

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Bakalářská práce

2014

Veronika Lešková

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Veronika Lešková

**Mediální obraz textilního průmyslu v Bangladéši
před a po zřícení komplexu Rana Plaza v dubnu
2013**

Bakalářská práce

Praha 2014

Autor práce: **Veronika Lešková**

Vedoucí práce: **Mgr. Tereza Hronová**

Rok obhajoby: **2014**

Bibliografický záznam

LEŠKOVÁ, Veronika. *Mediální obraz textilního průmyslu v Bangladéši před a po zřícení komplexu Rana Plaza v dubnu 2013*. Praha, 2014. s.52. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce Mgr. Tereza Hronová.

Abstrakt

Když se v dubnu roku 2013 v Bangladéši zřítila budova s pěti textilními továrnami, ve kterých zahynulo 1129 lidí, následovalo dvouměsíční období, kdy média informovala o porušování lidských a pracovních práv více, než za celé období osmi let předtím. Cílem práce *Mediální obraz lidských práv na příkladu největší textilní katastrofy z dubna 2013* je popsat mediální konstrukt lidských práv v českých seriózních médiích a jejich internetových serverech. K řešení jsem použila kombinaci kvalitativní a kvantitativní analýzy. Analytickou část jsem rozdělila do dvou období. První část analýzy se věnuje období jednoho roku po kolapsu továrny, druhá část analyzuje období od ledna 2005. Podařilo se mi vysledovat a pomocí grafů popsat, jak česká seriózní média dlouhodobě přehlížejí lidskoprávní témata a uchylují se výhradně k suchému zpravodajství bez přidané hodnoty.

Abstract

In April 2013 in Bangladesh building with five textile factories in which 1,129 people died, collapsed. A period of two months followed by when the media reported on violations of human and labor rights more than for the whole period of eight years before followed. The aim of this work is media image of human rights shown on the largest textile disaster in April 2013. The aim is to describe the media construct of human rights in the Czech serious media and their Internet sites. The solution I used is a combination of qualitative and quantitative analysis and analytical part is divided into two periods. The first part of the analysis focuses on the period of one year after the collapse of the factory, the second part analyzes the period from January 2005. I managed to describe how the Czech serious long-term media ignore human rights themes and focuses only to the news reporting.

Klíčová slova

Bangladéš, textilní továrna, lidská práva, média, obsahová analýza

Keywords

Bangladesh, textil factory, human rights, media, content analysis

Rozsah práce:

95 348 včetně mezer

Čestné prohlášení

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

V Praze dne 14. května 2013

Veronika Lešková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala především Mgr. Tereze Hronové za odborné vedení, maximální vstřícnost a trpělivost, které mi poskytla během vedení této práce. Dále bych ráda poděkovala Filipu Šárovi za ale opravdu důkladnou korekturu. Děkuji.

Obsah

1.	ÚVOD	1
2.	TEORETICKÁ VÝCHODISKA	3
2.1	Zpravodajství a zpravodajské hodnoty	3
2.2	Objektivita médií.....	4
2.3	Teorie nastolování agendy.....	5
2.4	Rámcování (framing)	7
2.5	Gatekeeping.....	8
3.	HISTORICKÝ BACKGROUND	12
3.1	Náčrt nedávné historie Bangladéše	12
3.2	Kolaps Rana Plaza z hlediska investorů.....	12
3.3	Cena bangladéšského trika.....	13
3.4	Neduhy textilního průmyslu v rozvojových zemích	14
4.	METODOLOGIE	17
4.1.	Cíl výzkumu	17
4.2	Vzorek	19
4.3	Metoda	20
5.	ANALÝZA: mediální obraz textilního průmyslu v Bangladéši po dubnu 2013.....	22
5.1	Zdroje	23
5.2	Rozsah.....	25
5.3	Respondent.....	26
5.4	Předešlé katastrofy	28
5.5	Textilní průmysl v Bangladéši	29
5.6	Porušování lidských práv	32
5.7	Změny	33
5.8	Módní značky.....	35
5.9	Autor článků.....	38
5.10	Kreativita.....	38
6.	ANALÝZA: mediální obraz textilního průmyslu v Bangladéši v období 2005 – 2013.....	42
6.1	Zdroje	42
6.2	Rozsah.....	43
6.3	Respondent.....	43
6.4	Předešlé katastrofy	45
6.5	Textilní průmysl v Bangladéši	45

6.6	Porušování lidských práv	47
6.7	Změna.....	47
6.8	Módní značky.....	48
6.9	Autor	48
6.10	Kreativita.....	49
7.	ZÁVĚR.....	50
8.	ZDROJE	53

1. ÚVOD

Dané téma jsem si vybrala z důvodu svého dlouholetého zájmu o lidská práva. Po konzultaci s vedoucí práce nám jako nejlepší alternativa přišlo skloubení aktuálního dění, mediálního výzkumu a postavení lidských práv v českých médiích.

V první kapitole se zabývám teoretickým podkladem své práce. Jako vodítko slouží teorie nastolování agendy, gatekeeping a mediální reprezentace zpravodajských hodnot. Druhá kapitola stručně nastiňuje současné dějiny Bangladéše, důležitost textilního průmyslu pro tuto zemi a také důvody přesunu textilní výroby pro Západ do jihovýchodní Asie. Ve třetí kapitole představuji zvolenou metodologii a pokouším se co nejpřesněji popsat svůj cíl a výběr vzorku.

Poté následuje analytická část, která se skládá ze dvou velkých analytických celků. V první části analýzy popisují mediální obraz zřícené bangladéšské továrny z dubna 2013 s důrazem na deset analytických okruhů, za které jsem si zvolila: 1) zdroje, které média využívají, 2) rozsah článků, 3) způsob označení respondenta, 4) jak média informují o povaze textilního průmyslu v Bangladéši, 5) jak média píšou o změnách, které událost vyvolala, 6) jak média popisují porušování lidských práv v Bangladéši, 8) jak média připomínají módní řetězce, které v Bangladéši šijí své produkty, 9) jestli se opakuje některý z autorů článků častěji než jiní, 10) zda jsou média kreativní ve výběru žánrů nebo používají pouze nejzákladnější zpravodajský žánr, zprávu. Ve druhé části analýzy popisují tvorbu mediálního obrazu bangladéšského textilního průmyslu a předešlých katastrof s ohledem na stejné analytické otázky. Na dokreslení mediálního obrazu poskytují průběžně množství grafů. Závěr se věnuje shrnutí všech získaných poznatků do jednotného celku.

Cílem bakalářské práce je popsat mediální obraz zřícení bangladéšské textilní továrny v dubnu 2013 v českých médiích. Pomocí teorie nastolování agendy popisují, jak informovaly o problematice porušování lidských práv v textilním průmyslu v období před a po katastrofě deníky Hospodářské noviny, Lidové noviny, Mladá fronta DNES, Právo a jejich internetové mutace ihned.cz, lidovky.cz, idnes.cz a novinky.cz.

První část se omezuje na období rok po pádu textilní továrny Rana Plaza na předměstí Dháky, tedy období od 24. dubna 2013 do 24. dubna 2014. Druhá část se zaměřuje na informování o problematice porušování lidských práv, nebezpečných podmínkách nebo obchodování v textilním průmyslu v Bangladéši v době před touto katastrofou. Analýze jsou podrobena všechna výše zmíněná média v období od 1. ledna 2005 do 23. dubna 2013. Toto období jsem si vybrala proto, že k 1. lednu 2005 již existovaly všechny internetové servery, tudíž jsou splněny předpoklady pro jednotný charakter analýzy.

Pro bakalářskou práci jsem se rozhodla použít kombinaci kvalitativní a kvantitativní obsahové analýzy. Mým cílem je zmapovat, jak se média chopila největší katastrofy v textilním průmyslu, na které zpravodajské hodnoty vsadila a celkově popsat průběh informování o dané katastrofě. Kvalitativní výzkum je především interpretací sociální reality, kde je cílem odkrýt význam sdělovaných informací a vytváření nových hypotéz, nového porozumění daného problému nebo vytváření nové teorie.¹ Kvantitativní analýza pomáhá lépe sledovat a popsat trendy ve způsobu informování a využívání postupů napříč médii.²

Ve své bakalářské práci využívám i analýzu se zaměřením na rozbor použitých stereotypů, opakujících se informací a jazykového stylu. Na základě odborné literatury charakterizují, jak obecně média referují o tématech z rozvojových zemí jako je Bangladéš. Teoretická část klade důraz na objasnění mediálních pojmů jako *mediální reprezentace reality*, *zpravodajské hodnoty*, *nastolování agendy* a *gatekeeping v redakcích*.³

¹ DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: Příručka pro uživatele*. Praha: Karolinum, 2002, s. 285. ISBN 80-246-0139-7.

²DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: Příručka pro uživatele*. Praha: Karolinum, 2002, s. 248. ISBN 80-246-0139-7.

³ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2012, s. 117-141. ISBN 9788073676834.

2. TEORETICKÁ VÝCHODISKA

2.1 Zpravodajství a zpravodajské hodnoty

Na první hodině žurnalistické tvorby nám docentka Osvaldová oznámila, že nám řekne věci, které se nám jako zatím nepolíbeným novinářům plných ideálů asi nebudou úplně líbit. Mluvila o objektivitě, která vlastně neexistuje, a parametrech, které určují, zda se zpráva do novin nebo na web dostane. V duchu jsem si říkala, že to určitě nemůže být pravda. Po své mediální praxi a této bakalářce s ní však absolutně souhlasím.

Nečerpám jen z výuky. Ve své knize *Zpravodajství v médiích* Barbora Osvaldová píše, že žurnalistické zpravodajství stojí na faktech a událostech, které *vyhledává, shromažďuje, třídí, selektuje, interpretuje a předává prostřednictvím médií recipientům*. Mělo by zprostředkovat rozmanité a společensky podstatné informace, odrážející myšlenkovou mnohoznačnost té které společnosti.⁴

Šance události být zařazena do zpravodajství je tím větší, čím více koresponduje s *organizačními a kulturními* kritérii dané společnosti, probíhá v *aktuálním a krátkém časovém* intervalu a kopíruje *periodicitu médií*, je jasná a jednoznačná, tím pádem pro autora dobře uchopitelná a pro publika na první kontakt *srozumitelná*, je *intenzivní*, výjimečná nebo nečekaná, má kulturně blízko k divákům, čtenářům a posluchačům, k prostředí, kde žijí, a k hodnotám, které chápou a sami považují za základní a pro existenci společenství důležité. Odpovídá také jejich očekávání nebo *navazuje na fakta*, která se už jednou ve zpravodajství objevila a publika je přijala za svá.⁵

Takto vypadá současný stav zpravodajství a jeho další vývoj bude dán především spojením lidských a technologických faktorů a asi všichni jsme zvědaví, kam to povede. Prudký vývoj techniky sdělování už dnes výrazně ovlivňuje podobu zpravodajských materiálů a zasahuje jak do jejich formální, tak obsahové složky. Týká se to především online žurnalistiky využívající multimediálnosti digitálního prostředí internetu, které umožňuje kombinovat textové, zvukové i obrazové informace, na což sází mnoho

⁴OSVALDOVÁ, B. a kol. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolínium, 2001, s. 17.

⁵OSVALDOVÁ, B. a kol. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolínium, 2001, s. 19.

internetových serverů a dle čtenosti to vypadá, že mohou snadno vyhrát. Komunikace tady probíhá nepřetržitě s takřka okamžitým obměňováním informací. Online žurnalistika, stejně jako další nové formy, používá některé osvědčené metody, postupně si však vypracovává a jistě ještě vypracuje vlastní pravidla a standardy včetně nových žánrů.⁶

2.2 Objektivita médií

Jak už bylo řečeno, média sehrávají důležitou roli zprostředkovatele informací o aktuálním dění. Přinášejí informace o událostech, které nemůžeme sami jinak poznat a zároveň tak ovlivňují naše názory, přesvědčení a rozhodování. Právě s ohledem na skutečnost, že se v mnoha, ba téměř ve všech přijímaných informacích musíme na média zcela spolehnout, si společnost vytvořila k médiím tzv. normativní požadavky – očekávání, jakým způsobem by média měla informace zpracovávat. Nejčastější normativní požadavky jsou *objektivita, nestrannost, vyváženost a informační přesnost*.⁷

Právě objektivita je nejčastějším požadavkem na informační žánry, tedy žánry, jejichž rolí je přinášet nezkreslené informace o aktuálním dění. Mediální teoretici bývají k možnosti dosažení objektivitě velice skeptičtí. Jelikož popis události se vždy děje prostřednictvím člověka, záleží na subjektivní selekci, co do výběru zařadí a co nikoliv. Zpravodajskou hodnotu určuje i samotné řazení informací nebo výpovědí aktérů do konečné podoby. To rovněž není zcela neutrální, ale záleží na subjektivním ohodnocení vybraných faktů ale i argumentů.

Podle Gay Tuchmanové může mít objektivita pro novináře i jinou funkci, a to funkci strategického rituálu.⁸ Podle této autorky je objektivita alibistickým odstoupením od popisovaných dějů a nestrannost vede k možnosti distancovat se od zveřejněných argumentů a informací pouhým odkázáním na jejich zdroje. To umožňuje oslovovat široké publikum bez toho, aby některá jeho část byla dotčena. Objektivita může být taky

⁶ OSVALDOVÁ, B. a TEJKALOVÁ A. et al.: *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*, Praha, Karolinum, 2009.

⁷ VOJTĚCHOVSKÁ, M. a T. TRAMPOTA. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 128. ISBN 978-80-7367-683-4.

⁸ VOJTĚCHOVSKÁ, M. a T. TRAMPOTA. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 129. ISBN 978-80-7367-683-4.

vnímána jako nástroj sloužící ke kontrole novinářů, protože výše popsaná objektivita je snadno kontrolovaná editory.⁹ Podle Briana McNaira lze za požadavkem objektivního zpravodajství vidět vliv technologického, ekonomického i filozofického vývoje především v druhé polovině 19. století. Svou roli sehrál vynález telegrafu, který si vyžadoval jasné, přesné a zároveň stručné formulování popisu událostí, ale taky fotografie, která vládla a pořád vládne svou zdánlivě nezpochybnitelnou věrohodností.¹⁰ Objektivita je vnímána jako soubor novinářských postupů nezbytných pro věrohodný popis reality, mezi které patří a) *ověřování informací* alespoň ze dvou na sobě nezávislých zdrojů, b) *oddělování faktů od názorů*, c) *opatřování názorů odkazem na zdroj informací*, d) *zveřejňování názorů protistran*.¹¹

2.3 Teorie nastolování agendy

Janu Jirákovu se podařilo v knize *Úvod do studia médií* formulovat důvod, proč je v současné době studium médií tak důležité a zároveň tak fascinující – je to díky jejich obrovské síle. Jirák tvrdí, že média, ať už přímo nebo nepřímo, ovlivňují představy, přesvědčení, postoje, hodnoty a chování příjemců.¹² Toto ovlivňování, jinými slovy *vytváření agendy*, je v současnosti klíčovou teorií, jejímž cílem je popsat distribuci témat ve veřejném prostoru. Média utváří to, o čem lidé přemýšlí.

Podle Českého statistického úřadu jsme v roce 2012 přivezli z Bangladéše do České republiky textil v hodnotě 3,5 miliardy korun.¹³ Téměř každý z nás má doma ve skříni a dennodenně nosí oblečení z Bangladéše. Neuvědomíme si to ale, dokud nespadne textilka, která pohrbí tisíc lidí, následkem čehož o začnou média o porušování lidských prav a nevhodných pracovních podmínkách psát.

⁹BREED, W. *Social control in the Newsroom: A Functional Analysis* [online]. North Carolina: University of North Carolina Press, 1955 [cit. 2014-04-11]. Dostupné: <http://www.jstor.org/stable/2573002>

¹⁰VOJTĚCHOVSKÁ, M. a T. TRAMPOTA. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 129. ISBN 978-80-7367-683-4.

¹¹VOJTĚCHOVSKÁ, M. a T. TRAMPOTA. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 129. ISBN 978-80-7367-683-4.

¹²BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principál, 2001, s. 347.

¹³NEVYHOŠTĚNÝ, M. Tam, kde šijeme, jsou podmínky špičkové, hájí české firmy výrobu v Asii. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/tam-kde-sijeme-jsou-podminky-spickove-haji-ceske-firmy-vyrobu-v-asii-1g-j/firmy-trhy.aspx?c=A130515_171116_firmy-trhy_mev

Zabývat se otázkou, *zda nás média ovlivňují, a pokud ano, tak jak*, je potřebné nejen pro akademickou půdu, ale i pro samotná média.

Teorie nastolování agendy nepracuje s médii jako pasivními přenašeči sdělení, vnímá je jako aktivní činitele, kteří definují důležitost a význam témat¹⁴. Dle teorie Agenda-setting, jak ji definovali Maxwell McCombs a Donald Shaw v roce 1972, lze na teoretické účinky médií na diváka nahlížet z hlediska několika různých kritérií:

1. dle projevu lze účinky rozdělit: a) *oblast*, ve které se projevují, b) *úroveň* ve které se projevují, c) *síla*, s níž se projevují, d) *zdroj*, ze kterého pocházejí, e) *záměrnost*, kterou jsou nebo nejsou podloženy, f) *časové zpoždění*, ve kterém se projevují.
2. účinky dle úrovně lze rozdělit do kategorií: *individuální, skupinové, organizační, institucionální, sociální a kulturní účinky*¹⁵.

Tomuto tématu se v posledních letech dostává stále více pozornosti, proto je teorií o nastolování agendy mnohem více, než pojme teoretický úvod bakalářské práce. McQuaile periodizoval teorie účinků masových médií dle schopnosti médií dosahovat změn v *kognitivní* anebo *emocionální* složce postoje publika vůči nějakému problému. Média dělil na *všemocná*, *média omezených účinků*, dále *fázi renesance silných účinků* a *fázi dohodnutého vlivu médií*¹⁶.

Teorie nastolování agendy předpokládá, že to, o čem lidé diskutují, o čem přemýšlejí a o co se zajímají, je silně ovlivněno tím, co zveřejňují masová média.¹⁷ Vztáhnuto na moji práci: v případě, že budou média věnovat obsáhlou pozornost porušování lidských práv v zemích rozvojového světa, neustálým poukazováním a investigativní prací budou odhalovat nedostatky, podle teorie nastolování agendy by média mohla touto

¹⁴ŠKODOVÁ, M. a T. TRAMPOTA. *Agenda setting: teoretické přístupy*. Praha: Ermat, 2008, s. 20. ISBN 978-80-7330-151-4.

¹⁵ŠKODOVÁ, M. a T. TRAMPOTA. *Agenda setting: teoretické přístupy*. Praha: Ermat, 2008, s. 11. ISBN 978-80-7330-151-4.

¹⁶McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999.

¹⁷LARSON, C.U. *Persuasion*. California: Belmont, Waldsworth, 1994.

systematickou činností způsobit, že lidé zmíněné téma přijmou, zpracují a začlení jej mezi další z důležitých témat ve své vlastní agendě.

Je přirozené a pochopitelné, že publikum nemůže získat veškeré informace osobně, proto jsme závislí na tom, o čem nás média informují. Vedlejším účinkem působení médií je dále závislost publika na informačním zdroji. Média nám nerozkazují. Aspoň ne implicitně. Ve zprávách nám neříkají, co si máme myslet, spíš jak a o čem máme přemýšlet a ve druhé vlně také možná jak o tom přemýšlet.¹⁸

Americká mediální teoretička Linda Lee Kaidová rozděluje vnímání reality skrze média do třech kategorií: *Objektivní realita* zahrnuje události tak, jak skutečně proběhly. *Subjektivní realita* události, jak je zaznamenali jejich účastníci. Poslední je realita vytvořená *zpravodajským pokrytím*.¹⁹ Protože pouhým výběrem některé z událostí musíme nutně odsunout jinou do pozadí a tím automaticky snížíme její mediální hodnotu. U vybrané zprávy jako vedlejší účinek zvýšíme její reálnou hodnotu přisuzovanou laickou veřejností.²⁰ Témata, která se úspěšně dostanou do mediální agendy, odsunou veškeré další dění dočasně (někdy trvale) mimo okruh povědomí laické veřejnosti. Z domácího rybníčku můžeme tento trend sledovat především v zahraničním zpravodajství, ve kterém je informování o událostech nejméně komplexní.²¹

2.4 Rámcování (framing)

Abychom ale vůbec mohli nějakou agendu od médií přejímat, je nejprve zapotřebí kognitivních a psychologických procesů, které jsou ze sociálních věd známé jako *framing*, neboli *koncept rámcování*. Tomuto pojmu se dostává stále větší pozornosti především v posledních dvou dekadách²². V nejjobecnější rovině je framing chápán jako

¹⁸McCOMB, S.M., E. *Setting the Agenda, The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity Press. 2004. s. 71.

¹⁹KAID L., GERSTLAÉ J., SANDERS K. *Mediated Politics in Two Cultures: Presidential Campaigning in the United States and France*, Praeger, 1991.

²⁰McNAIR, *Introduction to Political Communication*, 5. edice, Routledge, 2011, s. 15.

²¹LEICHTOVÁ, M. „Agenda-Setting v masových médiích v globalizovaném světě,“ in *Média & politika*, ed. Přemysl Rosůlek et al. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni. 2009. S. 121.

²²ŠKODOVÁ, M. a T. TRAMPOTA. *Agenda setting: teoretické přístupy*. Praha: Ermat, 2008, s. 30. ISBN 978-80-7330-151-4.

organizace poznatků o okolním světě a způsob zpracování informací²³. Například pro mediální teoretika Ervinga Goffmana je framing „organizací zkušeností na individuální úrovni“²⁴. Dle Goffmanova pojetí teorie rámcování se každý z nás musí vypořádávat s množstvím různých situací. Pro zjednodušení naší orientace, v mediálním světě i ve všech informacích, které na nás v běžném životě útočí, každý z nás více či méně používáme jeden nebo více rámců. V Goffmanově terminologii jsou to *schémata interpretace*. Tyto rámce se dle jednotlivce liší ve své komplexnosti. Pro někoho to může být systém prvků a pravidel, pro jiného přístup, s jakým nahlíží na nějakou problematiku. Goffman dále píše: „každý primární rámec umožňuje svým uživatelům umísťovat, chápat, identifikovat a pojmenovávat viditelně nesmírné množství konkrétních událostí definovaných v jeho intencích“²⁵. Uvedené definice rámců a procesu rámcování obsahují výchozí prvky, které budou později v teorii a v empirických výzkumech tohoto druhu dále rozvíjeny. Základem je rámec, který napomáhá interpretaci světa, přičemž je do velké míry strukturovaný a poměrně komplexní. Událost, která jedinci nemusí být známá, je skrze něj zasazena do kontextu, definována a je určován její význam²⁶.

Dalšími důležitými rysy procesu rámcování jsou *výběr* nebo *selekce* určitých prvků a významnost (*salience*)²⁷. Zvýrazněním některých aspektů vzroste jejich význam a následně jsou tyto „zvýznamněné“ elementy použity ke konstrukci významu problému či události.

2.5 Gatekeeping

Gatekeeping je mediální proces, který předpokládá, že zprávy o událostech procházejí kanálem s několika branami, které je mění či slučují a osoby, které o tomto procesu rozhodují, se nazývají gatekeepři²⁸.

²³viz tamtéž.

²⁴GOFFMAN, E. *Frame Analysis. An Essay on the Organisation of Experience*. Harmondsworth: Penguin Books. 1974. s.21.

²⁵viz tamtéž.

²⁶ŠKODOVÁ, M. a T. TRAMPOTA. *Agenda setting: teoretické přístupy*. Praha: Ermat, 2008, s. 30. ISBN 978-80-7330-151-4.

²⁷ŠKODOVÁ, M. a T. TRAMPOTA. *Agenda setting: teoretické přístupy*. Praha: Ermat, 2008, s. 31. ISBN 978-80-7330-151-4.

²⁸SHOEMAKER, P. a T. VOS. *Gatekeeping theory*. New York: Routledge. Taylor & Francis, 2009. s. 56.

„Některé informace končí na prvních stránkách novin, některé uprostřed zpráv nebo na webových stránkách, a některé se do zpráv nikdy nedostanou. Podobně se může některá událost objevit v některém druhu médií, ale nikoli v médiích druhých. Nebo může být informace umístěna v médiu na prominentním místě, zatímco v jiném zůstane pohřbena mezi jinými zprávami.²⁹“

Jak mediální teoretici dospěli k tomuto závěru? Začneme „klasickou“ studií případového gatekeepingu, která pochází od Davida M. Whitea, který si pro ni zvolil redaktora s pětadvacetiletou praxí z novin s nákladem 30 tisíc, z jednoho amerického středně velkého města. Redaktora nazval „*Mr. Gate*“, česky Vrátný nebo Závora. Tento „*Mr. Gate*“ po dobu jednoho týdne uváděl důvody ke každé odmítnuté agenturní zprávě, především proč informaci použil či nikoliv. Pokud zprávu nevyužil, důvody byly především *obsahové* (informace zpravodajsky nehodnotná) anebo *organizační* (nedostatek místa – zpráva byla příliš obsáhlá anebo obsahovala mnoho nepřehledných informací). Kritérium, podle kterého „*Mr. Gates*“ vybíral zprávy, byl na jeho osobní praxi založený předpoklad nebo domněnka, že by si je čtenáři rádi přečetli. Zprávy, které Pan Vrátný vybíral, White dále rozdělil do sedmi podkategorií, aby zjistil, které mají největší šanci dostat se ke čtenáři. Nejlehčí to bylo pro tzv. *lidsky jímavé příběhy* nebo *zprávy o politice*. Na opačném pólu byly *zprávy obsahující statistické údaje*. Druhá část Whiteova výzkumu byla založena na čtyřech otázkách pro gatekeepera. Ty zněly:

Ovlivňuje *kategorie zprávy* její výběr? Domníváte se, že *existují předsudky*, které ovlivňují váš výběr? Jaké je *publikum*, pro které zprávy vybíráte? Máte nějaký *osobní způsob*, podle kterého zprávy vybíráte a píšete o nich?

White chtěl především zjistit, kdo a jakým způsobem zprávy vybírá, a jestli se v procesu výběru přihlíží na osobní hledisko a subjektivní preference. Po vyhodnocení White zjistil, že výběr zpráv byl z jedné třetiny *subjektivní*, a že „*Mr. Gates*“ zprávy odmítal pouze na základě vlastního úsudku. Další dvě třetiny se do novin nedostaly z důvodu *nedostatku místa* či *podobnosti s jinou*, již otištěnou, zprávou³⁰.

²⁹viz tamtéž.

³⁰

Whiteův výzkum opakoval v roce 1966 Paul Snider. Jeho Pan Vrátný prošel stejným výzkumem, pouze tentokrát díky vývoji technologií vybíral Pan Vrátný články již ne z agentury, ale z bezdrátové služby. Výzkum přinesl stejný výsledek. Pan Vrátný vybíral podle toho, co jemu samotnému přišlo pro čtenáře zajímavé³¹. Další výzkumy potvrzují následující: za jednu z hodnot, která ovlivňuje jednání gatekeepera, můžeme považovat *velikost novin*, neboť se zvětšující se velikosti novin bývá používáno méně agenturních zpráv³². Jedním z nejdůležitějších faktorů v procesu selekce není ani tak *hodnocení zpráv*, jako tlak na to, že *noviny musí vyjít*. Masová média jsou formální organizace, které *rutinně* zpracovávají *neočekávané události*. Faktory jako *časová tíseň* a *nedostatek místa* gatekeepera silně ovlivňují. Redaktor zpravodajství musí provést jistý selektivní výběr bez toho, aby měl všechny informace. Jeho rozhodnutí se řídí především zbývajícím časem do uzávěrky a přiděleným místem v tištěných novinách. Doba příchodu zprávy může mít podstatný vliv na to, jestli bude otisknuta nebo ne³³.

K podobným závěrům, avšak ne na práci jednotlivých redaktorů, ale na celé skupině, kterou považovali z hlediska výstupu za jednoho Vrátného, přišli badatelé Bruce Westley a Malcolm S. MacLean. Ti nebrali v potaz rozhodnutí jednotlivce, ale gatekeeping považovali za koordinovanou práci skupiny jednotlivých pracovníků, kteří společně působí jako jeden gatekeeper a postupují podle souboru pravidel. Podstatné je, že přesně jako ve Gieberové studii mohou být jednotliví redaktori kdykoliv *vyměněni* a jsou z hlediska výběru zpráv *nedůležití a nahraditelní*³⁴.

Whiteovu teorii dále navázal Abraham Z. Bass, který na Whiteově teorii jednoho zpracovatele zpráv postavil svoji studii několika gatekeeperů dvojího typu, *shromažďovatelé zpráv* a *zpracovatelé zpráv*. Na tomhle místě není na škodu připomenout jeho oponenta, Steva Chibnalla, který s termíny *shromažďovatelé zpráv* a *zpracovatelé zpráv* nesouhlasí. Tyto termíny podle něj naznačují, že zpráva existuje nezávisle na médiích, s čímž ze zásady nesouhlasí. Argumentuje, že nejdůležitější fáze

³¹ White, D., M. "The "gate keeper": A case study in the selection of news". Journalism Quarterly Shoemaker, Vos, 2009, s. 16

³² JONES 1961

³³ KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum. 1995. s. 117.

³⁴ SHOEMAKER, P. a T. VOS. *Gatekeeping theory*. New York: Routledge. Taylor & Francis, 2009.s.17.

gatekeepingu nastává u *novináře/reportéra*. Poté, co se od něj dostane zpráva k editorovi, jsou již nejdůležitější rozhodnutí učiněna. Tuhle studii doplňuje Oscar Gandy (1982) o *public relations gatekeeperů* (vrátní styku s veřejností), kteří mají za úlohu formulovat zprávy do podoby použitelné pro média a zvyšují tak pravděpodobnost, že tato informace bude vybrána³⁵.

³⁵ SHOEMAKER, P. a T. VOS. *Gatekeeping theory*. New York: Routledge. Taylor & Francis, 2009.s. 19

3. HISTORICKÝ BACKGROUND

3.1 Náčrt nedávné historie Bangladéše

Po odchodu Velké Británie z Indie v roce 1947 se stal Bangladéš součástí Východního Pákistánu, od kterého se po krvavé občanské válce odtrhl za výrazné pomoci Indie v roce 1971. Po desetiletích přebírání vlády vojenskými režimy proběhly v prosinci 2008 svobodné volby, které byly hodnoceny pozorovací misí v souladu s mezinárodními standardy. Volby vyhrála opoziční Lidová strana, která získala ústavní většinu. Směřování Bangladéše po demokratických volbách, které byly v roce 2008, je pod vedením Lidové strany považováno za pragmatické, sekulární a proindické a zahraničím hodnoceno pozitivně. Je to především díky růstu hrubého domácího produktu v průměru o 6 % meziročně. Vnitropolitický vývoj ale naznačuje spíše na rostoucí nespokojenost obyvatel s politikou vládnoucí strany, které se nedaří realizovat předvolební sliby týkající se pozemkové reformy, modernizace zemědělství a snižování chudoby. Velkým problémem se stávají stále častější demonstrace za zvýšení platů, zlepšení bezpečnostních podmínek na pracovišti, ale také náboženské střety mezi muslimy a křesťany.³⁶

3.2 Kolaps objektu Rana Plaza

Bangladéš zažil jednu z nejzávažnějších průmyslových katastrof v historii, kterou byl kolaps osmipatrové textilní továrny na okraji Dháky v dubnu 2013. V troskách budovy zemřelo 1138 lidí. Záchrané práce trvaly více než dva týdny. Celou situaci zhoršoval přihlížející dav lidí, který postupně přerostl v násilné demonstrace. V první dny se protesty nesly v duchu boje za urychlení záchraných prací, později demonstranti požadovali i trest smrti pro majitele budovy a pěti textilních továren, následoval požadavek na zvýšení minimální mzdy. V komplexu Rana Plaza sídlily kromě textilních továren i nákupní středisko nebo banka. Ráno, kdy se budova zřítíla, tedy 24.dubna 2013, se v budově objevily hluboké praskliny a statikem byla nařízená evakuace budovy. Výzvy uposlechla např. zde sídlící banka, ale dělníci z pěti textilních továren byli hrozbami

³⁶ *Souhrnná teritoriální informace: Bangladéš. [online]. [cit. 2014-04-10]. Dostupné z: services.czechtrade.cz/pdf/sti/banglades-2013-09-30.pdf*

nuceni vrátit se zpátky za šicí stroje. K pádu budovy, která byla postavená na nevhodné bažinaté půdě, se stavebním povolením na pět pater a třemi nelegálně dostavěnými patry, přispěly otřesy generátorů a šicích strojů.

Bangladéšská vláda přislíbila co nejrychlejší reformu textilního průmyslu, ve kterém je zaměstnáno přes 100 tisíc lidí ve více než 5 tisících továrnách po celé zemi. Vláda rovněž přislíbila navýšení minimální mzdy na 37 dolarů měsíčně. Dne 4. dubna 2013 proto uzavřela tripartita vláda – zaměstnavatelé – odbory klíčovou dohodu, která je v zásadě akčním plánem pro zlepšení podmínek v textilním průmyslu na další 3 roky. Prvním krokem bude zlepšení hygienických a bezpečnostních podmínek v textilním průmyslu prostřednictvím zajištění většího počtu inspektorů a zřízení tzv. „textilních vesniček“. Požadavky odborů a nátlak jak spotřebitelů, neziskových organizací, ale i vlády a odborových organizací na mezinárodní firmy kvůli zajištění lepších bezpečnostních standardů, anebo zvýšení minimální mzdy, můžou přivodit prodražení výroby v zemi a tudíž snížení konkurenceschopnosti bangladéšského textilu na mezinárodních trzích. Místo druhého největšího exportéra textilu po Číně mu mohou vyfouknout především Kambodža a Barma, které zažívají boom textilního průmyslu přesně tak, jako Bangladéš před několika lety.

3.3 Textilní průmysl v Bangldéši

Bangladéš má v současné době 162 milionů obyvatel a můžeme mluvit o jedné z nejlidnatějších krajín světa. Pro své ekonomické „partnery“ je ale Bangladéš spíš trhem s téměř 160 miliony obyvatel, jehož potenciál není prozatím ani zdaleka využíván. Od roku 1996 roste bangladéšská ekonomika rychlostí 5-6 % HDP ročně, a to i v době globální a ekonomické krize a přes politickou nestabilitu, špatnou infrastrukturu, korupci, nedostatečnou elektrifikaci země. Díky své otevřenosti má Bangladéš z obchodního hlediska potenciál zařadit se mezi 11 zemí, které budou v 21. století patřit mezi nejrychleji rostoucí ekonomiky světa. Zatím Bangladéš ale pořád patří mezi nejchudší světové země, kde přibližně 40 % obyvatel žije pod hranicí chudoby. Místní výrobky čelí tvrdší cenové konkurenci v zahraničí kvůli zrušení kvót na dovozy textilního zboží do vyspělých zemí a snižující se zahraniční pomoci. Vládě se podařilo zajistit pokračující

hospodářský růst a makroekonomickou stabilitu jenom díky politice cílených úvěrů do ohrožených odvětví, mezi které patří i malé a střední podniky v exportním odvětví. Největším strašákem ekonomiky je jednostranné zaměření přerůstající v závislost na textilním průmyslu, který představuje 60 % všech vývozu. Vláda v posledních letech stále více chápe nutnost diverzifikace, neboť Bangladéš je pod tlakem konkurence na pro něj nejdůležitějších vývozních trzích jako jsou USA a EU. Konkurentem jsou především jiní výrobci z Asie.

Velké oděvní společnosti v Evropě a Severní Americe ruší domovské závody a stěhují svoji výrobu právě do Jihovýchodní Asie. Mnozí se ptají, jak může být výhodné stěhovat suroviny přes půl zeměkoule a pak zpátky a ještě pořád vydělat. Kolik doopravdy stojí společnost triko, které si ve výprodeji koupíme za přibližně 300 Kč? Rozložit přesně cenu konfekčního oděvu podle podílu jednotlivých článků subdodavatelského řetězce je prakticky nemožné. Důvodem je netransparentní původ jednotlivých položek a rozdílné přístupy k jejich vyčíslení. Ve všeobecnosti ale můžeme říct, že 1-3 % konečné ceny tvoří mzda dělníka. Dalšími přibližně 17 % svou koupí přispějeme na zisk továrny, dopravu a zisk zprostředkovatele. Samotný materiál tvoří přibližně 20 % ceny a tudíž zbylých 60 % je marže prodejce, která zahrnuje především zisk a pokrývá veškeré náklady prodejce jako mzdy, nájem, energie, ale hlavně marketing.³⁷ Jak si kdo ustele, tak bude spát a na tom mít filipa není obecně nic špatného. Společnosti jako H&M, M&S, C&A nebo jiné Gap, Diesel, Tommy Hilfiger, ale i velké řetězce jako Tesco, Lidl, Ikea nebo Carrefour zkrátka dobře podchytily dobu a šly vydělávat na místa, kde se to vyplatí. Jediné procento marže ale není zdaleka všechno, co si s sebou bangladéšský dělník odnese domů.

3.4 Porušování lidských práv

Nízká mzda bangladéšského dělníka (nebo častěji dělnice) je, zdá se, nejmenším problémem. I nízký příjem je lepší než nic, navíc aspoň částečná finanční nezávislost žen, které v textilním průmyslu tvoří až 2/3 zaměstnanců, mění tradiční genderové rozdíly v rozvojových zemích. K nízké mzdě dostanou zaměstnanci přibalenou extrémně

³⁷ Prosím, sedřete nás z kůže. *Kde se šijí oděvy?* [online]. 2013 [cit. 2014-04-15]. Dostupné: http://www.nazemi.cz/sites/default/files/letak_prac_podminky_140x148_0.pdf

dlouhou pracovní dobu, běžně i 15 hodin denně sedm dní v týdnu, ale přesčasy se neproplácejí. Bezpečnost práce a pracoviště jsou na tom velice špatně. Dětská práce není výjimkou, nefungují odbory, zaměstnancům nenáleží žádné sociální jistoty jako důchod či nemocenská. Manažeři dílen omezují počty návštěv toalet a každý den hrozí sexuální zneužívání nebo šikana. Kvůli nadměrné docházce se falšují pracovní výkazy, při auditech se zkreslují data – pomíneme-li fakt, že audity jsou dostatečně dopředu hlášené.³⁸ To je to, co se děje na Východě. Na Západě si oděvní firmy nechávají nové modely oblečení navrhovat na základě analýzy trhu a sledování módních trendů. Řídí ale především marketing výsledného textilního produktu, který stojí více než materiál, mzda a dovoz konečného výrobku. Samotnou výrobu oděvní firmy zadávají subdodavatelům, protože ti přebírají veškerou zodpovědnost za realizaci zakázky: včasné dokončení, kvalitu a zajištění zaměstnanců. Pro rozvojové státy je hlavní konkurenční výhodou levná pracovní síla ve spojení se slabou vynutitelností pracovního práva.³⁹ Pro firmy je to především minimalizace nákladů na výrobu a maximalizace zisku. Obrovský ekonomický potenciál související s textilní výrobou způsobil velký zájem rozvojových zemí o získání zakázek z tohto odvětví. Textilní průmysl je specifický tím, že je velmi nenáročný na technologie a nevyžaduje kvalifikovanou pracovní sílu. Dnes fungují textilní továrny po celém světě a pro odběratele je snadné vybírat si. Důsledkem je, že továrny nemají žádnou jistotu v odběru zboží. Jsou nuceny konkurovat svým krajanům i dalším továrnám – cenou, termíny i kvalitou.⁴⁰

Jak píše kanadská lidskoprávní spisovatelka Naomi Klein ve své knize *Bez loga*, vše začalo před pár lety, kdy si velké oděvní společnosti uvědomily, že kvalita produktu je věc jedna, ale značka, nebo lépe řečeno image, je věc druhá. „Produkty jsou vyráběny

³⁸ Ušili to na nás. *Pokud je někde přebytek, zajisté bude jinde nedostatek* [online]. 2011 [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: <http://www.nazemi.cz/sites/default/files/usili-to-na-nas.pdf>

³⁹ Ušili to na nás. *Proč firmy vyrábějí v rozvojových zemích?* [online]. 2011 [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: <http://www.nazemi.cz/sites/default/files/usili-to-na-nas.pdf>

⁴⁰ Prosím, sedřete nás z kůže. *Nejčastější problémy pracijících v továrnách* [online]. 2013 [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: http://www.nazemi.cz/sites/default/files/letak_prac_podminky_140x148_0.pdf

v továrně," říká Walter Landor, předseda představenstva reklamní agentury Landor, „ale značky jsou vytvářeny v mysli." A mysle, ty jsou v Evropě a USA.⁴¹

Jestliže má být podnik efektivní, lze na veškeré výdaje - materiál, zpracování, režii a propagaci značky – vynaložit pouze omezené množství finančních prostředků, aby maloobchodní ceny nevystřelily moc vysoko. Pak přichází na řadu otázka priorit. Hector Liang, bývalý předseda představenstva společnosti United Biscuits, to vysvětluje takto: „Stroje se opotřebovávají. Automobily rezivějí. Lidé umírají. Co zůstává, jsou značky." Podle této logiky by korporace neměly vynakládat své omezené zdroje na továrny, které budou vyžadovat údržbu, na stroje, jež zkorodují, ani na zaměstnance, kteří docela jistě zestárnou a zemřou. Namísto toho by měly tyto prostředky soustředit na tvorbu pomyslných cihel a malty, z nichž budují své značky. To znamená na sponzoring, obaly, expanzi a reklamu...⁴²

⁴¹KLEIN, N. *Bez Loga*. New York: Macmillan, 2002, s. 197. ISBN 9781429956499.

⁴²KLEIN, N. *Bez Loga*. New York: Macmillan, 2002, s. 245. ISBN 9781429956499.

4. METODOLOGIE

4.1. Cíl výzkumu

Český tisk, především jeho internetové zpravodajské portály, věnoval informování o pádu textilní továrny na předměstí Dháky určité množství prostoru. Cílem práce je popsat rozdíly ve způsobu informování seriózního tisku a jeho internetových zpravodajských portálů. Psali novináři pouze o zvyšujících se počtech mrtvých, nebo pochopili svoji úlohu coby nastolovačů agendy? Chopili se čeští novináři prostoru, který jim takhle tragická událost poskytla, a začali psát o alarmujících podmínkách v textilním průmyslu v Asii, které se týkají i nás? Cílem výzkumu je odpovědět na tuto otázku: **Jak vybrané deníky a internetové zpravodajské portály informovaly o porušování lidských práv v textilním průmyslu před a po zřícení textilní továrny v Dháce v roce 2013?**

Abych byla schopna na danou otázku co nejkomplexněji odpovědět, určila jsem si několik okruhů, na které jsem v každém rozebíraném článku hledala odpověď.

- 1) Zdroje:** na základě zdrojů můžeme aspoň částečně pochopit, jak jednotlivé zahraniční redakce pracují, jestli používají jenom české zpravodajské agentury (ČTK), nebo pracují i se zahraničními zdroji. Kvůli malému kolektivu novinářů věnujícím se zahraničním událostem a dlouhodobému nedostatku financí předpokládám, že novináři budou využívat především dostupné zdroje, jako například ČTK nebo internetové portály zahraničních médií jako BBC nebo CNN.
- 2) Rozsah:** počet znaků může být jedním z důležitých ukazatelů toho, jakou hodnotu důležitosti médium dané události přisuzuje. Články o popisované události se pohybovaly v rozpětí od přibližně 500 znaků, což je v podstatě delší perex, až po články čítající víc než 10 tisíc znaků. Předpokládám ale, že naprostá většina článků bude mít průměrný rozsah kolem 2000 znaků.

- 3) Respondent:** v této části analýzy mě zajímalo, jestli média uváděla citace a pokud ano, jaký charakter měla. Zaměřím se především na označení osoby, její povolání a zda médium uvádělo celé jméno respondenta. Domnívám se, že celá jména budou citována u vysokých politických představitelů Bangladéše nebo lidí z nevládních organizací a politiků ze západu, kdežto místní lidé jako oběti a dělníci budou označováni pouze obecnými názvy povolání bez jmen. A to i v případě, že budou uváděny jejich přímé citace.
- 4) Informace o předešlých katastrofách:** protože požárů, kolapsů či protestů v textilním průmyslu bylo mnoho, zajímalo mě, jestli o nich média informovala a připomenula je. Vzhledem k počtu těchto incidentů předpokládám, že ty největší z nich budou zmíněny.
- 5) Textilní průmysl:** informoval článek o povaze textilního průmyslu v Bangladéši? Kolik lidí je zaměstnáno v tomto odvětví, jaký má obrat, jaké tam vládnou podmínky, jaká je minimální mzda, mohou dělníci zakládat odbory, vozí se bangladéšský textil i do ČR? O všem by seriózní tisk měl své čtenáře informovat. Domnívám se, že zpočátku se tisk a web budou upínat jen na informování o katastrofě. V momentě, kdy nebudou k dispozici aktuální informace, budou je média doplňovat tzv. reáliemi o Bangladéši a textilním průmyslu.
- 6) Změny:** o špatných podmínkách v textilním průmyslu se už v minulosti několikrát psalo a existuje mnoho lidskoprávních nevládních organizací, které se už léta snaží na onu problematiku upozornit. Jenže tak rozsáhlá katastrofa šokovala svět a donutila velké nadnárodní korporace k určitým opatřením. Informovaly o nich média? Sledovala vývoj od začátků až do naplnění cílů? Předpokládám, že vzhledem k tomu, že se jedná o něco, co se řešilo na našem kontinentu a ne v Bangladéši, mohla by mít média více informací a větší zájem o změny, ke kterým katastrofa vedla.
- 7) Módní značky:** Evropu a Severní Ameriku v posledních letech zaplavila vlna tzv. „fast fashion“, oděvů, které podléhají každoročním módním trendům a vyznačují se nízkou kvalitou a krátkou životností. To je důvod, proč i u nás můžeme u

některých řetězců koupit trika řádově kolem stovky korun. Informovaly média o tom, které značky šily i v objektu Rana Plaza a které z nich najdeme i u nás? A co český průmysl, šije některá z českých firem v Bangladéši? Předpokládám, že této problematice se média věnovala až v době, kdy počet obětí dosahoval opravdu vysokých čísel a začalo se mluvit o největší textilní katastrofě všech dob.

8) Autor článku: z hlediska nastolování agendy a gatekeepingu mě zajímalo především, jestli se některá jména autorů opakují. Pokud ano, tak zkusit najít odpověď, proč tomu tak je. Předpokládám, že některá jména se budou opakovat, ale domnívám se, že to nebude kvůli tomu, že daná osoba je gatekeeper, ale protože v rámci redakcí se lidé ještě dále dělí na oblasti zájmu jako např. Evropa, Afrika, Asie, Blízký Východ atd, co je předurčuje zajímat se o jednu oblast a psát o ní.

9) Kreativita: novináři mají dnes hodně způsobů, jak dělat zajímavou žurnalistiku. Především web není omezený počtem znaků, takže si novináři mohou dovolit zapracovat i na rozsáhlejší projekt nebo využít multimediální prostor k tvorbě fotogalerií či přidávat videa. Ale byli novináři kreativní, co se týče textu? Využívali i jiné žánry než zprávu, kupříkladu rozhovor, komentář nebo reportáž? Vzhledem na rozsah a velikost katastrofy předpokládám, že museli o události psát atraktivně, aby to čtenáře stále nutilo číst, tedy ne jen suše navyšovat počty obětí.

4.2 Vzorek

Pro rozbor jsem si vybrala všechny tzv. denní seriózní média, tudíž *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladou Frontu DNES* a *Právo* a jejich internetové zpravodajské servery *iHNed.cz*, *lidovky.cz*, *iDnes.cz* a *novinky.cz*. První část analýzy se zaměří na samotnou katastrofu z 24. dubna 2013 a celý následující rok, druhá část se zaměří na období od roku 2005, kdy již plně fungují všechny výše uvedené zpravodajské servery.

Pracovala jsem především s databázemi Newton media SEARCH a ANOpres. Během první části obsahové analýzy jsem postupovala tak, že do rozšířeného vyhledávání jsem

v každém jednotlivém periodiku samostatně vyhledávala pouze výraz “Bangladěš“ ve všech pádech. Jako příklad uvedu *a) pro tištěná média*: Hospodářské noviny, kde po zadání klíčového slova Bangladěš v období od 24. dubna 2013 do 23. dubna 2014 našlo 40 článků, 8 z nich bylo pro moji bakalářskou práci relevantních, jelikož psaly o kolapsu bangladéšské textilní továrny. To znamená, že 20 % všech článků, ve kterých se za poslední rok zmínilo slovo „Bangladěš“, bylo spojeno s pádem textilní továrny na předměstí Dháky. *B) u internetových médií* byla tato bilance ještě vyšší a třeba na serveru lidovky.cz se v 44 člancích, ve kterých se aspoň jednou objevilo slovo Bangladěš, věnovalo pádu budovy v Dháce 19 z nich, což představuje víc než 40 %. Úspěšnost u všech ostatních zpravodajských serverů byla téměř totožná.⁴³

4.3 Metoda

Tradiční oblasti výzkumu vyplývají ze známé formule Harolda Lasswella, který řekl, že pokud chceme poznat komunikaci, musíme umět zodpovědět otázku: *Kdo říká co, jakým kanálem, komu a s jakým účinkem.*⁴⁴ Z této formule vyplývají tři základní oblasti výzkumu mediální komunikace: *Kdo* představuje první oblast výzkumu – *podavatele* – tedy mediální organizace. *Říká co* se týká sdělení jakožto jádra komunikace – tedy mediální sdělení. Třetí tradiční oblast výzkumu představuje závěr Laswellovy věty – *komu a s jakým účinkem* – tedy mediální příjemce a účinky na ně.⁴⁵

⁴³ Metodu vyhledání článku pro druhou část mojí obsahové analýzy jsem zanechala totožnou. Vyhledávala jsem všechny spojení Bangladěš a textil ve všech pádech. Z analýzy jsem vyřadila náhodné spojení Bangladěše s textilem, které neodpovídá tématu mojí bakalářské práce, například informace o exportu textilu, kde se ale tématu věnovali především z ekonomického hlediska a nemělo to žádnou spojitost s lidskými právy nebo bezpečností a články celkově orientované na české prostředí. Takhle jsem vyloučila přibližně 2/3 až 3/4 článků v závislosti na médiu.

⁴⁴Lasswell, 1948.

⁴⁵ VOJTĚCHOVSKÁ, M. a T. TRAMPOTA. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 16. ISBN 978-80-7367-683-4.

Pro rozlišení metod výzkumu médií využiju tradiční dělení na kvantitativní a kvalitativní metody. Každý přístup má jinou představu o možnostech poznávání skutečnosti.

Kvantitativní metody vcházejí z otázky *Kolik?* a charakteristická je pro ně vysoká míra standardizace. Výzkum je zaměřený na měření proměnných nebo jiných kategorií, které si určíme. Jednou z jeho výhod je využívání statistiky a číselných údajů, které vedou k větší přesnosti a tudíž k větší přesvědčivosti výsledků.⁴⁶ Velkou výhodou tohoto typu výzkumu je jeho přesnost a opakovatelnost. Umožňuje provádět komparativní výzkumy různých mediálních krajin, případně replikovat starší výzkum s odstupem několika let a odhalovat tak vývojové trendy zkoumaných jevů. Určitou nevýhodou může být to, že se zaměřují na kvantifikace pouze některých prvků. Prvky, které kvantifikovat nelze, mohou být v určitých případech významnější než ty měřené.

Kvalitativní metody si kladou otázku *Jak?* Charakteristickým prvkem těchto metod je, že nejsou standardizované. Interakce výzkumníka a zkoumaného má odlišnou podobu a unikátní průběh. Výhodou je, že výzkumník musí jít do hloubky. V případě vyskytnutí neočekávaných informací je sběr dat otevřenější, protože není zatížen znalostí před samotným sběrem dat. Umožňuje to větší otevřenost vůči novým podnětům. Kvalitativní výzkum bývá někdy označován jako konstruktivistický, naturalistický, interpretativní nebo reflexní. Nevýhodou je, že touto metodou můžeme zpracovat pouze menší vzorek. Problematická může být také subjektivita a reliabilita výzkumu. Kvalitativní metoda patří mezi interpretativní metody, které se staly alternativou ke kvantitativnímu výzkumu.⁴⁷

⁴⁶ WIMMER, R.D., DOMINICK, J.R. *Mass media research. An introduction*. Thomas Wadsworth. 2006, str. 56.

⁴⁷ VOJTĚCHOVSKÁ, M. a T. TRAMPOTA. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 19. ISBN 978-80-7367-683-4.

5. ANALÝZA: mediální obraz textilního průmyslu v Bangladéši dubnu 2013

Zřícení textilní továrny v Dháce v dubnu 2013

V českých seriózních médiích a jejich internetových mutacích se problematikou zřícené bangladéšské továrny v období od 24.4.2013 do 23.4.2014 věnovalo 97 článků přičemž 72 se jich objevilo na webu a pouze 25 v tištěných médiích. Zprávy bychom obecně mohli považovat za odlišné. Článků, které se v některém z analyzovaných deníků objevily zároveň v jeho tištěné verzi i na webu, nebylo mnoho. Našla jsem pouze dva exempláře, komentář Jiřího Štického „*Na levnějším oblečení z Asie vyděláváme, ale není to zadarmo*“ vydala totožně Mladá Fronta DNES a iDnes.cz, článek „*Devatenáct hodin v práci za 60 korun. Tak se šije v Bangladéši i pro Lidl*“ vydal na svých stránkách jak iDnes.cz, tak lidovky.cz. K doslovnému kopírování článků sice nedocházelo, ale opakování námětů je kvůli nedostatku informací a informačních zdrojů časté.

Kdy se objevila první zpráva? Jako první se zpráva se objevila na českém webu ráno 24. dubna 2013 již kolem desáté hodiny. Kvůli následným aktualizacím, které jsou na internetových portálech časté a proběhly kolem 18 hodiny, není možné zcela přesně určit, která internetová mutace byla nejrychlejší.

V první zprávě se všechny servery odvolávaly pouze na stejné zdroje. Jediný portál novinky.cz kromě České tiskové kanceláře (ČTK) a Reuters ve své první zprávě cituje i agentury Associated Press (AP) a Agence France-Presse (APF). Opět ale není možné zjistit, zda byly tyto informace dodány až po aktualizaci, nebo už při prvním publikování. Všechny články na webu doprovázelo totožné video ruchu ulice kolem zřícené budovy. Video je od agentury Reuters a je bez komentáře. Materiály na serverech iDnes a lidovky doprovázely i fotogalerie. U lidovek galerie čítala pouze pět fotek, u iDnesu byla rozsáhlejší, fotek bylo jedenáct a měly delší popisky.

U tištěných médií byl počáteční i další vývoj jiný. Informaci o pádu budovy hned na druhý den přetiskly pouze Lidové noviny, v krátké, cca 500znakové zprávě o tom, co,

kde, kdy a kolik. Zpráva obsahovala informaci o „více než sto mrtvých“ a fakt, že budova obsahovala nejen textilní dílny, ale i nákupní středisko. Mladá Fronta DNES a Hospodářské noviny zařadily událost do svého zpravodajství až dva dny poté, tj. v době, kdy bilance mrtvých překročila hranici 200. Právo se rozhodlo informovat o neštěstí až téměř po týdnu od jejího počátku, 30. dubna 2013, v době, kdy se v médiích objevila zpráva o téměř čtyřech stovkách mrtvých a firmě Benetton, jejíž visáčky se v troskách našly a tudíž tam pravděpodobně šila.

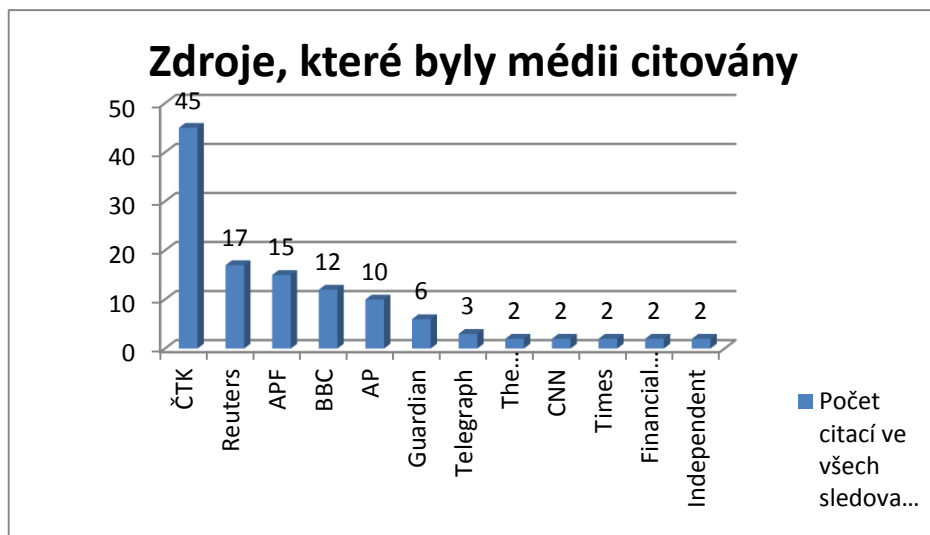
5.1 Zdroje

Svou domněnku, že zahraniční redakce českých seriózních deníků častokrát pouze přebírají zpravodajství ČTK, zakládám na své mediální praxi. Také u této události lze zmíněný trend vysledovat. Hned v prvním článku každého internetového portálu se nachází ty samé citace toho samého respondenta, kterého všichni nazvali „jedním z místních obyvatel“. Ten řekl: "vypadá to, jako kdyby nás zasáhlo zemětřesení."⁴⁸ Dále ve všech článcích, které jsem analyzovala, se nacházejí zjevně přebrané slovní obraty. Jako příklad uvedu výmluvné: „budova se podle záchranářů *složila jako domeček z karet*“.⁴⁹ První články, které vyšly na webu, obsahovaly připomenutí, že poslední velkou a tragickou událostí v textilním průmyslu byl požár v listopadu 2012, při kterém uhořelo 112 dělníků. V prvních článcích nepsal ani jeden server žádná fakta o bangladéšském průmyslu, nezmínily se ani o porušování lidských práv. Nehoda rovněž nebyla připisována nevhodným bezpečnostním podmínkám panující v zemi. Zatím nikdo nepsal ani o společnostech, které si nechávají šít oblečení v Bangladéši. Z informačního hlediska se tedy první články liší minimálně a spíše jen slovní formulací stejných myšlenek. Měřitelné jsou pouze počty obětí. Zatímco na novinky.cz se psalo o 86 mrtvých, na portálech iHNed a lidovky se objevila informace o 96 a iDnes psal rovnou „více než sto“.

⁴⁸ MÁNERT, O. V Bangladéši spadl osmipodlažní dům, v troskách zemřely desítky lidí. [online]. [cit. 2014-04-11]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/kolaps-budovy-v-bangladesskem-meste-dhaka-fgi-zahranicni.aspx?c=A130424_103831_zahranicni_ert

⁴⁹ V Bangladéši se zřítily osmipodlažní budova. Zahynuly desítky lidí, 700 utrpělo zranění. [online]. [cit. 2014-04-11]. Dostupné z: <http://zpravy.ihted.cz/c1-59753300-v-bangladesi-se-zritila-osmipodlazni-budova-zahynuly-desitky-lidi-700-utrpele-zraneni>

Abych to uvedla v číslech: jako svůj přímý zdroj uvedlo ČTK 45 z 96 analyzovaných článků, tj. 46%, čímž tento český zdroj daleko předčil všechny ostatní agentury. Na druhé místo se dostala agentura Reuters ze 17 odkazy a 18% zastoupením, ale také byly hojně využívány její videa a fotografie téměř výlučně. Do další kategorie bych zařadila agentury APF, BBC, AP, které se pohybovaly na škále od 15 do 10 citací (16 %-10 %), dále Guardian ze 6 citacemi (6 %), Daily Telegraph ze 3 citacemi (3 %), The Independent, The Times and Financial Times byly citovány každá pouze dvakrát (2 %) a odkazy na Daily Star, Huffington Post, Daily Mail, DPA a The Economist se objevily jednou (1 %). Pouze jedenkrát byla také citována největší lidskoprávní organizace, zabývající se porušováním lidských práv v jednotlivých zemích – Human Rights Watch. Je to docela překvapivé, protože web hrw.org byl poměrně komplexní a svá zjištění aktualizoval průběžně.



n=96

Informování o obětech: U internetových zpravodajských serverů bylo nahánění za počty patrné především v začátcích a na konci. Všechna čtyři internetová média se nebála informovat o nezaokrouhlených částkách až do číslice 600, pak příspěvky přidávala vždy,

když bilance překročila novou stovku: 600, více než 700, více než 800, více než 900, více než 1000 se objevilo u všech sledovaných internetových portálů. Ke konci, když se bilance opět začala srovnávat, se vracela k přesným číslicím. I když je oficiální počet mrtvých 1138⁵⁰, naše internetová média se zastavila u čísla 1127 obětí, iHNed.cz a lidovky.cz. O číslu 1129 obětí informovaly iDnes.cz a novinky.cz.

5.2 Rozsah

Počet znaků a celkový rozsah je velice důležitým ukazatelem toho, jakou důležitost daná redakce události připisuje. Ještě důležitější je to u tištěných médií, kde je prostor opravdu omezený a proto je potřeba se o něj doslova poprat. Zvláště zahraničním redakcím prostoru v poslední době ubývá na úkor reklamního sdělení. Zajímavým, leč smutným faktem, ale dobře reflektujícím současnou realitu zahraničních redakcí, je např. odsunutí zahraniční rubriky v Mladé frontě DNES až do druhého listu nebo sloučení zahraničních redakcí MFD, lidovek a iDnes do jedné redakce. Na zmenšující se prostor poukazuje i délka článků, v Hospodářských novinách informovali o tragédii v Dháce ze začátku pouze v sekci „Briefing“. Jednalo se o jedno- nebo dvouvěťé krátké sdělení, co se stalo ve světě. Jako příklad uvedu článek „Bangladéš“, který měl pouze 259 znaků.⁵¹ Prostorem nemrhali ani v Lidových novinách: 7 z 9 článků mělo kolem 1000 znaků.

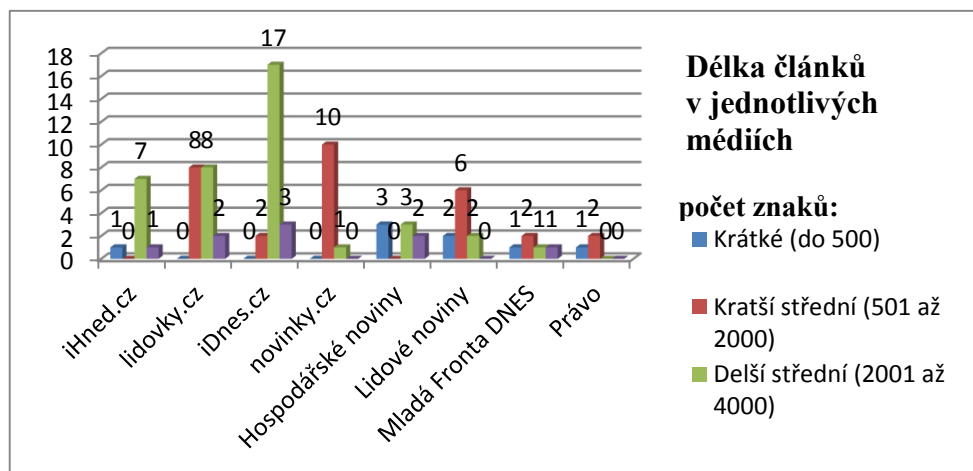
Jinak tomu může být na webu, který nemá nijak omezený znakový prostor. Možná právě proto se zde objevil nejdelší z analyzovaných vzorků. Jednalo se o reportáž dvou cestovatelů, kteří v době kolapsu cestovali po Bangladéši a rozhodli se Dháku navštívit. Reportáž se jmenovala „Levný textil pro celý svět. Ve zřícené továrně v Dháce se šilo i pro Čechy“ a měla 10 336 znaků⁵². Kvůli většímu počtu článků z webu vyhrály statistiku delší středně dlouhé články v rozpětí od 2000 do 4000 znaků, kterých bylo 32. Jenom o dva méně, tedy 30, bylo znakově o něco kratších, středně dlouhých článků v rozmezí o

⁵⁰ BUTLER, S. Bangladeshi factory deaths spark action among high-street clothing chains. [online]. [cit. 2014-04-11]. Dostupné z: <http://www.theguardian.com/world/2013/jun/23/rana-plaza-factory-disaster-bangladesh-primark>

⁵¹ BRIEFING: Bangladéš, 26.4.2013, Hospodářské noviny

⁵² HRBATA, Z. a E. VLČKOVÁ. Levný textil pro celý svět. ve zřícené továrně v Dháce se šilo i pro Čechy. [online]. [cit. 2014-04-11]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/jak-vypadaji-textilni-tovarny-v-bangladesi-fkj-/zahranicni.aspx?c=A130505_142403_domaci_jav

500 do 2000 znaků. Krátkých článku pod 500 znaků bylo 7 a dlouhých nad 4000 znaků bylo 8.



n=96

5.3 Respondent

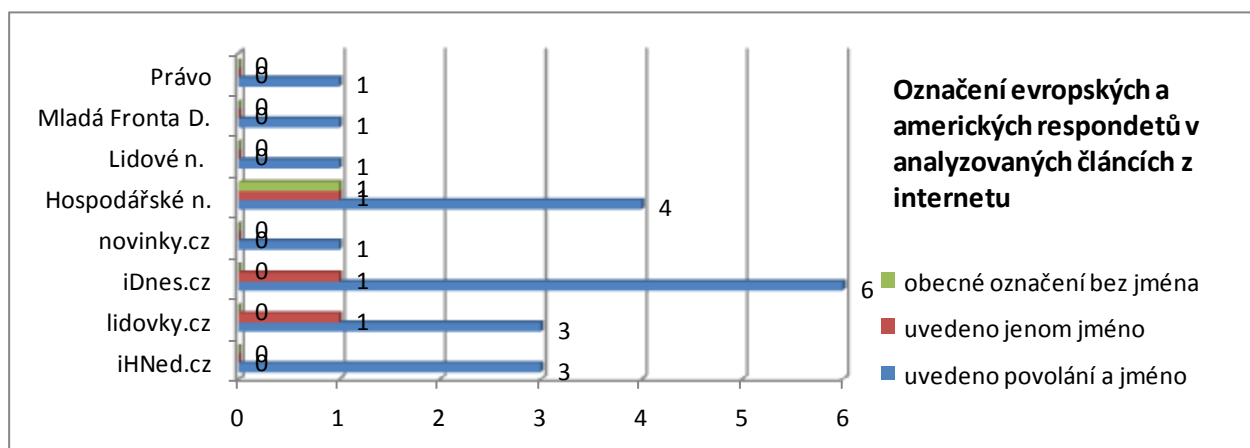
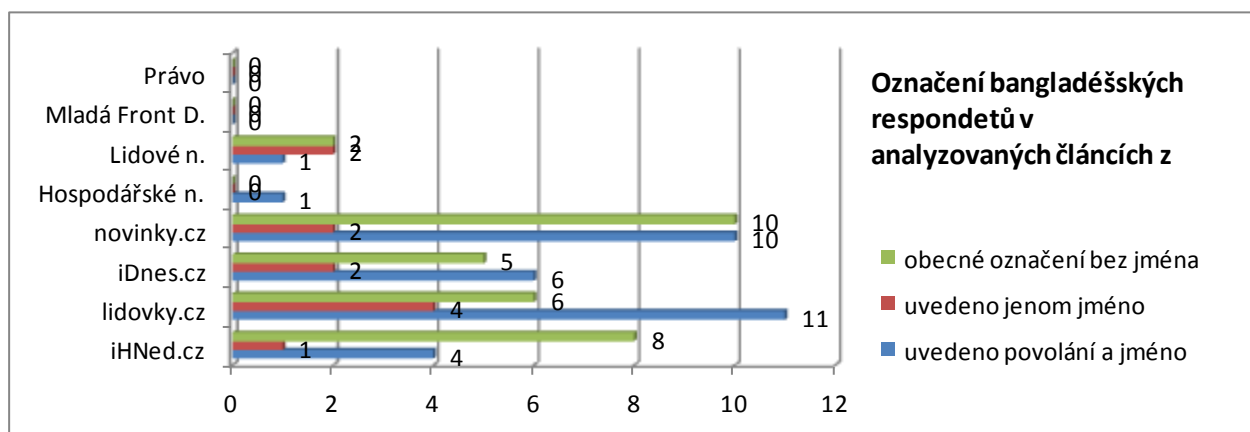
Tisíc obětí někde v Bangladéši nezasáhne člověka žijícího v Čechách jako smrt souseda. To je klasický model fungování médií na základě blízkosti události. Co je vzdálenější a cizí, není pro nás tak atraktivní. Svůj respekt k obyvatelům dané země média často a nevědomky dají najevo i tím, jak pojmenovávají její obyvatele. Po kolapsu komplexu Rana Plaza se v médiích objevovali citace zobecněných respondentů jako „jeden z místních dělníků“.⁵³ Nebo média uváděla pouze povolání osob „jeden z hasičů pomáhající vyprošťovat mrtvé“.⁵⁴ U vyšších představitelů a politiků jména uváděla, ale samozřejmě bychom našli i výjimku. Například iDnes citoval „bangladéšského ministra průmyslu“ nebo dokonce „předsedkyni vlády“ bez toho, aby jejich jména uvedl. Častým

⁵³ ČTK. V Bangladéši se zřítla osmipodlažní budova. Zahynuly desítky lidí, 700 utrpělo zranění. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: <http://zpravy.ihned.cz/c1-59753300-v-bangladesi-se-zritila-osmipodlazni-budova-zahynuly-desitky-lidi-700-utrpeo-zraneni>

⁵⁴ PAF. Benetton a spol. pod tlakem. Zákazníci firem, které šijí v Bangladéši, protestují. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/zpravodajstvi-svet/c1-59821680-vyrobcu-obleceni-v-bangladesi-jsou-pod-palbou-kritiky>

zvykem je také nazvat respondenta jeho jménem, ne příjmením, což by normálně nebylo přípustné, viz „Baku, nejstarší pracovník továrny“.⁵⁵

Absolutně opačný trend sledujeme, když se dějiště události přesune na starý kontinent nebo do Severní Ameriky. Tehdy je u respondentů vždy uváděno jak povolání, tak celé jméno. Absolutně vyšperkované jsou především názvy povolání mluvčích obchodních řetězců. Jako příklad uvedu „vedoucí oddělení udržitelnosti společnosti H&M Helena Helmerssová“⁵⁶ nebo „ředitele oddělení pro média společnosti Tesco, Kevina Grace“.⁵⁷



n1=75

n2=24

⁵⁵JAV. Jak vypadají textilní továrny v Bangladéši. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z:

http://zpravy.idnes.cz/jak-vypadaji-textilni-tovarny-v-bangladesi-fkj-zahranicni.aspx?c=A130505_142403_domaci_jav

⁵⁶MÁNERT. O. Prodejci oděvů zpytují svědomí. Do Bangladéše napumpují miliony. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/prodejci-textilu-a-banglades-dgs-zahranicni.aspx?c=A130514_121435_zahranicni_ert

⁵⁷ Viz tamtéž.

5.4 Předešlé katastrofy

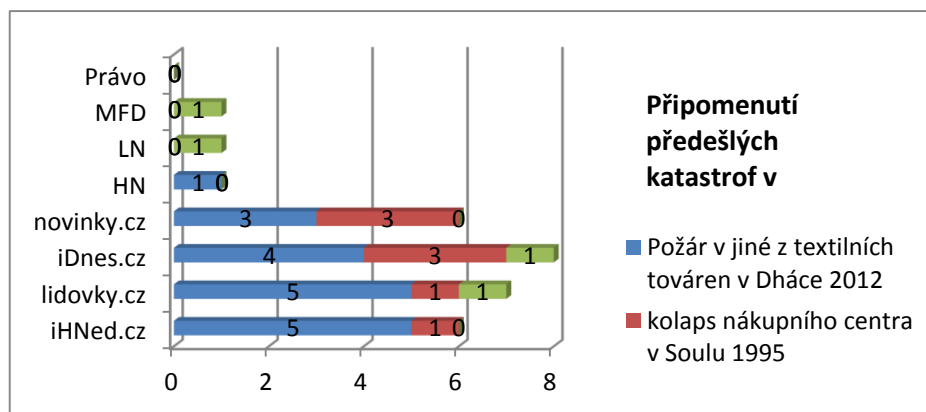
Kolaps budovy, ve které se nacházela textilní továrna, není první katastrofou v bangladéšské historii. Kvůli nízkým bezpečnostním opatřením a vidině zisku dochází k několika desítkám větších nebo menších úrazů a katastrof ročně, jako byl například požár v roce 2012 při kterém zahynulo 112 osob a byl vodítkem k zavedení volných únikových ú z budov, ve kterých se pracuje. Pravidelně také dochází k protestům nebo bojkotům. Ne všem se ale dostane mediální pozornosti. Při kolapsu továrny Rana Plaza mohla média tohoto prostoru využít a některé z katastrof shrnout. Z celkového počtu 96 článků se o některé předešlé katastrofě zmínilo 30 z nich. Nejúspěšnější byly opět webové zpravodajské portály, první místo drží iHNed.cz, který předešlou katastrofu připomněl v 6 z 9 článků, tedy v 66 %. Další příčky patří iDnesu a lidovkám, na posledním místě jsou novinky.

Bohužel připomenutí katastrof nebylo kreativní a po prostudování naprosté většiny článků to vypadá, že se snad v bangladéšském textilním průmyslu udál jenom požár v listopadu 2012, při kterém zahynulo 112 osob.⁵⁸ Připomenutý byl v 18 případech. Přitom za posledních pět let v Bangladéši při požárech v textilních provozech zemřelo nejméně 500 lidí.⁵⁹ Dále totiž média připomínají jenom podobnou katastrofu, a to druhou nejhorší katastrofou tohoto druhu v novodobých dějinách lidstva, kterou je zhroucení pětioschodového obchodního domu v jihokorejském Soulu v roce 1995. V troskách tehdy zahynulo 501 lidí a dalších 937 utrpělo zranění. O této události se média zmínila v 8 případech. Za pozornost stojí také připomenutí „požáru v newyorské oděvní společnosti Triangle Waist Company v roce 1911, kdy uhořelo téměř sto padesát mladých šiček, imigrantek pracujících i na tehdejší dobu v hrozném prostředí a za minimální odměnu. Jedna z největších průmyslových tragédií v USA tehdy odstartovala řadu

⁵⁸NEVYHOŠTĚNÝ, M. Z Bangladéše proudí do Česka textil za miliardy, dělníci přitom živoří. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/z-bangladese-proudi-do-ceska-textil-za-miliardy-delnici-pritom-zivori-1kk-/firmy-trhy.aspx?c=A130510_164929_firmy-trhy_mev

⁵⁹Viz tamtéž.

pracovních a bezpečnostních zlepšení v továrnách jako např. hasicí přístroje na pracovišti či omezení práce dětí“.⁶⁰



n=30

5.5 Textilní průmysl v Bangladéši

V médiích se začaly rozebírat charakteristiky textilního průmyslu nikoli hned v prvních člancích, ale o něco později. První neucelenou informaci o bangladéšském textilním průmyslu podal server iHned.cz 26. dubna 2013, na konci zprávy je doplňující informace: „Bangladéš je druhým největším vývozcem oblečení na světě, přičemž 60 procent exportu jde do Evropy, 23 procent do USA a pět procent do Kanady.“⁶¹ Obecně bychom mohli říct, že informování o tomto odvětví se neslo ve znamení tzv. „silné trojky“, jak jsem si to pracovně nazvala. Všechny informace se točily kolem toho, že Bangladéš je po Číně druhým největším vývozcem textilu, zaměstnává 40 % práceschopné populace, což jsou 4 miliony obyvatel Bangladéše, každoročně se postará o 80 % exportu a často bylo upřesněno, že až 60 % tohoto exportu putuje do Evropy, kolem

⁶⁰ŠTICKÝ, J. KOMENTÁŘ: Na levnějším oblečení z Asie vyděláváme, ale není to zadarmo. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/komentar-na-levnejsim-obleceni-z-asie-vydela-vame-ale-neni-to-zadarmo-11x-/eko-zahranicni.aspx?c=A130509_1926144_eko-zahranicni_spi

⁶¹ ČTK. Záchranáři v troskách zřícené budovy v Dháce našli živé. Ve městě se demonstruje. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: <http://zpravy.ihned.cz/c1-59770550-zachranari-v-troskach-zricene-budovy-v-dhace-nasli-zive-ve-meste-se-demonstruje>

20 % do USA a přibližně 5 % jde do Kanady. Textilní průmysl každoročně zajišťuje zemi obrat kolem 20 miliard dolarů (15,6–20 miliard, záleží na zdroji). Rozhodně se jedná o potřebné informace, opakovaní je matka moudrosti, ale věřím, že kdyby novináři chtěli, mohli přijít i s nějakou nadstavbou. Dvakrát se vyskytla informace, že „Organizace Human Rights Watch upozornila, že bangladéšské ministerstvo práce má jen 18 inspektorů, kteří musejí kontrolovat tisíce textilních dílen, které sídlí především na dháckém předměstí,⁶² nebo že „drahé tričko není ani v nejmenším zárukou toho, že za něj dělník dostal více peněz, než za tričko prodávané v Praze o polovinu levněji,⁶³ nebo přenesení odpovědnosti i na české spotřebitele skrze uvědomění si role v tomto řetězci. Bylo to většinou stylem „podle údajů Českého statistického úřadu byl z Bangladéše dovezen v roce 2012 textil a obuv za víc jak 3,5 miliardy korun.“⁶⁴ Zajímavou byla také informace o sdělení bangladéšské vlády, která poukazovala na to silnou propojenost jmen velkých světových značek a úroveň života v zemi: „vláda Bangladéše v sobotu zopakovala výzvy směrem k Evropské unii, aby v reakci na kolaps místní textilní továrny *neprijímala* přísná opatření vůči bangladéšskému oděvnímu průmyslu.“⁶⁵ Vláda Bangladéše si uvědomuje, že pokud Evropská unie či jiní kupci zavedli příliš tvrdé obchodní podmínky vůči Bangladéši, poškodilo by to celou ekonomiku země a miliony lidí by přišly o práci. Na velkou roli textilního průmyslu v budoucnosti Bangladéše upozorňuje také ředitel neziskové organizace Na zemi v rozhovoru pro iDnes, kde se vyjádřil, že úroveň podmínek a dodržování práv v bangladéšských textilkách nestojí na místních, nýbrž na velkých korporacích, jejichž vyjednávací síla je neskutečná: „velcí hráči na trhu vlastně určují naprosto všechno - nákupní podmínky, ceny... Jsou v současnosti silnější než jednotlivé státy.“⁶⁶ Jiří Štický v komentáři pro iDnes ale říká, že

⁶²Viz tamtéž.

⁶³TYT. Neprůhledná móda: Zjistit "rodokmen" běžného trička z Bangladéše je detektivní práce. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: <http://zpravy.ihned.cz/c1-59846370-nepruhledna-moda-zjistit-rodokmen-bezneho-tricka-z-bangladese-je-detektivni-prace>

⁶⁴NEVYHOŠTĚNÝ, M. Tam kde šijeme jsou podmínky špičkové. Hájí české firmy výrobu v Asii. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/tam-kde-sijeme-jsou-podminky-spickove-haji-ceske-firmy-vyrobu-v-asii-1gj-firmy-trhy.aspx?c=A130515_171116_firmy-trhy_mev

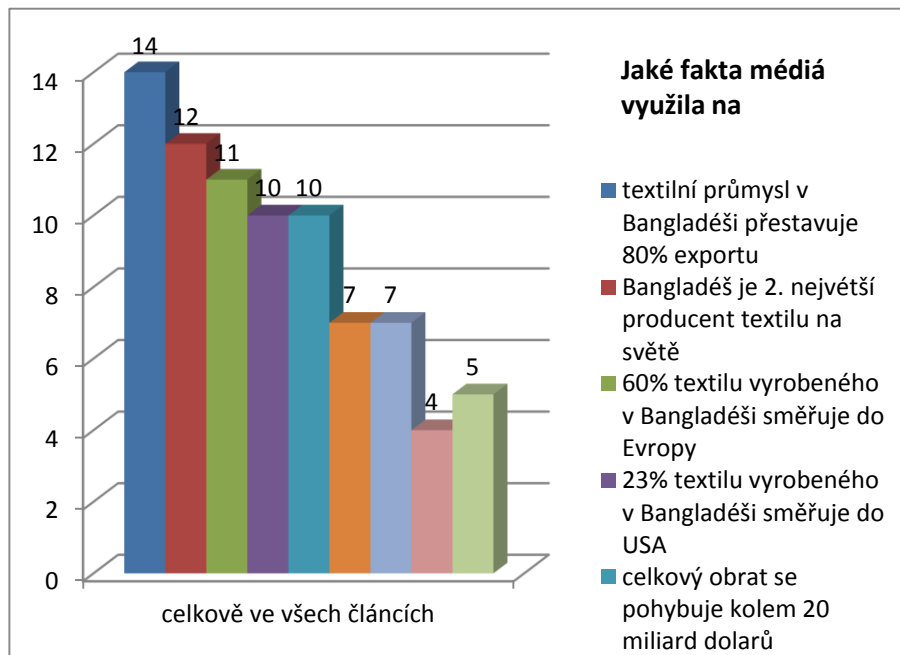
⁶⁵MÁNERT, O. Kolaps budovy v Dháce má 547 obětí, mohou za něj zřejmě generátory. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/generatory-a-bad-textilky-v-bangladesi-dha-zahranicni.aspx?c=A130504_110207_zahranicni_ert

⁶⁶VACA, J. Nejhorší podmínky a nejmenší platy v Asii, líčí Čech bangladéšské textilky. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/jak-se-sije-textil-v-tovarnach-v-asii-banglades-cina-vietnam-p4d-zahranicni.aspx?c=A130506_140926_domaci_jav

přílivu levného zboží k nám jsme si rozhodně museli všimnout a své tvrzení opírá o čísla: „zákazník z přesunu výroby do Asie dosud profituje. Za kus oděvu, co stál v roce 1999 1 232 korun, zaplatil letos v březnu 793 Kč, vyplývá z užšího indexu ČSÚ. Čtrnáct let nepřetržitého poklesu. Odívání a boty srážejí v posledních letech inflaci zhruba o desetinu procenta ročně.“⁶⁷ Tím pádem nejde jen o nadnárodní firmy, které zavírají oči před podmínkami v asijských zemích, i nám jako spotřebitelům situace očividně vyhovuje.

Zatím jsem citovala pouze internetové zpravodajské servery. Na stránkách našich tištěných médií se kromě komentáře Markéty Křížové „No nekup to, když je to se slevou, řekne občas každý,“ která apelovala na to, že jsme si museli všimnout, že zboží kupuje levně a měli bychom se ptát, proč tomu tak je. Tištěná média si ve svých článcích zcela postačila s tzv. „svatou trojicí“ o Bangladéši jako druhém největším producentu textilu, 80% exportu a obratu kolem 16 miliard dolarů.

⁶⁷ŠTICKÝ, J. KOMENTÁŘ: Na levnějším oblečení z Asie vyděláváme, ale není to zadarmo. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/komentar-na-levnejsim-obleceni-z-asie-vydelavame-ale-neni-to-zadarmo-11x-/eko-zahranicni.aspx?c=A130509_1926144_eko-zahranicni_spi



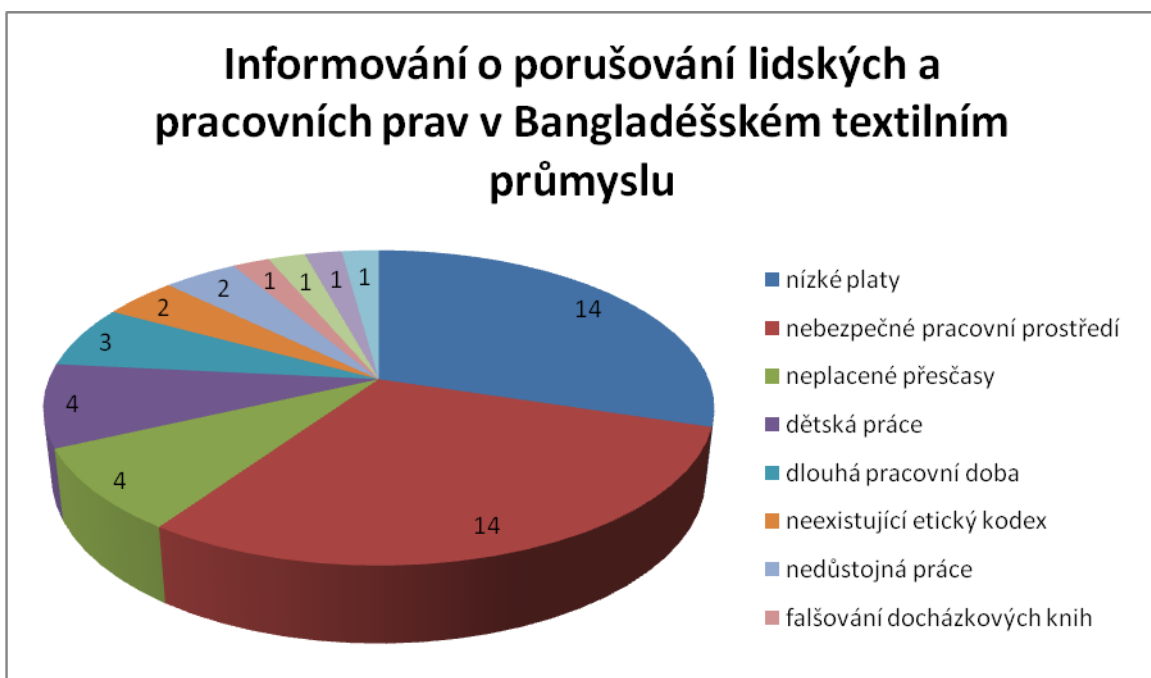
n=80

5.6 Porušování lidských práv

Pád budovy Rana Plaza aspoň částečně vedl k upozornění na nevyhovující pracovní podmínky, nebezpečné pracovní prostředí a porušování lidských práv dělníků a dělnic, kteří šijí levný textil pro větší i menší módní značky v Evropě a Severní Americe. Lidskoprávní organizace jako např. Na zemi již dlouhé roky hájí pracovní podmínky a poukazuje na neduhy globálního obchodování ale i na možnosti fair tradu.⁶⁸ Informování o pádu dhácké textilky se neslo v podobném duchu jako informování o textilním průmyslu obecně. Nejčastěji média informovala o nízkých platech a nebezpečném pracovním prostředí. Tyto dvě informace tvoří až 59 % všech zmínek o problémech v textilním průmyslu (28 z celkového počtu 47). Daleko za touto dvojicí informací je

⁶⁸Ušili to na nás. *Proč firmy vyrábějí v rozvojových zemích?* [online]. 2011 [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: <http://www.nazemi.cz/sites/default/files/usili-to-na-nas.pdf>

informování o dětské práci (ve 4 příspěvcích), neplacených přesčasech (také 4) a dlouhé pracovní době. Noviny informovaly i o nedostatku inspektorů, falšování docházkových knih, neexistenci důchodového pojištění a neplacené dovolené, ale to opravdu pouze okrajově. Opět absolutně vedou zpravodajské servery před tiskem (z celkového počtu 47 příspěvků bylo na papíře pouze 14, na webu tedy zbylých 33). A i když by se čekalo, že články v tisku budou analytičtější a budou věci rozebírat více do hloubky, opak je pravdou. Tisk se omezil na pouhý popis průběhu události a veškeré informování o porušování práv se přesunulo na internet. Čtenář by musel přečíst téměř všechny články, které vyšly, aby získal ucelenější představu o stavu lidských práv v Bangladéši.



5.7 Změny

„Největší katastrofa textilního průmyslu“, jak je po překročení 500 obětí nazýván kolaps centra Rana Plaza, vyvolala množství změn. Jak na straně bangladéšské vlády, tak ze strany zadavatelů zakázek - velkých korporátních společností a částečně svědomí zpytoval i konečný spotřebitel. První vlna zahrnovala nespokojenost se situací v Bangladéši, hned v první dny po kolapsu, 26. dubna 2013, došlo ke „střetům demonstrantů s policií... nespokojenci kritizují špatné bezpečnostní podmínky v textilních

továrnách a někde si žádají jejich uzavření“.⁶⁹ Na několikadenní protesty úřady opravdu reagovaly uzavřením 18 textilních továren v širším okolí Dháky.⁷⁰ Když tragédie získala nálepkou největší katastrofy v textilním průmyslu, začaly se věci hýbat ještě víc. Server iHned informuje o nespokojenosti zákazníků na sociální síti facebook – především poté, co byly agenturou AP vyfotografované visačky s logem firmy Benetton, která měla v objektu jednoho ze svých subdodavatelů: „Facebookové stránky společností, které v Bangladéši šily, se hned po zprávě o tragédii v této zemi zaplnily komentáři s ostrou kritikou. Tragédie přiměla zástupce vlády, majitelů továren, zaměstnanců a Mezinárodní organizace práce (ILO), která patří pod OSN, k jednáním o bezpečnosti průmyslových provozů. Delegáti se podle DPA dohodli na akčním plánu, který má k větší bezpečnosti v textilních továrnách přispět.“⁷¹

Pozornosti médií neunikly ani další informace. Kupříkladu požár v textilce na předměstí Dháky týden po zřícení Rana Plaza, při kterém uhořelo 8 lidí, by za normálních okolností pozornost médií neupoutal. Článek vyšel s názvem „Na problémy bangladéšských textilek upozorňuje další požár, v továrně uhořelo osm lidí“, tímto způsobem o něm psaly všechny zpravodajské weby.⁷² Dále se média na popud spotřebitele začala ptát, jak je možné, že je najednou zboží na našich pultech tak levné: „ve spotřebitelích ze Západu se po tragédii v továrně na okraji Dháky hnulo svědomí. Média přináší zprávy o neúnosných bezpečnostních podmínkách tamních fabrik, mizivých platech dělníků a poukazují na to, že z podobného prostředí pochází většina oblečení, které je na pultech obchodů na západní polokouli“.⁷³ Podobně reagovala i ostatní média. Server Lidovky.cz oslovil české oděvní firmy s dotazem, zda si také nechávají v Asii šít své produkty a jakým

⁶⁹ČTK, LIDOVKY.CZ. *Po dvou dnech z trosk textilky v Dháce vytáhli 62 živých lidí.* [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/z-troske-zricene-budovy-u-dhaky-vyprostili-45-zivych-272-lidi-zemrelo-1pf-/zpravy-svet.aspx?c=A130426_073748_in_zahranici_vsv

⁷⁰*Počet obětí zřícení bangladéšské textilky už přesáhl tisícovku* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/sutiny-bangladesske-textilky-vydaly-uz-pres-tisic-mrtvych-p46-/zahranicni.aspx?c=A130510_075048_zahranicni_im

⁷¹*Benetton a spol. pod tlakem. Zákazníci firem, které šijí v Bangladéši, protestují* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-59821680-vyrobcu-obleceni-v-bangladesi-jsou-pod-palbou-kritiky>

⁷²*Na problémy bangladéšských textilek upozorňuje další požár.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: <http://zpravy.ihned.cz/c1-59845530-na-problemy-bangladesskych-textilek-upozorňuje-dalsi-pozar-v-tovarne-uhorelo-osm-lidi>

⁷³*Nepřehlédná móda. Zjistit rodokmen běžného trička z Bangladéše je detektivní práce.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: <http://zpravy.ihned.cz/c1-59846370-neprehledna-moda-zjistit-rodokmen-bezneho-tricka-z-bangladesje-je-detektivni-prace>

způsobem výrobu kontrolují. Co na to české firmy? „Tam, kde šijeme, jsou podmínky špičkové, hájí české firmy výrobu v Asii.“⁷⁴

5.8 Módní značky

Názvy módních značek, které šijí anebo by potenciálně šít mohly v právě spadlé textilní továrně, připomenulo z celkového počtu 96 článků 28. Většinou se jednalo o pouhý výčet společností s bližší nespecifikovanou hodnotou zakázek ani délkou spolupráce. Na serveru lidovky.cz vyšel jeden velice speciální článek, zaměřený na outdoorové české oděvní společnosti, s otázkami, jak, kde a za kolik české společnosti Direct Alpine, Alpine Pro a UAX šijí.⁷⁵ Server zmíněným společnostem položil tyto otázky:

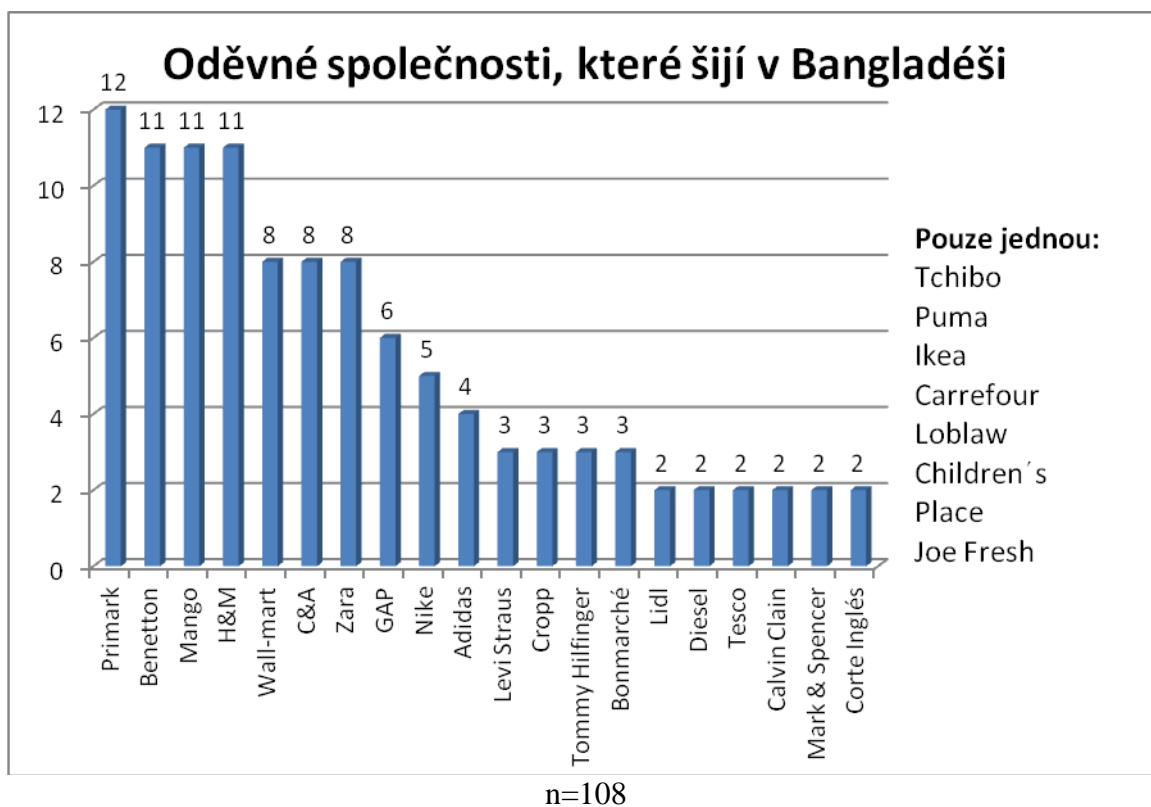
- 1) Využívá či využívala vaše společnost výroby oblečení v Asii? Z jakého důvodu?
- 2) Víte, jaké jsou podmínky v tamních textilních továrnách? Byli pracovníci vaší společnosti přímo na místě ve výrobních závodech?
- 3) Dodržují asijské textilní výrobci sociální a bezpečnostní standardy?
- 4) Jak zareagovala vaše společnost na tragédii v bangladéšské Dháce?

Článek s názvem „Tam, kde šijeme, jsou podmínky špičkové, hájí české firmy výrobu v Asii“ dané poznatky shrnuje. Na českém webu a v tisku se však jedná pouze o ojedinělý pokus zmapovat situace. Jiný denní tisk s podobným nápadem nepřišel a informování o značkách, které zde šijí, se neslo v duchu pouhého vyjmenování společností v odstavci s podobnou strukturou jako tento z lidovek: „mezi hlavní značky, které levnou sílu v Bangladéši využívají, patří HM, Zara, Tommy Hilfiger, Adidas, Nike, Gap, Levi Strauss a

⁷⁴Nevyhoštěný, M. *Tam, kde šijeme, jsou podmínky špičkové. Hájí české firmy výrobu v Asii.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/tam-kde-sijeme-jsou-podminky-spickove-haji-ceske-firmy-vyrobu-v-asii-1gj-/firmy-trhy.aspx?c=A130515_171116_firmy-trhy_mev

⁷⁵Nevyhoštěný, M. *Tam, kde šijeme, jsou podmínky špičkové. Hájí české firmy výrobu v Asii.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/tam-kde-sijeme-jsou-podminky-spickove-haji-ceske-firmy-vyrobu-v-asii-1gj-/firmy-trhy.aspx?c=A130515_171116_firmy-trhy_mev

mnohé další.⁷⁶ Nejčastěji se ve spojitosti s tragédií poukazovalo na anglickou společnost Primark, která ale nemá v Čechách svoji prodejnu a dále o společnostech H&M, Benetton a Mango. Pomyslnou třetí příčku společností, které se nejvíc opakovaly, jsou C&A, Wall-mart a Zara. Z poloviny se jedná o společnosti, které v české republice vůbec nejsou, takže předpokládám, že jejich jména přejali naši zpravodajové ze zahraničních webů. O společnostech, které v Čechách mají své prodejny a jsou známé, se informovalo opravdu málo. Jedná se zejména o Lidl, Tesco, Adidas a Nike.



5.9 Autor článků

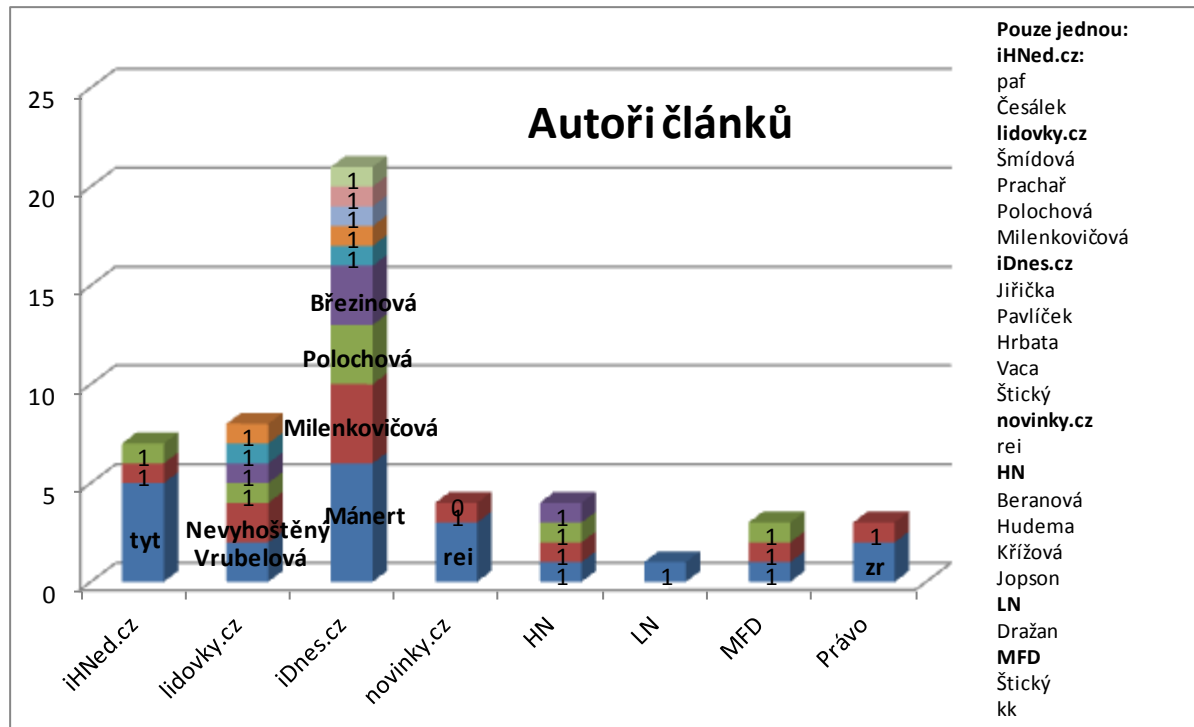
Časté nebo aspoň častější opakování jmen autorů podepsaných pod článkem by mohlo poukazovat na gatekeepera v redakci - někoho, kdo si dokáže prosadit menšinovou tematiku. Tento trend více sleduji v druhé části analýzy, zde jde především o to, že vzhledem k počtu obětí měla událost opravdu důležitou zpravodajskou hodnotu a právě

⁷⁶Nevyhoštěný, M. *Z Bangladéše proudí do Česka textil za miliardy, dělníci přitom živoří*. [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/z-bangladese-proudi-do-ceska-textil-za-miliardy-delnici-pritom-zivori-1kk-/firmy-trhy.aspx?c=A130510_164929_firmy-trhy_mev

proto se na stránkách objevovat více prostě musela. Nejde tedy úplně o menšinové téma, které by za jiných okolností bylo těžké prosadit. K opakování jmen tak docházelo spíše kvůli velikosti redakce a segmentaci postů. Kupříkladu Jana Vrubelová ze spojené redakce Lidových novin a Mladé fronty Dnes se tomuto tématu věnovala především kvůli tomu, že v redakci pokrývá oblast Asie.⁷⁷ Problematické je také dohledání autorů u serveru iHned.cz, novinky.cz a částečně i v Právu, kde noviny uvádějí pouze zkratku autora a ani po rozkliknutí se neukáže autorovo celé jméno, ale pouze jeho další články. Pomyslnou hitparádu v počtu napsaných článků vyhrál překvapivě elév z redakce iDnes.cz Ondřej Mánert se 6 články. To, že se jedná o zaměstnance na částečný úvazek, je možná zklamáním, že se dané tematice nevěnují dlouholetí novináři – anebo je příslibem zářivé budoucnosti nové generace novinářů. Další příčku obsazuje autor „pař“ z redakce iHned.cz, jehož identita zůstává nejasná,⁷⁸ napsal pět článků. Třetí místo patří opět iDnesu a Ivaně Milenkovičové se 4 články. Zajímavou autorkou je Iveta Polochová, která v redakci Lidových novin pokrývá oblast Afriky a angloamerických zemí, přesto se jí podařilo prosadit si toto téma. Na serveru idnes.cz byly uveřejněny 3 její články a čtvrtý vyšel v Lidových novinách.

⁷⁷ viz: <http://vice.idnes.cz/novinari.aspx?idnov=2631>

⁷⁸ 23.4 jsem psala do redakce Economie na mail doporučený pro veřejnost s dotazem, kdo je autor pař. Odpověď jsem nedostala.



5.10 Kreativita

Informování o takové události způsobem, že zpráva ze zpravodajského hlediska nepřináší nové informace a jen navyšuje počty obětí, není pro čtenáře přínosné a brzy jej omrzí. Aby si tisk a zpravodajské weby zabezpečily čtenáře, je potřeba vymyslet něco, co dané téma posune dál od pouhého informování o katastrofě. Tato událost měla žurnalisty přimět k upozornění na nevyhovující pracovní podmínky, nebezpečné pracovní prostředí a porušování lidských práv. Naše média ve velkém vsadila pouze na informování o průběhu. Za částečně zajímavější pojetí bychom mohli považovat tzv. „lidsky jímavé příběhy“, to znamená, že informace jsou vystavěny na pozadí příběhu konkrétního člověka. Takové články se opět objevily především na webu, nikoli v novinách. Např. příběh o žene, která v troskách porodila zdravého chlapečka, se objevil na iHNedu, iDnesu i v lidovkách. Příběh Didara Husajna, který dobrovolně hledal v troskách přeživší a jedné z obětí musel uříznout ruku, aby zachránil její život, obletěl všechny zpravodajské servery. Jako příklad uvedu idnes.cz: „Hrdina v Bangladéši z trosek vytáhl

36 lidí. Dívce musel uříznout ruku.⁷⁹ Dalším z lidsky jímavých příběhů bylo vytáhnutí živé ženy po 17 dnech, tudíž 12 dní poté, kdy záchranáři naposledy z troskek vytáhli někoho živého. Články s podobným názvem jako „Z troskek zřícené textilky vytáhli po 17 dnech živou ženu“⁸⁰ na novinky.cz se objevily také na lidovkách a idnesu. Pouze server novinky.cz na tento příběh nezapomněl a 30. června 2013 informoval o tom, že „Příběh dívky, která přežila 17 dnů pod troskami textilky, je prý podvod.“⁸¹ Posledním lidsky jímavým převzatým příběhem je fotografie aktivistky a fotografky Taslímy Akhterové, která zachytila objímající se pár pod troskami budovy dva týdny po jejím zřícení.⁸²

Dalším způsobem, jak zpravodajsky ozvláštnit událost, je změna žánru. Server iHNed vsadil na komentář a rozhovor s ředitelem neziskové organizace Na zemi Petrem Marešem: „Neprůhledná móda: Zjistit "rodokmen" běžného trička z Bangladéše je detektivní práce.“⁸³

Server lidovky se dotazoval českých výrobců outdoorového oblečení na podmínkách v textilkách v článku s názvem: „Tam, kde šijeme, jsou podmínky špičkové, hájí české firmy výrobu v Asii“⁸⁴. Jako jediný svým čtenářům připravil „Seznam největších pohrom světa. Řadí se mezi ně i tragédie v Dháce“.⁸⁵ Jde o seznam největších světových neštěstí s více než 1000 obětí od začátku 20. století kromě přírodních katastrof a válečných událostí.

⁷⁹PAVLÍČEK, T. Hrdina v Bangladéši z troskek vytáhl 36 lidí. Dívce musel uříznout ruku. [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/muz-v-bangladesi-zachranil-z-troskek-36-lidi-fgr-zahranicni.aspx?c=A130427_125520_zahranicni_tp

⁸⁰PAVLÍČEK, T. Hrdina v Bangladéši z troskek vytáhl 36 lidí. Dívce musel uříznout ruku. [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/muz-v-bangladesi-zachranil-z-troskek-36-lidi-fgr-zahranicni.aspx?c=A130427_125520_zahranicni_tp

⁸¹*Příběh dívky, která přežila 17 dnu pod troskami je prý podvod.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zahranicni/306468-pribeh-divky-ktera-prezila-17-dnu-pod-troskami-textilky-je-pry-podvod.html>

⁸²VACA, J. *Poslední oběti. Fotografka zachytila zármutek Banglaéše.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/posledni-objeti-fotografka-zachytila-zarmutek-banglades-e-p3t-/zpravy-svet.aspx?c=A130513_110538_ln_zahranici_jv

⁸³*Neprůhledná móda. Zjistit rodokmen běžného trička z Bangladéše je detektivní práce.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: <http://zpravy.ihned.cz/c1-59846370-nepruhledna-moda-zjistit-rodokmen-bezneho-tricka-z-banglades-e-je-detektivni-prace>

⁸⁴NEVYHOŠTĚNÝ, M. *Tam kde šijeme jsou podmínky špičkové. Hájí české firmy výrobu v Asii.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/tam-kde-sijeme-jsou-podminky-spickove-haji-ceske-firmy-vyrobu-v-asii-1gj-/firmy-trhy.aspx?c=A130515_171116_firmy-trhy_mev

⁸⁵*Největší pohromy světa. Řadí se mezi ně i tragédie v Dháce.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/nejvetsi-pohromy-sveta-radi-se-mezi-ne-i-tragedie-v-dhace-p2s-/zpravy-svet.aspx?c=A130510_090906_ln_zahranici_sk

Server iDnes byl pravděpodobně nejkreativnější. Pochlubit se může např. článkem-fotogalerií „OBRAZEM: Oběti průmyslu v Bangladéši pracují v otřesných podmínkách“,⁸⁶ věnovaný fotografiím události. Fotogalerie obsahuje 20 snímků s výmluvnými popisky. Článek je pozdějšího data (28. září 2013) a díky fotografiím zachycuje nejpálčivější problémy Bangladéše v celé jejich šíři. Na snímcích jsou nejen oběti kolapsu budovy Rany Plaza, ale také oběti ocelářského průmyslu, lidé trpící astmatem kvůli práci v továrně na cigarety. Autorovi se podařilo zachytit i dětskou práci či mladého muže trpícího silikózou plic v důsledku vdechování oxidu křemičitého kvůli práci v kamenném lomu. Bangladéš, který tak získává až polovinu veškeré spotřeby oceli, je závislý na rozebírání starých ocelových vraků lodí, které dále průmyslově zpracovává. Pobřeží je značně znečištěné a dochází tam k nejvíce ekologickým nehodám v regionu.⁸⁷

Jako jediný ze všech médií měl iDnes.cz něco, co bychom mohli nazvat „zvláštní zpravodaj z místa nehody“. Podařilo se mu to na základě reportáže dvou cestovatelů, kteří byli v době nehody v okolí a na událost se zajeli podívat. Zbyněk Hrbata a Eva Vlčková napsali reportáž „Levný textil pro celý svět. Ve zřícené továrně v Dháce se šilo i pro Čechy“.⁸⁸ Tento počín byl z mého osobního hlediska nejlepším kvůli použitému jazykovému stylu a výběru žánru, ale taky dokázal hodnověrně přiblížit atmosféru v zemi. Reportáž o délce 10336 znaků zároveň objektivně nejdelším počinem českých seriózních médií na téma kolapsu objektu Rana Plaza. Server iDnes.cz se dále přesně jako iHNed.cz uchýlil k rozhovoru s ředitelem neziskové organizace Na zemi Petrem Marešem. Text objasňující podmínky v bangladéšském textilním průmyslu s titulkem „Nejhorší podmínky a nejmenší platy v Asii, líčí Čech bangladéšské textilky“,⁸⁹ vyšel 8.

⁸⁶ VÍTKOVÁ, N. *OBRAZEM: Oběti průmyslu v Bangladéši pracují v otřesných podmínkách*. [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/fotografie-zamestnancu-v-bangladesi-d7t-zahranicni.aspx?c=A130925_174121_zahranicni_nat

⁸⁷ VÍTKOVÁ, N. *OBRAZEM: Oběti průmyslu v Bangladéši pracují v otřesných podmínkách*. [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/fotografie-zamestnancu-v-bangladesi-d7t-zahranicni.aspx?c=A130925_174121_zahranicni_nat

⁸⁸ HRBATA, Z. a VLČKOVÁ E. *Levný textil pro celý svět. Ve zřícené bangladéšské továrně se šilo i pro Čechy*. [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/jak-vypadaji-textilni-tovarny-v-bangladesi-fkj-zahranicni.aspx?c=A130505_142403_domaci_jav

⁸⁹ HRBATA, Z. a VLČKOVÁ E. *Levný textil pro celý svět. Ve zřícené bangladéšské továrně se šilo i pro Čechy*. [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/jak-vypadaji-textilni-tovarny-v-bangladesi-fkj-zahranicni.aspx?c=A130505_142403_domaci_jav

května 2013. Komentář „Na levnějším oblečení z Asie vyděláváme, ale není to zadarmo“⁹⁰ na iDnesu vyšel pouze jeden a chopil se jej specialista na finance a daňové zákony Jiří Štický.

Zpravodajský server novinky.cz se nesl v duchu zpravodajství, nepřinesl ani jeden komentář ani žádný jiný žánr.⁹¹

Hospodářské noviny nebyly, co se různorodosti žánrů týče, nijak pokrokové, ale v trendu ostatního denního tisku v normě. Kromě zpravodajství přinesly dokonce dva komentáře. Jeden s názvem „No nekup to, když je to se slevou, řekne občas každý,“ od podnikatelky-ekonomky Markéty Křížové a druhý přeložený z The Economist od Barneyho Jopsona „Firmy se přou, jak zajistit bezpečnost pro Bangladěš“.

Lidové noviny kromě zpravodajství přinesly svým čtenářům komentář Jana Dražana „Bangladěš v naší skříni“.

V Mladé Frontě DNES se objevily ty samé články jako na webu, konkrétně mám na mysli komentář ekonoma Jiřího Štického a rozhovor s ředitelem Na zemi, Petrem Marešem.

Deník Právo jiné žánry než zprávy nepoužil.

⁹⁰ ŠTICKÝ, J. *Na levnějším oblečení vyděláváme, ale není to zadarmo*. [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/komentar-na-levnejsim-obleceni-z-aside-vydelavame-ale-neni-to-zadarmo-11x-/eko-zahranicni.aspx?c=A130509_1926144_eko-zahranicni_spi

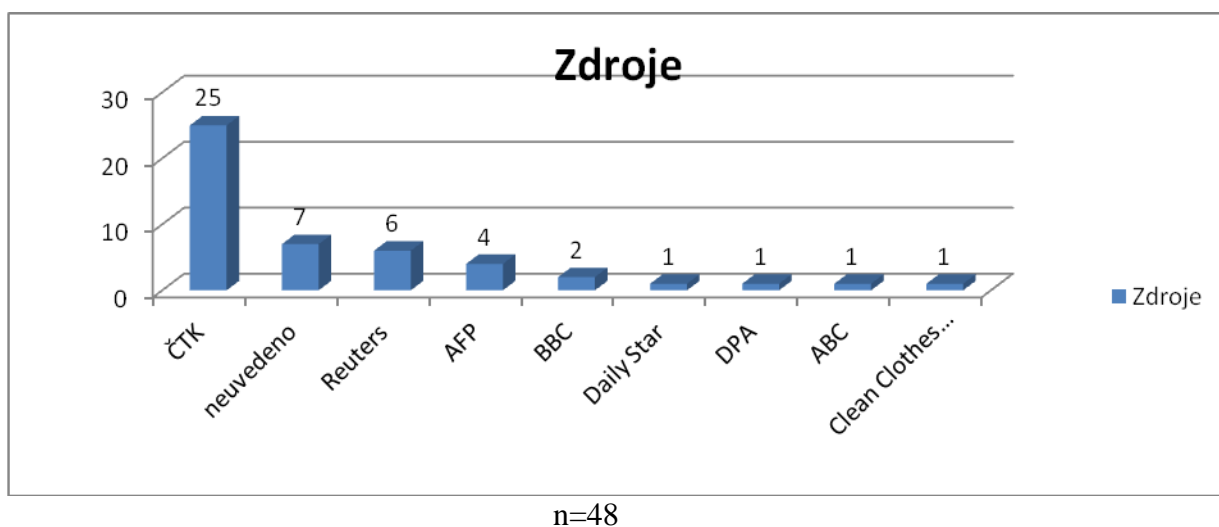
⁹¹ Na margo serveru novinky.cz je potřeba říct, že od začátku se snažily vystupovat jako čistě zpravodajský server, navíc nechtěli konkurovat komentářům v Právu, takže tam ani žádný komentář k té katastrofě být nemohl, jelikož na Novinkách žádné komentáře tehdy nevycházely. Komentáře se na novinkách začaly trochu objevovat až v roce 2014

6. ANALÝZA: mediální obraz textilního průmyslu v Bangladéši v období 2005 – 2013

Omezit druhou analytickou část jsem se rozhodla kvůli tomu, že od ledna 2005 už existují všechny webové servery českých seriózních médií. Ze statisticko-analytického hlediska vnímám jako lepší analyzovat stejně dlouhé období u všech médií.

6.1 Zdroje

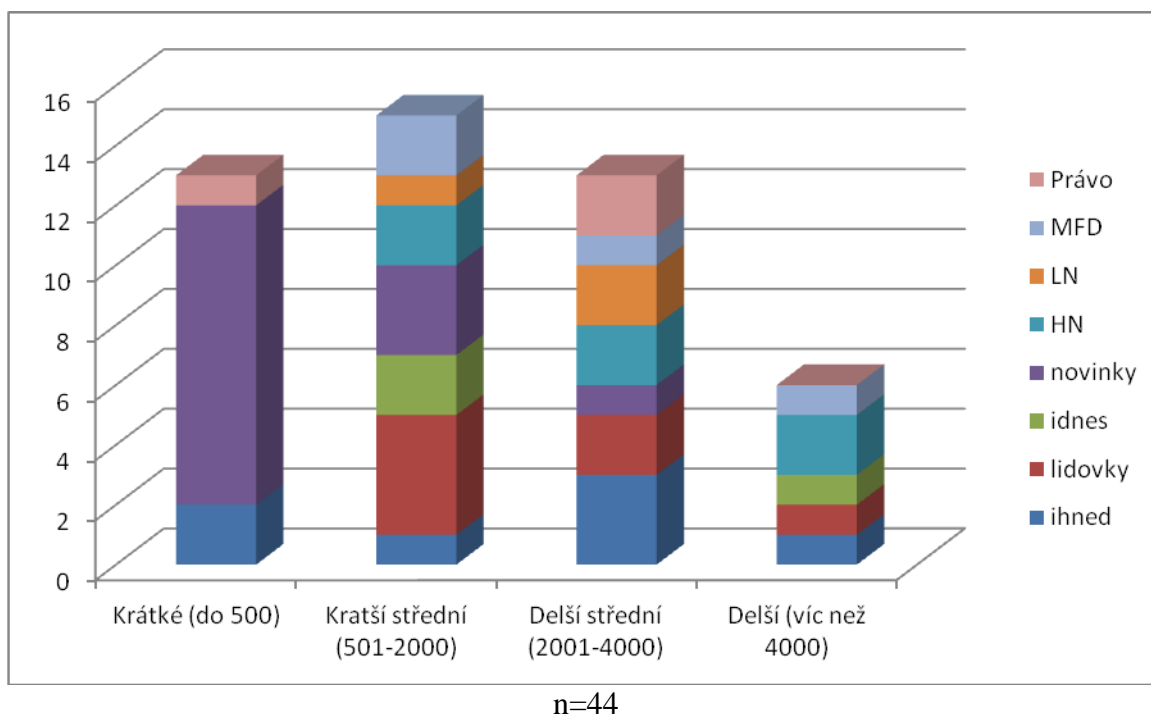
Stejně jako v roce 2013 využívala média v období 2005-2013 nejvíce české zdroje, především ČTK. Z celkového počtu 47 relevantních článků byla u 25 uvedena jako jeden ze zdrojů právě ČTK. V 7 případech se stalo, a připisuji to neznalostí žurnalistiky na webu, že především u datově starších článků nebyl uveden ani zdroj, ani autor. Další příčku zabrala agentura Reuters, jako zdroj uvedena šestkrát a již tradičně agentura AFP ze 4 citacemi. BBC bylo použito pouze dvakrát. Ostatní zpravodajské agentury byly citovány jen jednou.



6.2 Rozsah

Jak jsem psala v první části analýzy domnívám se, že délka může být důležitým ukazovatelem toho, jakou hodnotu redakce zprávě přikládá. Opět se vyskytovaly především kratší střední články, které měly počet znaků kolem 2 tisíců a bylo jich

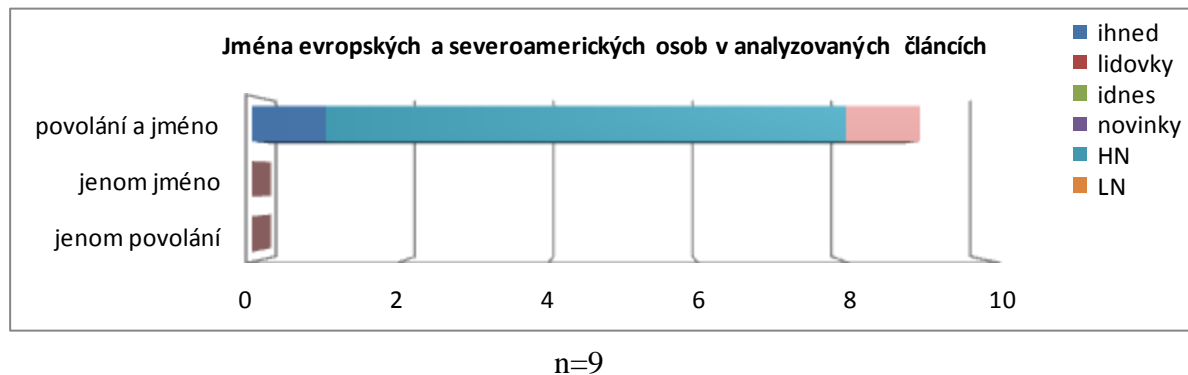
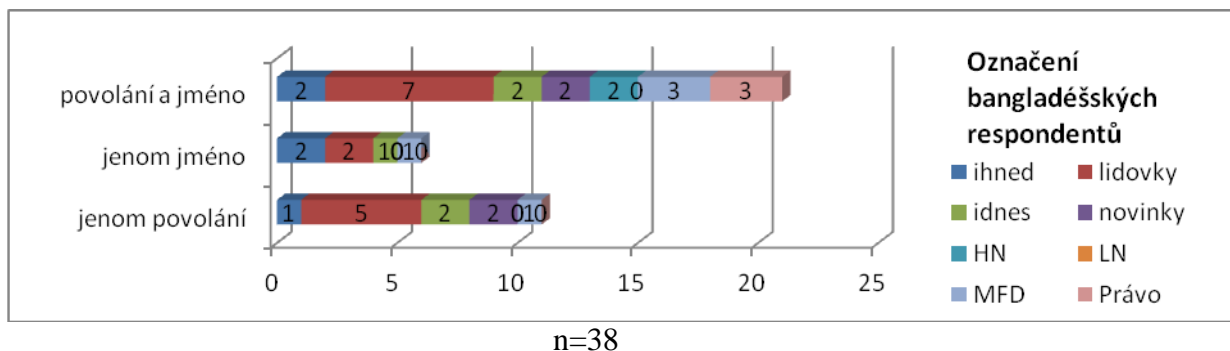
v daném období a člancích 15. Zajímavým je nárůst krátkých zpráv do 500 znaků. Pomohly jim především aktuality Hospodářských novin, které byly schopné napěchovat informaci do 200 znaků. Celkově bylo kratších zpráv 13. Středně kratší i delší články měly totožný počet znaků. Jak bychom očekávali, nejméně bylo opět článků s více než 4000 znaky. Protentokrát změna, nejdelší článek s názvem „Odvrácená tvář textilního průmyslu“ Martiny Dalejské se objevil ne na webu jak tomu bylo v případě reportáže dvou cestovatelů uveřejněné na idnesu v první části analýzy, ale v tištěné verzi Mladé Fronty DNES.



6.3 Respondent

Používání pouze povolání nebo prvního jména Bangladéšanů je pravděpodobně způsobeno jazykovou odlišností zahraničních jmen a tudíž je neradi překlápíme do češtiny. Možná je ale i nedbalost. Česká média se ani v dřívějším období moc nezajímala o jména respondentů východních zemí. Vznikají pak zajímavé názvy, které by vzhledem k české menšinové problematice u nás ani nebyly možné. Když v listopadu 2012 hořelo v textilce na předměstí Dháky, média citovala „dělnici, která se představila jako

Romesa“.⁹² Podobných případů jako „mluvčí hasičů“ je hodně, ale jména politických představitelů a mluvčích nadnárodních kooperací jsou vždy uvedeny ve spojitosti jak s profesí, tak s celým jménem.

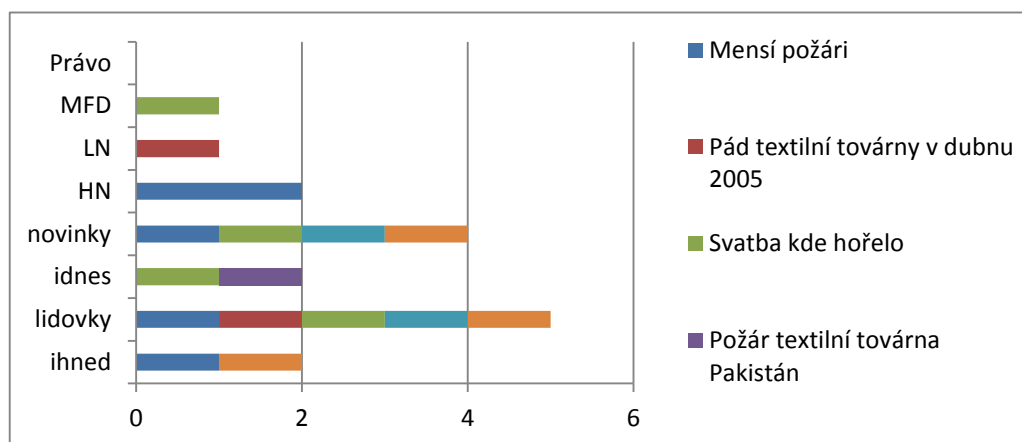


6.4 Předěšlé katastrofy

Média informovala o některé z katastrof především tehdy, jednalo-li se jednalo o katastrofu většího rozměru, tudíž se dostala do pozornosti více než jednou. Takovou katastrofou byl pouze požár v listopadu 2012, při kterém uhořelo 112 lidí. Celkově média připomenula jakoukoli předešlou katastrofu ve 12 případech, z toho ale 10 připomenutí se konalo až v roce 2012, kdy právě došlo k listopadovému požáru. Kromě tohoto požáru média poukázala i na některé menší požáry, u kterých zahynulo podstatně méně osob. Připomínal se také pád textilní budovy v dubnu 2005, která zavalila stovky dělníků a při které uhynulo kolem 20 lidí. Našel se i prostor na připomenutí jiné textilní katastrofy

⁹² ČTK. *Ohnivá past. V hořící textilce bylo uvězněno více než 100 lidí.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/pozar-textilky-v-bangladesi-si-vyzadal-nejmene-sto-mrtvych-p4q-/zpravy-svet.aspx?c=A121125_065533_in_zahranici_sk

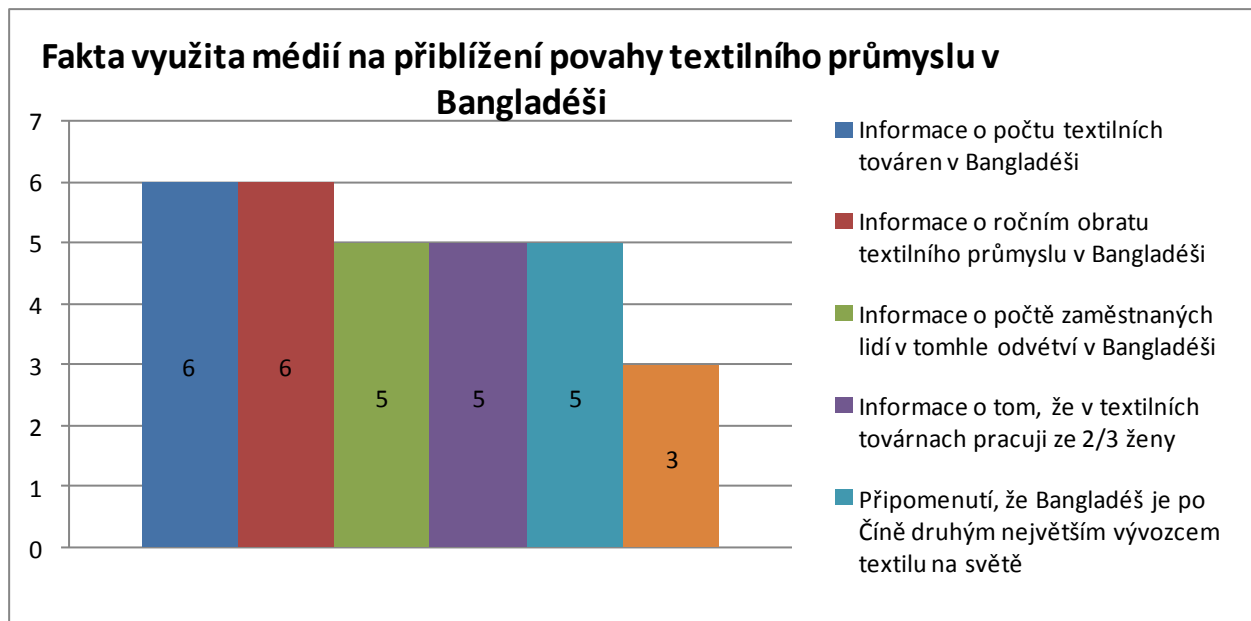
z Pákistánu, kde uhořelo 300 dělníků, nebo svatbu na předměstí Dháky (2011) s počtem obětí 120. Média rovněž ráda využívala informaci, která se později objevila i při informování o spadlém objektu Rana Plaza, že od roku 2006 uhořelo v textilních továrnách kolem 500 lidí.



n=17

6.5 Textilní průmysl v Bangladéši

Informování veřejnosti má napříč roky velmi uniformní charakter. Obecně se lze spolehnout na „silnou trojku“. Bangladéš byl již od roku 2005 v českých médiích označován především jako druhý největší dovozce textilu po Číně, dále media informovala o tom, kolik procent průběžně schopné populace zaměstnává a upřesnila, kolik procent exportu putuje do Evropy, případně Severní Ameriky. Oblíbeným bylo také informovat o počtu textilních továren v zemi. Samozřejmě se tyto informace rok od roku měnily, ale podstata zůstávala stejná. Zajímavým faktem je nárůst počtu textilních továren. V roce 2006 to bylo 2 500, zatímco v roce 2013 bylo textilních továren už více než 5000.

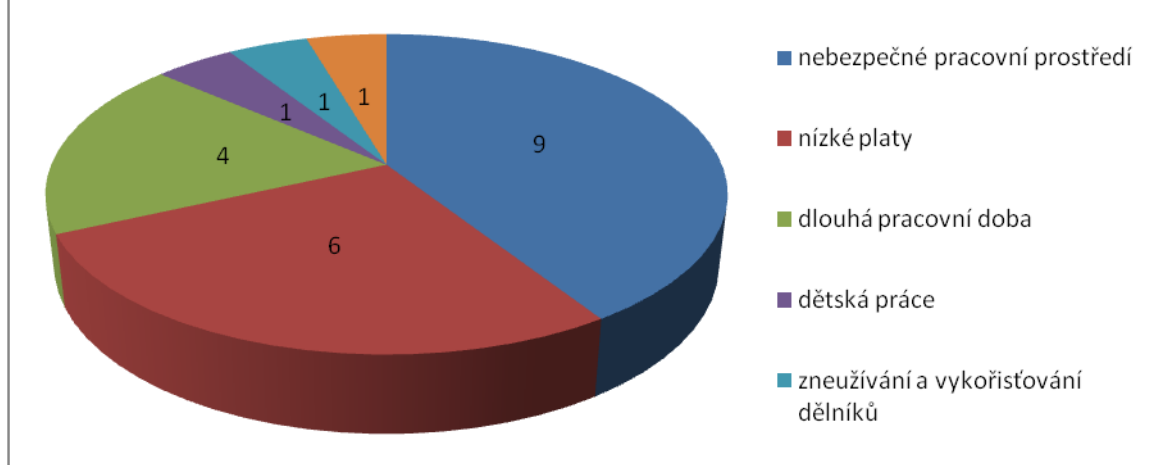


n=30

6.6 Porušování lidských práv

Většina analyzovaných příspěvků od roku 2005 se věnovala buď spaldlé textilce v roce 2005, ničivému požáru v roce 2012 nebo několika menším požárům. V první i druhé části analýzy mě zajímalo, co budou média vnímat jako největší problém bangladéšského textilního průmyslu. S ohledem na povahu událostí, které se v novinách nebo na webu za těch osm let objevily, dopadla má analýza u obou částí téměř totožně. Jako největší hrozbu jsou považovány nebezpečné pracovní prostředí a celkové pracovní podmínky. Tento problém se objevil v 9 z 22 článků. Druhou příčku opět obsadily nízké mzdy, které se objevily v 6 článků, a dále dlouhá pracovní doba ve 4. Dětská práce, která se po roce 2013 umístila na druhé příčce, byla v tomto druhém období připomenuta pouze jednou. Překvapivě média ani jednou nepřipomněla neexistující etické kodexy, nedůstojnou práci a falšování docházkových knih, jak tomu bylo po pádu komplexu Rana Plaza.

Informování o porušování lidských a pracovních prav v bangladéšském textilním průmyslu



n=22

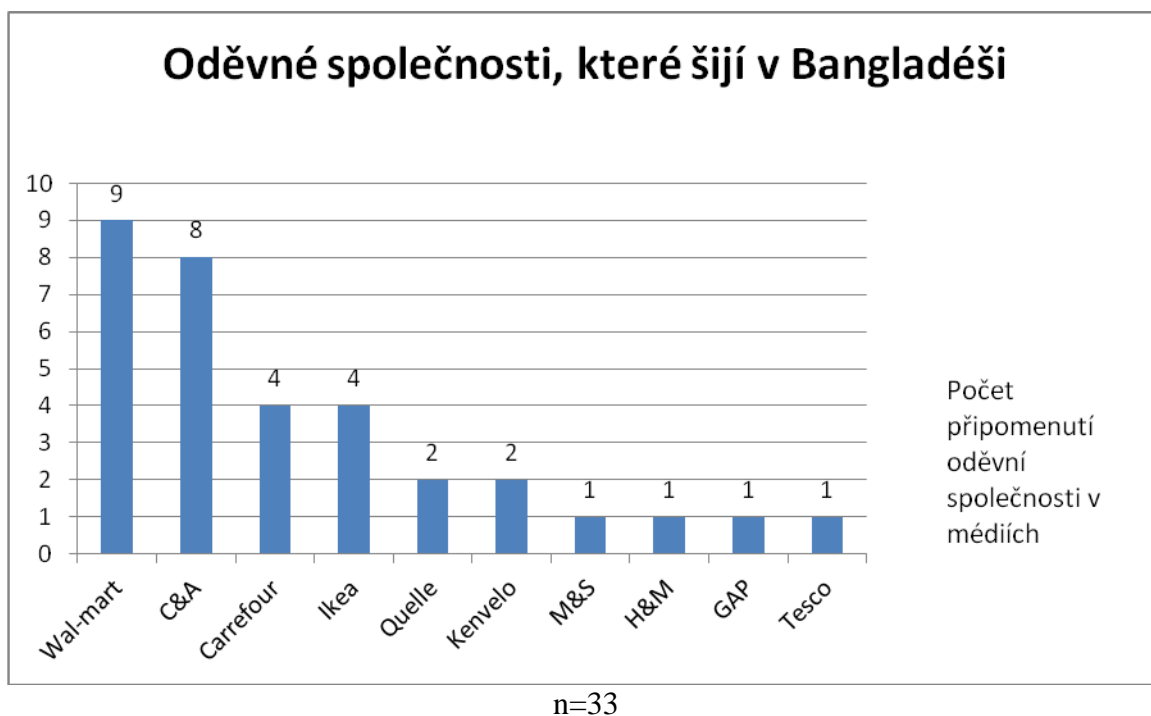
6.7 Změna

Předpokládejme, že žijeme ve světě, kde nemusí spadnout továrna, ve které zemře více než tisíc lidí, aby se špatné podmínky zlepšily. Bangladéšský textilní průmysl stíhá minimálně od roku 2005 řada větších či menších neštěstí a některá z nich se dostala i do povědomí našich médií. Celkově vyvolávají neštěstí protesty a stávky bangladéšských dělníků. Nebylo tomu jinak ani v letech 2005-2013, dělníkům se v červenci 2010 podařilo vybojovat zdvojnásobení minimální mzdy na 37 dolarů měsíčně.⁹³ V roce 2005 se zřítla podobná textilní továrna jako o 8 let později ta v Dháce. Podle článků to mělo velmi podobný průběh. V roce 2005 média informovala o 22 mrtvých a čísla se později snížila na 15 obětí. Neštěstí vyvolalo vlnu nevole u zákazníků ze západu, bylo vydaných několik komentářů o tom, jak by si měl každý připustit svůj podíl viny. Firma Wal-mart se tehdy, přesně jako v roce 2013, distancovala od textilní továrny a od subdodavatele, o kterém prý nevěděla. S továrnou ukončila spolupráci a snížila objednávky zboží v Bangladéši. Na konci roku 2005 se konal Hongkongský summit Světové obchodnické organizace, která měla projednat, co dále. A co dále? Dále se stopy nějak ztratily.

⁹³ Požáry zbrzdí přesun textilní výroby z Číny do Bangladéše. Praha: Economia, 2012.

6.8 Módní značky

Informování o společnostech, které v Bangladéši šijí, se celou dobu neslo v duchu pouhého výčtu značek. Nikdo nespécifikoval počet zakázek, materiál a případně obrát. Výjimkou je rozhovor s ředitelem a zakladatelem české oděvní společnosti Kenvelo Davidem Dahanem, který se ještě v březnu 2006 chlubil tím, že společnost svoji výrobu přesunula právě do Bangladéše, který je o polovinu levnější než Čína.⁹⁴ Když padl objekt Rana Plaza v 2013 a server lidovky se obrátil na několik oděvných společností s otázkou, kde a za kolik šijí, společnost Kenvelo na výzvu nijak nezareagovala.



6.9 Autor

Neexistenci autora, který by o tematice psal častěji si vysvětlují delším časovým rozpětím jednotlivých článků od sebe a tedy možnou fluktuací a obměnou novinářů. Jedinou výjimkou je Veronika Miškovská, která v rozestupu jednoho měsíce vydala v Hospodářských novinách články „Boj proti „smrtícím“ džinsům sílí“ a „Když oblečení zabíjí“. Oba články vystavila na zprávu Clean Clothes Campaign, které se podařilo přimět některé z největších džínových výrobců, aby přestaly používat zdraví škodlivé

⁹⁴David Dahan: *Z Prahy teď dobudeme zbytek Evropy*. Praha: Hospodářské noviny, 2006.

„pískování“ džínů. Dvakrát se opakoval i autor PUR z Práva, jehož identita zůstává neznámá. Nejčastějším trendem je absolutní neuvedení jakéhokoli autora, došlo k němu v 29 ze 46 případů.

6.10 Kreativita

Podle předešlé analýzy z roku 2013 to vypadalo, že česká média příliš kreativní nejsou. Druhá analytická část to bohužel jenom potvrdila. Média toho moc nevymyslela, v 39 ze 46 případů čtenáře pouze informovala prostřednictvím zprávy. Ve zbylých 7 případech použila 3 rozhovory a 4 komentáře. Moc se ale neradujeme, protože rozhovor Hospodářských novin „David Dahan: Z Prahy teď dobudeme zbytek Evropy“ překlopil ihned.cz. Komentář Lidových novin „V kůži bangladéšské švadleny“ od Radka Nedvěd překlopily lidovky. Z řady vybočuje (především obsahově) komentář Petra Houdka „Koho to tričko s logem přijde opravdu draho“,⁹⁵ který se pokusil upozornit na to, že i Tchaj-wan byl v 60. letech chudou zemí, která svůj úspěch vystavěla na textilním průmyslu. Pracující děti v textilní továrně jsou pro ně nejlepší možnou variantou. Upozorňuje na zmařené pokusy o radikální ukončení dětské práce: „V devadesátých letech minulého století bylo hnutí proti dětské práci nejintenzivnější. Povedlo se vzbudit veřejné pobouření; zákazníci donutili firmy, aby mnohé továrny využívající dětskou práci uzavřely. Následkem nebylo navýšení počtu dětí ve školách, ani radostné dětství v rustikální idyle s rodiči. Děti ztratily zdroj příjmů, životní potřeby jejich rodin i jích samých pochopitelně zůstaly nezměněny. Aby chybějící peníze vydělaly, z některých se staly prostitutky, žebráci a zločinci. Značná část se vrátila k “rodinnému farmaření“ s pracovními podmínkami ještě daleko horšími. V oblastech postižených propouštěním z továren narostl výskyt podvýživy, malárie a život ohrožujících průjmů.“⁹⁶ Oceňuji především netradiční postoj autorů a obohacení zorného pole čtenáře.

⁹⁵HOUDEK, P. *Koho to tričko s logem vyjde opravdu draho*. [online]. 2008 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/koho-to-tricko-s-logem-prijde-opravdu-draho-fkp-/zpr_archiv.aspx?c=A080829_103016_kavarna_bos

⁹⁶HOUDEK, P. *Koho to tričko s logem vyjde opravdu draho*. [online]. 2008 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/koho-to-tricko-s-logem-prijde-opravdu-draho-fkp-/zpr_archiv.aspx?c=A080829_103016_kavarna_bos

7. ZÁVĚR

Cílem mé bakalářské práce bylo s pomocí obsahové analýzy popsat na příkladu zřícení textilní továrny na předměstí Dháky v dubnu 2013 způsob, jakým česká média informují o lidskoprávních otázkách a zda pád kolaps Rany Plaza tyto způsoby proměnil. Rozdělení sledovaného období na analýzu před a po pádu budovy mi pomohlo lépe ilustrovat proběhnuvší změny.

V zásadě je způsob, jakým média k lidskoprávním otázkám přistupují, možné popsat jako „více než 50 mrtvých“. To je počet obětí, které v očích médií ztrácejí danou tematiku natolik, aby o ní informovala více než pouze jednou zprávou. Pokud byste chtěli vykonstruovat událost tak, aby média zaujala co největší masu, *měla by aktualita být překvapivá a nečekaná, měla by mít intenzivní začátek, ale neukončený závěr a měla by se v průběhu následujících dní pořád vyvíjet*. V případě kolapsu budovy Rana Plaza v Bangladéši další navyšování obětí prodloužilo čas a tedy vznikl větší počet článků, které se tomuto tématu věnovaly.

Média ale nechtěla pouze navyšovat počty obětí, proto původní aktualitu rozšířila o *další informace*. V tomto případě se jednalo v první vlně o informování o předešlých katastrofách s podobným rázem jako byla jiná zhroutilí textilních továren, požáry nebo protesty na zlepšení podmínek bangladéšských zaměstnanců. V druhé vlně následovaly informace o reáliích tamního textilního průmyslu a až poté mohl vzniknout prostor na přiblížení nevyhovujícího pracovního prostředí, porušování lidských práv a svobod jednotlivce.

Co se týče využití pestré škály *žánrů*, které česká žurnalistika nabízí, nebyla média žádným způsobem kreativní. V absolutní většině případů používají jenom zprávu, která nejde do hloubky a neanalyzuje. Využití komentáře je minimální a použití reportáže až na jeden případ nulové. Finanční situace v zahraničních redakcích způsobila, že u největší textilní katastrofy nebyl přítomen ani jeden český reportér. Agenturní servis a jeho přebírání rovněž způsobilo, že média se opakují, používají ty samé slovní obraty nebo výpovědi respondentů. Po analýze všech médií lze konstatovat, že *všechna informovala o tom samém* a na popis použila shodné příklady a příběhy. Dovolím si na základě své

analýzy tvrdit, že na pokrytí a pochopení události v celé její šíři by zcela stačilo vybrat si jeden internetový server a číst pouze ten.

Chápu, že informovat o události, u které nejste přítomen, je náročné. Domnívám se ale, že výskyt bangladéšského textilu v našich obchodech vytvořil pro naše média prostor, aby událost směřovala více na *české prostředí* a informovala o tom, které ze značek prodávajících u nás šijí v Bangladéši, nebo které české oděvní společnosti šijí také v Asii. Stejně tak marné podmínky dělníků v textilních továrnách nejsou problémem pouze Bangladéše, ale i jiných zemí tzv. globálního Jihu. Tento *prostor ale nebyl nijak využitý* a tak zůstalo při pouhém informování o události v místě jejího vzniku, což považuji za chybu.

Média již dříve měla několik příležitostí zajímat se o *nedůstojné pracovní podmínky* a nebezpečné pracoviště nejen v Bangladéši, jelikož z druhé části analýzy je patrné, že k menším nehodám, kolapsům textilních továren nebo budov docházelo víceméně pravidelně, pouze nebyly dostatečně velké na to, aby dostaly příležitost objevit se v novinách nebo na webu i několik dní za sebou. *Respondenti z Bangladéše* jsou ve většině případů označováni pouze obecnými názvy povolání nebo jménem bez příjmení, což v kontrastu s pečlivým označením mluvčích obchodních řetězců nebo západních politiků považuji za nedůstojné a snižující dané téma na úroveň pohádek či smyšlených událostí někde daleko, jejichž pravdivost nelze ověřit.

V českých médiích se v této problematice za dané období 9 let nevyskytla žádná výraznější postava *gatekeepera*, který by byl schopný tematiku prosadit. Pokrytí tématu se většinou věnují stáříisté nebo mladí novináři a jejich jména se často obměňují.

Dalším zásadním zjištěním je, že i když jsou *tištěná média* celkově považovaná za serióznější a analytičtější než web, v mnou analyzovaném vzorku a období to rozhodně není pravda. Obecně platí, že tištěná média nehodu ignorovala, dokonce některá uveřejnila první zmínku až poté, co počet obětí přesáhl číslo 200. V druhé části analýzy se nehody s nižším počtem obětí do novin nedostaly. Pokud ano, jednalo se pouze o krátké, 500znakové zprávy. Články vydané v některém z tištěných

médií nebyly analytičtější, nepřinášely nové informace ani nové pohledy, nepokusily se poukázat na českou stopu v oné záležitosti a pouze zpravodajsky informovaly.

Katastrofa v bangladéšském textilním průmyslu z dubna 2013 byla sice rozsáhlá a kvůli počtu obětí zasáhla česká média více než menší katastrofy předtím, avšak *až na pár rozsáhlejších lidskoprávních článků český přístup k tomuto tématu nijak neovlivnila.* Rok po pádu Rana Plaza nehodu připomněly jenom dva webové servery.

V dalším výzkumu by mě zajímalo, jestli se jedná o typický přístup k lidským právům v redakcích, nebo jsou podmínky v textilním průmyslu jednoduše menšinovým tématem. Přínosným by mohl být kvantitativní rozhovor s editory deníků a serverů, zda danou agendu nepřebírají kvůli vlastnímu nezájmu, kvůli nedostatku místa a prostoru, nebo je to způsobeno nějakým měřitelným nezájmem čtenářů a doprovázeno poklesem čtenosti.

8. ZDROJE

Literatura

DISMAN, M. *Jak se vyrábí sociologická znalost: Příručka pro uživatele*. Praha: Karolinum, 2002. ISBN 80-246-0139-7.

TRAMPOTA, T. A VOJTĚCHOVSKÁ M. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2012, s. 117-141. ISBN 9788073676834.

KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolínium, 1994. 80-7184-134-X

OSVALDOVÁ, B. a kol. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolínium, 2001,

OSVALDOVÁ, B. a TEJKALOVÁ A. et al.: *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*, Praha, Karolinum, 2009.

BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principál, 2001.

ŠKODOVÁ, M. a T. TRAMPOTA. *Agenda setting: teoretické přístupy*. Praha: Ermat, 2008, s. 20. ISBN 978-80-7330-151-4.

McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999.

BREED, W. *Social control in the Newsroom: A Functional Analysis* [online]. North Carolina: University of North Carolina Press, 1955 [cit. 2014-04-11]. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/2573002>.

LARSON, C.U. *Persuasion*. California: Belmont, Waldsworth, 1994.

McCOMBS, M., E. *Setting the Agenda, The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity Press. 2004.

KAID L., GERSTLAE J., SANDERS K. *Mediated Politics in Two Cultures: Presidential Campaigning in the United States and France*, Praeger, 1991.

GOFFMAN, E. *Frame Analysis. An Essay on the Organisation of Experience*. Harmondsworth: Penguin Books. 1974.

SHOEMAKER, P. a T. VOS. *Gatekeeping theory*. New York: Routledge. Taylor & Francis, 2009.

KLEIN, N. *Bez Loga*. New York: Macmillan, 2002. ISBN 978-14-2995-649-9.

WIMMER, R.D., DOMINICK, J.R. *Mass media research. An introduction*. Thomas Wadsworth. 2006.

VERNER, P. *Historie mediální komunikace*. Praha: Vydavatelství Univerzita Jana Amose Komenského, 2013. ISBN 978-80-7452-027-3

KNOTKOVÁ-ČAPKOVÁ, B. *Bangladěš*. Praha: Nakladatelství Libri, 2005. ISBN 80-7277-290-2

Souhrnná teritoriální informace: Bangladěš. [online]. [cit. 2014-04-10]. Dostupné z: services.czechtrade.cz/pdf/sti/banglades-2013-09-30.pdf

Prosím, sedřete nás z kůže. [online]. 2013 [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: http://www.nazemi.cz/sites/default/files/letak_prac_podminky_140x148_0.pdf

Ušili to na nás. [online] [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: <http://www.nazemi.cz/sites/default/files/usili-to-na-nas.pdf>

Citované články

NEVYHOŠTĚNÝ, M. Tam, kde šijeme, jsou podmínky špičkové, hájí české firmy výrobu v Asii. [online][cit. 2014-05-12]. Dostupné z:http://byznys.lidovky.cz/tam-kde-sijeme-jsou-podminky-spickove-haji-ceske-firmy-vyrobu-v-asii-1gj-/firmy-trhy.aspx?c=A130515_171116_firmy-trhy_mev

MÁNERT, O. V Bangladéši spadl osmipodlažní dům, v troskách zemřely desítky lidí. [online]. [cit. 2014-04-11]. Dostupné z:http://zpravy.idnes.cz/kolaps-budovy-v-bangladeskem-meste-dhaka-fgi-/zahranicni.aspx?c=A130424_103831_zahranicni_ert

V Bangladéši se zřítila osmipodlažní budova. Zahynuly desítky lidí, 700 utrpělo zranění. [online]. [cit. 2014-04-11]. Dostupné z:<http://zpravy.ihned.cz/c1-59753300-v-bangladesi-se-zritila-osmipodlazni-budova-zahynuly-desitky-lidi-700-utrpeclo-zraneni>

BUTLER, S. Bangladeshi factory deaths spark action among high-street clothing chains. [online]. [cit. 2014-04-11]. Dostupné z:<http://www.theguardian.com/world/2013/jun/23/rana-plaza-factory-disaster-bangladesh-primark>

HRBATA, Z. a E. VLČKOVÁ. Levný textil pro celý svět. ve zřícené továrně v Dháce se šilo i pro Čechy. [online]. [cit. 2014-04-11]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/jak-vypadaji-textilni-tovarny-v-bangladesi-fkj-/zahranicni.aspx?c=A130505_142403_domaci_jav

ČTK. V Bangladéši se zřítila osmipodlažní budova. Zahynuly desítky lidí, 700 utrpělo zranění. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z:<http://zpravy.ihned.cz/c1-59753300-v-bangladesi-se-zritila-osmipodlazni-budova-zahynuly-desitky-lidi-700-utrpeclo-zraneni>

PAF. Benetton a spol. pod tlakem. Zákazníci firem, které šijí v Bangladéši, protestují. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z:<http://byznys.ihned.cz/zpravodajstvi-svet/c1-59821680-vyrobci-obleceni-v-bangladesi-jsou-pod-palbou-kritiky>

JAV. Jak vypadají textilní továrny v Bangladéši. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/jak-vypadaji-textilni-tovarny-v-bangladesi-fkj-/zahranicni.aspx?c=A130505_142403_domaci_jav

MÁNERT. O. Prodejci oděvů zpytují svědomí. Do Bangladéše napumpují miliony. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/prodejci-textilu-a-banglades-dgs-/zahranicni.aspx?c=A130514_121435_zahranicni_ert

NEVYHOŠTĚNÝ, M. Z Bangladéše proudí do Česka textil za miliardy, dělníci přitom živoří. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z:http://byznys.lidovky.cz/z-bangladese-proudi-do-ceska-textil-za-miliardy-delnici-pritom-zivori-1kk-/firmy-trhy.aspx?c=A130510_164929_firmy-trhy_mev

ŠTICKÝ, J. KOMENTÁŘ: Na levnějším oblečení z Asie vyděláváme, ale není to zadarmo. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z:http://ekonomika.idnes.cz/komentar-na-levnejsim-obleceni-z-asie-vydelavame-ale-neni-to-zadarmo-11x-/eko-zahranicni.aspx?c=A130509_1926144_eko-zahranicni_spi

ČTK. Záchranáři v troskách zřícené budovy v Dháce našli živé. Ve městě se demonstruje. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z:<http://zpravy.ihned.cz/c1-59770550-zachranari-v-troskach-zricene-budovy-v-dhace-nasli-zive-ve-meste-se-demonstruje>

TYT. Neprůhledná móda: Zjistit "rodokmen" běžného trička z Bangladéše je detektivní práce. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z:<http://zpravy.ihned.cz/c1-59846370-nepruhledna-moda-zjistit-rodokmen-bezneho-tricka-z-bangladese-je-detektivni-prace>

NEVYHOŠTĚNÝ, M. Tam kde šijeme jsou podmínky špičkové. Hájí české firmy výrobu v Asii. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/tam-kde-sijeme-jsou-podminky-spickove-haji-ceske-firmy-vyrobu-v-asii-1gj-/firmy-trhy.aspx?c=A130515_171116_firmy-trhy_mev

MÁNERT, O. Kolaps budovy v Dháce má 547 obětí, mohou za něj zřejmě generátory. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z:http://zpravy.idnes.cz/generatory-a-bad-textilky-v-bangladesi-dha-/zahranicni.aspx?c=A130504_110207_zahranicni_ert

VACA, J. Nejhorší podmínky a nejmenší platy v Asii, líčí Čech bangladéšské textilky. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z:http://zpravy.idnes.cz/jak-se-sije-textil-v-tovarnach-v-asii-banglades-cina-vietnam-p4d-/zahranicni.aspx?c=A130506_140926_domaci_jav

ŠTICKÝ, J. KOMENTÁŘ: Na levnějším oblečení z Asie vyděláváme, ale není to zadarmo. [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z:http://ekonomika.idnes.cz/komentar-na-levnejsim-obleceni-z-asie-vydelavame-ale-neni-to-zadarmo-11x-/eko-zahranicni.aspx?c=A130509_1926144_eko-zahranicni_spi

Ušili to na nás. *Proč firmy vyrábějí v rozvojových zemích?* [online]. 2011 [cit. 2014-04-15]. Dostupné z:<http://www.nazemi.cz/sites/default/files/usili-to-na-nas.pdf>

ČTK, LIDOVKY.CZ. *Po dvou dnech z trosk textilky v Dháce vytáhli 62 živých lidí.* [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z:http://www.lidovky.cz/z-trosek-zricene-budovy-udhaky-vyprostili-45-zivych-272-lidi-zemrelo-1pf-/zpravy-svet.aspx?c=A130426_073748_in_zahranici_vsv

Počet obětí zřícení bangladéšské textilky už přesáhl tisícovku [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z:http://zpravy.idnes.cz/sutiny-bangladesske-textilky-vydaly-uz-pres-tisic-mrtvych-p46-/zahranicni.aspx?c=A130510_075048_zahranicni_im

Benetton a spol. pod tlakem. Zákazníci firem, které šijí v Bangladéši, protestují [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-59821680-vyrobci-obleceni-v-bangladesi-jsou-pod-palbou-kritiky>

Na problémy bangladéšských textilek upozorňuje další požár. [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z:<http://zpravy.ihned.cz/c1-59845530-na-problemy-bangladesskych-textilek-upozorňuje-dalsi-pozar-v-tovarne-uhorelo-osm-lidi>

Neprůhledná móda. Zjistit rodokmen běžného trička z Bangladéše je detektivní práce. [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z:<http://zpravy.ihned.cz/c1-59846370-nepruhledna-moda-zjistit-rodokmen-bezneho-tricka-z-bangladesse-je-detektivni-prace>

NEVYHOŠTĚNÝ, M. *Tam, kde šijeme, jsou podmínky špičkové. Hájí české firmy výrobu v Asii.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/tam-kde-sijeme-jsou-podminky-spickove-haji-ceske-firmy-vyrobu-v-asii-1gj-/firmy-trhy.aspx?c=A130515_171116_firmy-trhy_mev

NEVYHOŠTĚNÝ, M. *Z Bangladéše proudí do Česka textil za miliardy, dělníci přitom živoří.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/z-bangladese-proudi-do-ceska-textil-za-miliardy-delnici-pritom-zivori-1kk-/firmy-trhy.aspx?c=A130510_164929_firmy-trhy_mev

PAVLÍČEK, T. *Hrdina v Bangladéši z trosk vytáhl 36 lidí. Dívce musel uříznout ruku.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/muz-v-bangladesi-zachranil-z-trosk-36-lidi-fgr-/zahranicni.aspx?c=A130427_125520_zahranicni_tp

Příběh dívky, která přežila 17 dnu pod troskami je prý podvod. [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zahranicni/306468-pribeh-divky-ktera-prezila-17-dnu-pod-troskami-textilky-je-pry-podvod.html>

VACA, J. *Poslední oběti. Fotografka zachytila zármutek Banglaéše.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/posledni-objeti-fotografka-zachytila-zarmutek-bangladese-p3t-/zpravy-svet.aspx?c=A130513_110538_ln_zahranici_jv

Nepřehledná móda. Zjistit rodokmen běžného trička z Bangladéše je detektivní práce. [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: <http://zpravy.ihned.cz/c1-59846370-neprehledna-moda-zjistit-rodokmen-bezneho-tricka-z-bangladese-je-detektivni-prace>

NEVYHOŠTĚNÝ, M. *Tam kde šijeme jsou podmínky špičkové. Hájí české firmy výrobu v Asii.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/tam-kde-sijeme-jsou-podminky-spickove-haji-ceske-firmy-vyrobu-v-asii-1gj-/firmy-trhy.aspx?c=A130515_171116_firmy-trhy_mev

Největší pohromy světa. Řadí se mezi ně i tragédie v Dháce. [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/nejvetsi-pohromy-sveta-radi-se-mezi-ne-i-tragedie-v-dhace-p2s-/zpravy-svet.aspx?c=A130510_090906_ln_zahranici_sk

VÍTKOVÁ, N. *OBRAZEM: Oběti průmyslu v Bangladéši pracují v otřesných podmínkách.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/fotografie-zamestnancu-v-bangladesi-d7t-/zahranicni.aspx?c=A130925_174121_zahranicni_nat

HRBATA, Z. a VLČKOVÁ E. *Levný textil pro celý svět. Ve zřícené bangladéšské továrně se šilo i pro Čechy.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/jak-vypadaji-textilni-tovarny-v-bangladesi-fkj-zahranicni.aspx?c=A130505_142403_domaci_jav

ŠTICKÝ, J. *Na levnějším oblečení vyděláváme, ale není to zadarmo.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/komentar-na-levnejsim-obleceni-z-asie-vydelavame-ale-neni-to-zadarmo-11x-/eko-zahranicni.aspx?c=A130509_1926144_eko-zahranicni_spi

ČTK. *Ohnivá past. V hořící textilce bylo uvězněno více než 100 lidí.* [online]. 2013 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/pozar-textilky-v-bangladesi-si-vyzadal-nejmene-sto-mrtvych-p4q-/zpravy-svet.aspx?c=A121125_065533_ln_zahranici_sk

Analyzovaná periodika

Hospodářské noviny ISSN, 1213-7693.

Lidové noviny ISSN 1213-1385

Mladá Fronta DNES 1210-1168

Právo 1211-2119

Podobné práce

Gatekeeping ve zpravodajství ČT1 a TV Nova [rukopis]/ Hana Holubová, Vedoucí bakalářské práce Mgr. Tereza Hronová.

Obraz a stereotyp Romů v týdeníku Respekt (2009 - 2011) [rukopis] / Zdeňka Trachtová ; vedoucí práce Blanka Soukupová ; oponent práce Magdaléna Šťovíčková Jantulová

Liberalizace mezinárodního obchodu jako součást rozvojové politiky EU [rukopis]
/ Lucie Foitová ; vedoucí práce Irah Kučerová

Chudoba a zaostalost rozvojových zemí [rukopis] / Helena Nováčková ; vedoucí DP
Milena Tichá

Nastolování agendy pořadem Otázky Václava Moravce Speciál v denících Právo, Lidové
noviny, Mladá fronta Dnes a Hospodářské noviny [rukopis] / Adéla Pobořilová ; vedoucí
práce Tomáš Trampota