věci, které si myslím, že u nás jsou poměrně přísně stanoveny v kodexu, jak se chovat při používání takovýchto fotografií. Takže ten problém, který jste zmiňovala, by nastat neměl, pokud se všechno dělá tak, jak má.

A dá se nějakým způsobem vyčíslit, jak velký prostor tyto věci u vás mají? Jak velkou roli to ve vaší práci hraje?

Já bych řekl, že na procenta vám to říct neumím, ale je to výrazná menšina v tom našem zpravodajství. Tím, že my máme zaplacené obrazové zpravodajství z několika agentur, máme poměrně silné foto oddělení a máme většinu písících redaktorů vybavených alespoň nějakou minimální foticí technikou – mobilem, foťákem, takže vlastně používání těchto věcí je jen ve výjimečných případech. Pokud mluvíme o něčem, kde jsme nebyli, nebo k čemu se nemůžeme dostat. To je opravdu odhad – 90 procent z agenturních zdrojů a 10 zvenčí. Ale možná je to 85 ku 15 nebo 95 ku 5. Je to můj odhad z těch služeb, které jsem sloužil já za posledních pět let.

Když jste to teď naznačil, máte pocit, že se to změnilo za těch pět let? Že je to častější?

Myslím, že jo. Protože je to všechno daleko dostupnější, ty technologie jsou, myslím, čím dál dostupnější, které umožňují sdílení a přenos, takže to se všechno vyvinulo, šlo to dopředu, je to daleko jednodušší, takže samozřejmě je to častější...nebo takhle, je širší ta nabídka. Myslím, že to využíváme pořád stejně, ale těch možností je samozřejmě mnohem více.

Můžete popsat způsoby, jak s tím pracujete? Je to doplnění článku, nebo se může stát, že je video, fotka tak zajímavá, že se stane námětem pro text?

No to se děje spíš výjimečně ten druhý případ. Třeba když se objeví na YouTube nebo někde nějaké virální video, které pronikne do veřejného prostoru a je to nějakým způsobem zábavné, tak někdy v naší magazínové sekci se kolem toho udělá nějaký článek. Řekne se, co to vlastně je, proč to je a dá se tomu nějaký kontext, to pak ano. Ale že bychom dělali třeba ve zpravodajství něco na základě fotky, která se nám dostala do ruky, to si teď nevybavuji.

Myslím, že jsem to u vás v té mé analýze nezaznamenala...

Já si tedy nevzpomínám na žádný takový případ, čímž neříkám, že nemohl být. Ale nevzpomínám si.

Takže dá se říct, že je to přidaná hodnota k těm textům.

Já vám dám jeden konkrétní případ, abych to trošku ilustroval a nemluvil pořád teoreticky. Stalo se před asi půl rokem, nebo rokem, že hořela střecha Národního divadla. Na to si budete pamatovat. Stalo se to někdy v noci, někdy v jednu nebo ve dvě ráno, já jsem měl večerní službu zrovna, už jsem to zavřel, ale ještě jsem nešel spát a pak jsem se šel podívat a zjistil jsem, že se to děje. V četce byla jedna fotka, kterou jsem použil k tomu článku, dal jsem tu základní zprávu. A pak nějaký čtenář, který tam byl u toho, nachomýtl se tam, což se stává, tak nafotil prostě celou tu scénu, vyfotil, jak hoří střecha, vyfotil hasiče, takže z toho bylo vidět, kolik je tam hasičských aut, jak se tam sjeli. Nebyly tam žádné brutální detaily, lidi, ale byla to taková širší informace o tom, že ten požár byl opravdu velký, těch hasičských aut tam bylo...sice to bylo popsáno v tom textu, ale ty fotky to pěkně dokreslovaly. Takže jsem z toho udělal asi šesti nebo sedmi fotkovou galerku a přidal jsem to k tomu. Samozřejmě jsem to udělal proto, že ten, kdo nám to poslal, napsal, že ty fotografie můžeme použít k tomuto účelu. To je taky docela důležitá věc. Protože někdy se dostanete k fotkám, které vám připadají

zajímavé, ale pokud nemáte vyřešená autorská práva, tak prostě přes to u nás nejede vlak.

A je to tak, že vám lidé sami nabízejí ty materiály? Že vám je sami posílají?

Ano. Děje se to. Děje se to v případě buď takovýchto věcí, někdy se to děje, i když se třeba nachomýtnou k nějaké dopravní nehodě. To jsou ale případy, kdy to nepoužíváme. Takové ty fotografie od těch lovců krve z dálnic, tak to vůbec. Ale prostě dostanou se k zajímavým akcím hlavně v regionech, kde my nemáme tak silné to pokrytí. A třeba je to něco, co je zajímavé, ale není to tak zajímavé pro ČTK, aby tam poslala zpravodaje nebo fotografa, takže to někdy využíváme. Ale to není nic proti ničemu. Pokud jde o ty věci, které jsou typově policejní zásahy, hasičské zásahy, železniční nehody a tak, tak asi vám to taky chodí – drážní inspekce, policie, hasiči, sami posílají tiskové zprávy, jejich součástí jsou fotografie, které smíme používat. Většinou je podmínkou, abychom uvedli zdroj, takže drážní inspekce, hasiči, toho kterého kraje. Takže tyto fotografie se někdy, ne vždycky, využívají. A pak už to jsou oficiální zdroje. Když je premiér na návštěvě Texasu a nechá se tam někde vyfotit v sombreru nebo v kovbojském klobouku a dá to na stránky úřadu vlády do sekce, která je určena pro média, tak si to vezmeme. Protože je to zajímavé a my jsme tam nebyli. A většinou je to tam dřív, než to má ČTK, nebo jsou tam jiné věci, než má ČTK.

Možná mi přijde, že v tomto dost funguje Ovčáček, který tyto fotky sdílí přes sociální síť. Ty fotky na mě třeba působí poloprofesionálně, ty fotografie jsou relativně kvalitní...

My občas celé ty tweety Ovčáčkovy používáme, vkládáme je do článků. Takové ty tweety, které se týkají politiků, kteří to dávají do veřejného prostoru, nebo státních úředníků, typově Tomáš Prouza píše, teď se bude v Bruselu dít toto a zatím vám ukáže, jak to vypadá v sále, než se bude hlasovat. Tak to je určené pro veřejnost, to si třeba vezmeme, ale vložíme to tam celé včetně toho, že je to tweet toho úředníka.

Že se mu vlastně přizná autorství...

To se musí vždycky, to je nutná podmínka, že jako nemůžete vzít fotku a nenapsat tam, odkud je.

Nezaznamenala jsem to u vás na webu, ale vyzýváte i lidi, aby posílali fotky, záběry?

To jsou takové spíš věci magazínového charakteru. Ve zpravodajství to není. Je to v naší obrazové sekci, ale to neznamená, že se to potom neobjeví na homepage. To děláme každý rok, takovou soutěž o nejhezčí houbařský úlovek. Takže 300 lidí nám pošle fotky svých košíků s hříbky a my z toho pak uděláme na konci houbařské sezóny velkou galerii a tam je to všechno samozřejmě podepsané autory, plus jsou tam ty jejich komentáře a k tomu je nějaká hlasovací anketa, kdy čtenáři vybírají. Pak to někdo vyhraje a dostane od nás nějakou cenu. To mají lidi rádi. Poté si myslím, že se nějak podílíme v soutěži o nejhezčí strom, nejhezčí alej. Takovéto typy.

Narážím například na to, že Česká televize má iReportéra...

No to my výzvy tohoto druhu nepoužíváme. Nevybavuji si, že bychom vyzývali lidi. Určitě v žádném negativním kontextu ty lidi neoslovujeme.

Už jste to naznačil, že někdy použijete věci, které vám přijdou do emailu. Co hraje tu zásadní roli při rozhodování, zda to použijete? Kvalita, autenticita, nebo to, co je tam na hranici přijatelnosti?

Tyhle fotky se používají kvůli té zpravodajské hodnotě, takže tam trochu slevíte z technických nároků vždycky. Samozřejmě, když je to rozpatlaný a rozmazaný a roztřesený a není tam nic vidět, tak to k ničemu není těm lidem. Takže se na to kouknete a říkáte si, tohle by ještě šlo, je z toho něco vidět, co nějakým způsobem obrazuje ty věci v článku. Ony ty fotky dopravních nehod, nebo těch hasičských zásahů, pokud my je používáme, my je ale používáme podle mě zřídka...to jsem vlastně chtěl říct, že i když je to od těch hasičů a policistů, tak my ty věci z dopravních nehod dáváme minimálně. Příklad, kdy je třeba použijeme, když je osmá nehoda na přejezdu ve Studénce, kde se už zabilo pět lidí, je to hodně kontrolovaný přejezd a máme video, kdy po těch všech průserech, které tam byly, tam projede zase polský kamion, zastaví se, řidič uteče a pak to sestřelí vlak, tak to použijeme. Ale že bychom dávali fotku z každé nehody, to ne. My máme udělaný soubor ikon, ilustračních grafických obrazů, kde je napsáno nehoda, tragické neštěstí, protože abychom pořád nemuseli používat nějaké ilustrační fotografie, kde jsou různá nebezpečí, že tam třeba ukážete auto nějaké firmy, která tam vůbec nebyla a ona si pak stěžuje. Tak abychom se tomuto vyhnuli, tak máme neutrální zpravodajské obrázky.

A třeba u zpráv ze zahraničí, jak se vyrovnáváte s tím, zda ten záběr skutečně ukazuje to, co tvrdí, že zobrazuje? Jak posuzujete věrohodnost? Pokud se jedná

například o nějaké zemětřesení...nebo se raději spoléháte v těchto případech na agenturní zdroje?

Je to tak, že my máme většinu toho zpravodajského materiálu z agentury Reuters, když se něco děje ve světě. Ale jsou případy, kdy Reuters nejsou tak rychlý a textově už je to venku, ta zpráva je potvrzená, že se něco stalo, ale obrazově k tomu nic není. A vy tam prostě nějaký obraz potřebujete, protože tam něco být musí. Tak buď člověk použije tu ikonu, kde je napsáno „právě se stalo“ nebo „neštěstí“, „nehoda“ a nebo si pomůžete těmi sociálními sítěmi. Zase konkrétní případ, když ten magor najel v Nice tím nákladákem do lidí, tak já jsem měl zrovna službu. Stalo se to zase někdy před půlnocí, když je člověk v redakci už sám. Ta zpráva byla venku poměrně rychle, ale dlouho nebyly žádné fotky. Ale byly třeba tweety starosty Nice, který se k tomu vyjadřoval a dal tam k tomu nějakou fotku policistů a napsal tam, lidi nevycházejte ven. Čili pomohli jsme si tímto způsobem, za hodinu už ta fotka byla. V případě takových to věcí ta prodleva není dlouhá. Ale v tu první chvíli to není. Ale nikdy to není obráceně, že bychom někde zachytili nějaké video...to víte jistě sama, že běhá šíleně fake po těch sítích. Čili takové to video, teď došlo k bombovému útoku tady, uprchlíci zabili, znásilnili....a my bychom to vzali a hned popsali. To je neověřitelné, takže to vůbec nepoužíváme, zásadně ne.

Takže je to nejčastěji tak, že člověk aktivně vyhledá událost, pokud k ní dojde, na sociálních sítích?

To je myslím postup, který když se dělo to v Nice, který jako první děláte. Když už víte, že se to stalo, Reuters to flešuje těmi headline hned. Nestane se vám, že bystě někde zachytila nějaký tweet a pak dvě hodiny čekala. Ty první informace, které už jsou nějakým způsobem ověřené, to jde dost rychle. Víím, že dost dlouho jsme čerpali z nějakého místního serveru Nice Matin, nebo z něčeho takového a z Le Monde, protože Reuters si dávala trošku načas a ti Francouzi byli rychle na místě a měli tam své lidi a měli to lepší. Tak jsme to brali odtamtud. Ale je to hrozná nebezpečí, protože když nebudete dbát na to ověřování, tak velmi snadno můžete pustit do světa falešnou informaci a to se pak strašně špatně bere zpátky. Nám se to myslím ještě nestalo, protože máme dost přísně stanovená ta pravidla, která tomu zabraňují právě proto, že to nebezpečí je velké.

Máte nějakou zpětnou vazbu od čtenářů, jak to hodnotíte? Že například víte, že lidi tento prvek vítají v článku, když se třeba něco stane, a že cíleně si říkáte, že to použijete, protože to může přinést větší čtenost?

My se to jednak dozvíme hned, protože lidé nám to hned píšou do těch diskuzí. Druhá věc je, že my nikdy tyto věci nevyužíváme k tomu, aby nám nahnal kliky. Čili to zásadní a jediný hledisko je zpravodajská hodnota té věci, jestli to zpravodajství nějakým způsobem povýší a obohatí. A v žádném případě neuvažujeme, na tomto naklikáme. To si můžeme dovolit u těch hub nebo nejhezčích stromů, protože ty lidi baví. Ale nikdy u takovýchto věcí, navíc tragických, to vůbec, to je hyenismus, který nemá v tom zpravodajství místo. My to neděláme. Víme, že třeba někde jinde se to dělá, nechci jmenovat, ale je to pro nás nepřijatelné. A taky když dáváme ty věci z místa, tak si dáváme pozor, abychom fakt neukazovali ty drastické věci. Už jenom proto, že ten web je 24 hodin dostupný dětem, všem. Já vím, že si dneska můžou děti nalézt, kde co na internetu, když chtějí. Ale my se na tom nechceme podílet.

Které jsou ty nejčastější zdroje těchto materiálů? Vyjmenovali jsme je všechny? Sociální sítě, hasiči, policie, drážní inspekce...

Obecně státní úřady, které mají nějaká pravidla, takže my víme, co z toho je k použití a co ne. Je tam jeden takový speciální případ, to vám pak řeknu. Kromě úřadů jsou to tweety politiků a veřejně činných známých osob, zpravodajské věci z místa a to je asi všechno. A poté od těch občanských reportérů, když je to něco, co nás zajímá, ty fotky za to stojí, nebo ta videa a ty lidé nám dají svolení, abychom to použili. Ale stejně většinou využíváme agenturní nebo vlastní zdroje. Jedna věc, o které jsem chtěl mluvit, to je pátrání po pohřešovaných dětech, které ta policie rozesílá. Ideální řešení tam je odkazovat na policejní web a nedávat tam tu fotku, protože pak to dítě se někde zapomene u kamaráda a pak už vám to někde visí na síti, je to zaklesnutý v těch vyhledávacích a může to těm lidem způsobovat problém, čili z tohoto důvodu je lepší to dělat tímto způsobem. Oni tam vždy mají proklik na fotku toho dítěte a nějaké základní informace. Ale poté, když ho najdou, to stáhnou. Jakmile pomine to ohrožení, tak to dostupné není a tím se ti lidé chrání, hlavně děti.

Myslíte, že se dá říct tematicky, u kterých věcí se to používá nejčastěji? Nehody, mimořádné události...

Ano. Jestli tedy mluvíme jenom o fotografiích a videích, nebo jestli mluvíme i o tweetech a sociálních sítích jako zdrojích.

Asi to patří k tomu, protože já předpokládám, že velká část těch věcí jde právě ze sociálních sítí. V případě videí z YouTube. Beru to i tak, že dost často se dá embedovat ten příspěvek.

Tak jsou to buď zpravodajsky významné události, které jsou nečekané, a tudíž jsme si nemohli naplánovat, že tam pošleme fotografa a všechny světové agentury jsou na tom stejně. To je jedna věc. Druhá věc je něco, co je extrémně zajímavé a je to třeba událost lokálního významu, ale z nějakého důvodu usoudíme, že to má dopad na celou republiku nebo bezpečnost. To je druhá věc. Třetí věc, to jsou takové ty záležitosti zábavné, magazínového charakteru, které nejsou nic proti ničemu a mají za cíl potěšit nebo pobavit. Nic zlého či dehonestujícího. A to je myslím všechno. A pak ty akce, které jsou plánované, ale my se k nim z nějakého důvodu nedostaneme. Viz návštěva premiéra v Texasu, právě ten Sobotka v sombreru. Ale zase bereme to z oficiálních zdrojů. Ještě jeden zdroj jsem zapomněl zmínit a to je Wikimedia. Tam také občas saháme v případě, že píšeme o nějakých historických, místopisných věcech. Tam je samozřejmě zase důležité, že je to pro komerční účely. My jsme komerční médiu, používáme to v podnikání, takže to tam musí být. A to využíváme docela často. Myslím, že to možná využíváme častěji, než ty fotky od hasičů.

O tom vypořádávání se s autorstvím už jste v průběhu také mluvil. Že buď to člověk sám pošle, nebo se s ním nějak spojíte. Chcete k tomu něco doplnit?

Asi to, že na ta autorská práva je třeba dbát a že nejde vyříznout fotku z Facebooku a šoupnout ji tam. Pokud se tedy nepíše o té věci a není to součástí toho postu. Například Zdeněk Škromach nám vzkazuje od bazénku. To asi nebudeme volat Škromachovi, jestli to tam můžeme dát, když to vystavil proto, abychom to tam dali. Ale takové ty věci ze soukromí známých lidí, nebo když si dají fotku z dovolené, to není možné krást a vyřezávat. Takže autorská práva první věc. I když používáme fotky od těch občanských zpravodajů, tak vždy chceme, aby nám napsali nebo řekli, že to použít můžeme. My za to taky většinou nic neplatíme. To je další věc, že bychom byli schopní ve výjimečných případech takovou věc koupit, ale to by muselo být něco extrémně zajímavého. Většinou jsou ti lidé rádi, že se to použije. A vždy uvedeme zdroj.

Ještě mě napadá, jestli se stává, že vám někdo něco pošle, upozorní vás na zajímavou věc a vy si řeknete – pošleme tam rychle fotografa?

To se taky děje. Těch případů je samozřejmě méně, protože pokud je to nějaká aktuální věc, tak než tam ten náš fotograf dojede, tak je po všem. V případě těch velkých věcí, to má smysl, když jsou nějaké následky. Myslím, že jsme měli fotografa, když hořelo v těch Vysočanech. To bylo navečer, nebo v noci, jak shořela ta prázdná fabrika. Tak tam myslím potom jel někdo fotit, když už to bylo uhašené a něco jsme z toho dělali. Ale už před tím jsme dávali zprávu. Já jsem to zrovna sám fotil z balkonu, protože byl vidět sloup kouře. Ale aby nám někdo nabídl fotku z nějaké události a my řekli, že to nechceme, že tam jedeme, to už by muselo být něco hodně výjimečného. A i tam poté tu jeho fotku alespoň jednu použijeme, protože je to slušné, když už nás na to upozornil a poslal jí, tak aby neměl pocit, že jsme ho opískovali. Ale to už žádná pravidla neupravují, to už je na posouzení službu konajícího editora.

9.5 Příloha č. 4: Seznam kódů (text)

Hodnocení OFVŽ: R1-1, R1-59, R2-1, R2-10, R3-2, R4-1, R4-9

Hodnocení OŽ: R2-49

Rizika: R1-2, R2-64, R3-3, R3-108, R4-21, R4-85

Vstup do redakce: R1-4, R1-8, R1-14, R1-20, R2-85, R3-37, R3-56, R3-61, R3-87, R4-4, R4-69, R4-82

Práce s OFVŽ: R1-18, R1-48, R3-29, R3-50, R4-12, R4-35, R4-74, R4-88

Témata: R1-23, R2-29, R2-34, R3-43

Zdroj: R1-25, R1-41, R1-43, R1-46, R1-57, R2-40, R2-77, R3-22, R3-46, R3-104, R3-123, R4-47, R4-68, R4-81

Ověřování: R1-27, R2-38, R2-43

Gatekeeping: R1-32, R2-47, R2-72, R3-5, R3-63, R3-95, R4-48, R4-60

Důvod-vybavenost: R1-36, R4-78

Důvody-vizualita: R2-15, R3-7

Důvody-autenticita: R4-50

Finance: R2-12, R2-17

Nedostatek personálu: R2-17

Autorství: R2-21, R2-77, R3-36, R3-127, R4-27, R4-41

Embed-hodnocení: R1-51, R2-86, R2-96

Technika: R3-14

Využití: R3-19, R3-79

Typy událostí: R3-116, R4-24

9.6 Příloha č. 5: Ukázka okódovaného rozhovoru (obrázek)

26 rychleji než zareagují zpravodajské agentury, se objeví na Twitteru fotky amatérů, snímky lidí, kteří tam jsou a kteří z toho dávají nějakou dokumentaci ven. ^{ZDROJ}

Ted' už k tomu procesu, když se rozhodneš nějakou fotku použít, tak jak si ověřujete, že je na tom záběru skutečně to, co lidé píšou? Ta věrohodnost fotografie.

28 Pokud jde o živelné katastrofy, porovnáváme amatérské fotky s fotografiemi z agentur nebo zahraničních médií, jestli mohou být ze stejného místa. A pokud si autenticitou nejsem jistí, raději počkáme na fotografie z důvěryhodných zdrojů. Samozřejmě v obecnějších případech, pokud je to nějaká jednotlivá fotka na sociální síti, tak se pokoušíme kontaktovat autora a ověřit si, abychom měli ještě nějaké jistění, že to, co na té fotce je, je jednak aktuální, jednak že je to fotka toho, za co se vydává. ^{OVĚŘOVANÍ}

Hraje větší roli autenticita nebo kvalita?

32 V dnešní době jde už kvalita hodně stranou. Technicky jdeme dopředu, všichni, celá společnost, ale důraz na autentičnost a taky na rychlost je tady v první řadě. I poměrně nekvalitní video nebo ne příliš dobrá fotka si může najít v tomto případě svoje místo. Ale samozřejmě když jsou pak na výběr pro editora dvě fotky, jedna je kvalitní a druhá rozklepaná, tak sáhne po té lepší. ^{CATEERKING}

A máte třeba zpětnou vazbu, jak to hodnotí čtenáři? Je to tak, že víte, že to mají rádi, že si to rádi prohlížejí a že si kliknou na tu fotku, takže je větší záměr ty věci umísťovat do článků?

36 Obecně platí, že reálné fotografie jsou lepší než ilustrační a texty, které jsou dobře fotograficky vybavené, jsou čtenářsky atraktivnější než ty, kde je fotek málo. A pro nás je to potom zpětná vazba v tom, že vidíme, kolik bylo zobrazených stránek a kolik lidí si prolístovalo galerii. Ale není to samospásné. Jsou témata, u kterých si asi těžko vymyslíme nějakou fotogalerii, typu nezaměstnanost a další ekonomická témata. V momentě, kdy je to uzeměťresení, povodně, ale třeba i předávání hudebních cen, tak tam je hlad po fotografiích ze strany čtenářů velký. ^{ZVOD-VYBAVENOST}

Jestli si to dobře pamatují, tak u vás na webu se často objevují i snímky z rodinných archivů...

42 Určitě, pokud se vzpomíná na nějakou minulost, nebo pokud jde o rozhovor s někým. Ale je to věc, o které nejsem schopen tolik do detailu, protože se věnuji více aktuálnímu zpravodajství než vzpomínkám. ^{ZDROJ}

A odkud ty amatérské fotky a videa nejčastěji berete? Zmínil si sociální síť, ale máte i nějaké další zdroje? Policie, hasiči?

44 Fotografie od policie a hasičů se ve zpravodajství objevují běžně, je otázka, zda se to dá brát jako amatérská práce, protože oni to mají součástí své profese. Ale rozhodně v případě dopravních nehod, velkých požárů a podobně, tak od tady těch zdrojů fotografie bereme a bereme je rádi i včetně videozáznamů. ^{ZDROJ}

A sociální síť jsou nejčastější?