

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2018

Michaela Rambousková

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií

Michaela Rambousková

**Kyberzdrojování témat v médiích
v Královéhradeckém kraji**

Diplomová práce

Praha 2018

Autor práce: **Michaela Rambousková**

Vedoucí práce: **doc. PhDr. Barbora Osvaldová, PhD.**

Rok obhajoby: **2018**

Bibliografický záznam

RAMBOUSKOVÁ, Michaela. *Kyberzdrojování témat v médiích v Královéhradeckém kraji*. Praha, 2018, XX s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií, Vedoucí diplomové práce doc. PhDr. Barbora Osvaldová, PhD..

Anotace

Diplomová práce s názvem *Kyberzdrojování témat v médiích v Královéhradeckém kraji* se zabývá využíváním sociálních sítí jako novinářských zdrojů v takzvaných seriózních médiích v Královéhradeckém kraji. Práce si klade za cíl na základě porovnání dvou časových období dokázat, že sociální sítě se postupně stávají plnohodnotnými zdroji regionálních žurnalistů. Analýze byly podrobeny obsahy šesti médií zahrnujících tištěná média, agenturu, rozhlas i audiovizuální médium. Kromě přístupu jednotlivých druhů médií k sociálním sítím jako zdroji srovnává také přístup médií soukromých a veřejnoprávních. Práce přináší tematické rozdělení obsahů využívajících sociální sítě jako zdroj, ale také třídí způsoby, kterými novináři sociální sítě jako zdroje využívají. Všimá si také fenoménu, kdy mediální obsahy v některých médiích vznikají pouze na základě informací ze sociálních sítí bez ověření pomocí tradičních novinářských zdrojů.

Annotation

The thesis called *Cybersourcing in Královéhradecký region media follow up the using of social networks as a sources in non-tabloid media in Královéhradecký region*. It compares two time periods and on its example it wants to prove that the social networks are slowly getting the full-fledged sources of regional journalists. The analysis examines the contents of six medias: press, press agency, radio and television. The analysis compares the private owned media and the public service media and sorts the ways how journalists use the social networks content. It also notice the phenomenon of using the social networks as one and only source of information without verifying the information with traditional sources.

Klíčová slova

Média, Královéhradecký kraj, regionální tisk, sociální sítě, práce se zdroji, Facebook, Twitter

Keywords

Media, Hradec Králové region, regional press, social networks, sourcing, Facebook, Twitter

Rozsah práce: 64 stran

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 veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 7. května 2018

Michaela Rambousková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala všem, kteří se větší či menší měrou zasloužili o to, že tato diplomová práce mohla vzniknout, ať už morální podporou, radou, motivací, ochotou vyplnit dotazník, ale třeba i jen půjčit jednu jedinou knihu. Žádná pomoc nebyla malá.

Obsah	
ÚVOD	2
1. TEORETICKÁ ČÁST	4
1.1. Tradiční zdroje využívané novináři v popisovaném regionu	5
1.1.1. <i>Tisková oddělení</i>	5
1.1.2. <i>Tisková agentura ČTK</i>	8
1.1.3. <i>Vlastní neoficiální zdroje</i>	8
1.2. Nové zdroje využívané novináři v regionu od roku 2001	9
1.2.1. <i>Internet obecně</i>	9
1.2.2. <i>Sociální sítě</i>	10
2. METODOLOGICKÁ ČÁST	14
2.1. Kvantitativní analýza	14
2.2. Kvalitativní analýza	15
2.3. Dotazníkové šetření	15
3. PRAKTICKÁ ČÁST	17
3.1. Hypotézy	17
3.2. Způsob sběru dat pro analýzu	18
3.3. Kvantitativně kvalitativní analýza deníku MF DNES	19
3.3.1. <i>Rok 2010</i>	19
3.3.2. <i>Rok 2016</i>	23
3.3.3. <i>Srovnání let 2010 a 2016</i>	27
3.4. Kvantitativně kvalitativní analýza deníku Právo	29
3.4.1. <i>Rok 2010</i>	29
3.4.2. <i>Rok 2016</i>	30
3.4.3. <i>Srovnání let 2010 a 2016</i>	32
3.5. Kvantitativně kvalitativní analýza Deníku	34
3.5.1. <i>Rok 2010</i>	34
3.5.2. <i>Rok 2016</i>	39
3.5.3. <i>Srovnání let 2010 a 2016</i>	45
3.6. Kvantitativně kvalitativní analýza zpravodajství ČTK	47
3.6.1. <i>Rok 2010</i>	47
3.6.2. <i>Rok 2016</i>	48
3.6.3. <i>Srovnání let 2010 a 2016</i>	51
3.7. Kvantitativně kvalitativní analýza zpravodajství České televize	53
3.7.1. <i>Rok 2010</i>	53
3.7.2. <i>Rok 2016</i>	53
3.7.3. <i>Srovnání let 2010 a 2016</i>	55
3.8. Kvantitativně kvalitativní analýza zpravodajství Českého rozhlasu	56
3.8.1. <i>Rok 2010</i>	56
3.8.2. <i>Rok 2016</i>	57
3.8.3. <i>Srovnání let 2010 a 2016</i>	58
3.9. Dotazníkový výzkum mezi novináři Královéhradeckého kraje	59
3.9.1. <i>Struktura dotazníku</i>	59
3.9.2. <i>Vyhodnocení dotazníku</i>	59
ZÁVĚR	62
POUŽITÁ LITERATURA	65
ANALYZOVANÉ MEDIÁLNÍ OBSAHY	68
SEZNAM TABULEK A GRAFŮ	73
SEZNAM PŘÍLOH	75
PŘÍLOHY	76

ÚVOD

Diplomová práce si klade za cíl zjistit, kterak novináři v Královéhradeckém kraji využívají pro svoji žurnalistickou práci sociální média, a to srovnáním jejich využívání v letech 2010 a 2016. Sociální sítě se od roku 2010 rozšířily do více aspektů života, práce má proto zjistit, zdali sociální sítě v současné době víc ovlivňují i mediální produkci. Výzkum se zaměřuje pouze na práci novinářů z takzvaných seriózních médií, a to z několika důvodů. Tím prvním je fakt, že bulvární média sociální sítě v posledních letech užívají velmi významně a popsání jejich práce se sociálními sítěmi by byla na samostatnou diplomovou práci.

Druhým důvodem je, že autorka výzkumu má s fungováním regionálních médií v Královéhradeckém kraji již téměř desetiletou zkušenost, proto při psaní mohla aplikovat poznatky z vlastní praxe, která ji de facto k tématu této diplomové práce přivedla, neboť se nejednou zamýšlela nad užitečností sociálních sítí při práci redaktorky regionálního média. Třetím důvodem je fakt, že práce řešící obdobný problém ještě nebyla na české akademické scéně zpracována. Jelikož se jedná o zpracování diplomové práce, která má omezený rozsah, rozhodla se autorka demonstrovat problém právě na produkci regionálních médií.

Dle teze se původně chtěla zaměřit na kvantitativní analýzu textů týkajících se pouze politických témat, při sběru dat pro výzkum však zjistila, že regionální novináři využívají sociální sítě pro mnohem širší portfolio témat. Rozhodla se proto vypracovat kompletní analýzu textů, pro jejichž tvorbu byla oficiálně jedna ze sociálních sítí využita.

Pro tvorbu článků či reportáží však novináři nevyužívají sociální sítě jen takzvaně přiznaně, řada z nich informace ze sociálních sítí využívá pouze jako inspiraci, kterou následně ve svém textu či reportáži nepřizná. Zmapování tohoto fenoménu mělo pomoci dotazníkové šetření mezi novináři vybraných médií. Hlubkový dotazník však většina novinářů z různých důvodů odmítla, proto se autorka rozhodla získat data formou anonymního dotazníkového šetření vedeného přes webové rozhraní. Z osloveného vzorku však dotazník vyplnila pouze čtvrtina respondentů, výsledky tohoto šetření proto není možné považovat za relevantní, autorka je proto nevyužila jako pevný bod svého výzkumu, ale pouze jako drobné doplnění práce, čímž se významně odchýlila od tezí. Kvalitu výzkumu toto odchýlení však příliš neovlivnilo, pouze znemožnilo hloubkový pohled na motivaci novinářů jednotlivých médií pro využívání sociálních sítí při své práci. Drobného odchýlení od tezí jsem se dopustila i v členění jednotlivých kapitol a podkapitol, které jsem se rozhodla zjednodušit a přehledněji uspořádat.

U této diplomové práce je nutné brát v potaz, že je zaměřená na regionální žurnalistiku, výsledky zkoumání proto zcela jistě nebudou korespondovat s realitou celostátní novinařiny. Týká se to především sociální sítě Twitter, která je na celostátní úrovni už považovaná za plnohodnotný zdroj. Na Twitteru zveřejňují aktuality ministři, ministerstva a další celorepublikově důležité osoby a instituce. V regionech je však tato sociální síť na okraji zájmu politiků, organizací i novinářů.

Nejpřínosnější publikací pro zpracování této práce byl „Novinář a jeho zdroje v digitální éře“ od Milana Šmída a Ludmily Trunečkové. Pro teoretickou část jsem významně čerpala i z publikace Slovník žurnalistiky – výklad pojmů a teorie oboru, která krátce a trefně popisuje základní pojmy, a také z publikace „Žurnalistika a společnost“, která mi přinesla řadu nových a nečekaných pohledů na propojení moderní žurnalistiky a online světa. Výběrem literatury jsem se částečně odchytila od tezí, neboť u některých publikací jsem měla problém s jejich dostupností.

Jelikož je tato práce věnována tématu sociálních sítí, řadu potřebných informací jsem byla nucena čerpat z internetu. Vždy jsem se však snažila k online zdrojům přistupovat velmi citlivě, a to zejména s ohledem na jejich důvěryhodnost a pravdivost. Byť to k tomu v několika případech svádělo, vyhnula jsem se například serveru Wikipedia a dala jsem si práci s hledáním zdrojů důvěryhodnějších, především mezi odbornými online médii věnovanými digitálním médiím, internetu a sociálním sítím.

1. TEORETICKÁ ČÁST

Zdroje využívané regionálními novináři v Královéhradeckém kraji

Pro získání informací potřebných pro napsání novinového textu či natočení televizní nebo rozhlasové reportáže je velice důležitá síť zdrojů, kterou novinář využívá a zčásti si ji i vytváří. Zdroje slouží primárně k získání zajímavé informace, na níž novinář založí téma svého mediálního výstupu, ale i k potvrzení či vyvrácení informace. Zdroje bývají nejčastěji přiznané, ve výjimečných případech však novináři svůj zdroj informací ochrání, což upravuje takzvaný Tiskový zákon č. 46/2000 Sb. v paragrafu 16: „*Fyzická osoba nebo právnická osoba, která se podílela na získávání nebo zpracování informací pro uveřejnění nebo uveřejněných v periodickém tisku, má právo odepřít soudu, jinému státnímu orgánu nebo orgánu veřejné správy poskytnutí informace o původu či obsahu těchto informací.*“¹

Zdroje novinářům slouží k předávání informací o událostech či faktech, jichž se novinář neúčastnil osobně.² V takovýchto případech je odkázán na přímé účastníky události, od nichž získává informace, nejčastěji rozhovorem. Jako zdroj se označují všechny subjekty, které jsou kompetentní sdělit novináři relevantní informace.³ Rozdělit zdroje lze různými způsoby. Například na živé a neživé. Mezi živé zdroje patří účastníci události (například očití svědci), tiskoví mluvčí, politici, odborníci. Neživými zdroji jsou tiskové zprávy, dokumenty, aktuální i archivní zvukové či audiovizuální záznamy.⁴ Jaroslav Čuřík s kolektivem v publikaci *Nové trendy v médiích* rozdělili zdroje následovně:

- Vlastní zjištění (pozorování, osobní účast při události)
- Rozhovor (se svědky, informátory, oficiálními představiteli)
- Oficiální dokumenty
- Tisková sdělení
- Agenturní zprávy
- Internet
- Archivy a databáze⁵

¹ NESIGNOVÁNO. *Zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon)* [online] <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-46> (25.11.2017)

² ŠMÍD, Milan a Ludmila TRUNEČKOVÁ. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1661-2., s. 16

³ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ, ed. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2017. ISBN 9788024637525., s. 213

⁴ OSVALDOVÁ, HALADA (2017), s. 213

⁵ ČUŘÍK, Jaroslav. *Nové trendy v médiích*. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5825-5., s. 38

Zajímavý pohled na zdroje přináší Denis McQuail, který kromě vlastních zdrojů novinářů, tiskových agentur a obsahů jiných médií, z nichž mohou novináři čerpat, zmiňuje jako zdroje také zájmové skupiny, které stojí za množstvím PR materiálů, zpráv, stanovisek a oznámení zamýšlených k veřejnému šíření. „*Ukázalo se, že tyto zdroje stojí za výraznou částí zpravodajských obsahů, někdy dokonce za jejich většinou,*“ upozorňuje McQuail.⁶

1.1 Tradiční zdroje využívané regionálními novináři

Úkolem redaktorů všech krajských médií je přinášet čtenářům/divákům/posluchačům informace z daného regionu, čemuž musí odpovídat i jimi využívané zdroje.

1.1.1. Tisková oddělení

Základ tvoří tisková oddělení samospráv, organizací, institucí či různých orgánů. Ta s redakcemi komunikují několika způsoby, tedy aktivně (rozesíláním tiskových zpráv a dalších materiálů určených ke zveřejnění a organizováním tiskových konferencí) a pasivně (reagováním na dotazy novinářů).⁷

Za nejdůležitější tisková oddělení v Královéhradeckém kraji považují následující:

Tiskové oddělení Královéhradeckého kraje

Přináší informace z dění ve státní správě i samosprávě Královéhradeckého kraje. Informuje o politických rozhodnutích a jednáních, ale také o novinkách či změnách v krajských organizacích. Ke dni vzniku této diplomové práce mělo tiskové oddělení Královéhradeckého kraje pět zaměstnanců. Vedoucím oddělení byl Bc. Lukáš Vaníček, tiskovou mluvčí Mgr. Sylvie Velčovská, public relations měli na starost Mgr. Michal Friček a Mgr. Dan Lechmann, referentem tiskového oddělení byl Jiří Klemť.⁸

V březnu 2018 tiskové oddělení Královéhradeckého kraje zveřejnilo 52 tiskových zpráv, z nichž devět textů se týkalo ekonomiky, šest zdravotnictví, čtyři dopravy, osm školství, devět připravovaných akcí či událostí, dvě životního prostředí, sedm kultury či sportu a dalších sedm zbývajících nezařazených témat.⁹ Krajské tiskové oddělení kromě pořádání tiskových konferencí, rozesílání tiskových zpráv novinářům a zodpovídáním jejich

⁶ MCQUAIL, Denis. *Žurnalistika a společnost*. Přeložil Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, přeložil Roman HÁJEK, přeložil Marta CHROMÁ. V Praze: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3093-9., s. 145

⁷ OSVALDOVÁ, HALADA (2017), s. 106

⁸ NESIGOVÁNO. *Telefonní seznam zaměstnanců a zastupitelů*. [online] http://www.kr-kralovehradecky.cz/cz/telefonni_seznam.php (29.04.2018)

⁹ NESIGOVÁNO. *Aktuality*. [online] <http://www.kr-kralovehradecky.cz/scripts/detail.php?pgid=1768&conn=10215&pg=10> (29.04.2018)

dotazů, připravuje materiály pro krajský tištěný zpravodaj *U nás v kraji*, který v tiráži každého čísla v uplynulém roce uvádí 254 800 výtisků. Odpovědným redaktorem je Mgr. Michal Friček.¹⁰

Tiskové oddělení Magistrátu města Hradce Králové

Tiskové oddělení hradeckého magistrátu informuje o novinkách ze samosprávy i státní správy na hradeckém magistrátu. Oddělení spadá pod Odbor kanceláře primátora, jehož vedoucí v době vzniku této diplomové práce byla Ing. Marie Juppová, která však nepůsobila v roli tiskové mluvčí. Tím byl Ing. Petr Vinklář, referentem tiskového oddělení pak byl Michal Komárek. V březnu 2018 tiskové oddělení vydalo 17 tiskových zpráv, z toho dvě se týkaly sociální oblasti a zdravotnictví, jedna dopravy, čtyři plánovaných akcí a událostí, dvě životního prostředí, čtyři kultury a sportu a čtyři byly nezařazené.¹¹

Tiskové oddělení zároveň vydává radniční zpravodaj *Radnice*, jehož redaktory jsou Martin Černý a Pavlína Pospíšilová Šífová. Náklad zpravodaje je 50 000 výtisků.¹²

Tiskové oddělení Policie České republiky (PČR)

Krajské ředitelství PČR v Královéhradeckém kraji má pro komunikaci s novináři zřízené Oddělení tisku a prevence, které mělo v době vzniku diplomové práce devět zaměstnanců. Vedoucím oddělení byl mjr. Bc. Jan Čížkovský, jako mluvčí působili nrap. Aleš Brendl, por. Mgr. Lenka Burýšková, por. Mgr. Alena Kacálková, por. Bc. Iva Kormošová, por. PhDr. Ondřej Moravčík, por. Šárka Pižlová, DiS. a por. Mgr. Eva Prachařová. Jako pracovník vztahů k veřejnosti tiskové oddělení doplňovala Ing. Magdaléna Vlčková.¹³ V březnu 2018 tiskové oddělení PČR v Královéhradeckém kraji vydalo 133 tiskových zpráv.¹⁴

¹⁰ TIRÁŽ. *U nás v kraji*. Královéhradecký kraj, 2018, (březen). MK ČR E 1377, s. 8

¹¹ Zdroj: Webové stránky MMHK na webu zveřejňuje pouze vybrané tiskové zprávy, přesné číslo jsem proto čerpala z archivu vlastní e-mailové schránky.

¹² TIRÁŽ. *Radnice*. Statutární město Hradec Králové, 2018, 16/25. 4., MK ČR E 13867, s. 4

¹³ NESIGNOVÁNO. *Oddělení tisku a prevence*. [online]

<http://www.policie.cz/docDetail.aspx?docid=22301382&doctype=ART&prev=true> (29.04.2018)

¹⁴ NESIGNOVÁNO. *Policie České republiky – KŘP Královéhradeckého kraje*. [online]

<http://www.policie.cz/kralovehradecky-kraj-zpravodajstvi.aspx> (29.04.2018)

Tiskové oddělení Hasičského záchranného sboru Královéhradeckého kraje

Hasičský záchranný sbor má v Královéhradeckém kraji jednu tiskovou mluvčí pro všechny okresy i krajské ředitelství, v době vzniku diplomové práce jí byla por. Mgr. Martina Götzová.¹⁵ V březnu 2018 zveřejnila 36 tiskových zpráv.¹⁶

Tiskové oddělení Zdravotnické záchranné služby Královéhradeckého kraje

Zdravotnická záchranná služba v Královéhradeckém kraji má jednoho tiskového mluvčího, jímž je Bc. Ivo Novák.¹⁷ V březnu 2018 zveřejnil dvě tiskové zprávy.¹⁸

Tiskové oddělení Zdravotnického holdingu Královéhradeckého kraje

Přináší informace z nemocnic vlastněných Královéhradeckým krajem, jenž je řídí právě přes Zdravotnický holding Královéhradeckého kraje. Tiskovou mluvčí instituce byla v době vzniku této diplomové práce Ing. Magdaléna Doležalová.¹⁹ V březnu 2018 vydala devět tiskových zpráv.²⁰

Další

Vlastní tisková oddělení mají v Královéhradeckém kraji také radnice okresních měst, hradecká Fakultní nemocnice, Univerzita Hradec Králové, krajský či okresní soud a další instituce a organizace. U některých institucí funkci tiskového mluvčího plní pracovník vybraného oddělení, například u Krajské hygienické stanice Královéhradeckého kraje v roli tiskové mluvčí vystupuje asistentka ředitele Bc. Veronika Krejčí.²¹

¹⁵ NESIGNOVÁNO. *Krajské ředitelství*. [online] <http://www.hzscr.cz/clanek/hzs-kralovehradeckeho-kraje-menu-kontakty-krajske-reditelstvi.aspx> (29.04.2018)

¹⁶ NESIGNOVÁNO. *Zpravodajství*. [online] <http://www.hzscr.cz/hzs-kralovehradeckeho-kraje-menu-informacni-servis-zpravodajstvi.aspx> (29.04.2018)

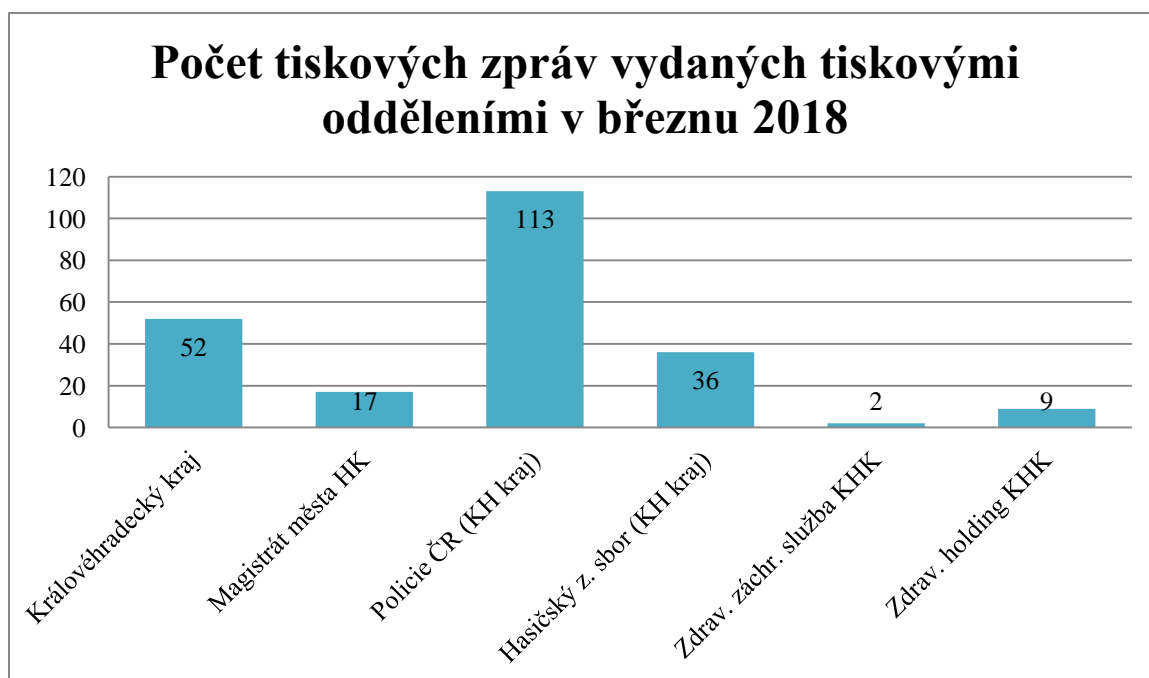
¹⁷ NESIGNOVÁNO. *Kontakty*. [online] <https://www.zzskhk.cz/kontakty> (29.04.2018)

¹⁸ NESIGNOVÁNO. *Aktuality*. [online] <https://www.zzskhk.cz/aktuality> (29.04.2018)

¹⁹ NESIGNOVÁNO. *Bez názvu*. [online] <http://www.zhkhk.cz/profil/dolezalova-magdalena> (29.04.2018)

²⁰ *Zdroj*: Zdravotnický holding KHK tiskové zprávy na svém webu nezveřejňuje, přesné číslo jsem proto čerpala z archivu vlastní e-mailové schránky.

²¹ *Zdroj*: Vlastní znalost autorky získaná praxí v regionálních médiích v Královéhradeckém kraji.



Graf 1 – Počet tiskových zpráv vydaných tiskovými odděleními v březnu 2018

1.1.2. Agentura ČTK

Česká tisková kancelář je nástupnickou organizací Československé tiskové kanceláře, která vznikla 28. října 1918 rozhodnutím Národního výboru Československého. Zabývá se sběrem, zpracováním a distribucí zpravodajských informací ze všech oblastí lidské činnosti.²² Česká tisková kancelář je sice veřejnoprávním médiem, slovní a obrazové zpravodajství poskytuje hromadným sdělovacím prostředkům, právníckým a fyzickým osobám za úplatu.²³

Redakce ČTK pro Královéhradecký kraj sídlí v krajském městě Hradci Králové a v době vzniku diplomové práce ji tvořili dva píšící redaktori Tomáš Kučera (ku) a Zdeněk Rychtera (ry) a také krajský fotograf David Taneček.²⁴

1.1.3. Vlastní zdroje

Novináři v Královéhradeckém kraji pravidelně čerpají informace i od dalších zdrojů, které často nejsou oficiální a novináři si je vybírají a „těží“ spíše na základě osobních vztahů a zkušeností. Mezi takovéto zdroje patří různě motivovaní aktivisté a občané zajímající se o věci veřejné či jiné zainteresované osoby, například úředníci, členové různých komisí při samosprávách a podobně. Každý novinář si praxí tvoří vlastní síť takovýchto zdrojů.

²² OSVALDOVÁ, HALADA (2017), s. 38

²³ ŠMÍD, TRUNEČKOVÁ (2009), s. 130

²⁴ Zdroj: Vlastní znalost autorky získaná praxí v regionálních médiích v Královéhradeckém kraji.

V takovémto případě je však vždy potřeba být ostražitý a předcházet možnosti systematického zkreslování pozornosti, které vzniká na základě upevňování vztahu novinářů s jejich zdroji.²⁵

Z vlastní praxe vím, že novináři takovéto vztahy navazují zejména s opozičními politiky, kteří mají lepší přístup k materiálům ze zastupitelstev, komisí či výborů, s ekologickými spolky, které se přihlašují do různých řízení, či lidmi zainteresovanými ve zpravodajsky zajímavých kauzách či případech.

1.2. Nové zdroje využívané regionálními novináři

1.2.1. Internet obecně

Internet je pro novináře takřka bezdennou studnicí informací všeho druhu. Elektronické zdroje jsou pro novináře velmi přitažlivé, neboť přinášejí velmi rychlý přístup k informacím a také jejich následné šíření.²⁶ Zároveň je však nutné si uvědomit, že internet a informace na něm publikované nejsou nijak regulované, což ovlivňuje přesnost a spolehlivost těchto informací.²⁷ V posledních měsících toto můžeme vidět v praxi ve formě dezinformací známých spíše jako *fake news*, tedy úmyslně šířených nepravdivých či lživých zpráv. Tento pojem je spojen právě s elektronickými médii.²⁸ Na žurnalisty jsou proto kladeny vyšší nároky na schopnost vyhledávat relevantní informace a také je ověřovat.

Pro metodu takzvaného online zdrojování se ustálil i výraz, a to *Computer assisted reporting*, což zahrnuje online hledání informací a lidí, ověřování informací z online zdrojů, ale také vyhledávání informací a dokumentů z online zdrojů.²⁹

Podle Alžběty Soškové, která se ve své diplomové práci věnovala rozdílům mezi tištěnými a online médii z pohledu českých novinářů, přešli zejména novináři věnující se online žurnalistice do fáze, kdy nové informační zdroje využívají již automaticky jako součást své pracovní rutiny.³⁰

²⁵ MCQUAIL (2016), s. 146

²⁶ BURNS, Lynette Sheridan. *Žurnalistika: praktická příručka pro novináře*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-871-6, s. 107

²⁷ BURNS (2004), s. 108

²⁸ NESIGNOVÁNO. *Fake news – úvod do problematiky*. [online] <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/temata/hoax-spam/1264-fake-news> (25. 04.2018)

²⁹ ČUŘÍK (2012), s. 22

³⁰ SOŠKOVÁ, Alžběta. *Rozdíly mezi tištěnými a online médii očima novinářů*. Brno, 2010. Diplomová práce. Msarykova univerzita v Brně. Vedoucí práce Doc. Mgr. Jakub Macek, Ph.D., s. 51

1.2.2. Sociální síť

Sociální síť se dá definovat jako internetová služba, která umožňuje vytvořit si veřejný nebo poloveřejný profil v rámci ohraničeného systému a definovat si seznam uživatelů, s nimiž chce uživatel sdílet spojení.³¹ Do doby vzniku sociálních sítí v takové formě, v jaké je známe dnes, sloužily pro internetovou komunikaci různá diskuzní fóra či takzvané chaty, tedy webové stránky, na nichž mohli uživatelé pod přezdívkami online klábosit.³²

Facebook

Sociální síť Facebook založil v roce 2004 student Harvardské univerzity Marc Zuckerberg, a to jako interní komunikační síť pro studenty. Veřejnosti se sociální síť otevřela až roku 2006, o deset let později již měla přes 1,3 miliardy aktivních uživatelů po celém světě.³³ V roce 2017 využívalo sociální síť Facebook v České republice 4,8 milionu lidí měsíčně.³⁴ Počet uživatelů této sociální sítě v Královéhradeckém kraji, na který se zaměřuje tato diplomová práce, se nepodařilo zjistit.

Facebook slouží jako zdroj několika způsoby. Novinář se buď může stát členem veřejných či uzavřených skupin zaměřených na tematiku, které se ve své žurnalistické praxi věnuje, může být fanouškem organizací, institucí, samospráv, spolků, osobností a dalších, kteří mají na Facebooku vlastní stránku. Získání informací je možné také způsobem navázání přátelství s osobami, které mají na Facebooku profil.

Strukturu sledovaných osob, skupin a stránek na sociální síti Facebook si musí novinář nastavit podle vlastního tematického zaměření. Pro regionální novináře slouží jako cenný zdroj facebookové skupiny či stránky jednotlivých měst, na nichž se scházejí obyvatelé, kteří sdílejí o svém městě různé informace, ale především debatují o věcech, které je ve městě trápí. Tomuto fenoménu se důkladněji věnuji v praktické části této diplomové práce.

Sošková, která v rámci své diplomové práce dělala průzkum mezi novináři republikově zaměřených médií, zjistila, že sociální síť Facebook bývá nejvíce využívána mezi žurnalisty specializujícími se na politiku. „*Využívají Facebook aktivně tím způsobem, že mezi*

³¹ BOYD, Danah M. a Nicole B. ELLISON. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication. 2007, 13, (1), s. 210-230

³² NESIGNOVÁNO. *Chat*. [online] <https://it-slovník.cz/pojem/chat> (30.04.2018)

³³ SHAH, Saqib. *The history of social networking*. [online] <https://www.digitaltrends.com/features/the-history-of-social-networking/> (30.04.2018)

³⁴ HUŠKOVÁ, Lucie. *Český Facebook v Q1 2017 hlásí 4,8 milionů uživatelů měsíčně*. [online] <https://newsfeed.cz/cesky-facebook-v-q1-2017-hlasi-48-milionu-uzivatelu-mesicne/> (30.04.2018)

svými ‚přáteli‘ mají několik desítek až stovek českých politiků, lobbyistů, zástupců státních i soukromých organizací, jsou s nimi díky Facebooku v denním kontaktu a dozvídají se tak nejaktuálnější informace z nejrůznějších oblastí často dříve než oficiální orgány politických organizací.“ Zároveň zmiňuje novináře, kteří tuto sociální síť využívají pasivně, a to tak, že čerpají informace z veřejných profilů politických stran či konkrétních politiků, jejichž týmy si uvědomují důležitost Facebooku v současné době, a zajímavé informace na těchto profilech zveřejňují dříve, než je poskytnou zpravodajským agenturám a ostatním médiím formou tiskové zprávy.³⁵

U řady politiků využívají jejich facebookové prezentace především novináři, veřejnost jejich profily často naprosto ignoruje, řada politiků, a to zejména regionálních, má počty fanoušků v desítkách, maximálně stovkách. Podle Aleny Mackové je to však dáno nespíš tím, že lidé se o politiky nezajímají. V roce 2014 české politiky sledovala nebo se s nimi na Facebooku přátelila pouhá tři procenta dospělé české populace.³⁶

V Královéhradeckém kraji mezi nejdůležitější facebookové zdroje řadím následující skupiny a stránky. Uvedené počty členů jsou k datu 30. dubna 2018.

- ❖ Skupina „Trutnováci“ – 22 416 členů
- ❖ Skupina „Hradec Králové – Salón republiky“ – 16 558 členů
- ❖ Skupina „Pomáhat a chránit – Dopravní situace pro východní Čechy“ – 12 828 členů
- ❖ Skupina „Dvůr Králové nad Labem“ – 5 569 členů
- ❖ Skupina „Město Nový Bydžov“ – 3 052 členů
- ❖ Skupina „Architektura Hradce Králové“ – 1 829 členů

- ❖ Stránka „Safari Park Dvůr Králové“ – 51 921 fanoušků
- ❖ Stránka „KRNAP“ – 18 858 fanoušků
- ❖ Stránka „Hradec Králové Živě“ – 15 307 fanoušků
- ❖ Stránka „Horská služba Krkonoše / Czech Mountain Rescue“ – 11 376 fanoušků
- ❖ Stránka „Královéhradecký kraj“ – 8 785 fanoušků
- ❖ Stránka „Hradec Králové City“ – 8 248 fanoušků
- ❖ Stránka „ZZS KHK“ – 6 755 fanoušků

³⁵ SOŠKOVÁ (2010), s. 52

³⁶ LORENTZ, Pascaline, David ŠMAHEL, Monika METYKOVÁ a Michelle F. WRIGHT, ed. *Living in the digital age: self-presentation, networking, playing, and participating in politics*. Brno: Masarykova univerzita, 2015. ISBN 978-80-210-7810-9., s. 178

- ❖ Stránka „Hasiči Královéhradeckého kraje“ – 5 813 fanoušků
- ❖ Stránka „Univerzita Hradec Králové“ – 4 917 fanoušků
- ❖ Stránka „Fakultní Nemocnice Hradec Králové“ – 3 560 fanoušků
- ❖ Stránka „Statutární město Hradec Králové“ – 3 174 fanoušků
- ❖ Stránka „Kryštof 06 (LZS Hradec Králové)“ – 2 967 fanoušků
- ❖ Stránka „Turistický portál Královéhradeckého kraje“ – 1 957 fanoušků³⁷

Vlastní profily na Facebooku mají i některé redakce regionálních médií. Počty fanoušků jsou platné k 30. dubnu 2018.

Médium	Počet fanoušků
<i>ČT Severovýchod</i>	8 528
<i>Krkonošský deník</i>	6 142
<i>Český rozhlas Hradec Králové</i>	4 933
<i>Hradecký deník</i>	4 608
<i>Jičínský deník</i>	3 464
<i>Náchodský deník</i>	3 372
<i>Rychnovský deník</i>	3 279
<i>Hradec DNES (MF DNES)</i>	922

Tabulka 1 – Působení krajských médií na sociální síti Facebook³⁸

Z médií Královéhradeckého kraje, které jsem zahrнула do analýzy v praktické části, nemají svůj facebookový profil deník Právo a tisková agentura ČTK pro Královéhradecký kraj. Zajímavé je, že aktivita médií na Facebooku nemá souvislost s využíváním této sociální sítě pro obsahovou produkci těchto médií. Například Český rozhlas a Česká televize využívají dle mé analýzy sociální sítě pro tvorbu svých obsahů nejméně z analyzovaných médií, avšak v komunikaci na Facebooku patří podle výše uvedené tabulky mezi tři nejaktivnější a fanoušky nejoblíbenější.

Twitter

Tato sociální síť začala fungovat v roce 2006 a jeho hlavní myšlenkou bylo publikovat myšlenky o maximální délce 160 znaků. Prvním „tweetem“ (označení příspěvku na sociální síti Twitter) bylo sdělení spoluzakladatele Jacka Dorseyho, které publikoval 21. března 2006:

³⁷ Zdroj: <http://www.facebook.com> [online] (30.04.2018)

³⁸ Zdroj: <http://www.facebook.com> [online] (30.04.2018)

„*just setting up my twttr*“ (zrovna si nastavuji svůj Twitter).³⁹ V roce 2017 měla tato sociální síť 330 milionů uživatelů po celém světě.⁴⁰ Odhad počtu českých uživatelů byl v roce 2017 kolem 400 tisíc.⁴¹ U Twitteru je vidět veliký rozdíl mezi celostátní a regionální politickou žurnalistikou. Zatímco pro novináře věnující se celostátní politice je Twitter už uznaným plnohodnotným zdrojem, mezi žurnalisty v Královéhradeckém kraji je využití sociální sítě Twitter minimální, spíše nulové.

³⁹ MACARTHUR, Amanda. *The Real History of Twitter, In Brief*. [online] <https://www.lifewire.com/history-of-twitter-3288854> (30.04.2018)

⁴⁰ NESIGNOVÁNO. *Number of monthly active Twitter users worldwide from 1st quarter 2010 to 4th quarter 2017 (in millions)*. [online] <https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/> (30.04.2018)

⁴¹ LORENC, Jakub. *Jak se daří jednotlivým sociálním sítím v České republice?* [online] <https://cz.linkedin.com/pulse/jak-se-da%C5%99%C3%AD-jednotliv%C3%BDm-soci%C3%A1ln%C3%ADm-s%C3%ADt%C3%AD-v-%C4%8Desk%C3%A9-republice-jakub-lorenc> (30.04.2018) – pozn.: Titulek webové stránky obsahuje chybu, v poznámkovém aparátu jsem tuto chybu ponechala.

2. METODOLOGICKÁ ČÁST

Zvolit pro zpracování tématu, jakým je zdrojování mediálních obsahů ze sociálních sítí, čistě jednotnou metodu, by bylo složité, proto jsem zvolila metodu kombinovanou, která přináší výhody obou typů výzkumu obsahů. Hendl v takovémto případě hovoří o smíšeném plánu výzkumu či o smíšené výzkumné strategii.⁴²

Základem byla kvantitativní obsahová analýza, která mi pomohla roztrdit obsahy splňující předem daná kritéria. Výstupem z kvantitativní obsahové analýzy byly kódovací archy, z nichž šly vyčíst základní informace o analyzovaných mediálních obsazích: délka, téma, o kterém pojednávají, způsob, jakým byla sociální síť využita (zda jako inspirace, zdroj citace či byla pouze zmíněna z jiného důvodu) či jestli případné citace ze sociální sítě převažují nad citacemi získanými z tradičních zdrojů. Pro získání jasnějšího obrazu využívání sociálních sítí krajskými novináři však bylo nutné jejich mediální výstupy podrobit ještě analýze kvalitativní, tedy všechny jejich texty zevrubně přečíst a hledat v nich míru a způsob využití sociálních sítí a motivaci jednotlivých žurnalistů k jejich využití.

V diplomové tezi jsem za zásadní díl praktické části považovala dotazníkové šetření mezi novináři. Vzhledem k důvodům, které jsem zmínila v úvodu diplomové práce, jsem však byla nucena způsob sběru dat od novinářů významně změnit. Z hloubkového dotazníkového šetření proto vznikla spíše jakási anketa, která výsledky kvantitativně kvalitativní analýzy pouze doplňuje.

Způsob sběru dat pro analýzu, proměnné a hypotézy popisují blíže v úvodní části praktické části diplomové práce.

2.1. Kvantitativní výzkum

Patří k základním metodám, kterými lze zkoumat mediální obsahy. Kvantitativní obsahová analýza je vysoce strukturovaným a selektivním procesem, který zkoumá obsahy na základě několika vybraných znaků. Charakteristický pro ni je velmi vysoký stupeň ověřitelnosti a také možnost zpracovat velké množství textů. Dalším znakem je také možnost vyjádřit výsledky v grafech, tabulkách či číselných hodnotách.⁴³ Největšími výhodami

⁴² HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9., s. 41

⁴³ SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3., nezměň. vyd. Přeložil Barbara KÖPPLOVÁ. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4., s. 29-30

kvantitativní metody jsou přesná numerická data, výsledky relativně nezávislé na výzkumníkovi, rychlý a přímočarý sběr dat.⁴⁴

Základem každé kvantitativní analýzy je definovat si proměnné, a to tak, aby výzkumník přesně podchytil znaky, které chce v analýze posuzovat. Ty je nutné formulovat tak, aby byly měřitelné. Je nutné jim přiřadit vlastní číselný kód.⁴⁵

2.2. Kvalitativní výzkum

Na rozdíl od výzkumu kvantitativního, který je velmi strukturovaný a přesný, neexistuje u kvalitativního výzkumu obecně uznávaný způsob, jak ho provádět. Kvalitativní výzkum je podle Hendla jen širokým označením pro řadu rozdílných přístupů.⁴⁶ Stejně jako jiné způsoby výzkumu má i kvalitativní metoda své výhody a nevýhody, s nimiž musí výzkumník počítat. Mezi výhody patří podrobný popis a vzhled do zkoumání fenoménu, možnost studovat procesy, možnost navrhnout teorie a reagovat na místní podmínky a situace. Nevýhodami pak jsou obtížné testování hypotéz a teorií, časově náročná analýza a sběr dat a také snadnější ovlivnění výsledků samotným výzkumníkem a jeho osobními preferencemi.⁴⁷

Podstatným znakem kvalitativní analýzy by mělo být aktivní citování, které umožní čtenáři si tvrzení autora ověřit.⁴⁸ Toto je důležité především u kvalitativní analýzy mediálních obsahů, kterou jsem prováděla v této diplomové práci. Seznam mediálních obsahů je proto uveden v samostatné příloze.

2.3. Dotazníkové šetření

Způsobů, jak získat informace přímo od novinářů, se nabízela celá řada. Vzhledem k okolnostem jsem zvolila dotazníkové šetření, k němuž jsem využila webové rozhraní www.vyplnto.cz. Dotazník byl anonymní a způsob jeho provedení byl spíše kvantitativní než kvalitativní. Dotazník nebyl otevřený široké veřejnosti, byl zaslán jen vybraným novinářům.

Výhodami dotazníku je podle Dismana možnost zasáhnout vysoký počet respondentů při nízkých nákladech, pro respondenty je přesvědčivá anonymita a informace je možné získat v relativně nízkém čase. Za nevýhody takového sběru dat považuje nutnost vysoké ochoty

⁴⁴ HENDL (2016), s. 45

⁴⁵ SCHULZ, REIFOVÁ (2011), s. 41-42

⁴⁶ HENDL (2016), s. 45-46

⁴⁷ HENDL (2016), s. 48

⁴⁸ HENDL (2016), s. 372

dotazovaného, nemožnost ověřit, kdo vlastně na otázky odpovídal, a velice nízká návratnost, o které jsem se ve vlastním výzkumu přesvědčila.⁴⁹

⁴⁹ DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 3. vyd. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-246-0139-7., s. 141

3. PRAKTICKÁ ČÁST

Kvantitativně kvalitativní analýzu jsem zvolila za nejvhodnější metodu, která přijít na to, jak novináři vybraných médií informace získané ze sociálních sítí používají. Původním záměrem bylo zpracování pouze analýzy kvantitativní. Ta však získala trhliny již při zpracovávání dat a kódovacích knih, neboť mnohé mediální výstupy novinářů ze zkoumaných médií sice výrazy jako „Facebook“, „Twitter“ či „sociální síť“ obsahovaly, avšak v těchto případech nešlo o čerpání informací z těchto sociálních sítí, nýbrž o zmiňování sociálních sítí v jiném kontextu. Jednalo se například o reportáže ze soudních líčení s lidmi, kteří zneužívali své oběti přes sociální sítě, jednalo se o články týkající se kybernetické kriminality, která byla zvláště v roce 2010 novinkou, o které média hodně referovala, nebo například o přístup k novým technologiím. V tomto případě nebyly sociální sítě zdrojem informace v textu či reportáži, ale spíše samotným tématem zmíněných mediálních výstupů či fenoménem, který mediální výstupy popisují.

Jistou změnou proti původní tezi je i rozšíření tematického záběru analyzovaných článků. Analýzu jsem původně chtěla aplikovat pouze na články týkající se politiky a politických témat. Při sběru dat pro analýzu jsem však zjistila, že u politických článků redaktori využívají sociální sítě jako zdroj velmi málo a naopak je hodně využívají u témat týkajících se například ekologie, dopravy či školství. Analýzu jsem proto rozšířila na obsahy týkající se všech zpravodajských témat.

3.1. Hypotézy

Před samotným zpracováním výzkumu jsem si stanovila trojici hlavních hypotéz, které bych výzkumem ráda potvrdila či vyvrátila.

Hypotéza 1: Počet obsahů, při jejichž tvorbě byly využity sociální sítě, mezi lety 2010 a 2016 vzrostla

Hypotéza 2: Ze sociálních sítí a jejich uživatelů se postupně stal plnohodnotný novinářský zdroj.

Hypotéza 3: Sociální sítě při práci využívají více redaktori tištěných médií, naopak redaktori České televize, České tiskové kanceláře a Českého rozhlasu využívají sociální sítě minimálně či vůbec.

3.2. Způsob sběru dat pro analýzu

Ke sběru dat jsem využila archiv Newton Mediasearch. Pro filtrování obsahů jsem využila klíčová slova „Facebook“, „Twitter“ a „sociální síť“. Takto získané výsledky jsem následně podrobila kvantitativní analýze, v níž jsem si v kódovací knize určila pětici proměnných, podle nichž jsem jednotlivé texty kódovala:

- **P1:** Počet slov v textu či přepisu televizních a rozhlasových obsahů (rozsah)
- **P2:** Informace, zdali je zásadní informace mediálního výstupu získaná ze sociální sítě
- **P3:** Informace, zdali jsou v mediálním výstupu využity citace ze sociální sítě
- **P4:** Informace, zdali citace ze sociální sítě převažují nad ostatními citacemi
- **P5:** Oblast, které se daný text či přepis reportáže věnuje

Pro analýzu byla důležitá zejména proměnná P2, jejíž pomocí jsem zjišťovala, jestli je zásadní informace textu získaná ze sociální sítě. U tohoto zkoumání musím samozřejmě přiznat slabinu, a tou je (ne)ochota novinářů přiznat, že danou informaci získali právě na sociálních sítích. V případě, že u některých obsahů pracovali s informacemi získanými ze sociálních sítí, avšak toto nepřiznali, neobjeví se tyto texty v mé analýze. Tato překážka je reálně nepřekonatelná, neboť není v mých silách zjišťovat u jednotlivých novinářů, kde informace ke každému článku či reportáži, které napsali či natočili v průběhu let 2010 a 2016, reálně získávali. Toto by se nepovedlo ani v případě hloubkových rozhovorů se všemi zúčastněnými. Touto skutečností proto budou výsledky výzkumu zkresleny.

Další důležitou proměnnou bylo i získání citací ze sociálních sítí. Zjišťovala jsem, zda novinář ve svém článku ze sociální sítě citoval, a pokud ano, zda citace získané na sociálních sítích převažovaly nad těmi získanými osobně, telefonicky či například z tiskové zprávy. I u tohoto parametru záleží na ochotě daného redaktora, zda přizná, že citaci dané osoby získal ze sociální sítě.

U všech zmíněných médií přináším průběžné výsledky. U těch, která mají hojně využití sociálních sítí jsem doplnila také srovnání tematické skladby textů zmiňujících sociální síť dle předem daných kritérií.

3.3. Kvantitativně kvalitativní analýza deníku MF DNES

Noviny MF DNES jsou v Královéhradeckém kraji druhým nejčtenějším deníkem za východočeskými deníky z produkce vydavatelství VLP. Ve 3. a 4. čtvrtletí roku 2016 byla jeho čtenost na vydání 36 tisíc čtenářů.⁵⁰

3.3.1. Rok 2010

Podle předem zadaných kritérií jsem v příloze MF DNES pro Královéhradecký kraj analyzovala celkem 36 textů, v nichž se objevilo jedno ze tří klíčových slov a sousloví, s nimiž tato diplomová práce pracuje.

V roce 2010 měla královéhradecká redakce MF DNES 12 stálých píšících členů, mezi nimi i šéfredaktora a editora, kteří rovněž aktivně psali. Vedoucím redakce byl Vladimír Bílek (lek), hlavním editorem Milan Dus (mls), kulturním redaktorem a pomocným editorem Petr Mareček (mar), redaktorem a pomocným editorem Petr Záleský (zál), jako redaktori pak působili Pavel Bednář (bed), Petr Broulík (lík), Radomír Machek (hek), Michaela Rambousková (ram), Bohuslav Stehno (bs), Ivan Truhlička (van), Petr Vaňous (pv) a Kateřina Vítková (kvi).

Facebook

V roce 2010 v regionální příloze MF DNES pro Královéhradecký kraj vyšlo 25 textů obsahujících klíčové slovo „Facebook“, u deseti z nich jsem analýzou zjistila, že informace získaná na sociální síti byla hlavní informací daných textů. Z toho šest textů mělo více než 501 slov, tři texty byly o 101 až 200 slovech a jeden text měl 201 až 300 slov.

Citace ze sociální sítě Facebook redaktori použili v pěti případech, z toho ve dvou případech citace získané z Facebooku převažovaly nad ostatními citacemi. Prvním z těchto dvou případů byl článek redaktora Pavla Bednáře nazvaný „*Za chirurgie lidé bojují už i na Facebooku*“, který v krajské příloze MF DNES vyšel 8. března 2010. Text popisuje boj lidí z regionu za zachování chirurgických oddělení v nemocnicích v Opočně a Broumově. Všichni, kteří jsou v textu citováni, nejsou jmenováni, čehož jsem si povšimla u řady textů, v nichž jsou citace ze sociálních sítí využívány. Byť většina lidí na sítích vystupuje pod vlastním jménem, řada redaktorů je ve svých textech uvádí jako „uživatel/ka Facebooku“,

⁵⁰ NESIGNOVÁNO. *MEDIAN a STEM/MARK, MEDIA PROJEKT 3. a 4. čtvrtletí 2016* [online], http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/docs/MP_2016_3_4Q_prezentace.pdf, (02. 02. 2018)

čímž výpovědní hodnotu textu poněkud snižují. Takto si s citací ze sociální sítě ve svém textu o boji za chirurgická oddělení poradil redaktor Bednář: „*Jsem pro zachování chirurgického oddělení a celé nemocnice. Broumov už tak je na tom zle a bude hůř. Jenom dluhy a ještě bez lékařské péče???* Kde to jsme? Kocourkov, ‘zlobí se na Facebooku jedna z uživatelék.’“⁵¹

Druhý text, v němž citace ze sociální sítě Facebook převažují, nebo, lépe řečeno, který je založen pouze na citacích z této sociální sítě, je text z 15. listopadu 2010 pojmenovaný „*Městem projde pochod zombies*“ od autorky Michaely Rambouskové.⁵² Jelikož jsem autorkou tohoto textu, jsem schopna popsat i důvod, proč je celý založený na citacích ze sociální sítě. Text je pozvánkou na událost pojmenovanou Zombie Walk, tedy setkání lidí, kteří se v převlečení za oživlé mrtvolky vydají na pochod městem. Pořadatel na pochod svolával účastníky pomocí sociální sítě Facebook, žádný kontakt na sebe však neuvedl. Pro napsání pozvánky o zajímavosti, která se v krajském městě konala poprvé, jsem proto musela sáhnout po využití citací ze sociální sítě.

Citaci z Facebooku využil i text Petra Marečka ze 30. března 2010, jenž pojednával o mezinárodním hudebním festivalu Jazzinec. Autor v textu cituje jednoho ze zúčastnivších se muzikantů a dramaturga festivalu, citaci z Facebooku využívá pouze na závěr svého textu, a to ne jako nosnou informaci, ale spíše jako jeho pointu: „*A Poogie Bell? Ten na svůj Facebook napsal, že republika je zavalena giga skvělými muzikanty: ‚A je znát, že Jazzinec dělají lidi z obrovské lásky k muzice!‘*“⁵³

Zdrojem informace a také citací byl Facebook i v případě textu Petra Záleského, sociální síť autor zmínil dokonce i v titulku: „*Za ‚lízátka‘ bojuje i facebook*“, který, podobně jako výše zmiňovaný Bednářův text, popisuje občanský boj na Facebooku, tentokrát za zachování osvětlovacích stožárů na fotbalovém stadionu v Hradci Králové. Záleského text sice stojí na informaci z Facebooku a využívá z něj i jednu krátkou citaci, jeho nejdůležitější informační hodnota však stojí na citacích získaných od mluvčího královéhradeckého magistrátu a generálního ředitele fotbalového klubu.⁵⁴

Trend internetového boje na Facebooku potvrzuje i text Petra Broulíka z 13. září 2010 pojmenovaný „*Mladí se šikují do boje za zachování rázovitého hostince U Prd'oly na Kuksu*“.

⁵¹ BEDNÁŘ, Pavel. *Za chirurgie lidé bojují už i na Facebooku*. MF DNES. 2010, 8. 3. 2010, s. 01

⁵² RAMBOUSKOVÁ, Michaela. *Městem projde pochod zombies*. MF DNES. 2010, 15. 11. 2010, s. 01

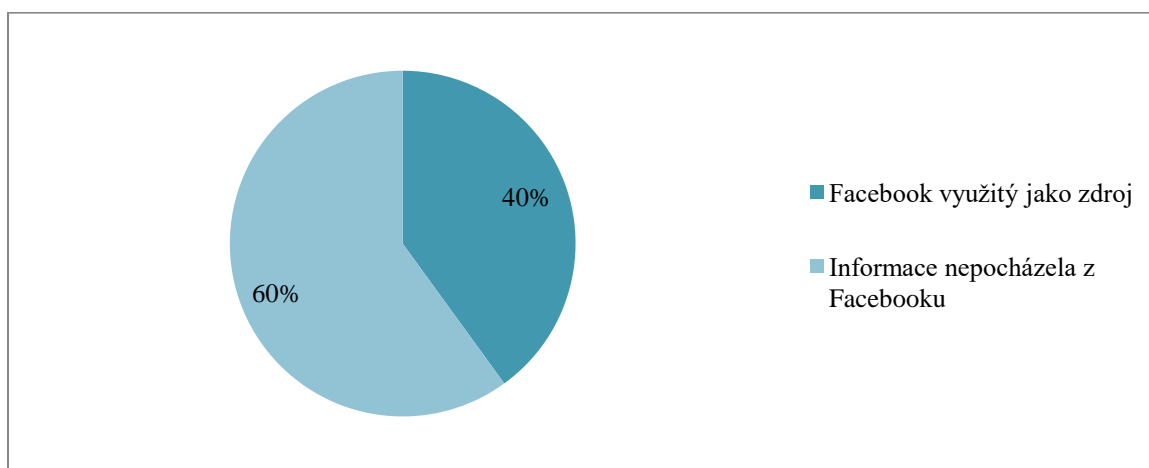
⁵³ MAREČEK, Petr. *Muzikanti: Když bubnuje Poogie Bell, nic se nemůže stát*. MF DNES. 2010, 30. 3. 2010, s. 05

⁵⁴ ZÁLESKÝ, Petr. *Za ‚lízátka‘ bojuje i facebook*. MF DNES, 2010, 8. 6. 2010, s. 03

Text se svojí strukturou a zaměřením nikterak neliší od dalších dvou výše popsaných, pouze místo boje za nemocniční oddělení či část fotbalového stadionu popisuje snahu o záchranu restauračního zařízení v obci Kuks, kterému v souvislosti s rekonstrukcí tamního historického areálu hrozí zánik. Citace z Facebooku a z jiného zdroje využívá autor zhruba padesát na padesát. Ze sociální sítě cituje autory petice, citace starosty obce a manažera projektu pak cituje běžným způsobem.⁵⁵

„Bojovná“ stránka na sociální síti Facebook je pak i případem dalšího textu, tentokrát z pera Petra Vaňouse, který v rozhovoru s titulkem „Zrušení zvonění na věži nechápu, říká odpůrce“ ze 14. května 2010 zpovídá zakladatele facebookové stránky iniciativy bojující za obnovení nočního odbijení hodin na Bílé věži v Hradci Králové. Téma pro text a kontakt autor získal na sociální síti, rozhovor však svojí strukturou vypadá jako vedený osobně.⁵⁶

S informací získanou na Facebooku, ale okomentovanou jinými způsoby, pracuje článek redaktora se zkratkou (bed), který přináší zjištění, že město neuvažuje o zrušení autobusové zastávky. Stránka, která proti zrušení zastávky bojovala, se objevila právě na sociální síti Facebook. Představitelé města však tuto informaci vyvracejí a facebookovou stránku označují za výmysl.⁵⁷ Tento článek je typickým příkladem informace získané na sociální síti: na té se objevila informace, kterou redaktor uchopil a ověřil jinými kanály, aby o tématu vytvořil článek.



Graf 2 – Facebook jako zdroj informací, MF DNES, 2010

⁵⁵ BROULÍK, Petr. *Mladí se šikují do boje za zachování rázovitého hostince U Prdoly na Kuku.* MF DNES. 2010. 13. 09. 2010, s. 03

⁵⁶ VAŇOUS, Petr. *Zrušení zvonění na věži nechápu, říká odpůrce.* MF DNES. 2010, 14. 5. 2010, s. 02

⁵⁷ (bed). *O zrušení zastávky u Teska město neuvažuje.* MF DNES. 2010. 24. 05. 2010, s. 01

Twitter

V roce 2010 nevyšel v příloze MF DNES pro Královéhradecký kraj jediný text, který by obsahoval výraz „Twitter“.

Sociální síť

Mnohdy se stává, že redaktoři konkrétně nepojmenují sociální sítě, z nichž při psaní svých textů čerpají. Stejnou metodikou, kterou jsem z databáze Newton Mediasearch vyhledávala texty obsahující výrazy „Facebook“ a „Twitter“, jsem použila i filtr s klíčovým souslovím „sociální síť“. V roce 2010 obsahovalo toto sousloví celkem 11 textů publikovaných v příloze MF DNES pro Královéhradecký kraj. Z nich 8 textů obsahovalo zároveň klíčové slovo „Facebook“, pouze o sociální síti tak hovořily 2 texty.

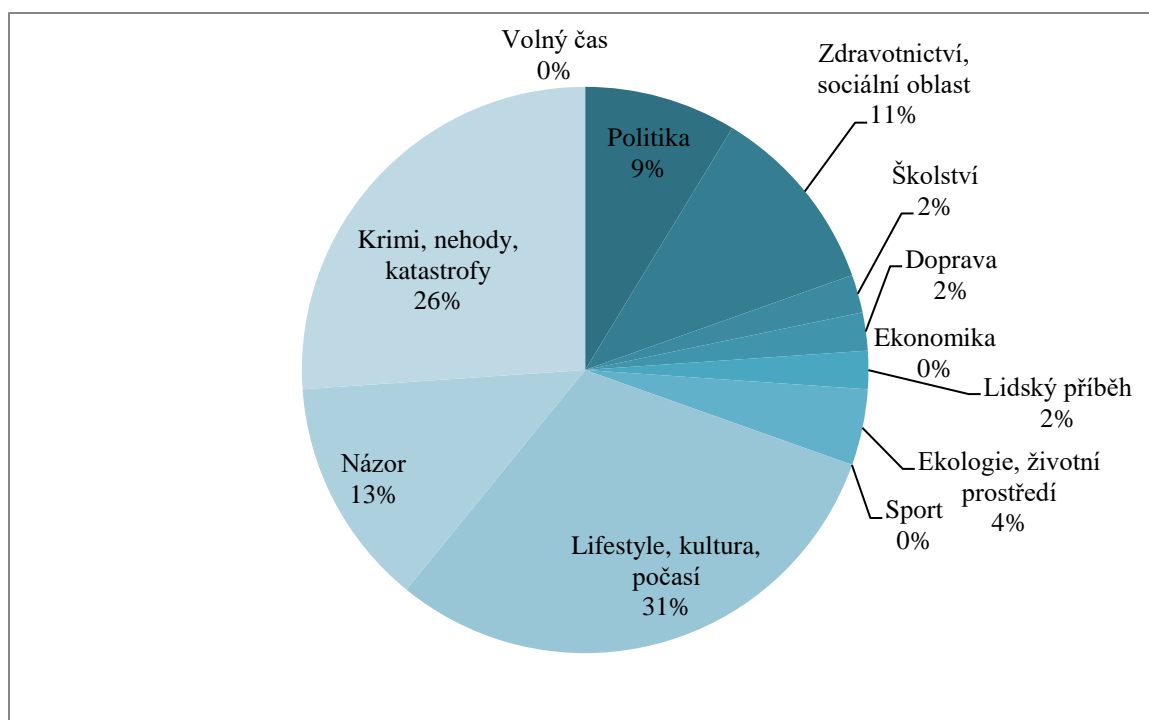
Prvním z nich byl text autora Petra Marečka z 22. dubna 2010, který pojednával o volbě krále Majálesu. Sociální síť tam byla zmíněna pouze v citaci jednoho z kandidátů, který by chtěl bojovat proti závislosti na sociálních sítích. Celý text však byl vyzdrojován jiným způsobem.⁵⁸ Tím druhým je pak rubrika Fórum čtenářů, v níž se jeden z recipientů vyjadřoval k politické kampani vedené na sociálních sítích.⁵⁹ Ty, stejně jako v případě Marečkova textu, však nebyly zdrojem informací ani citací obsažených v textech.

Tematické shrnutí roku 2010

Klíčová slova „Facebook“, „Twitter“ a „sociální síť“ se v obsazích MF DNES v roce 2010 objevily ve 36 případech. Téměř třetina z nich byla zaměřena na kulturu či lifestyle, dle analýzy do tohoto ranku spadalo 31 procent textů. Druhým případem byla kategorie krimi s 26 procenty. Jako třetí překvapivě skončila kategorie názory. Mým původním předpokladem, který jsem měla na základě vlastní praxe, byla hypotéza, že většinu bude tvořit téma politika, ta se však ukázala jako lichá. V politických tématech redaktoři MF DNES v roce 2010 využili sociální sítě pouze ve čtyřech případech, což tvoří pouhých devět procent.

⁵⁸ MAREČEK, Petr. *Majáles si zvolí krále, k tomu zahraje Kryštof*. MF DNES. 2010. 22. 04. 2010, s. 05

⁵⁹ NOSEK, Jiří. *Lid i média mají velkou sílu, Fórum čtenářů*. MF DNES. 2010. 12. 07. 2010, s. 04



Graf 3 – Rozdělení textů dle jejich obsahu v roce 2010 (součet analyzovaných obsahů se všemi klíčovými slovy)

3.3.2. Rok 2016

V roce 2016 měla královéhradecká redakce MF DNES 11 píšících redaktorů, tři z nich působili jako sdílení redaktori pro týdeník 5+2 poté, co obě redakce ke konci roku 2013 splynuly v jednu, a začalo docházet k prolínání obou periodik. Vedoucím redakce byl Kryštof Ženatý (zek), hlavním editorem Petr Mareček (mar), redaktorem a pomocným editorem Petr Záleský (zál). Jako redaktori pak v MF DNES v roce 2016 působili následující novináři: Stanislav Ďoubal (sd), Tomáš Hejtmánek (the), Tomáš Kučera (ku), Radomír Machek (hek), Tomáš Plecháč (top), Ladislav Pošmura (poš), Michaela Rambousková (ram) a Štěpánka Tůmová (tů).

Facebook

Pod klíčovým slovem „Facebook“ našla databáze Newton Mediasearch v příloze MF DNES pro Královéhradecký kraj celkem 18 textů. Jejich analýza prokázala, že čtyři z nich přiznaly Facebook jako zdroj informace, s nímž pracují, 3 texty přiznaly citaci z této sociální sítě, u žádného z nich však citace ze sociálních sítí nepřevažovaly nad těmi, které byly získány standardním způsobem. Ze čtyř textů, jejichž gró bylo získáno na Facebooku, jsou tři

zařazeny do sekce politiky, jeden pak do sekce názorů. Všechny čtyři patřily svým rozsahem mezi ty delší, měly více než 501 slov.

Text Tomáše Hejtmánka ze 6. února 2016 přináší informaci o boji za zachování hájovny, jejíž nájemník však nečekaně zemřel. Aktivisté, kteří za budovu bojovali na Facebooku, tam i informovali veřejnost o smrti nájemníka této budovy. Právě tato informace je základní informací celého textu. Hejtmánkův text zároveň využívá i konkrétní citace z této facebookové stránky: *„Aby organizátoři petice zachovali pietu, zablokovali do páteční 15. hodiny vkládání příspěvků na oficiálním profilu skupiny na sociální síti Facebook. Přesto se pod informací o úmrtí Miroslava Vojtěcha hromadila řada komentářů ,To je neuvěřitelné! Kdy už jednou tihle ignoranti pochopí, že takové lidi nelze vzít a přesadit. To samé se stalo Prd'olovi, hospodskému z Kuksu, vzali mu hospodu a byl do čtvrt roku pryč,‘ komentoval herec hradeckého Klicperova divadla Filip Richtermoc.“*⁶⁰

Typickým příkladem současné žurnalistiky využívající sociální sítě jako zdroj témat a citací je text Michaely Rambouskové pojmenovaný *„Hradecká bouře: kvůli reklamě na Pardubice“*. Zpráva popisuje situaci, která na hradeckém magistrátu nastala poté, co si lidé na facebookové stránce sdružující obyvatele Hradce Králové začali ve velkém stěžovat na reklamu, která je umístěna na jednom z hradeckých trolejbusů. Lehce provokativní reklamu propagující zámek v Pardubicích vyfotil jeden z obyvatel města a pro pobavení ji umístil na sociální síť. Tam se pod ní však začaly hromadit zlostné komentáře a lidé zároveň začali prostřednictvím dalších kanálů apelovat na vedení města, aby reklamu stáhlo. Text je vyzdrojován citacemi získanými standardním způsobem, z Facebooku je využita jen pseudocitace několika výkřiků, které na této sociální síti k tématu padly. Autoři těchto citací však nejsou vůbec uvedeni, jejich citace nejsou ani uvedeny v uvozovkách: *„Obrázek sdílelo více než 120 lidí a další desítky k němu psaly komentáře, řada z nich byla nenávistná. Nechyběla ani výzva k bojkotu dopravního podniku či k zapálení dotyčného trolejbusu.“*⁶¹

Téměř totožný způsob získání informací je viditelný i u textu *„Příliš levná reklama za miliony“* od autora Tomáše Hejtmánka, který je naprosto ukázkovým případem současné žurnalistiky, jež témata aktivně vyhledává právě na sociálních sítích, využívá k tomu nejen diskuze na facebookových skupinách, ale také osobnosti z různých oborů, které mají vlastní názory a schopnost přinášet vlastní témata.

⁶⁰ HEJTMÁNEK, Tomáš. *Nájemník hájovny zemřel, boj pokračuje*. MF DNES. 2016. 06. 02. 2016, s. 17

⁶¹ RAMBOUSKOVÁ, Michaela. *Hradecká bouře: kvůli reklamě na Pardubice*. MF DNES. 2016. 18. 03. 2016, s. 13

Impulsem pro napsání textu byl status, který na sociální síti Facebook uveřejnil známý hradecký fotograf a filmař Jan Husák. Hejtmánkův text popisuje, kterak radnice v Hradci Králové utrácí zbytečné peníze za vlastní propagaci v tamním multikině: *„Pro představu, Centrální dostává od města na svůj provoz ročně necelý milion, a tady vyšpulíme ještě o půl milionu ročně víc za odvysílání zcela zbytečné věci, která by mohla být krásně šířena především onlinovými médii,“ napsal Husák na svůj Facebook.*⁶² Text je však doplněn dalšími citacemi a komentáři dalších stran, které jsou získané standardním způsobem.

Čtvrtým textem z roku 2016, který využil Facebook jako zdroj informací, je sloupek Ladislava Pošmury, který upozorňuje na sílu sociálních sítí, díky nimž se novinářům dostaly do rukou záběry tornáda, které pohotiví lidé s mobilními telefony pořídili na Náchodsku.⁶³

Stejný autor, Ladislav Pošmura, ve svém dalším textu, který se věnuje kulturní akci v Polici nad Metují, pak dokazuje, že citace ze sociálních sítí lze využít i u textů, pro něž potřebuje ohlasy publika například u různých kulturních akcí. Akci, o níž jeho text pojednává, popisuje autor formou reportáže, v níž využívá i citace pořadatelů. Pro dojmy diváků však sáhl na sociální síť Facebook: *„I facebookové stránky polického orchestru plnily od včerejšího rána pochvalné komentáře. Byl to přesně namíchaný mix „vážné“ kultury s pouličním divadlem a cirkusem s výborným příběhem a kapkou megalomanství, které velmi často při organizaci podobných akcí v malých městech chybí,“ napsal na Facebook například Martin Syrovátka. Kladné ohlasy nejen na sociálních sítích jsou pro pořadatele velkou odměnou.*⁶⁴

Twitter

V roce 2016 byla sociální síť Twitter zmíněna v textech královéhradecké přílohy MF DNES pouze jednou, a to ve výše zmíněném sloupku Ladislava Pošmury věnujícím se síle sociálních sítí. Kromě Facebooku v něm byl zmíněn jen Twitter.

Sociální síť

Sousloví „sociální síť“ obsahovalo celkem 19 textů zveřejněných v roce 2016 v příloze MF DNES pro Královéhradecký kraj. Z nich tři texty splňovaly kritérium, že

⁶² HEJTMÁNEK, Tomáš. *Příliš levná reklama za miliony*. MF DNES. 2016. 06. 10. 2016, s. 15

⁶³ POŠMURA, Ladislav. *Tornádo mělo úspěch, točte další videa. Děkuje*. MF DNES. 2016. 26. 05. 2016, s. 18

⁶⁴ POŠMURA, Ladislav. *Když se v Polici setmí, náměstím zahýbe muzika i cirkus*. MF DNES. 2016. 01. 09. 2016, s. 17

informace získaná ze sociální sítě je základním poselství dané zprávy. U pěti textů autoři využili citaci ze sociální sítě, u jednoho z nich citace ze sociálních sítí převažovaly nad citacemi získanými standardním způsobem, tedy telefonicky, e-mailem či osobně. Celkem šest textů z 19 je totožným jako u textů obsahujících klíčové slovo „Facebook“.

Citace veřejnosti aktivní na sociálních sítích využívá text Tomáše Plecháče ze 4. února 2016 pojmenovaný „*Billboard rozčílil šéfa konkurenční školy*“. Autor v textu cituje ředitele škol a krajskou radní pro školství, avšak zmiňuje, že reklamní kampaň gymnázia, o níž celý text pojednává, rozvířila debatu na sociálních sítích. Žádnou konkrétní nezmiňuje, avšak v daném odstavci cituje tři lidi, kteří se k dané věci na sociální síti vyjádřili, a to jmenovitě.⁶⁵

Stejný autor pak využil citace z blíže neupřesněných sociálních sítí i v článku s názvem „*Stavba silnic zamrzla. Uzavírky mají skluz*“. Páteční zdroje informací v článku opět pocházejí z oficiálních zdrojů, tentokrát z hejtmanství a ze Správy a údržby silnic Královéhradeckého kraje. Názory veřejnost pak převzal pouze ze sociálních sítí. „*Kvůli šnečí rychlosti rekonstrukcí zaznívá od veřejnosti tvrdá kritika i sarkastické poznámky. Každý den z práce pozoruji dění na ‚stavbě‘. Zatím jsem nic a nikoho nezahlédla,‘ poznamenala ironicky na sociální síti Adéla Hantschová. ‚Tohle v zahraničí neexistuje. Dejte jim pokuty a sankce, ať začnou něco dělat. Nemají lidi? Jejich problém, nemají se hrnout do něčeho, o čem vědí, že to nezvládnou. Že to nezvládají, je zřejmé,‘ volí mnohem kritičtější tón Miloslav Novák.*“⁶⁶

Využívání sociálních sítí pro jednoduché získávání názorů veřejnosti si autor Tomáš Plecháč nejspíš velmi oblíbil, neboť je v roce 2016 využíval velmi hojně, a to i v reportáži z leteckého dne, která je psána stylem, z něž se dá vyvodit, že autor se akce osobně zúčastnil. I přesto názor návštěvnice akce opsal ze sociální sítě: „*To byla lahůdka, skvělé stroje, skvělý den,‘ komentovala letošní air show na sociálních sítích Ivona Biernatová.*“⁶⁷

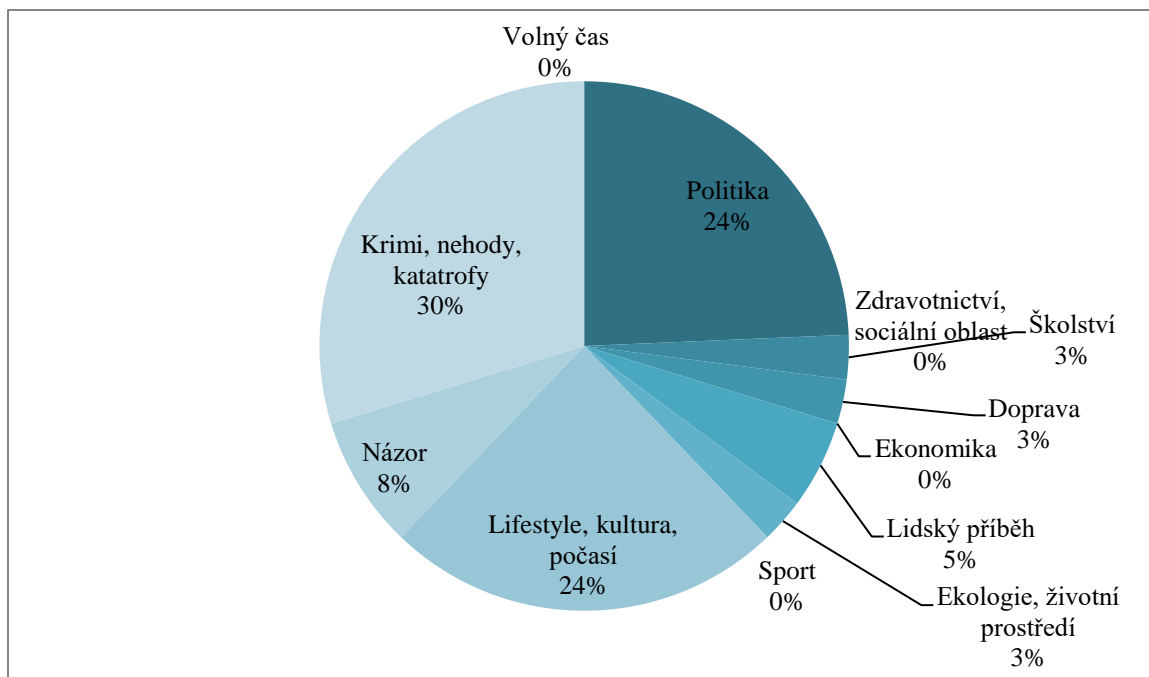
Tematické shrnutí roku 2016

Ve sledovaném období vyšlo v krajské příloze MF DNES 38 obsahů s klíčovými slovy „Facebook“, „Twitter“ či „sociální síť“. Nejvíce, 30 procent, bylo z kategorie krimi. Po 24 procentech pak zabíraly obsahy z kategorie politika a lifestyle, kultura.

⁶⁵ PLECHÁČ, Tomáš. *Billboard rozčílil šéfa konkurenční školy*. MF DNES. 2016. 04. 02. 2016, s. 15

⁶⁶ PLECHÁČ, Tomáš. *Stavba silnic zamrzla. Uzavírky mají skluz*. MF DNES. 2016. 05. 08. 2016, s. 13

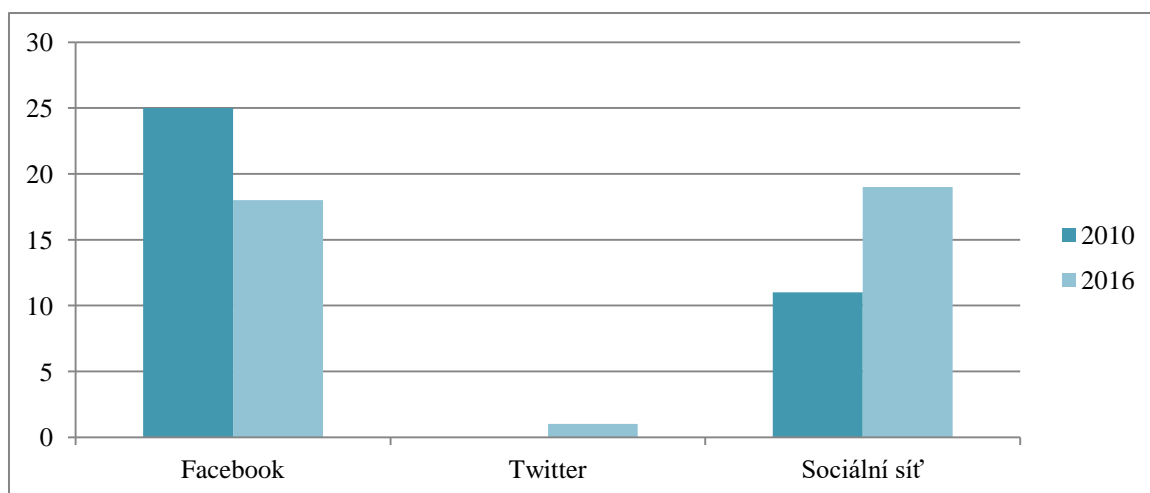
⁶⁷ PLECHÁČ, Tomáš. *CIAF lákal, dorazily desetitisíce diváků*. MF DNES. 2016. 05. 09. 2016, s. 15



Graf 4 – Rozdělení textů dle jejich obsahu v roce 2016 (součet analyzovaných obsahů se všemi klíčovými slovy)

3.3.3. Srovnání let 2010 a 2016

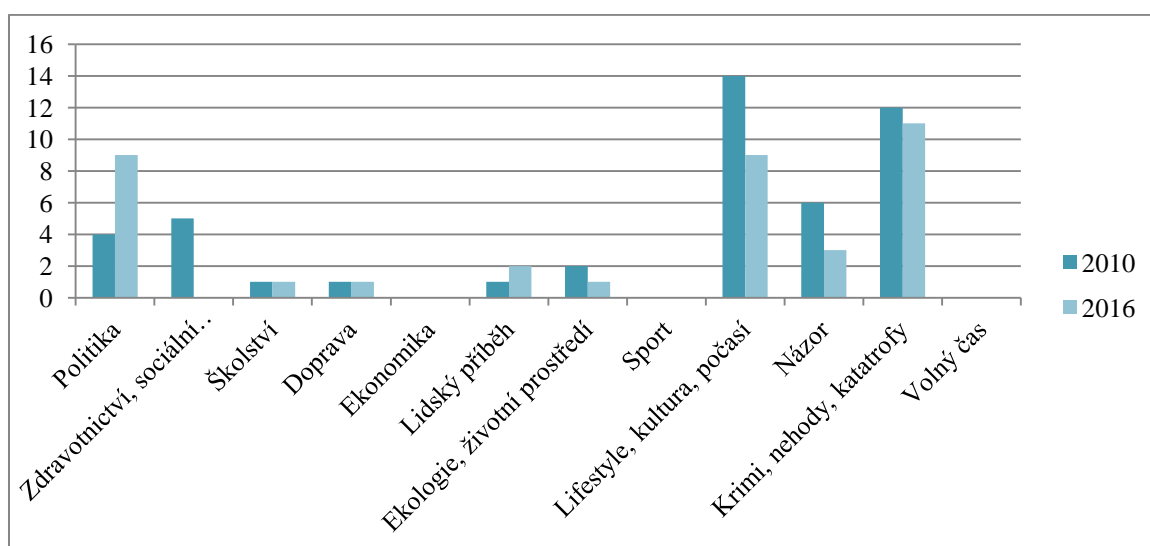
U deníku MF DNES se poněkud překvapivě nepotvrdila moje hypotéza, že využívání sociálních sítí jako zdroje informací a citací roste. Facebook byl v roce 2010 zmíněn v 25 textech, zatímco v roce 2016 pouze v 18 textech. Pokud však sečtu Facebook, Twitter a sociální síť, je to 36 zmínění v roce 2010 a 38 zmínění v roce 2016. Rozdíl mezi oběma lety je nepatrný. Stejně tak je to při posuzování Facebooku jako zdroje informace, na níž je text založen. V roce 2010 to bylo v deseti případech, v roce 2016 autoři označili za zdroj informace Facebook ve čtyřech případech, ve třech případech pak použili neutrální výraz sociální síť. I tak v roce 2016 přiznali inspiraci na jakékoliv sociální síti v méně případech, než tomu bylo v roce 2010, což naprosto vyvrací moji hypotézu, alespoň co se deníku MF DNES týče.



Graf 5 – Kvantitativní porovnání zmínění klíčových slov v příloze MF DNES pro Královéhradecký kraj v letech 2010 a 2016

Tematické srovnání let 2010 a 2016

Tematické srovnání obsahů v letech 2010 a 2016 prokázalo, že v obou sledovaných obdobích byly oblastmi, které nejvíce označovaly sociální sítě, krimi a lifestyle, kultura, byť v meziročním srovnání počty využití sociálních sítí poklesly. V roce 2016 se více projevilo využívání sociálních sítí u politických témat, a to o více jak 100 procent. Ani v jednom sledovaném období nevyužili redaktori MF DNES sociální sítě při tvorbě textů o sportu, ekonomice a volném čase.



Graf 6 – Srovnání let 2010 a 2016 dle tematického obsahu textů

3.4. Kvantitativně kvalitativní analýza deníku Právo

V Královéhradeckém kraji je deník Právo čtvrtým nejčtenějším deníkem po regionálních denících z mediálního domu VLP a denících MF DNES a Blesk. V roce 2010 měl deník Právo pro Královéhradecký kraj přílohu Východní Čechy, která zahrnovala informace z Královéhradeckého a Pardubického kraje. V roce 2016 se krajská část Práva nazývala Severovýchodní Čechy, kdy se k původním dvěma regionům přidal ještě kraj Liberecký. Při analýze jsem operovala pouze s články z Královéhradeckého kraje.

3.4.1. Rok 2010

V roce 2010 vyšlo v příloze Východní Čechy dohromady devět textů, které obsahovaly výraz Facebook, Twitter či sousloví sociální síť.

Redakce východočeského Práva zaměřená na Královéhradecký kraj měla v roce 2010 tři píšící členy: redaktory Jiřího Bednáře (jbs), Vladislava Prouzu (pra) a Ludmilu Žábkovou (lž). Šéfredakce a editoři byli centrální v Praze.

Facebook

Výraz Facebook obsahovalo v roce 2010 v krajské příloze Práva sedm textů. Z nich čtyři texty se týkaly Pardubického kraje, do analýzy jsem je proto nezahrnula. U zbývajících tří textů jsem vyhodnotila, že informace zjištěná z Facebooku je základním kamenem daných obsahů. Tím prvním je text Ludmily Žlábkové pojmenovaný „*Také v Broumově žádají zachování chirurgie*“, který zpracovává stejné téma, jako již výše popsany text Pavla Bednáře v deníku MF DNES, a to petici za zachování zdravotnické péče v Broumově na Náchodsku. Text z Facebooku čerpá nejen informaci, ale také citaci nespokojeného občana: „*Názor na rozporuplné rozhodnutí kraje vyjádřila v sociální síti facebook už řada broumovských občanů. Ušetří čtyřicet milionů korun ročně. Ale díky tomu budou lidé v ohrožení života a život se nedá vrátit ani zaplatit těmi 24 milióny. Je to smutné, že prachy zvítězily nad zdravým rozumem, ‘míni na internetových petičních stránkách občan Gabriel Boldi.*“⁶⁸

To, že se informace v médiích shodují či přebírají mezi jednotlivými redakcemi, dokazuje i další text využívající sociální síť Facebook, a to krátký text Jiřího Bednáře informující o fámě na této sociální síti, která vystrašila obyvatele Hradce Králové informací, že dopravní podnik chce zrušit exponovanou zastávku městské hromadné dopravy v centru

⁶⁸ ŽLÁBKOVÁ, Ludmila. *Také v Broumově žádají zachování chirurgie*. Právo. 2010. 09. 03. 2010, s. 15

města. Citace zástupce dopravního podniku a mluvčího magistrátu však ze sociální sítě získané nebyly.⁶⁹

Třetím textem týkajícím se Královéhradeckého kraje v deníku Právo v roce 2010 byl krátký text redaktora Vladislava Prouzy, informující o využívání v té době celkem nové sociální sítě Správou Krkonošského národního parku, která v té době získala již pětistého fanouška a šíření informací směrem k veřejnosti skrze tuto síť si pochvalovala.⁷⁰

Twitter

V roce 2010 žádný z obsahů deníku Právo Východní Čechy neobsahoval výraz „Twitter“

Sociální síť

Výraz „sociální síť“ obsahovaly ve sledovaném období jen dva texty. Jeden z nich se týkal Pardubického kraje, druhý pak informace o rušení zastávky, kterou jsem již popsala v odstavci o Facebooku, daný článek totiž obsahoval obě klíčová slova.

3.4.2. Rok 2016

Ve sledovaném období došlo v redakci deníku Právo, která zpracovávala informace pro Královéhradecký kraj, k několika změnám. Příloha se přejmenovala na Severovýchodní Čechy, neboť k ní byl přiřazen ještě Liberecký kraj. Došlo také k malé personální změně, po odchodu Jiřího Bednáře (jbs) do penze pokrývali dění v Královéhradeckém kraji pouze Vladislav Prouza (pra) a Ludmila Žlábková (lž).

Facebook

Ve sledovaném období v příloze Práva pro severovýchodní Čechy vyšlo šest článků s klíčovým slovem „Facebook“, Královéhradeckého kraje se však týkaly jen čtyři. Tři z nich byly ze soudní sekce. Dva texty popisují soudní líčení s muži, kteří sociální síť Facebook využili k sexuálnímu zneužití a obtěžování dětí.^{71, 72} Třetí text popisoval soud s občanem

⁶⁹ (jbs). *Na facebooku se objevila fůma*. Právo. 2010. 24. 05. 2010, s. 12

⁷⁰ (pra). *Ochranáři na facebooku*. Právo. 2010. 13. 05. 2010, s. 10

⁷¹ ŽLÁBKOVÁ, Ludmila. *Prostřednictvím Facebooku chtěl zneužít školáka*. Právo. 2016. 13. 04. 2016, s. 09

⁷² ŽLÁBKOVÁ, Ludmila. *Nutil dívky fotit se nahé*. Právo. 2016. 16. 09. 2016, s. 10

Rumunská, který se dopustil znásilnění a slovo „Facebook“ padlo při jeho výpovědi, znění textu však neovlivnilo.⁷³

Čtvrtým obsahem, který splňoval kritéria, byl krátký text Vladimíra Prouzy „*Krkonoše na facebooku*“, který, podobně jako v jeho textu z roku 2010, popisuje využívání sociálních sítí pro komunikaci organizacemi v Krkonoších, tentokrát Svazkem měst a obcí Krkonoše.⁷⁴

Ani v jednom z těchto textů nebyla sociální síť využita jako zdroj citace. Při analyzování textů z roku 2016 v deníku Právo jsem si všimla, že redaktoři nemají jasně stanoveno, která budou název sociální sítě Facebook psát. Redaktorka Ludmila Žlábková ji psala s velkým písmenem, její kolega Vladislav Prouza pak s písmenem malým. V roce 2010 Ludmila Žlábková ve svém textu týkajícím se této sociální sítě používala verzi s malým písmenem.

Twitter

V roce 2016 v příloze Severovýchodní Čechy deníku Právo nevyšel ani jeden obsah s klíčovým slovem „Twitter“. Pouze při analýze výše zmíněného textu „*Krkonoše na facebooku*“ jsem si všimla, že text obsahuje výraz „Twiter“, který jsem však v analýze nepoužívala, neboť je to nesprávný název sociální sítě. Nemohu proto vyloučit, že tento nesprávný výraz redaktoři Práva použili vícekrát.

Sociální síť

V příloze Severovýchodní Čechy vyšlo v roce 2016 devět článků s klíčovým slovem „sociální síť“, čtyři z nich se týkaly Královéhradeckého kraje. Jedním z nich byl již výše zmiňovaný text „*Krkonoše na facebooku*“, který obsahoval i klíčové slovo „Facebook“, je tedy rozebrán výše.

Tři zbývající texty vyšly v říjnu po volbách do krajských zastupitelstev a týkají se povolebních vyjednávání. Text „*Hradecko: ANO chce jednat se všemi*“, přináší informaci o povolebních vyjednáváních v Královéhradeckém kraji, při nichž jeden z politiků, Jan Birke (ČSSD), čelil výhrůzkám právě na sociální síti. Ty však v textu nejsou citovány. „*Odpůrci nové koalice prostřednictvím sociálních sítí a telefonů Birkemu vyčítají lví podíl na*

⁷³ ŽLÁBKOVÁ, Ludmila. *Rumun čelí obvinění ze znásilnění*. Právo. 2016. 24. 06. 2016, s. 12

⁷⁴ PROUZA, Vladislav. *Krkonoše na facebooku*. Právo. 2016. 07. 04. 2016, s. 12

vyšachování přesvědčivého vítěze krajských voleb ANO se 13 zastupitelskými mandáty. Útoky leckdy přesahují hranici elementární lidské slušnosti.“⁷⁵

V tématu pokračuje text z následujícího dne, který se opět věnuje problému Jana Birkeho s urážkami. Tentokrát text z dané sociální sítě i cituje: „*Doufám, že tě brzo někdo sejme, šmejde.*“ *Výhrůžce předcházely telefonáty s nadávkami do hajzlů.*“⁷⁶

Poslední text ze sledovaného roku, který splňuje kritéria, shrnuje informace ze senátních voleb pro všechny tři kraje: Královéhradecký, Pardubický a Liberecký. Sociální síť je v něm citována jednou, a to v odstavci týkajícím se kraje Libereckého. Zde jsem proto váhala, zda tento text do analýzy vůbec zahrnout. Rozhodla jsem se, že ho zahrnu. Autorka Ludmila Žlábková využila citaci z profilu libereckého hejtmána Martina Půty (STAN), který se vyjadřoval k vítězství svého stranického kolegy Michaela Canova ve volbách do Senátu. „*V tu chvíli si nechal uvázat motýlka místo fialové kravaty a oznámil svým podporovatelům, že si motýlka plánoval uvázat, až bude věřit ve svoje vítězství,*“ *svěřil na sociální síti hejtmán Martin Půta (STAN).*“⁷⁷

3.4.3. Srovnání let 2010 a 2016

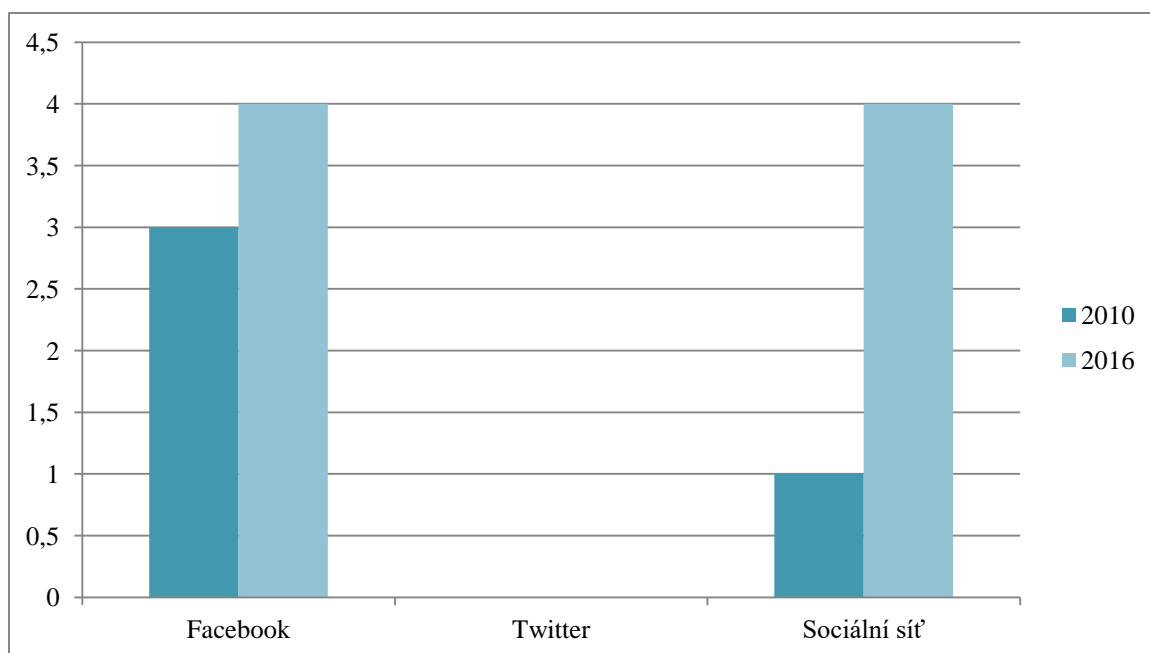
Z analýzy textů, které vyšly v deníku Právo v letech 2010 a 2016, lze vyčíst, že u redaktorů tohoto periodika sociální sítě v průběhu let nenabývaly přílišného významu. Texty, které splňovaly předem určená kritéria, bylo nutné po jejich kvantitativní analýze podrobit ještě selekci zpráv týkajících se opravdu Královéhradeckého kraje, neboť deník Právo neměl ve sledovaných obdobích přílohu věnující se pouze Královéhradeckému kraji, ale v roce 2010 se v krajské příloze objevovaly informace ze dvou krajů, v roce 2016 pak ze tří. Zajímavostí je, že sociální sítě jako zdroj využíval spíše redaktor věnující se zpravodajství z Pardubického kraje, které deníku Právo při prvotní analýze velmi zvyšovalo skóre.

U klíčového slova „Facebook“ činí rozdíl mezi lety 2010 a 2016 pouhý jeden text, u výrazu „sociální síť“ to už bylo markantnější. Zatímco v roce 2010 redaktoři Práva v Královéhradeckém kraji toto klíčové slovo použili jen jednou, v roce 2016 to už bylo čtyřikrát. Naopak sociální síť Twitter krajská redakce Práva naprosto přehlížela v obou sledovaných letech.

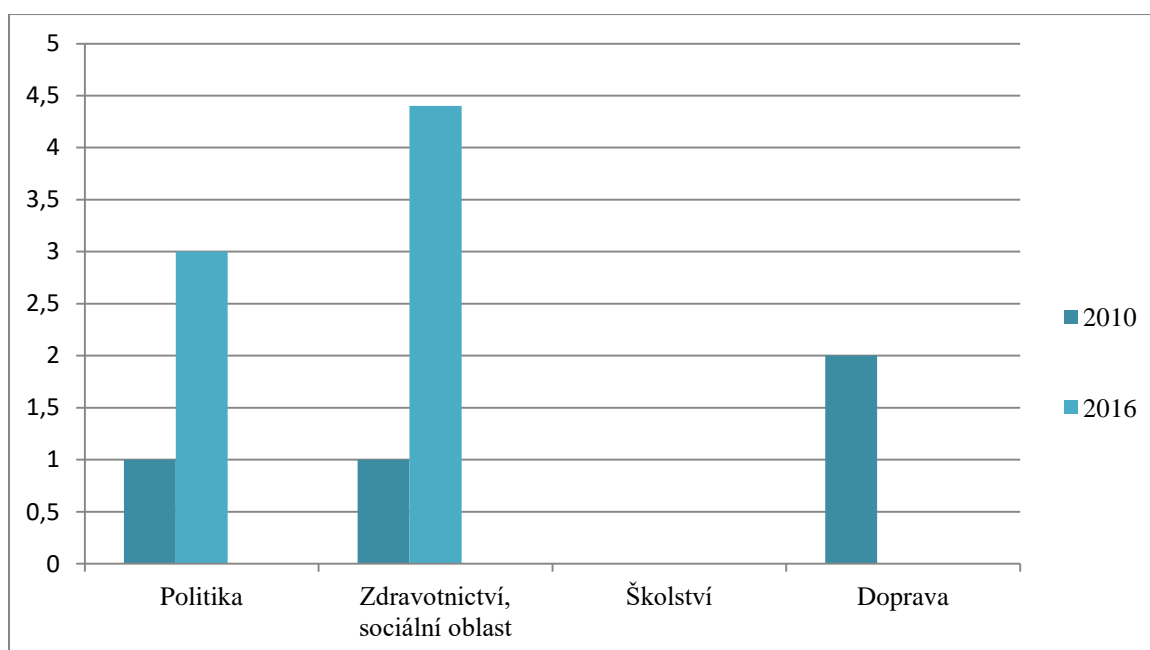
⁷⁵ (pra, ner, mip). *Hradecko: ANO chce jednat se všemi.* Právo. 2016. 11. 10. 2016, s. 10

⁷⁶ PROUZA, Vladislav. *Královéhradecké hnutí ANO netrvá na postu hejtmána.* Právo. 2016. 12. 10. 2016, s. 10

⁷⁷ ŽLÁBKOVÁ, Ludmila. *Canov zvítězil a uvázal si motýlka.* Právo. 2016. 17. 10. 2016, s. 13



Graf 7 – Kvantitativní porovnání zmínění klíčových slov v příloze deníku Právo pro Královéhradecký kraj v letech 2010 a 2016



Graf 8 - Rozdělení textů dle jejich obsahu v roce 2016 (součet analyzovaných obsahů se všemi klíčovými slovy)

3.5. Kvantitativně kvalitativní analýza Deníku

Do analýzy jsem zahrнула obsahy z pěti vydání Deníku, a to z Hradeckého deníku, Náchodského deníku, Rychnovského deníku, Jičínského deníku a Krkonošského deníku. Poslední jmenovaný zahrnuje celý okres Trutnov, který je součástí Královéhradeckého kraje, ale také část okresu Semily, jenž spadá pod kraj Liberecký, články týkající se „liberecké“ části Krkonoš proto bude nutné separovat.

Řadu textů využívají všechny zmíněné mutace současně, pro analýzu jsem proto využila každý text pouze z jedné mutace Deníku, aby se počet obsahů splňujících kritéria uměle nezvyšoval.

3.5.1. Rok 2010

Redakce v Hradci Králové měla v roce 2010 čtyři redaktory: Martina Černého (čer), Jitku Hodasovou (hod), Zuzanu Plockovou (pl) a Drahomíru Považanovou (pov). Obsahy pro Náchodský deník dodávali dva píšící redaktori Jiří Řezník (řez) a Věra Sýkorová (sýk), pro Rychnovský deník Pavel Illich (ill) a Jolana Zeidlerová (jol), pro Jičínský deník Tereza Černá (ter) a Jan Jireš (jj), pro Krkonošský deník (který pokrývá celé Trutnovsko, ale částečně zasahuje i do Libereckého kraje) pak Bedřich Machek (bm), Jana Mudrová (jm), Jaroslav Pich (jp) a Aleš Vaníček (aš). Východočeské deníky pak měly i redaktora Kamila Dubského (kim), který přinášel texty pro celý východočeský region, část z Královéhradeckého kraje. Mezi texty se však objevuje více jmen. Regionální deníky v kraji využívají často výpomoc studentů žurnalistiky či externí dopisovatele, například i politiky nebo veřejně činné osobnosti, které pro noviny píšou své komentáře ve formě různě dlouhých textů.

Facebook

Ve sledovaném období jsem v regionálních denících Královéhradeckého kraje vyseletovala 41 obsahů s klíčovým slovem „Facebook“. Z nich 21 využilo tuto sociální síť jako zdroj informace v textu.

Text pojmenovaný „*Odrhne se Broumovský výběžek od České republiky? Motoristé, pivaři a kuřáci by určitě jásalí*“ je celý založen pouze na informaci získané ze sociální sítě Facebook, což přiznává hned v první větě. „*Na sociální internetové síti Facebook byla před několika dny založena skupina ‚Podporujeme vznik nezávislého Broumovského království‘. Cílem příznivců této skupiny je odtržení broumovského výběžku od České republiky, vyhlášení*

vlastního království a přenesení rozhodování o věcech veřejných zpět na občany.“⁷⁸ Text dále popisuje informace, které autoři na zmiňované facebookové stránce uvedli.

Stejně jako v ostatních, i veřejnoprávních, médiích, i v Náchodském deníku se objevila informace o boji obyvatel Broumova za zachování zdravotnické péče v jejich regionu. Tento boj vedli právě na sociální síti Facebook, kde si toho novináři všimli, a z níž také ve svých textech citovali. Redaktorka Deníku Věra Sýkorová využila přímo i citaci z diskuze na zmiňované sociální síti. „Denně si získává desítky nových lidí, kterým není budoucnost broumovské nemocnice lhostejná. Bydlím tu sice chvíli, ale opravdu si nedokážu představit Broumov bez chirurgie. Jezdím každý den do Dobrušky do práce a tuto zimu jsem už i já poznal zrádnost Pas. Nevím, jak si to ti mocipáni představují s tím, že by sem měla sanitka lítat až z Náchoda při často v zimě neprůjezdných právě zmiňovaných Pas,“ vyjádřil se Daniel Michalec z Broumova. „Je to síla, co nám to ten pan Franc vyvádí, pokud se o to opravdu zasloužil. Takhle tady dospějeme za chvíli k tomu, že na Pasa se hodí závora s nápisem „Rezervace“ a bude po ptáčkách! Zásadně podporuju zachování stávající péče. Jinak si to moc neumím představit!“ vyjádřila svůj názor Šárka Kopecká, jedna z členek stránky *Petice za zachování stávajícího rozsahu zdravotní péče v Broumově*.⁷⁹ Redaktorka v tématu pokračovala i dalším článkem, který vyšel o 20 dní později a informoval o faktu, že podepsat petici je možné už jen do konce měsíce.⁸⁰ Facebook v textu ke stejnému tématu zmínil i Jiří Vambera, politik, jehož text ve formě názoru uveřejnil Hradecký deník několik dnů poté, co v novinách vyšel výše zmíněný text.⁸¹

Facebook jako zdroj informace pro text využili redaktoři Hradeckého deníku pro *fotorám*⁸² z akce Frozen motion, kdy lidé s knihou v ruce zamrzli v jedné pozici na veřejných místech. Pořadatelé akce o ní informovali právě na sociální síti.⁸³

Skupina na sociální síti posloužila jako zdroj informací redaktorce Věře Sýkorové, která popisovala problém, jenž nastal na Obchodní akademii v Náchodě poté, co dal učitel

⁷⁸ (nn). *Odtrhne se Broumovský výběžek od České republiky? Motoristé, pivaři a kuřáci by určitě jásali*. Náchodský deník. 2010. 15. 01. 2010, str. 03

⁷⁹ SÝKOROVÁ, Věra. *Petice za nemocnici*. Náchodský deník. 2010. 06. 03. 2010, str. 01

⁸⁰ SÝKOROVÁ, Věra. *Petici za broumovskou nemocnici mohou občané podepsovat už jen do konce března*. Náchodský deník. 2010. 26. 03. 2010, str. 03

⁸¹ VAMBERA, Jiří. *Jasný vzkaz voličům: Zaplatíme za vás poplatky, ale zato vám zrušíme nemocnici....* Hradecký deník. 2010. 15. 03. 2010, str. 08

⁸² *Fotorám*: Prvek využívaný v novinách tvořený nosnou fotografií s popisem. Většinou se jako autor uvádí pouze autor fotografie, nikoliv doprovodného textu

⁸³ NESIGNOVÁNO. *FOTO – V OBCHODNÍM DOMĚ „ZAMRZLY“ DESÍTKY ČTENÁŘŮ*. Hradecký deník. 2010. 13. 03. 2010, str. 02

jednomu ze studentů facku a musel ve škole skončit. Studenti vytvořili na Facebooku skupinu, ve které o incidentu diskutovali. Redaktorka Sýkorová z ní ve svém textu citovala, autora citace však nepojmenovala. „*Fakt nechápu, co z toho má a už vůbec nechápu, proč nepřijal ani jednu omluvu ze strany pana profesora,‘ vyjádřil se na Facebooku jeden z bývalých studentů.*“⁸⁴

Stejně jako v ostatních médiích, i Hradecký deník si v červnu 2010 všiml facebookové skupiny, která mylně upozorňovala na zrušení frekventované zastávky MHD v centru města.⁸⁵ Stejně tak si Krkonošský deník všiml facebookového boje za hostinec U Prd'oly v Kuksu, o němž informovaly i ČTK či MF DNES. Na rozdíl od těchto médií přináší Krkonošský deník informaci jen v kratším textu bez využití citací ze sociálních sítí.⁸⁶

Téměř celý text založený na informacích a citacích ze sociální sítě Facebook vyšel 28. července 2010 v Krkonošském deníku, věnoval se hudebnímu festivalu Benátská noc. „*Festival Benátská noc zatím žije na sociální síti Facebook. A fanoušci dávají najevo, že je v letošním roce nejvíce mrzí absence německé kapely In Extremo, známé i v našich zemích mícháním středověké a metalové hudby. ‚Moc mě mrzí že zas nebude In Extermo, protože to je dobrá show, jinak letos nic moc kapely, ale tahle mě potěšila a teď nic,‘ napsala na Facebook Hana Anah Žďárská.*“⁸⁷ (Neopravené chyby jsou součástí citace – pozn. autorky.) Text dále obsahuje další dvě citace získané ze sociální sítě, protiváhou jim je jen krátké vyjádření zástupkyně pořadatelské agentury.

Redaktor Krkonošského deníku Jaroslav Pich ve dvou případech využil sociální sítí i jako komunikační kanál, přes který vedl rozhovor se sportovkyněmi, což v úvodu textu přiznal. Oba texty vyšly shodou okolností v jeden den na stejné straně. „*Přes Facebook nám sdělila své pocity ze svého vystoupení a nastínila další program pobytu.*“⁸⁸ „*Přestože olympijský závod vyhrála, nedostane zlatou medaili, která by ji za normálních okolností náležela. Při online rozhovoru přes sociální síť Facebook na trase Singapur – Trutnov se nám Karolína pokusila vysvětlit, jak to vlastně s předáváním medailí je.*“⁸⁹

⁸⁴ SÝKOROVÁ, Věra. „*Dal mi facku,‘ tvrdí student.*“ Náchodský deník. 2010. 24. 03. 2010, str. 01

⁸⁵ NESIGNOVÁNO. *Dobrý den(ík).* Hradecký deník. 2010. 12. 06. 2010, str. 01

⁸⁶ (bm). *Lidé bojují za „Prd'olu“ i na internetu.* Krkonošský deník. 2010. 21. 07. 2010, str. 03

⁸⁷ NESIGNOVÁNO. *Fanoušci truchlí po německé kapele In Extremo.* Krkonošský deník. 2010. 28. 07. 2010, str. 01

⁸⁸ PICH, Jaroslav. *Elhenická lituje pomalejšího startu.* Krkonošský deník. 2010. 21. 08. 2010, str. 17

⁸⁹ PICH, Jaroslav. *Pobyt na Olympiádě mládeže si Kalašová užívá.* Krkonošský deník. 2010. 21. 08. 2010, str. 17

Twitter

Ve sledovaném období nevyšel v Denících v Královéhradeckém kraji žádný text obsahující klíčové slovo „Twitter“.

Sociální síť

V roce 2010 vyšlo v regionálních denících v Královéhradeckém kraji 34 obsahů s klíčovým souslovím „sociální síť“, v 16 případech byla sociální síť zdrojem informace, kterou text přinášel.

Například díky sociální síti přinesl Jičínský deník informaci o plánovaném zrušení gymnázia v Hořicích. *„Na jedné z internetových sociálních sítí se začátkem týdne roznesla mezi hořickými gymnazisty překvapivá zpráva: čtyřletý gympl se v Hořicích ruší! Na základě tohoto sdělení jsme navštívili hořické gymnázium, abychom zjistili, jak se věci skutečně mají. Dozvěděli jsme se, že to nebyl jen tak nějaký výkřik do tmy, ale pravdivá informace.“*⁹⁰ Autorka tuto informaci získanou ze sociální sítě následně ověřuje u vedení školy a na tiskovém oddělení Královéhradeckého kraje, který je zřizovatelem školy. Žádné konkrétní citace ze sociální sítě nevyužívá.

Klíčové sousloví „sociální síť“ se v několika případech objevila i u politických textů, neboť rok 2010 byl rokem volebním a média přinášela rozhovory s kandidáty a další informace o kandidujících lidech, stranách a uskupeních. Kandidáti už v roce 2010 začínali zmiňovat sociální sítě, které chtěli využívat v kampani, byť v roce 2010 ještě nebyly sociální sítě tak rozšířené (celosvětově využívalo v roce 2010 sociální síť Facebook 608 milionů lidí měsíčně, zatímco v roce 2016 to bylo již 1 860 milionů uživatelů měsíčně).⁹¹ Sociální síť zmiňuje například text věnující se sněmovním volbám na Trutnovsku. *„Taktéž se jeví více zřetelnější, že konečný výsledek voleb nejspíš ovlivní hlasy mladých a prvovoličů ovlivněných Facebookem a dalšími sociálními sítěmi. Na tyto mladé ročníky je na zmíněných komunikačních kanálech zacílena poměrně intenzivní kampaň (viz klip Přemluv svoji bábu a dědu a další).“*⁹² Obsah Rychnovského deníku přináší ze sociální sítě i informaci o různých předvolebních iniciativách, s nimiž redaktor konfrontoval občany. *„O výzvě nazvané*

⁹⁰ ČERNÁ, Tereza. *Gymnázium přijde o část studentů*. Jičínský deník. 2010. 04. 11. 2010, str. 01

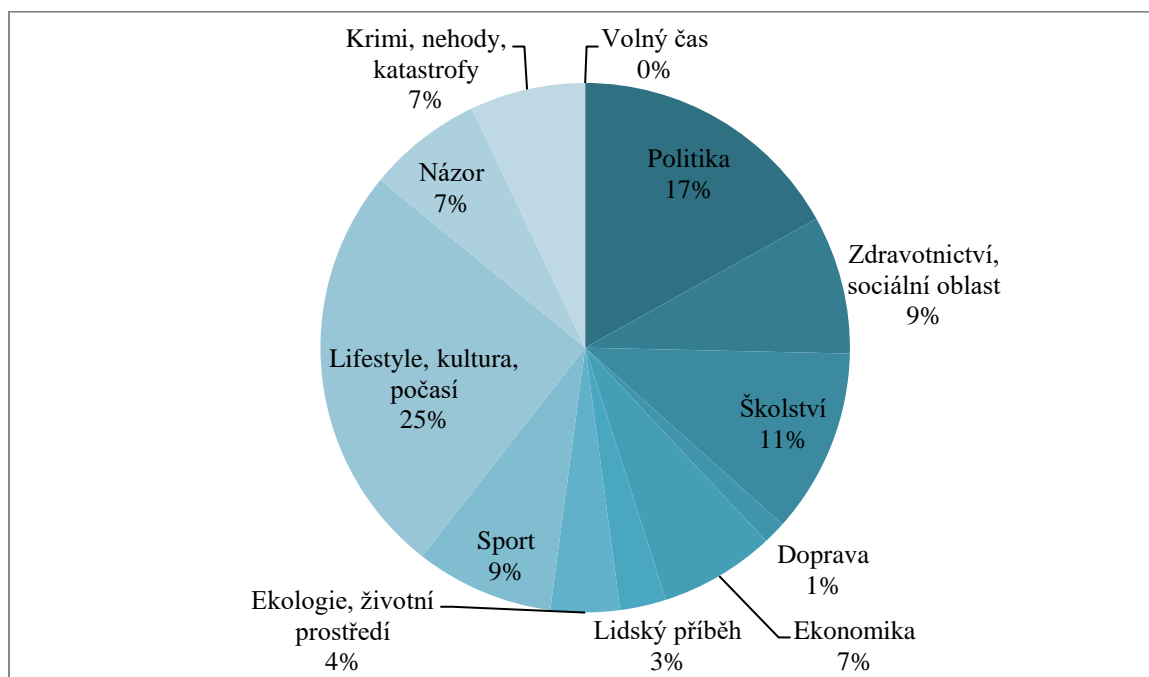
⁹¹ NESIGNOVÁNO. *Number of monthly active Facebook users worldwide as of 4th quarter 2017 (in millions)* [online] <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>, (17. 04. 2018)

⁹² NESIGNOVÁNO. *Sněmovní volby na Trutnovsku: nejistý vítěz nebo potvrzení tradice?* Krkonošský deník. 2010. 10. 05. 2010, str. 08

Rychnovská defenestrace, která prostřednictvím elektronické pošty a sociální sítě na internetu vyzývá, aby lidé volili energií nabitě kandidáty, občané příliš nevědí.“⁹³

Sociální sítě jako fenomén popisuje i text „Průliš sdilní „facebookáři“ mohou přijít o místo“, který zjišťoval, kterak si firmy hledají pohyb svých zaměstnanců na sociálních sítích. „A ač si to sami uživatelé často zcela neuvědomují, potřeba sdílet soukromé údaje s ostatními je může značně ohrozit. „Je to asi půl roku, když se ukázalo, že jeden zaměstnanec zveřejnil na Facebooku fotky ze závodu. Samozřejmě jsme proti němu postupovali,“ sdělil mluvčí společnosti Škoda Auto Jaroslav Černý. Na otázku „jak?“ potvrdil, že se zaměstnancem byl rozvázan pracovní poměr.“⁹⁴

Čtyři texty obsahující klíčové sousloví „sociální sítě“ přinesly informaci o kybernetické kriminalitě, která se již v roce 2010 začala rozmáhat a byla v té době něčím novým, o čemž měli policisté a redaktoři potřebu informovat veřejnost.⁹⁵



Graf 9 – 2010: Tematické rozdělení textů regionálních deníků se všemi klíčovými slovy

⁹³ (zen). *Kampaň? Slušná, ale o ničem.* Rychnovský deník. 2010. 14. 10. 2010, str. 01

⁹⁴ ŘEHOŘOVÁ, Kateřina. *Průliš sdilní „facebookáři“ mohou přijít o místo.* Rychnovský deník. 2010. 06. 08. 2010, str. 01

⁹⁵ (ill). *Školáci se nechali poučit o bezpečnosti.* Rychnovský deník. 2010. 30. 10. 2010, str. 03

3.5.2. Rok 2016

Východočeskou redakci Deníků vedl ve sledovaném období šéfredaktor Imrich Dioszegi (dio), redaktorem krajských nadregionálních témat byl Kamil Dubský (kim). Redakce Hradeckého deníku pracovala ve složení, Jiří Fejgl (fej), Kateřina Janečková (jan), Petr Vaňous (pv), Ivana Vitovská (vit) a Michaela Zumrová (zum). Redakci Náchodského deníku tvořili Pavel Bednář (bed), Regina Hellová (reh) a Hynek Šnajdar (hyš), Rychnovský deník měl dva píšíci redaktory: Miroslava Sixtu (six) a Barboru Zemanovou (zem). Jičínskou redakci tvořili Pavla Franzkiová (paf), Jan Jireš (jj) a Iva Kovářová (kov). Deníky zároveň poskytovaly prostor praktikantům z řad studentů a také politikům a osobnostem.

Facebook

Ve sledovaném období vydaly regionální deníky v Královéhradeckém kraji 88 textů s klíčovým slovem „Facebook“. Z nich 27 textů z této sítě čerpalo základní informaci, 22 textů pak obsahovalo citace z Facebooku.

Osobně se mi jako velice za hranou zdál například text Jiřího Fejgla týkající se smrtelné autonehody. Autor text otevírá poněkud senzacechtivě citací právě ze sociální sítě: *„Svědectví přímo z místa nehody jsou vskutku mrazivá. Například Roman Mrázek dorazil dříve než záchranáři a napsal na Facebook: ‚Byl jsem na místě, pomáhali jsme těm klukům z dodávky, než přijela záchranka, a byla to fakt hrůza. Hledal jsem baterku v tý Vectře, abychom ji odpojili, nakonec byla vylitlá mimo auto. Musela to být hrozná rána.‘ V osobním autě Opel Vectra jela devatenáctiletá dívka.“*⁹⁶ Text je vlastně na citacích a informacích z Facebooku založen, ředí ho pouze citace od mluvčích policie a hasičů. Za problematický ho považuji zejména proto, že z vlastní praxe vím, že informace o takovýchto nehodách se v seriózním tisku v drtivé většině případů objevují pouze ve formě velmi krátkých útvarů. Tento obsah Jiřího Fejgla však celou události popisuje velmi podrobně a přináší i spekulace ze sociální sítě: *„Policie bude případ vyšetřovat, ale už první den naznačila, že příčinou byla rychlost. S tím souhlasila i většina diskutujících na Facebooku. ‚Tento úsek je nebezpečný a je dost ridičů, kteří tomu nepřizpůsobují svou jízdu. Sama mám zkušenost, kdy protijedoucí auta jela v mém pruhu,‘ upozornila Agája Opajslíková.“*⁹⁷

⁹⁶ FEJGL, Jiří. *Řidička zemřela. Musela to být rána, řekl muž na místě*. Hradecký deník. 2016. 29. 07. 2016, str.

04

⁹⁷ FEJGL (29. 07. 2016)

Že sociální síť Facebook novináři využívají jako jediný zdroj informace, potvrzuje například nesignovaný krátký text z 5. ledna 2016, který přináší informaci o zachycení rysa ostrovida v Krkonoších. Z textu vyplývá, že redaktor ho celý stvořil na základě informace, kterou si přečetl na facebookovém profilu Krkonošského národního parku (KRNAP). „*Na přelomu roků 2015 a 2016 zachytila v Krkonoších fotopast pravděpodobně už čtvrtého rysa, který se na úpatí nejvyšších českých hor pohybuje. Pracovníci Krkonošského národního parku dosud nevědí, odkud rys přišel, protože zatím neměli možnost získat genetický materiál. Mladý kocour si nyní hledá své teritorium. Udělal nám velikou radost, protože rys je známkou toho, že lesy a prostředí vůbec, jsou v docela dobrém stavu,*‘ sdělili přes Facebook pracovníci KRNAPu.“⁹⁸

Že jsou informace získané jen z Facebooku v Krkonošském deníku oblíbené, dokazuje i další text, který v novinách vyšel jen o dva týdny později. Přináší informaci o kontrolách namrzlých chodníků a nebezpečných rampouchů ze strany trutnovské městské policie, informace i jediná citace obsažená v textu pochází z facebookového profilu trutnovských strážníků, což obsah přiznává.⁹⁹

Díky informaci, kterou novinář objevil na Facebooku, mohl vzniknout i text Jaroslava Picha pojmenovaný „*Server mapy.cz aktualizoval letecké snímky. Viděli jste už, jak se změnila vaše obec?*“, který vyšel opět v Krkonošském deníku. „*Ostrý pohled z letadla pokrývá 82 710 km² České republiky a příhraničí. Skládá se přesně z 96 374 leteckých snímků a je vedle aktuálnosti také viditelně kvalitnější, snímky jsou ostřejší a mají vyšší kontrast,*‘ vyvěsili v profilu na sociální síti Facebook pracovníci mapového portálu, který disponuje také podrobnou mapou Evropy.“¹⁰⁰ Toť jediná citace v textu.

Autor Jaroslav Pich si získávání informací ze sociální sítě nejspíš velmi oblíbil, neboť i další text, který plně využívá informace a citace z Facebooku, je podepsán jeho jménem, a to text o problémech s parkováním v podkrkonošské Úpici. Text vznikl na základě fotografie rozbahněné ulice, kterou na sociální síti Facebook zveřejnil jeden z opozičních zastupitelů města, a pod níž se strhla velká diskuze. Právě fotografie a diskuze pod ní autora inspirovala k sepsání textu. „*Po dešťových i sněhových přeháňkách se ve vyjetých místech pravidelně tvoří obrovské kaluže. Během chvíle po uveřejnění fotek na internetu se strhla pod příspěvkem*

⁹⁸ NESIGNOVÁNO. *FOTOPAST V KRKONOŠÍCH ZACHYTLA RYSA*. Krkonošský deník. 2016. 05. 01. 2016, str. 03

⁹⁹ (jp). *Dobrá zpráva pro Trutnovské*. Krkonošský deník. 2016. 22. 01. 2016, str. 01

¹⁰⁰ PICH, Jaroslav. *Server mapy.cz aktualizoval letecké snímky. Viděli jste už, jak se změnila vaše obec?* Krkonošský deník. 2016. 10. 02. 2016, str. 02

vzrušená debata. Do ní se zapojily desítky lidí.“¹⁰¹ V tématu pokračoval i o několik měsíců později a Facebook při vytváření navazujícího textu hrál opět velkou roli, a to především se získáváním citací veřejnosti. Na sociální síti se totiž objevila další fotografie, kterou obyvatelé komentovali, autor tyto komentáře využil ve svém obsahu.¹⁰²

Ten samý autor využil sociální síť při psaní dalšího textu, tentokrát takovému, který se věnuje spolujízdě. Kde získal inspiraci, prozrazuje hned v prvním odstavci svého textu: „*Jedna jízda, poloviční náklady. Sdílení soukromých dopravních prostředků je trendem moderní doby. Podkrkonoší – Spolujízda Praha – Vrchlabí. Spolujízda Brno – Trutnov a okolí. Spolujízda Praha – Vrchlabí, Krkonoše. To je název jen některých skupin, v nichž se sdružuje veřejnost na sociální síti Facebook. Vstupují sem lidé se společným cílem. Chtějí ušetřit peníze za dopravu, ale i čas při cestě do školy či práce.*“¹⁰³

Oproti roku 2010 se trend využívání Facebooku projevil i v komunikaci redakce se čtenáři. Redaktoři využívají pro tvorbu článků i reakce a příspěvky fanoušků redakčního facebookového profilu. Příkladem budiž například text podepsaný redakční zkratkou (red), který je složený z reakcí lidí na facebookovém profilu Jičínského deníku k frézování vozovky v obci Úlibice a s tím spojenými dopravními komplikacemi: „*Kolaps na průtahu Úlibicemi, který ve čtvrtek způsobilo frézování povrchu vozovky, řidiči nesli dost nelibě. Především nebyli o zásahu včas informováni, jinak by se prý mnozí průtahu obcí raději vyhnuli. Rozohněné reakce na sebe nedali dlouho čekat, lidé nám psali i na facebook! Eliška Klímová: My sice stáli včera na čtyřpruhu už od benzínek, ale mysleli jsme si, že to bylo kvůli nehodě, která byla hned za kruhovým objezdem směr na Novou Paku...*“¹⁰⁴

Podobného ražení je text redaktorky Pavly Franzkiové, který se věnuje tématu zavřených obchodů o svátcích. Autorka jej opět složila pouze z citací lidí, kteří napsali na facebookovou stránku Jičínského deníku.¹⁰⁵ V několika případech redakce využila místo fotografií z dílny vlastního fotografa obrázky stažené z různých facebookových stránek.

¹⁰¹ PICH, Jaroslav. *Úpické parkování budí emoce*. Krkonošský deník. 2016. 11. 03. 2016, str. 01

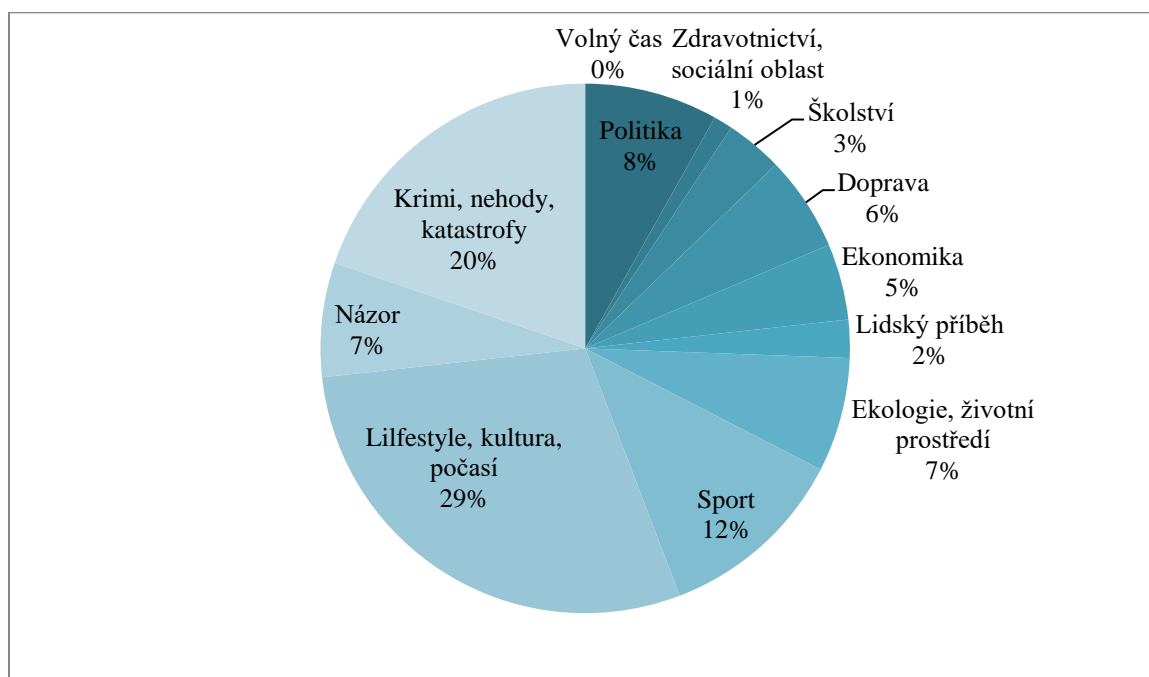
¹⁰² PICH, Jaroslav. *Úpičtí stále řeší podobu náměstí*. Krkonošský deník. 2016. 14. 07. 2016, str. 01

¹⁰³ PICH, Jaroslav. *Moderní stopování. Spolujízda šetří čas i peníze*. Krkonošský deník. 2016. 16. 04. 2016, str. 03

¹⁰⁴ (red). *Fréza řidiče pořádně vytočila!* Jičínský deník. 2016. 04. 06. 2016, str. 03

¹⁰⁵ FRANZKIOVÁ, Pavla. *Zavřeme o svátcích i nemocnice? Nebo hrady, zámky, koupaliště?* Jičínský deník. 2016. 27. 08. 2016, str. 02

Co do tematického rozložení převažovaly texty z oblasti lifestyle a kultura, které tvořili 29 procent všech publikovaných textů s klíčovým slovem „Facebook“. S 20 procenty následovaly texty z rubriky krimi, jako třetí skončil trochu překvapivě sport s 12 procenty.



Graf 10 – Facebook: tematické rozložení roku 2016 v Deníku

Twitter

Ve sledovaném období vyšly v Denících v Královéhradeckém kraji čtyři obsahy s klíčovým slovem „Twitter“, z nichž jeden sice vyšel v Krkonošském deníku, avšak týkal se Libereckého kraje, jehož část pod toto periodikum spadá.

Další texty sociální síť Twitter pouze zmínily, nečerpaly z ní zásadní informaci. Pouze text Jiřího Fejgla v Rychnovském deníku využil citace z této sociální sítě. Obsah popisoval výjezd hradeckých hokejových fanoušků do švýcarského Davosu. V textu jsou citování především hradečtí hokejisté, pro citaci Švýcarů pak redaktor využil právě Twitter. „*Incredible performance by the fans of MountfieldHK here at spenglercup! Thank you guys!*“ napsal na Twitter jeden z příznivců Davosu. V překladu: *„Neuvěřitelné představení. Díky, kluci!“*¹⁰⁶

Text toho samého autora věnovaný propuštění kurdského aktivisty z královéhradeckého vězení zmiňuje Twitter v souvislosti s tehdejšími ministrem obrany

¹⁰⁶ (fej). *Hradečtí fans ohromili Davos. Švýcarům jste ukradli jejich show, poklonil se útočník*. Rychnovský deník. 2016. 29. 12. 2016, str. 16

Milanem Chovancem (ČSSD), který v minulosti o zadržení Kurda informoval právě skrze tuto sociální síť.¹⁰⁷ Třetí text obsahující klíčové slovo „Twitter“ pouze informoval o rozšiřující se kybernetické kriminalitě.¹⁰⁸

Sociální síť

V roce 2016 vyšlo v Denících v Královéhradeckém kraji 151 obsahů splňujících podmínku klíčového sousloví „sociální síť“, z nich 58 obsahů mělo získanou hlavní informaci ze sociální sítě. Popsání všech obsahů by bylo nad kapacitní možnosti této diplomové práce, dovolím si tedy vybrat a popsat pouze ty zásadní. Část obsahů je zároveň shodná s těmi, které obsahují klíčové slovo „Facebook“ a jsou popsány výše.

Velkou inspirací byly sociální sítě pro dva články, které vyšly v Hradeckém a Rychnovském deníku a zabývaly se hoaxy¹⁰⁹ kolem uprchlíků z uprchlického centra v Kostelci nad Orlicí. Texty pracují s informací, že skupina cizinců znásilnila malé dívky, nebo že se ve městě našel podříznutý muž.¹¹⁰ Texty však přinášejí citace policie, politiků i samotných obyvatelů uprchlického střediska, které tyto informace vyvracejí. Obsahy tak spíše upozorňují na to, že lidé by neměli věřit všemu, co se na sociálních sítích dočtou.¹¹¹

Řada textů v regionálních denících čerpá ze sociálních sítí informace o nešvarech v obcích či dopravě, na které upozorňují uživatelé těchto sítí. Redaktoři získané informace následně přetaví v text, v němž často využívají i citace právě ze sociálních sítí. Oblíbené jsou variace na obraty jako „*Na sociálních sítích vzbudila bouřlivou diskuzi*“¹¹², „*Kritikou se od pátečního večera nešetří ani na sociálních sítích*“¹¹³, „*...že je tato otázka mezi lidmi hojně diskutována a na sociálních sítích*“¹¹⁴, „*debata o tomto kroku na sociální síti nebrala konce*“¹¹⁵, „*Na sociálních sítích (například tam, kde se jindy rozebírá dopravní situace na*

¹⁰⁷ FEJGL, Jiří. *Šlo o politiku, proto nebyl Kurd vydán Turkům*. Hradecký deník. 2016. 13. 02. 2016, str. 04

¹⁰⁸ NESIGNOVÁNO. *Zločinci využívají sociální síť. Jak?* Hradecký deník. 2016. 22. 03. 2016, str. 01

¹⁰⁹ Hoax: Původně anglické slovo, které znamená mystifikaci, falešnou zprávu, poplašnou zprávu či výmysl, Zdroj: *Co je to hoax* [online] <http://www.hoax.cz/hoax/co-je-to-hoax> (20. 04. 2018)

¹¹⁰ DUBSKÝ, Kamil. *Uprchlíci z Kostelce znásilnili holčičky, šíří se internetem*. Hradecký deník. 2016. 06. 01. 2016, str. 04

¹¹¹ (zem). *Znásilnění? Ne, další hoax*. Rychnovský deník. 2016. 06. 01. 2016, str. 01

¹¹² SIXTA, Miroslav. *Křižovatka u Synkova budí u řidičů respekt*. Rychnovský deník. 2016. 05. 02. 2016, str. 03

¹¹³ MRKVIČKOVÁ, Tereza, ZUMROVÁ, Michaela. *Novoroční ohňostroj byl terčem kritiky. Trval pouze 86 sekund*. Hradecký deník. 2016. 04. 01. 2016, str. 01

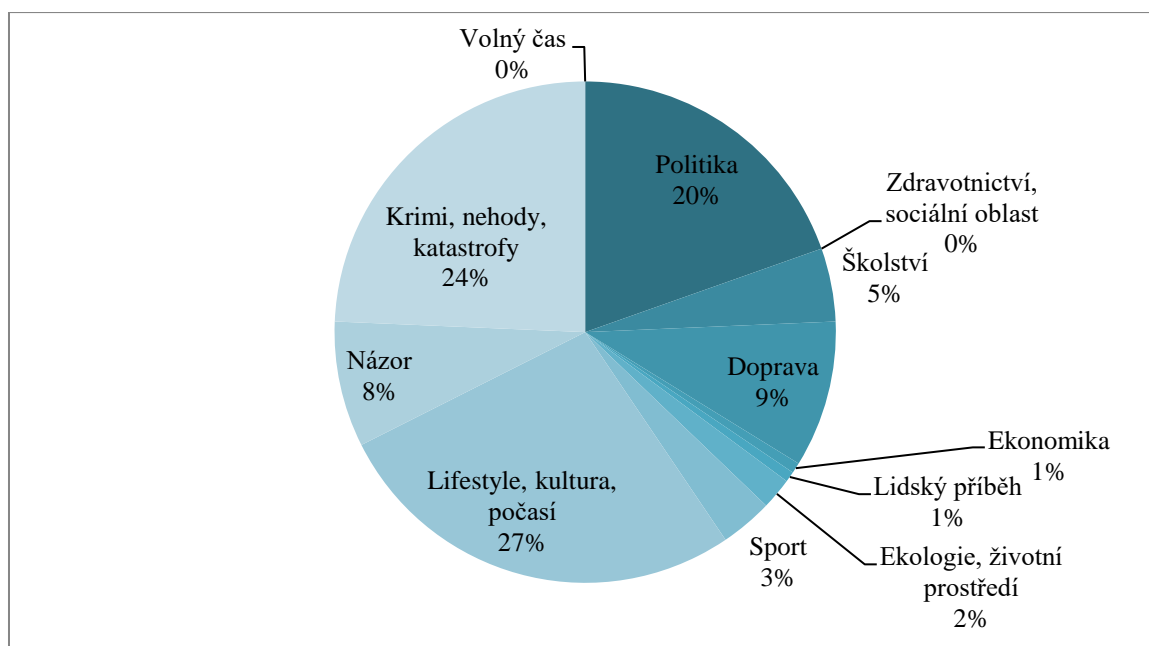
¹¹⁴ VAŇOUS, Petr. *Kam s auty? Hradec je chce pod zem*. Hradecký deník. 2016. 01. 03. 2016, str. 01

¹¹⁵ ŠNAJDAR, Hynek. *Vlajka Tibetu vlála bez požehnání zastupitelstva, na facebooku se toto zpochybnilo*. Náchodský deník. 2016. 23. 03. 2016, str. 02

silnicích okresu) se kvůli tomu začaly objevovat zajímavé diskuze“¹¹⁶, „A tak se objevily na sociální síti i spekulace...“¹¹⁷, „Uživatelé sociálních sítí se po úterním zveřejnění závažných informací, získaných od policie, pustili okamžitě do spekulací“¹¹⁸, „Vlna kritiky na sociální síti“¹¹⁹, „Podobné reakce, místy prošpikované vulgarismy, zaplnily sociální sítě“¹²⁰, „Nové logo města Náchoda vyvolalo na internetu a sociálních sítích řadu emotivních reakcí“¹²¹. Většinou pak následuje citace rozčileného či naopak spokojeného občana, který o dané věci či problému na sociální síti diskutoval.

Deníky v roce 2016 zároveň významně využívaly vlastní profily na sociálních sítích, na něž lákaly čtenáře a chtěly, aby na nich čtenáři diskutovali. Z diskuzí na předem určené téma pak redakce upletla celý text, který vyšel v tištěných novinách. V roce 2016 se tak stalo hned v deseti případech.

Co do tematické skladby převažovaly v roce 2016 texty z tří oblastí: lifestyle a kultura, krimi a politika, které dohromady zabraly skoro tři čtvrtiny veškerých obsahů s klíčovým souslovím „sociální síť“.



Graf 11 – Tematické rozložení obsahů o „sociálních sítích“ v roce 2016

¹¹⁶ ZEMANOVÁ, Barbora. *Velký bratr? Lidé řeší „podivné“ přelety vrtulníků*. Rychnovský deník. 2016. 09. 04. 2016, str. 01

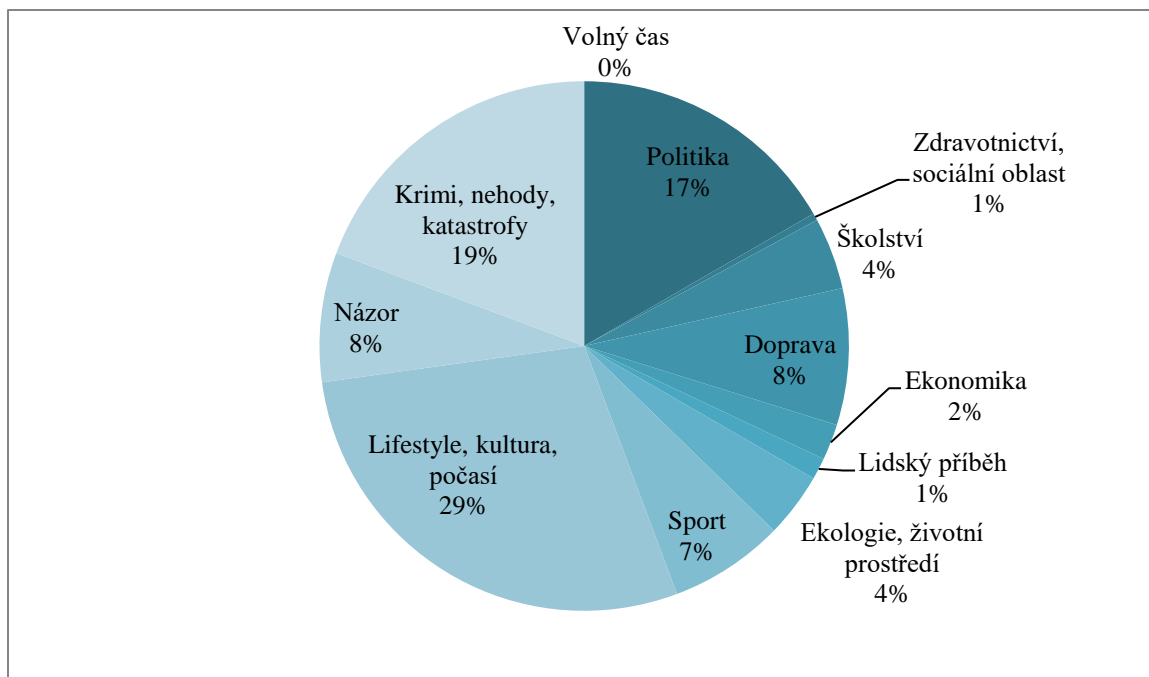
¹¹⁷ MUDROVÁ, Jana. *Oprava Polské pro silné nervy*. Krkonošský deník. 2016. 15. 09. 2016, str. 01

¹¹⁸ MUDROVÁ, Jana. *Útoky v Trutnově: nový už nepřibyl*. Krkonošský deník. 2016. 22. 09. 2016, str. 01

¹¹⁹ JANEČKOVÁ, Kateřina. *Čertovský rej ukončil chaos a bezohlednost*. Hradecký deník. 2016. 29. 11. 2016, str. 01

¹²⁰ BRAUN, Jan. *Kácení stromů budí emoce*. Jičínský deník. 2016. 29. 11. 2016, str. 01

¹²¹ (reh). *Nové logo Náchoda budí emoce. Spíše ale ty negativní*. Náchodský deník. 2016. 08. 12. 2016, str. 02



Graf 12 – Tematické rozložení v roce 2016 celkově (pro všechna klíčová slova)

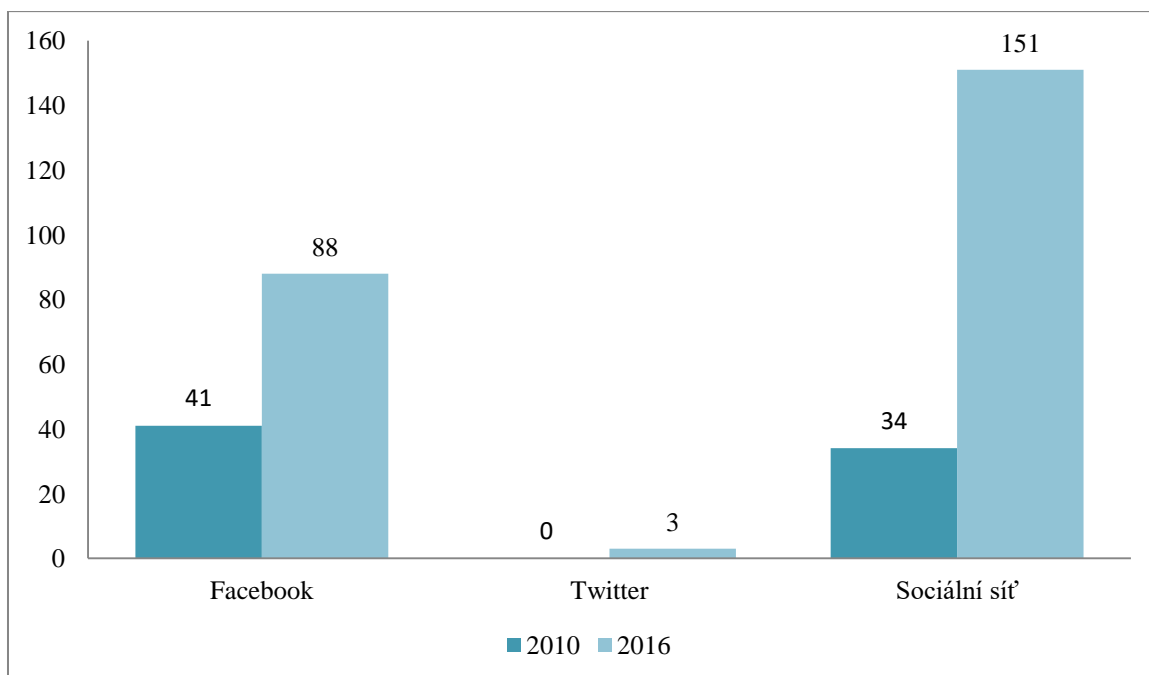
3.5.3. Srovnání let 2010 a 2016

U produkce Hradeckého, Jičínského, Krkonošského, Náchodského a Rychnovského deníku je mezi lety 2010 a 2016 velký rozdíl. Zmínění Facebooku mezi oběma sledovanými obdobími vzrostlo o 114 procent, zmínění sousloví „sociální síť“ pak o neuvěřitelných 344 procent. Velký nárůst jsem zaznamenala i v čerpání témat ze sociální sítě. Zatímco v roce 2010 byly sociální sítě obecně zdrojem hlavní informace u 37 textů, v roce 2016 to bylo už u 85 textů, což je nárůst o 129 procent. Redaktoři Deníků začali v roce 2016 hojně využívat obecných frází typu „na sociálních sítích to vzbudilo velké emoce“ a podobně bez konkrétního uvedení názvu sociální sítě.

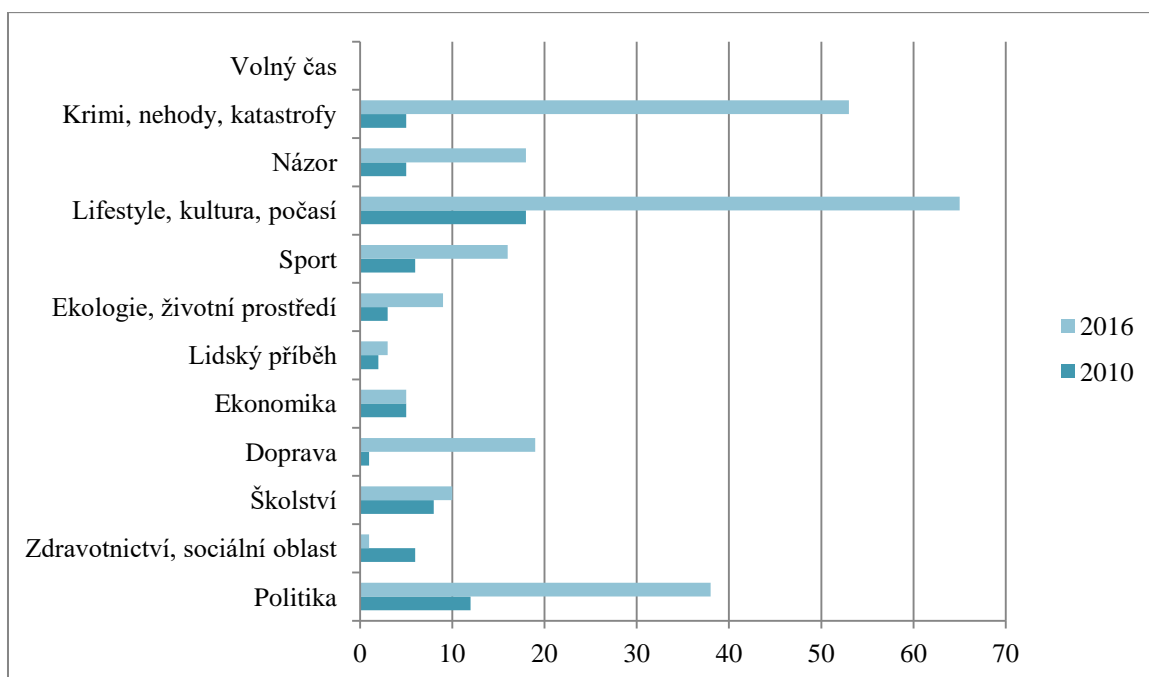
Při analýze jsem si zároveň všimla, že využívání sociálních sítí jako zdroje informací a citací je u každého redaktora jiné. Některá jména hojně převažovala nad jinými, nejaktivnějším uživatelem byl redaktor Krkonošského deníku Jaroslav Pich, který řadu témat, o nichž nakonec stvořil svůj novinový text, vyčetl právě na sociální síti, což ve svých textech i přiznal.

Deník jako jediné ze šesti analyzovaných médií začal v roce 2016 využívat sociální síť Facebook i jako aktivní prostředek k získávání názorů veřejnosti pro své texty, když skrze svůj profil na této sociální síti redakce nadhodila téma k diskusi a z následných komentářů svých fanoušků posléze vytvořila plnohodnotný text o daném tématu. Jednalo se většinou o

témata týkající se problémů v jednotlivých regionech, dopravy či zdravotnictví, ale objevila se i neregionální témata, jako například uzavírání obchodů o svátcích.



Graf 13 – Srovnání počtů obsahů v letech 2010 a 2016



Graf 14 – Tematické srovnání let 2010 a 2016

3.6. Kvantitativně kvalitativní analýza zpravodajství ČTK

Česká tisková kancelář v Královéhradeckém kraji zpracovává zejména důležitá soudní jednání a zpravodajsky pokrývá všechny důležité tiskové konference, které se v Královéhradeckém kraji konají.

3.6.1. Rok 2010

Krajská redakce ČTK byla v roce 2010 dvoučlenná. Tvořili ji redaktoři Zdeněk Rychtera (ry) a Jakub Sochor (sja). Zejména aktuální zprávy o víkendech pak pro krajské zpravodajství ČTK dodávají sloužící redaktoři z jiných regionů či z pražské centrály.

Facebook

Ve sledovaném období vydala agentura ČTK dva obsahy, u nichž Newton Mediasearch zjistil klíčové slovo „Facebook“. Stejně jako noviny MF DNES i ČTK informovala o studentském protestu proti zavření hospody U Prdoly v Kuksu na Trutnovsku. Text zmiňuje fakt, že protest zorganizovali mladí lidé právě na sociální síti Facebook. *„Skupina má téměř 1700 členů. Podle demonstrantů má hospoda duši a legendární Prdolvskou atmosféru. Vyzdvihují osobu nájemce hospody Jaroslava Vohradníka, či jeho údajně ‚jedinečný‘ tatarský biftek.“*¹²²

Druhý text přináší informaci o sebevraždě mladého muže, který svůj úmysl dopředu oznámil na Facebooku. ČTK tuto zprávu převzala ze zpravodajského serveru tn.cz, ze sociální sítě však nikterak necitovala.¹²³

Twitter

V roce 2010 v královéhradecké ČTK nevyšla jediná zpráva s klíčovým slovem „Twitter“.

Sociální síť

Klíčové slovo „sociální síť“ ve sledovaném období obsahovaly dva texty. Jeden je totožný jako u klíčového slova „Facebook“, jedná se o text týkající se sebevraždy oznámené na Facebooku. Druhý obsah popisuje předvolební útraty politických subjektů před

¹²² RYCHTERA, Zdeněk. *Mladí lidé demonstrovali v Kuksu za zachování hostince U Prdoly*. ČTK. 2010. 19. 09. 2010

¹²³ (jhr). *Tn.cz: Sedmatřicetiletý muž oznámil sebevraždu na Facebooku*. ČTK. 2010. 30. 07. 2010

komunálními volbami na podzim roku 2010. Text informuje o tom, kolik chtějí jednotlivé strany či hnutí utratit za kampaň, a která tuto kampaň hodlají vést. Lídr hnutí Volba pro město se České tiskové kanceláři svěřil, že oproti minulým letům chce uskupení do předvolebního boje více zapojit sociální síť.¹²⁴

3.6.2. Rok 2016

Složení dvoučlenné redakce se oproti roku 2010 nezměnilo. Ve své práci v královéhradecké ČTK pokračovali Zdeněk Rychtera (ry) a Jakub Sochor (sja).

Facebook

Ve sledovaném období ČTK v Královéhradeckém kraji vydala celkem osm textů odpovídajících kritériím. Dva texty využily Facebook jako zdroj informace o tématu, kterému se text věnuje, v jednom z textů redaktor využil citaci z této sociální sítě.

Facebook jako zdroj citace využil redaktor Jakub Sochor v textu o závodech psích spřežení Šediváčkův long, který předčasně ukončila obleva. *„Rozhodnutí o ukončení závodu musherů chápou. „Je to obrovská škoda, ale skutečně to nešlo. Samé bláto, voda a pejskové dostávali dost zabrat. Ale i tak ty dva dny stály za to,“ uvedla jedna z musherek na facebookovém profilu závodu.*“¹²⁵

Dva texty, které využívají Facebook jako prvotní zdroj informace, se týkají vyhrožování poslanci Janu Birkemu (ČSSD) na sociální síti Facebook poté, co se sociální demokracie rozhodla pro účast v krajské vládě vyšachováním vítěze krajských voleb, kterým bylo hnutí ANO 2011. Ten první z 10. října 2010 přináší informaci o výhrůžce: *„Člověk pod jménem Dalibor Bůček napsal na facebookový profil Jana Birkeho do komentářů pod jeho poděkování za hlasy ve volbách komentář „doufám že tě někdo brzy sejme šmejde“.*“¹²⁶

Druhý text z 1. listopadu 2016 pak celé téma posouvá, neboť Birke se mezitím s agresorem sešel a usmířil. Informace o usmíření však text nezískal ze sociální sítě, ale přímo od politika. I přesto událost, která se na sociální síti odehrála, popisuje, a zároveň opakuje citaci agresora, kterou ČTK přinesla o tři týdny dříve. *„Výhrůžku podle poslance učinil sedmapadesátiletý muž z Královéhradecka. Na facebooku vystupoval pod falešným profilem.*

¹²⁴ SOCHOR, Jakub. *Strany za komunální kampaň v H. Králové utratí statisíce*. ČTK. 2010. 10. 10. 2010

¹²⁵ (sja). *Závody psích spřežení Šediváčkův long v Deštném ukončila obleva*. ČTK. 2016. 29. 01. 2016

¹²⁶ (ry). *Poslanec Birke (ČSSD) čelí výhrůžce, přičítá to Babišovi*. ČTK. 2016. 10. 10. 2016

*Birkemu při setkání řekl, že posledních 20 let pracuje jako řidič záchranné služby. Při psaní vzkazu na facebook prý ‚rychleji psal než uvažoval‘.*¹²⁷

Zbýlých pět textů sociální síť Facebook zmiňuje pouze jako nástroj, na kterém je možné hlasovat v anketách či na něm nacházet informace o věci či události, které texty popisují.

Twitter

Agentura ČTK vydala v roce 2016 texty obsahující klíčové slovo „Twitter“ ve 12 případech. Většinu, přesněji sedm, jich agentura vydala v lednu a v únoru a všechny se týkaly stejného tématu, a to tureckého občana, kterého v listopadu 2015 zadržela policie v Hradci Králové. O jeho zadržení ihned informoval tehdejší ministr vnitra Milan Chovanec (ČSSD) na svém twitterovém účtu, což všechny texty věnující se kauze opakují. *„O zadržení Nazmiho Sahina informoval na twitteru ministr vnitra Milan Chovanec (ČSSD), který oznámil, že česká policie zadržela mezinárodně hledanou osobu podezřelou z vazeb na teroristy.“*¹²⁸ Tuto větu ČTK opakovala i ve všech následujících textech, které v lednu a únoru 2016 v agentuře vyšly.

Ministr Chovanec zajistil citování Twitteru v královéhradecké ČTK i ve dvou dalších případech, a to u textů věnujících se hackerskému útoku na soukromý e-mailový účet tehdejšího předsedy vlády Bohuslava Sobotky (ČSSD). V krajské sekci agentury ČTK tento obsah vyšel proto, že ministr vnitra toto prohlášení udělal na tiskové konferenci v Hradci Králové. ČTK v textech opět citovala Chovancův twitterový účet: *„Ministr připomněl, že první útok na Sobotkovu internetovou komunikaci byl veden loni 23. prosince na účtu twitter.“*¹²⁹

Informaci z Twitteru ČTK využila ještě v jednom případě, a to u sportovní zprávy o konci hráče Adama Courchaineho v dresu hradeckého hokejového týmu Mountfield HK. *„Mountfield s dvaatřicetiletým Kanadánem, který měl smlouvu ještě na dvě sezony, ukončil spolupráci. Klub o tom informoval na svém twitterovém účtu. Podle informací hradeckého celku míří Courchaine do maďarského Székesfehérváru, který hraje v EBEL.“*¹³⁰

Zbýlé dva texty obsahující klíčové slovo Twitter nezmiňují tuto sociální síť v žádné zpravodajské souvislosti, jeden z nich je navíc označen jako protext, tedy reklamní sdělení.

¹²⁷ (ry). *Poslanec Birke (ČSSD) se usmířil s člověkem, který mu vyhrožoval.* ČTK. 2016. 01. 11. 2016

¹²⁸ (sja). *Zastupitelství zadalo překlad dokumentů o zadrženém Turkovi.* ČTK. 2016. 04. 01. 2016

¹²⁹ RYCHTERA, Zdeněk. *Chovanec: útok na e-mail premiéra byl veden sofistikovaně.* ČTK. 2016. 07. 01. 2016

¹³⁰ (jip). *Kanadský hokejový útočník Courchaine končí v Hradci Králové.* ČTK. 2016. 22. 08. 2016

Sociální síť

Klíčové slovo „sociální síť“ se v textech krajské ČTK objevilo v 15 případech. Většinu z nich tvořily texty věnované kultuře nebo krimi, zbývající jeden text byl reklamním sdělením.

Byť zpravodajských textů bylo 14 (reklamní sdělení jsem do analýzy nezapočítala), týkaly se pouze pěti témat. Ve třech případech totiž ČTK postupně vydávala aktualizace týkající se daného tématu. Tím prvním byly obsahy z líčení u krajského soudu v Hradci Králové, před kterým stanul mladý muž, jenž přes sociální síť zneužíval školačky. Agentura o případu informovala jednou 5. ledna 2016, kdy soudní jednání začalo.¹³¹ Další čtyři zprávy týkající se tohoto tématu přinesla ČTK 24. února, kdy soud vynesl rozsudek. I proto zpráva vyšla v několika vydáních. Redaktor ji postupně doplňoval o další vyjádření a skutečnosti. První zprávu agentura vydala už v čase 03:08, aby avizovala, že ten den padne rozsudek, a také shrnula celý případ, který měl být „*nejrozsáhlejším případem zneužívání dětí prostřednictvím internetu v Královéhradeckém kraji*“.¹³² Další zpráva vyšla v 10:27 hned po vynesení rozsudku.¹³³ Postupně ve 12:03 a 12:56 agentura vydala další dvě aktualizované zprávy, v nichž doplnili další informace a vyjádření státní zástupkyně a také lehce upravili titulek.¹³⁴ V případě pokrývání tohoto soudního jednání nebyla sociální síť zdrojem informací ani citací.

Podobnému tématu se věnoval i text Jakuba Sochora z 31. srpna, který popsal kriminální případ obchodování s lidmi, v němž hrály roli sociální síť. Pachatelé oslovovali dívky skrze sociální síť a přesvědčovali je k prostituci.¹³⁵ Stejně jako v předchozím případě, ani zde redaktor nevyužil sociální síť jako zdroj informace či citace.

Kriminality se týkal také text z 8. března přinášející informaci o narůstajících podvodech na internetu, kterých se pachatelé dopouštějí právě na sociálních sítích. Ani tento text nevyužíval sociální síť jako zdroj informace či citace, ale pouze ji zmiňoval jako předmět daného sdělení.¹³⁶

Za zdroj informace obsažené v tetu využil redaktor ČTK sociální síť v případě dvou svých obsahů o průběhu metalového festivalu Brutal Assault, jenž se koná v Josefově na

¹³¹ (sja). *Dívky v kauze zneužívání na internetu měly z obžalovaného strach*. ČTK. 2016. 05. 01. 2016

¹³² (ry). *V Hradci padne rozsudek v případě internetového zneužívání dívek*. ČTK. 2016. 24. 02. 2016

¹³³ (ry). *Za zneužití desítek dívek dostal muž 8,5 let vězení*. ČTK. 2016. 24. 02. 2016

¹³⁴ RYCHTERA, Zdeněk. *Za zneužití desítek dívek dostal muž 8,5 roku vězení*. ČTK. 2016. 24. 02. 2016

¹³⁵ (sja). *Policisté navrhli obžalovat dva muže za pokus obchodování s lidmi*. ČTK. 2016. 31. 08. 2016

¹³⁶ (sja). *Policisté v hradeckém kraji více řeší podvody s penězi na webu*. ČTK. 2016. 08. 03. 2016

Náchodsku. „První den pořadatelé řešili problémy s čipovými vstupenkami, kvůli kterým se na vstup do areálu čekalo několik hodin. Právě dlouhé střeční čekání na vstup, navíc v dešti, řada fanoušků podrobila na sociálních sítích i na webovém diskusním fóru festivalu tvrdé kritice.“¹³⁷ Redaktor sociální sítě pouze zmínil, žádnou konkrétní citaci z ní však v textu nepřinesl. Tato zpráva později vyšla v aktualizaci, informace ze sociální sítě se v ní však nezměnila.¹³⁸

Ze sekce kultury využilo informaci ze sociální sítě i dalších pět textů o hudebním festivalu Trutnoff Open Air, které vyšly v rozmezí 18. až 20. srpna. Všechny pět textů operovalo se stejnou informací, a to o skandálu kolem návštěvy pořadatele festivalu Martina Věcheta u bývalého předsedy ÚV KSČ Milouše Jakeše (jehož ČTK v prvních čtyřech textech označuje jako „Miloše“): „Mediální přestřelku v souvislosti s letošním Trutnoffem vyvolala zpráva, že organizátor akce Martin Věchet neoficiálně pozval někdejšího komunistického funkcionáře Milouše Jakeše. Veřejnost se to dozvěděla z videa, které bylo bez souhlasu autorů umístěno na sociálních sítích. Věchet však nedávno potvrdil, že Jakeš se na přehlídce neobjeví.“¹³⁹

V prvních čtyřech textech (tři vyšly 18. srpna, další pak 19. srpna) autor využívá výše zmíněný odstavec ve stejné podobě. V pátém textu o trutnovském festivalu pak odstavec vychází obměněn, a to včetně jména komunistického funkcionáře, kterého zde autor pojmenuje „Milouš“, což je Jakešovo občanské jméno uvedené v občanském průkazu.¹⁴⁰ „Letošní festival Trutnoff otevřel ve čtvrtek britský písničkář Jake Bugg. Jeho zahájení předcházelo několik kontroverzí propíraných na sociálních sítích a následně i v médiích kvůli setkání zakladatele festivalu Martina Věcheta s někdejším komunistickým pohlavárem Miloušem Jakešem, jehož filmový záznam unikl na internet.“¹⁴¹ (Chybějící mezera mezi „sociálních“ a „sítích“ je dílem ČTK, zanechala jsem v původní verzi.)

3.6.3. Srovnání let 2010 a 2016 v ČTK

V případě ČTK se vliv sociální sítě neukázal ani tak na jejich využívání při hledání témat a tvorbě textů, ale spíše jako fenomén, který ovlivňoval společnost a tím pádem i témata „zvenčí“. Je to vidět například u klíčového slova „sociální síť“. V roce 2010 se v krajském zpravodajství ČTK objevilo jen jednou, o šest let později pak v 15 případech. Většina z nich

¹³⁷ (ry). *Metalový festival brutal Assault zopakoval návštěvu 18.000 lidí*. ČTK. 2016. 14. 08. 2016, 13:42

¹³⁸ (ry). *Metalový festival brutal Assault zopakoval návštěvu 18.000 lidí*. ČTK. 2016. 14. 08. 2016, 15:33

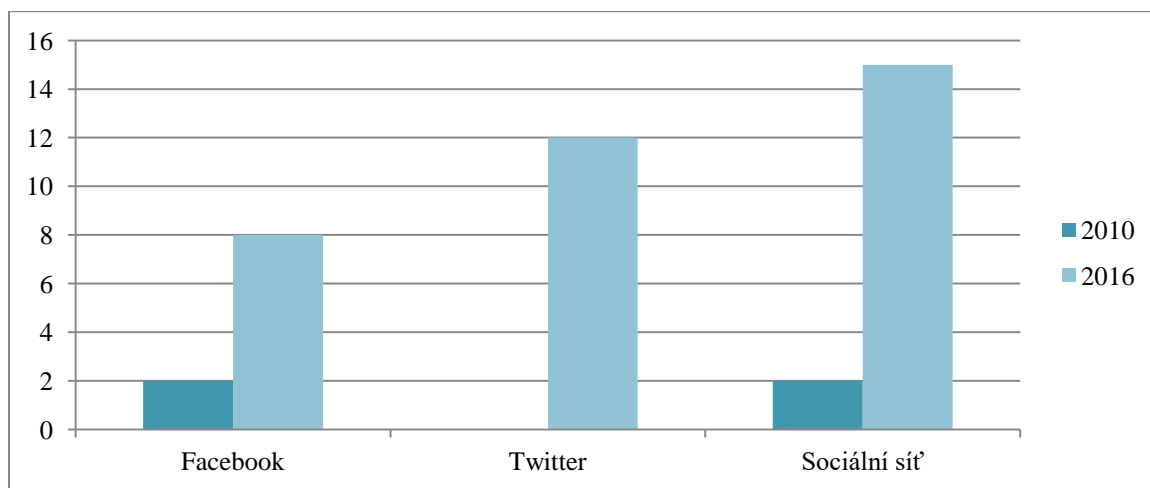
¹³⁹ (jir). *V areálu Na Bojišti dnes začíná Trutnoff Open Air Festival*. ČTK. 2016. 18. 08. 2016

¹⁴⁰ MACH, Vladimír. *Milouš (Miloš) Jakeš*. [online], http://www.totalita.cz/vysvetlivky/o_jakesm.php, (08.04. 2018)

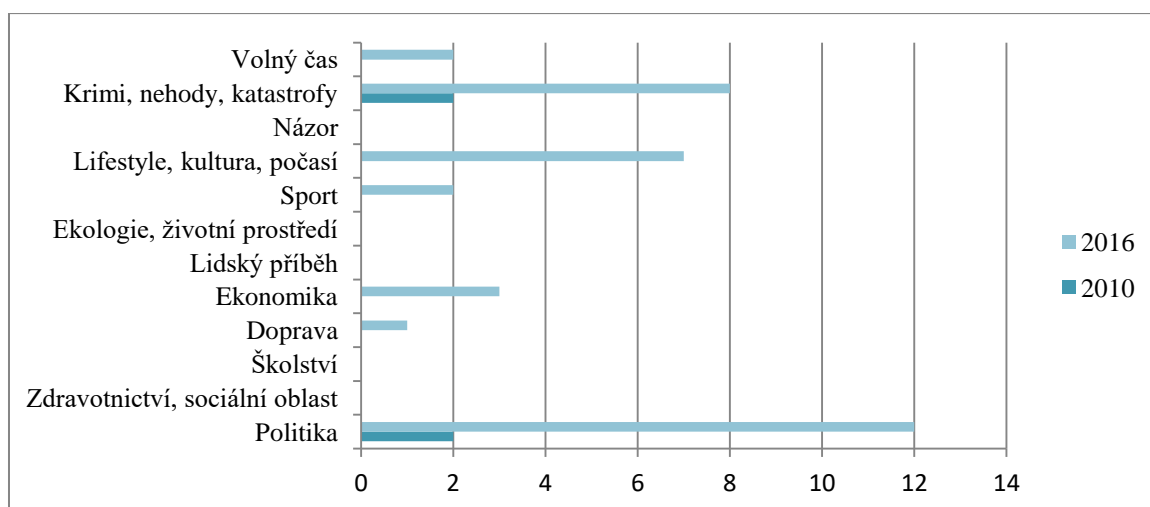
¹⁴¹ (jir). *Orchestr Václava Hybše na Trutnoffu doprovodil vzpomínku na Havla*. ČTK 2016. 20. 08. 2016

popisovala událost, v níž hrála nějaká sociální síť roli. Tedy že posloužila delikventům jako prostředek pro páchaní jejich trestných činů, ať už šlo o zneužívání mladistvých či majetkovou trestnou činnost.

Nárůst významu jsem u agenturního zpravodajství objevila u sociální sítě Twitter, kterou redaktori v roce 2010 nevyužili vůbec, v roce 2016 ji zmínili ve 12 případech. Většinou šlo o citace z twitterového účtu tehdejšího ministra vnitra Milana Chovance. Nárůst mezi sledovanými obdobími jsem zaznamenala i u sociální sítě Facebook. V roce 2010 jej redakce zmínila dvakrát, o šest let později pak osmkrát, a to i přímo jako zdroj citace, například u textu o musherských závodech či u textů o povolebních vyjednáváních, při nichž poslanec Jan Birke obdržel skrze Facebook výhrůžky.



Graf 15 – Kvantitativní porovnání zmínění klíčových slov ve zpravodajství agentury ČTK pro Královéhradecký kraj v letech 2010 a 2016



Graf 16 – Tematické rozdělení obsahů v letech 2010 a 2016

3.7. Kvantitativně kvalitativní analýza zpravodajství České televize

Česká televize má v Hradci Králové vlastní studio, které pokrývá zpravodajství do hlavního večerního zpravodajského bloku Události, ale v posledních letech především do Událostí v regionech.

3.7.1. Rok 2010

Česká televize pro Královéhradecký kraj měla v roce 2010 dva zpravodajské štáby. Jejich redaktory byli Vlastimil Weiner a Přemysl Šrámek.

Facebook

Ve sledovaném období nedodalo zpravodajství České televize v Královéhradeckém kraji žádný obsah s klíčovým slovem „Facebook“.

Twitter

Ve zpravodajství České televize v Královéhradeckém kraji se v roce 2010 neobjevil jediný obsah s klíčovým slovem „Twitter“.

Sociální síť

Česká televize v Královéhradeckém kraji nevydala ve sledovaném období žádný obsah s klíčovým souslovím „sociální síť“.

3.7.2. Rok 2016

V roce 2016 Česká televize v Hradci Králové posílila otevřením nového moderního studia.¹⁴² To znamená, že posílila i personálně. K redaktorům Vlastimilu Weinerovi a Přemyslu Šrámkovi se do redakce pro Královéhradecký kraj přidali i redaktorka Věra Hofmanová a redaktor Václav Svoboda.

Facebook

Ve sledovaném období nevydalo zpravodajství České televize pro Královéhradecký kraj žádný obsah s klíčovým slovem „Facebook“.

¹⁴² ŠTĚRBA, Martin. Česká televize rozšiřuje své regionální vysílání. Po ročních intenzivních přípravách zahajuje provoz nové zpravodajské studio v Hradci Králové. [online], <https://mam.ihned.cz/media/c1-65446320-ceska-televize-otevira-nove-studio-v-hradci-kralove-vysilat-zacne-ve-stredu>, (08. 04. 2018)

Twitter

Krajské studio České televize nepřišlo v roce 2016 s žádným obsahem s klíčovým slovem „Twitter“.

Sociální síť

V roce 2016 vydalo krajské studio ČT v Hradci Králové pět obsahů s klíčovým souslovím „sociální síť“. Žádný z nich však nečerpal ze sociální sítě klíčovou informaci, jeden ze sociální sítě využil pouze jednu citaci, která však sloužila jen jako jakási zajímavost doplňující téma, jímž se reportáž zabývá.

Jediná z reportáží, která využila sociální síť jako zdroj, je reportáž redaktorky Věry Hofmanové o rekonstrukci dvou zchátralých domů v Úpici na Trutnovsku. Reportáž popisuje spor mezi vedením radnice na straně jedné a opozicí spolu s částí veřejnosti na straně druhé. Těm vadí připravovaná nákladná rekonstrukce dvou domů v majetku města. Hofmanová v reportáži využívá i obsah týkající se tématu, který se objevil na sociální síti. *„Téma je ve městě stále živé. Dokládá to aktuální fotomontáž, která koluje po sociálních sítích a znázorňuje náměstí bez domů. Na jejich místě je park. Odpůrcům budoucí zástavby vadí, že zastíní výhled na zdejší dominantu, Jiráskovou divadlo.“*¹⁴³

Jednotlivé reportáže splňující kritéria se zabývaly různými tématy. Většina z nich popisovala stejné problémy a kauzy jako ostatní média, tedy především různou kriminalitu spojenou se sociálními sítěmi, ale také například informaci o provokativní reklamě pardubického muzea na královéhradeckém trolejbusu, která právě na sociálních sítích vyvolala hodně negativních emocí mezi obyvateli Hradce Králové.¹⁴⁴

Reportáž, v níž redaktor zmínil sociální síť, se týkala také festivalu Trutnoff Open Air, jehož pořadatel Martin Věchet vyvolal kontroverze svým setkáním s bývalým komunistickým funkcionářem Miloušem Jakešem. *„My ten dokument natáčíme dva roky. Je tam mnoho dalších témat na to, co bohužel mohli lidé vidět na sociálních sítích, byla jen krátká pasáž,“* argumentoval v reportáži Pavel Křemen, autor dokumentu, v němž Věchet s Jakešem účinkovali, a jehož úryvek způsobil pořadateli nejstaršího českého hudebního festivalu problémy u účinkujících i návštěvníků.¹⁴⁵

¹⁴³ HOFMANOVÁ, Věra. *Spor o nákladnou rekonstrukci v Úpici*. ČT 1. 2016. 11. 08. 2016

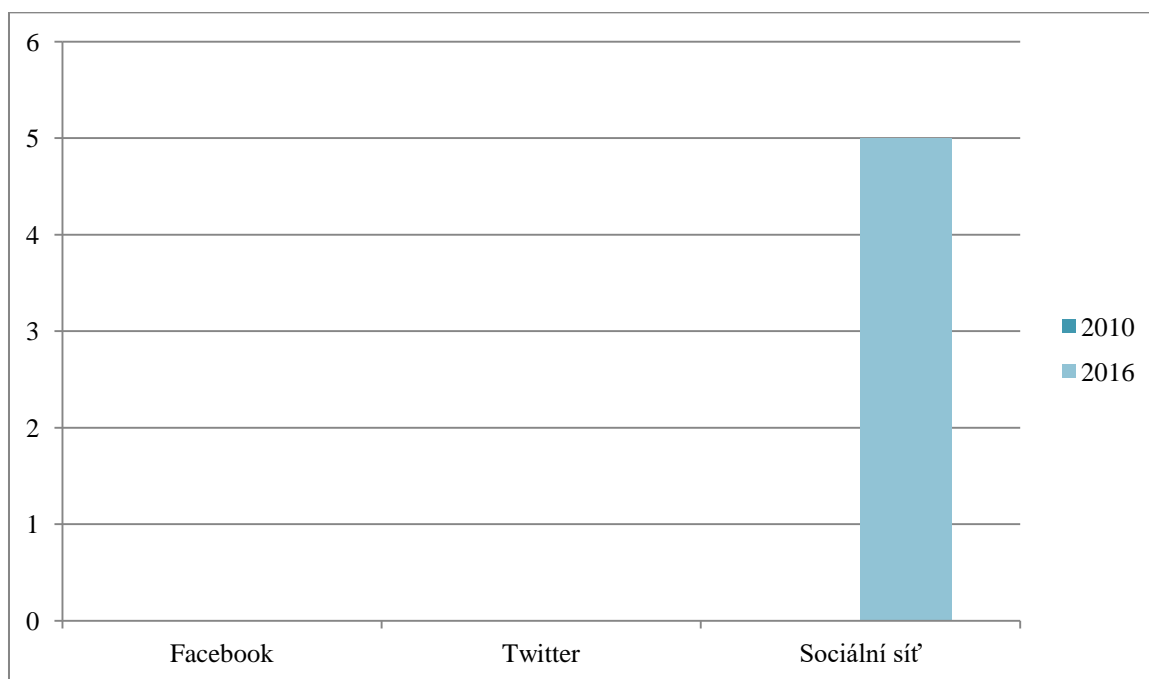
¹⁴⁴ NESIGNOVÁNO. *Východočeské muzeum v Pardubicích stahuje reklamu z hradeckých trolejbusů*. ČT 1. 2016. 23. 03. 2016

¹⁴⁵ SVOBODA, Václav. *Na festival v Trutnově míří Jakeš*. ČT 1. 2016. 12. 05. 2016

Sociální sítě zmiňuje i reportáž Přemysla Šrámka o škole, kde děti před vyučováním odevzdávají mobilní telefony učitelům. Objevuje se pouze jako slovní obrat zmíněný jedním z mluvčích, nikoliv jako zdroj reportáže.¹⁴⁶

3.7.3 Srovnání let 2010 a 2016

Výzkum potvrdil hypotézu, kterou jsem určila v tezi, tedy že Česká televize sociální sítě využívá z regionálních médií nejméně. V roce 2010 regionální zpravodajství ČT nezmínilo ve svých obsazích žádnou ze sociálních sítí, v roce 2016 pak v pěti případech použilo univerzální výraz „sociální síť“. Jako zdroj informace ji však využila pouze jedna redaktorka v jedné reportáži, ostatní obsahy pak sociální sítě zmiňovaly spíše jako objekt než jako zdroj, podobně tomu bylo u České tiskové kanceláře, která je rovněž veřejnoprávním médiem.



Graf 17 - Kvantitativní porovnání zmínění klíčových slov u České televize v Královéhradeckém kraji v letech 2010 a 2016

¹⁴⁶ ŠRÁMEK, Přemysl. *Odevzdávání mobilů ve škole*. ČT 1. 2016. 16. 09. 2016

3.8. Kvantitativně kvalitativní analýza ve zpravodajství Českého rozhlasu

Český rozhlas má v Hradci Králové vlastní redakci, která jednak tvoří program a dodává reportáže na rozhlasovou stanici Český rozhlas Hradec Králové, zároveň její redaktoři dodávají zpravodajství i pro Český rozhlas Radiožurnál a Český rozhlas Pardubice. Pro analýzu byly použity pouze obsahy ze stanice Český rozhlas Hradec Králové.

3.8.1. Rok 2010

V roce 2010 tvořilo v hradecké pobočce Českého rozhlasu obsahy osm redaktorů: Eva Boudová, Jiří Fremuth, Otakar Nehasil, Martin Pařízek, Eliška Pilařová, Václav Plecháček, Jana Tomková a Vladislava Wildová.

Facebook

Ve sledovaném období vydal Český rozhlas Hradec Králové pouze jeden obsah s klíčovým slovem „Facebook“. Jednalo se o reportáž Jany Tomkové věnující se petici za zachování lékařské v Broumově a Opočně. Tomuto tématu se jako jedinému v roce 2010 věnovala téměř všechna média zahrnutá do této analýzy. Redaktorka informuje o tom, že petice se rozšířila na sociální síti Facebook a nepřímo z ní i cituje. „*Organizátoři zároveň vyzývají obyvatele, aby hejtmanovi posílali emaily, dopisy, anebo SMS zprávy, na kterých mohou vyjádřit své názory na plánované zrušení chirurgie. Lidem vadí, že místo, aby se usilovalo o rozvoj příhraniční oblasti, tak se snižuje naopak dostupnost, kromě jiného tedy i potřebné zdravotní péče.*“¹⁴⁷

Twitter

Ve sledovaném období se v žádném z obsahů Českého rozhlasu Hradec Králové neobjevilo klíčové slovo „Twitter“

¹⁴⁷ TOMKOVÁ, Jana. *Petice za zachování nemocnice v Opočně a chirurgické péče v Broumově*. ČRo Hradec Králové. 2010. 30. 03. 2010

Sociální síť

Klíčové slovo „sociální síť“ v roce 2010 splňoval jen jeden obsah, a to reportáž Jany Tomkové *„Petice za zachování nemocnice v Opočně a chirurgické péče v Broumově“*, který je již zanalyzován výše.¹⁴⁸

3.8.2. Rok 2016

V roce 2016 dodávalo obsahy z různých oblastí pro Český rozhlas Hradec Králové devět redaktorů: Eva Boudová, Jiří Fremuth, Kateřina Kohoutová, Martin Pařízek, Lucie Peterková, Eliška Pilařová, Václav Plecháček, Ondřej Vaňura a Vladislava Wildová.

Facebook

V roce 2016 žádný z obsahů hradeckého Českého rozhlasu neobsahoval klíčové slovo „Facebook“.

Twitter

Ve sledovaném období ani jeden z obsahů nesplnil podmínku klíčového slova „Twitter“.

Sociální síť

Klíčové slovo „sociální síť“ obsahovaly v roce 2016 tři obsahy z produkce Českého rozhlasu Hradec Králové.

Informaci ze sociální sítě čerpala moderátorkou čtená zpráva, která byla bez uvedení autorství. Informovala o příliš krátkém ohňostroji v Hradci Králové, který vyvolal nesouhlas obyvatel města a muselo ho řešit vedení magistrátu. *„Jen 86 vteřin dlouhý novoroční ohňostroj v Hradci Králové řeší vedení města. Primátor Zdeněk Fink z Hradeckého demokratického klubu se za krátký ohňostroj krátce po skončení omluvil na sociální síti a dnes věc projednával na kolegiu. Město tvrdí, že o krátké stopáži nevědělo, a v budoucnu slibuje ohňostroje delší.“*¹⁴⁹

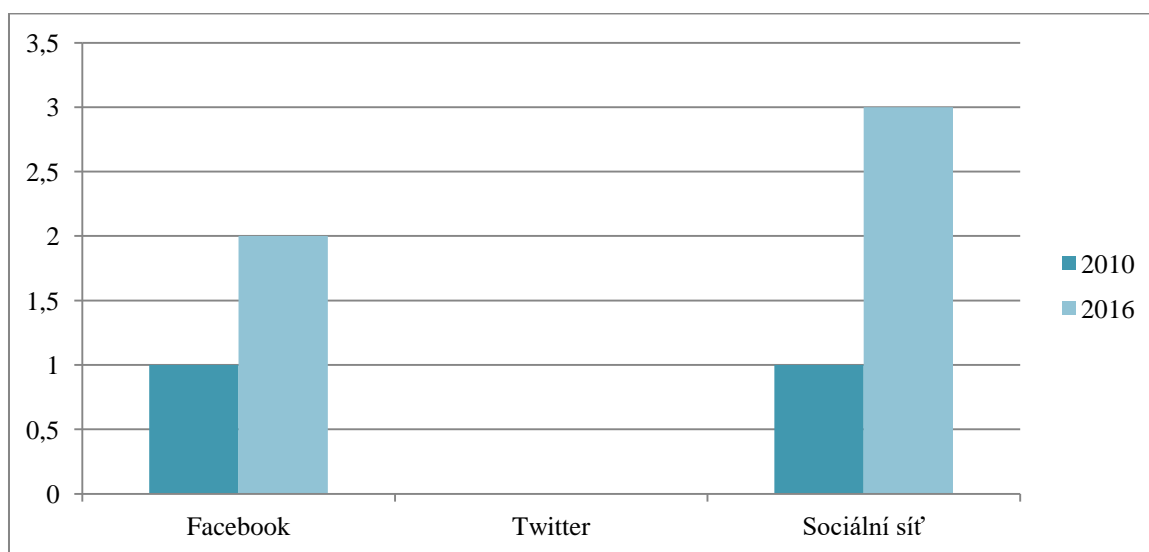
¹⁴⁸ TOMKOVÁ (30. 03. 2010)

¹⁴⁹ NESIGNOVÁNO. *Hradec Králové řeší krátký novoroční ohňostroj*. ČRo Hradec Králové. 2016. 04. 01. 2016

Sociální síť byla zmíněna i v kratičké moderátorem čtené zprávě věnující se kybernetické kriminalitě¹⁵⁰ a v neautorském obsahu, v němž moderátorka informovala o následcích povodní a následně pustila vyjádření starosty obce Výrava Pavla Vejmana, který se o sociálních sítích zmínil. „*Díky sociálním sítím nám přichází spoustu nabídek na oblečení, za to moc děkujeme. Hodilo by se nám nějaké sporák, lednice, nějaký mražák starej, pokud by někdo měl, mohlo by být kousek kuchyňský linky, kam by se vešel dřez.*“¹⁵¹

3.8.3. Srovnání let 2010 a 2016

U zpravodajství českého rozhlasu Hradec Králové se potvrdila moje hypotéza předpokládající, že veřejnoprávní média nebudou sociální sítě hojně využívat jako zdroje informací či citací. Jak v roce 2010, tak v roce 2016, využili redaktoři ČRo Hradec Králové sociální síť jako zdroj informace pouze v jednom obsahu. V roce 2016 pak zmínili sociální síť ještě dvakrát, avšak v jednom případě šlo o informační policejní svodku, v druhém sociální síť zmínil respondent.



Graf 18 - Kvantitativní porovnání zmínění klíčových slov v Českém rozhlasu Královéhradecký kraj v letech 2010 a 2016

¹⁵⁰ NESIGNOVÁNO. *Policie stále častěji řeší podvodné převody peněz na internetu.* ČRo Hradec Králové. 2016. 08. 03. 2016

¹⁵¹ NESIGNOVÁNO. *Ve Výravě stále odstraňují následky bleskových povodní.* ČRo Hradec Králové. 2016. 02. 06. 2016

3.9. Dotazníkový výzkum mezi novináři v Královéhradeckém kraji

Původní zamýšlenou metodu krátkých rozhovorů či vyplňování dotazníků při osobním rozhovoru s jednotlivými redaktory jsem byla nucena přehodnotit, neboť řada z oslovených redaktorů osobní rozhovor odmítla. Přistoupila jsem proto k realizaci šetření pomocí anonymního dotazníku na webovém rozhraní www.vyplnto.cz.

Odkaz na dotazník spolu s průvodním textem jsem rozeslala na e-mailové adresy 52 novinářů z regionu. Dotazník obsahoval 17 otázek, které měly snahu zjistit alespoň přibližné informace o osobě a zaměření každého jednotlivého novináře a samozřejmě také to, jakým způsobem a jak často využívají sociální sítě.

3.9.1. Struktura dotazníku

Dotazník obsahoval 17 otázek zaměřených na informace o oslovených redaktorech a také o tom, zdali a jakým způsobem používají sociální sítě. Otázky se týkaly pouze sociálních sítí Facebook a Twitter, které jsou nejrozšířenější a slouží ke sdílení informací, na rozdíl například od takového Instagramu či Snapchatu, jejichž prostřednictvím uživatelé sdílejí fotografie a obrázky.

Část otázek vyžadovala pouze jednu odpověď, některé pak byly takzvaně multiple choice. Otázky s možností více odpovědí se týkaly tematického zaměření novinářů a také témat, pro jejichž zpracování sociální sítě využívají.

3.9.2. Vyhodnocení dotazníku

Během čtrnáctidenní lhůty, která na vyplnění dotazníku byla, ho vyplnilo pouhých 19 novinářů z 52 oslovených, což je pouhých 36,5 procenta oslovených. I z tohoto důvodu zahrnuji tento výzkum pouze jako doplňkový.

Dotazník vyplnilo osm žen a 11 mužů, věkové složení bylo následující: dva lidé v kategorii 21 až 30 let, pět redaktorů ve věku 31 až 40 let, sedm pracovníků mezi 41 a 50 lety a pět lidí starších 51 let. Tři dotazovaní pracovali v televizi, pět v rozhlase a zbylých 11 bylo z tisku. Celkem 11 redaktorů mělo univerzitní vzdělání, dva vyšší odbornou školu, zbylých šest spadalo do kategorie maturita/výuční list.

Jelikož novináři, kteří na dotazník odpověděli, patří do několika různých věkových skupin, bylo možné uživatele či odpůrce sociálních sítí alespoň věkově porovnat. Z 19

novinářů, kteří dotazník vyplnili, jich 14 má profil na sociální síti Facebook, pět profil nemá. Z těch, kteří Facebook používají, jich 13 tuto sociální síť využívá i při práci, pouze jeden novinář tuto sociální síť při své práci nepoužívá.

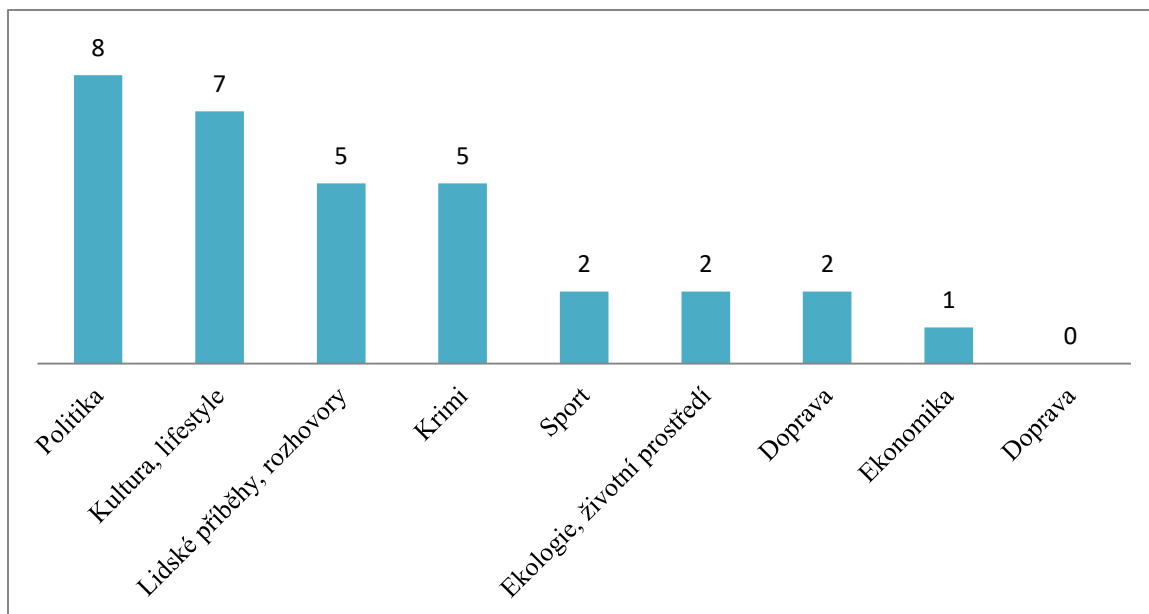
U otázky jakým způsobem sociální síť Facebook při své práci využívají, mohli novináři zaškrtnout více odpovědí. Ze 13 lidí, kteří tuto sociální síť využívají při práci, jich 11 používá Facebook na vyhledávání témat, osm získává na sociální síti názory občanů, v šesti případech si tam potvrzují informace a šest redaktorů získává skrze Facebook názory politiků.



Graf 19 – Způsoby využívání sociálních sítí mezi novináři v Královéhradeckém kraji

Citování ze sociálních sítí považuje za etické pět redaktorů, zbylých osm takovéto využívání sociálních sítí považuje za neetické. Na otázku, zda informaci získanou na sociální síti ověřují v dalších zdrojích, odpovědělo sedm redaktorů, že vždy, čtyři redaktoři, že často a dva občas.

Dost vyrovnaná jsou i témata, při jejichž zpracovávání redaktoři sociální síť využívají. Nejvíce oblíbený je Facebook u politických a kulturních témat. Naopak redaktoři vůbec nezískávají informace o školství. Tematické složení jsem uvedla v následujícím grafu.



Graf 20 – Využití facebooku u konkrétních témat

ZÁVĚR

Prvotním impulsem ke vzniku této diplomové práce byla moje vlastní žurnalistická praxe. V letech 2010 až 2017 jsem pracovala jako redaktorka regionální přílohy deníku MF DNES pro Královéhradecký kraj. Sama jsem aktivním uživatelem sociálních sítí a v posledních letech jsem vnímala, že sociální sítě a informace na nich uvedené, mají na moji práci čím dál větší vliv, a to především v samém počátku vzniku mých textů.

Můj pracovní den často začínal připojením se na sociální sítě a kontrolou příspěvků v různých skupinách týkajících se regionu. Informace, které jsem tímto způsobem získala, mi dost často posloužily jako inspirace pro psaní mých textů – co lidi v regionu trápí, co je zajímavá, ale také co zajímavého se v regionu stalo či stane. Řada lidí totiž začala využívat sociální síť Facebook jako místo, na němž ostatní informuje i o tom, co se právě v jejich okolí stalo. Často jsme takto získávali například informace o nehodách různého druhu či dopravních komplikacích. Uživatelé sociálních sítí jsou totiž ve většině případů rychlejší, než mluvčí složek Integrovaného záchranného systému.

Nad významem sociálních sítí pro novináře jsem se často zamýšlela už před tím, než jsem se rozhodla sepsat tuto diplomovou práci. I z mé praxe a zkušenosti se proto vyvinuly tři hypotézy, které jsem si chtěla výše popsanou analýzou potvrdit. Zkoumat celé české mediální prostředí by bylo příliš komplikované, problematiku jsem se proto rozhodla popsat na takzvaných seriózních médiích v Královéhradeckém kraji.

První hypotéza se nabízela zcela logicky. Počet uživatelů sociálních sítí rok od roku roste, předpokládala jsem tedy, že poroste i počet obsahů v médiích, při jejichž tvorbě byly využity sociální sítě. Tato hypotéza se mi potvrdila u všech šesti sledovaných médií, byť u některých šlo v růstu jen o jednotky. Například Česká televize v roce 2010 nezmínila sociální sítě ani v jednom případě, v roce 2016 to bylo již v pěti případech, u jednoho z případů redaktorka dokonce ze sociální sítě citovala.

Mnohem lépe je porovnání let 2010 a 2016 vidět u zpravodajství ČTK. Zatímco v roce 2010 odpovídaly klíčovým slovům čtyři obsahy, v roce 2016 to bylo již 35 obsahů, redaktoři České tiskové kanceláře využili sociální sítě i jako zdroj citací, například twitterový účet tehdejšího ministra vnitra Milana Chovance (ČSSD), který byl v době svého angažmá ve vládě zvyklý používat účet na této sociální síti jako komunikační kanál vůči veřejnosti i médiím.

Asi nejmarkantnější je vidět vzestup využívání sociálních sítí u regionálních Deníků. Jejich čísla může ovlivňovat fakt, že Královéhradecký kraj pokrývá pětice různých vydání. Avšak i když k tomuto přihlédneme, Deník stále zůstává ve využívání informací a citací ze sociálních sítí na špičce v Královéhradeckém kraji a zároveň potvrzuje obrovský nárůst využívání sociálních sítí mezi dvěma sledovanými obdobími. Zatímco v roce 2010 Deníky zmínily sociální sítě v 75 případech, v roce 2016 to bylo již ve 242 případech.

Na případu Deníků, ale například i MF DNES si mohu potvrdit i druhou hypotézu, tedy že ze sociálních sítí se postupně stal plnohodnotný zdroj. Především v Denících jsem často objevila i texty, které byly plně založené jen na informacích ze sociálních sítí, tedy že redaktor se na sociální síti dočetl zajímavou informací, ověřil ji u samosprávy nebo jiných dotčených orgánů a následně ji popsal s využitím citací ze sociální sítě. Odpadla mu tak do té doby běžná novinářská práce, tedy vzít diktafon a vyrazit do ulic sbírat názory veřejnosti. S příchodem sociálních sítí stačí tyto názory jednoduše posbírat na internetu, což ovšem může realitu zkreslovat, neboť internet a sociální sítě nevyužívají všechny vrstvy obyvatelstva.

Původně jsem předpokládala, že sociální sítě jsou pro novináře především zdrojem informací, analýza mi však dokázala, že stejně významné jsou pro ně i co do sběru názorů veřejnosti. A to především u Deníků, které v několika případech vytvořily texty složené jen z názorů lidí získaných na Facebooku. Novináři sami vyzývali lidi, aby o daných tématech diskutovali na profilu daného Deníku. Tento postup svým způsobem nahrazuje rubriku „dopisy čtenářů“, kterou pod různými názvy a v různých obměnách mívala většina novin.

Analýzou se mi částečně potvrdila i třetí hypotéza. Předpokládala jsem, že sociální sítě více využívají redaktori tištěných médií, naopak ti z ČTK, Českého rozhlasu a České televize už méně. Český rozhlas a Česká televize a částečně i ČTK měly ve srovnání s MF DNES a Deníky nesrovnatelně menší počet využití sociálních sítí. Zatímco MF DNES v roce 2010 zmínila sociální sítě ve 36 případech a Deníky v 75 případech, Český rozhlas je zmínil pouze dvakrát, ČTK čtyřikrát a Česká televize ani v jednom případě. Překvapivě moji hypotézu nepotvrdil deník Právo, který sociální sítě zmínil v roce 2010 čtyřikrát.

Rok 2016 hypotézu potvrdil u Českého rozhlasu a České televize, obě média měla po pěti zmíněních, což je ve srovnání s 242 zmíněními v Denících a 38 zmíněními v MF DNES zanedbatelné. Oproti mé hypotéze se však zachovala Česká tisková kancelář, která měla v roce 2016 celkem 35 zmínění, což je téměř tolik jako deník MF DNES a je to mnohem víc, než deník Právo, který měl osm zmínění.

Analýza tedy téměř ve všech případech potvrdila, že sociální sítě se stávají velmi důležitou součástí novinářské práce. Tištěná média zároveň do svého slovníku zařadila nový obrat: „*na sociálních sítích vyvolala emoce/diskuzi*“ (a řadu dalších variant tohoto slovního obratu), který se objevoval v článcích v roce 2016, v těch z roku 2010 se neobjevil vůbec. Řada analyzovaných textů zároveň prokázala, že sociální sítě se stávají i součástí běžného života, který texty jednotlivých novinářů popisovaly – například kybernetická kriminalita, kyberšikana či využívání sociálních sítí ve školách.

SUMMARY

The reason for creating this thesis was my own journalistic work in MF DNES newspaper in Královéhradecký region between 2010 and 2017. As a social networks user I found I use those networks as a tool for my work. I analyzed hundreds of contents of six regional media in Královéhradecký region: the newspapers Deník, MF DNES and Právo, the czech television broadcaster „Česká televize“, the czech broadcasting service „Český rozhlas“ and the press agency „ČTK“. The answer for the question „how regional journalists use social networks as Facebook or Twitter“ was that in print media (Deník and MF DNES) they used social networks more in 2016 than in 2010. They are sourcing it both ways – inspiration for the content topic and also as a source of peoples citation. On the other hand, the public service media (Česká televize and Český rozhlas) had only a minimal use of social networks in creating their content. But in case of print media the analysis confirmed, that social networks are becoming an inseparable part of journalistic work.

POUŽITÁ LITERATURA A DALŠÍ ZDROJE

Literatura

- 1) BURNS, Lynette Sheridan. *Žurnalistika: praktická příručka pro novináře*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-871-6
- 2) ČUŘÍK, Jaroslav. *Nové trendy v médiích*. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5825-5
- 3) DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 3. vyd. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-246-0139-7
- 4) HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9
- 5) MCQUAIL, Denis. *Žurnalistika a společnost*. Přeložil Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, přeložil Roman HÁJEK, přeložil Marta CHROMÁ. V Praze: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3093-9
- 6) LORENTZ, Pascaline, David ŠMAHEL, Monika METYKOVÁ a Michelle F. WRIGHT, ed. *Living in the digital age: self-presentation, networking, playing, and participating in politics*. Brno: Masarykova univerzita, 2015. ISBN 978-80-210-7810-9
- 7) HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ, ed. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2017. ISBN 9788024637525.
- 8) SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3., nezměn. vyd. Přeložil Barbara KÖPPLOVÁ. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4.
- 9) ŠMÍD, Milan a Ludmila TRUNEČKOVÁ. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1661-2

Mediální obsahy

- 1) BOYD, Danah M. a Nicole B. ELLISON. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007, 13, (1)
- 2) TIRÁŽ. *Radnice*. Statutární město Hradec Králové, 2018, 16/25. 4., MK ČR E 13867
- 3) TIRÁŽ. *U nás v kraji*. Královéhradecký kraj, 2018, (březen). MK ČR E 1377

Akademické práce

- 1) SOŠKOVÁ, Alžběta. *Rozdíly mezi tištěnými a online médii očima novinářů*. Brno, 2010. Diplomová práce. Msarykova univerzita v Brně. Vedoucí práce Doc. Mgr. Jakub Macek, Ph.D.

Online zdroje

- 1) *Co je to hoax* [online] <http://www.hoax.cz/hoax/co-je-to-hoax> (20. 04. 2018)
- 2) HUŠKOVÁ, Lucie. *Český Facebook v Q1 2017 hlásí 4,8 milionů uživatelů měsíčně*. [online] <https://newsfeed.cz/cesky-facebook-v-q1-2017-hlasi-48-milionu-uzivatelu-mesicne/> (30.04.2018)
- 3) LORENC, Jakub. *Jak se daří jednotlivým sociálním sítím v České republice?* [online] <https://cz.linkedin.com/pulse/jak-se-da%C5%99%C3%AD-jednotliv%C3%BDm-soci%C3%A1ln%C3%ADm-s%C3%ADt%C3%AD-v-%C4%8Desk%C3%A9-republice-jakub-lorenc> (30.04.2018)
- 4) MACARTHUR, Amanda. *The Real History of Twitter, In Brief*. [online] <https://www.lifewire.com/history-of-twitter-3288854> (30.04.2018)
- 5) MACH, Vladimír. *Milouš (Miloš) Jakeš*. [online], http://www.totalita.cz/vysvetlivky/o_jakesm.php, (08.04. 2018)
- 6) NESIGNOVÁNO. *Aktuality*. [online] <http://www.kr-kralovehradecky.cz/scripts/detail.php?pgid=1768&conn=10215&pg=10> (29.04.2018)
- 7) NESIGNOVÁNO. *Aktuality*. [online] <https://www.zzskhk.cz/aktuality> (29.04.2018)
- 8) NESIGNOVÁNO. *Bez názvu*. [online] <http://www.zhkhk.cz/profil/dolezalova-magdalena> (29.04.2018)
- 9) NESIGNOVÁNO. *Fake news – úvod do problematiky*. [online] <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/temata/hoax-spam/1264-fake-news> (25. 04.2018)
- 10) NESIGNOVÁNO. *Chat*. [online] <https://it-slovník.cz/pojem/chat> (30.04.2018)
- 11) NESIGNOVÁNO. *Kontakty*. [online] <https://www.zzskhk.cz/kontakty> (29.04.2018)
- 12) NESIGNOVÁNO. *Krajské ředitelství*. [online] <http://www.hzscr.cz/clanek/hzs-kralovehradeckeho-kraje-menu-kontakty-krajske-reditelstvi.aspx> (29.04.2018)
- 13) NESIGNOVÁNO. *MEDIAN a STEM/MARK, MEDIA PROJEKT 3. a 4. čtvrtletí 2016* [online], http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/docs/MP_2016_3_4Q_prezentace.pdf, (02. 02. 2018)

- 14) NESIGNOVÁNO. *Number of monthly active Facebook users worldwide as of 4th quarter 2017 (in millions)* [online] <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>, (17. 04. 2018)
- 15) NESIGNOVÁNO. *Number of monthly active Twitter users worldwide from 1st quarter 2010 to 4th quarter 2017 (in millions).* [online] <https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/> (30.04.2018)
- 16) NESIGNOVÁNO. *Oddělení tisku a prevence.* [online] <http://www.policie.cz/docDetail.aspx?docid=22301382&doctype=ART&prev=true> (29.04.2018)
- 17) NESIGNOVÁNO. *Policie České republiky – KŘP Královéhradeckého kraje.* [online] <http://www.policie.cz/kralovehradecky-kraj-zpravodajstvi.aspx> (29.04.2018)
- 18) NESIGNOVÁNO. *Telefonní seznam zaměstnanců a zastupitelů.* [online] http://www.kr-kralovehradecky.cz/cz/telefonni_seznam.php (29.04.2018)
- 19) NESIGNOVÁNO. *Zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon)* [online] <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-46> (25.11.2017)
- 20) NESIGNOVÁNO. *Zpravodajství.* [online] <http://www.hzscr.cz/hzs-kralovehradeckeho-kraje-menu-informacni-servis-zpravodajstvi.aspx> (29.04.2018)
- 21) SHAH, Saqib. *The history of social networking.* [online] <https://www.digitaltrends.com/features/the-history-of-social-networking/> (30.04.2018)
- 22) ŠTĚRBA, Martin. *Česká televize rozšiřuje své regionální vysílání. Po ročních intenzívních přípravách zahajuje provoz nové zpravodajské studio v Hradci Králové.* [online], <https://mam.ihned.cz/media/c1-65446320-ceska-televize-otevira-nove-studio-v-hradci-kralove-vysilat-zacne-ve-stredu>, (08. 04. 2018)

Schváleno
Kul

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:
Rambousková Michaela
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:
2016
E-mail diplomantky/diplomanta:
michaela.rambouskova@mfdnes.cz
Studijní obor/forma studia:
Mediální studia/kombinované

Razítko podatelny:
Sourcing/zdrojování (pravidla a novinářská praxe)
Dne: 19-05-2017 -1-
Čj: 2130 Příloh:
Přiděleno:

Předpokládaný název práce v češtině:
Kyberzdrojování témat v médiích Královéhradeckém kraji
Předpokládaný název práce v angličtině:
Cybersourcing in the region of Hradec Králové

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013)
(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)
LS 2017/2018

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):
Využívání sociálních sítí pro psaní zpravodajských obsahů v regionálních médiích – jak rozmach sociálních sítí ovlivňuje podobu a obsah novinových textů? Snižuje takové zdrojování jejich věrohodnost a informační hodnotu?

Téma doposud nebylo podrobně zpracováno.

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):
Diplomová práce si klade za cíl zmapovat vliv sociálních sítí na zdrojování zpravodajských obsahů týkajících se politických témat v Hradci Králové v seriózních regionálních tištěných médiích, České televize, Českého rozhlasu a ČTK v Královéhradeckém kraji v letech 2010 a 2016. Předpokládaným výstupem práce bude potvrzení hypotézy, že počet obsahů v regionálním tisku, při jejichž zpracování novináři využívají sociální sítě, postupně roste, a ze sociálních sítí a jejich uživatelů se v některých médiích stává plnohodnotný zdroj. Sociální sítě v řadě případů fungují nejen jako zdroj citací, ale čím dál víc také nastavují agendu. Toto se dle mé hypotézy však týká pouze tištěných médií, naopak nejméně využívanými jsou sociální sítě u agentury ČTK a u České televize.

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

1. Úvod
2. Teoretická část
 - 2.1. Tradiční zdroje využívané novináři v popisovaném regionu
 - 2.2. Nové zdroje využívané novináři v regionu od roku 2001
 - 2.2.1. Facebook
 - 2.2.2. Twitter
 - 2.3. Struktura médií v Královéhradeckém kraji v letech 2010 a 2016
 - 2.3.1. Struktura regionální redakce deníku MF DNES
 - 2.3.2. Struktura redakce Hradeckého deníku
 - 2.3.3. Struktura regionální redakce deníku Právo
 - 2.3.4. Struktura regionální redakce České televize
 - 2.3.5. Struktura regionální redakce ČTK
 - 2.3.6. Struktura regionální redakce Českého rozhlasu
3. Praktická část

- 3.1. Kvantitativní analýza deníku MF DNES
 - 3.1.1. Rok 2010
 - 3.1.2. Rok 2016
 - 3.2. Kvantitativní analýza Hradeckého deníku
 - 3.2.1. Rok 2010
 - 3.2.2. Rok 2016
 - 3.3. Kvantitativní analýza deníku Právo
 - 3.3.1. Rok 2010
 - 3.3.2. Rok 2016
 - 3.4. Kvantitativní analýza reportáží České televize
 - 3.4.1. Rok 2010
 - 3.4.2. Rok 2016
 - 3.5. Kvantitativní analýza reportáží Českého rozhlasu Hradec Králové
 - 3.5.1. Rok 2010
 - 3.5.2. Rok 2016
 - 3.6. Kvantitativní analýza obsahů ČTK Hradec Králové
 - 3.6.1 Rok 2010
 - 3.6.2 Rok 2016
 - 3.7. Jak regionální novináři zdrojují
 - 3.7.1. Dotazníkové šetření MF DNES
 - 3.7.2. Dotazníkové šetření Hradecký deník
 - 3.7.3. Dotazníkové šetření Právo
 - 3.7.4. Dotazníkové šetření Česká televize
 - 3.7.5. Dotazníkové šetření Český rozhlas Hradec Králové
 - 3.7.6. Dotazníkové šetření ČTK
4. Závěr

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

MF DNES, příloha pro Královéhradecký kraj, 02/01/2010 – 31/12/2010, 02/01/2016 – 31/12/2016

Hradecký deník, 02/01/2010 – 31/12/2010, 02/01/2016 – 31/12/2016

Právo, příloha pro východní Čechy, 02/01/2010 – 31/12/2010, 02/01/2016 – 31/12/2016 (pouze články týkající se Královéhradeckého kraje)

Regionální zpravodajství České televize Hradec Králové, 01/01/2010 – 31/12/2010, 01/01/2016 – 31/12/2016

Zpravodajství ČTK Hradec Králové, 01/01/2010 – 31/12/2010, 01/01/2016 – 31/12/2016

Zpravodajství Českého rozhlasu Hradec Králové, 01/01/2010 – 31/12/2010, 01/01/2016 – 31/12/2016

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Kvantitativní analýza

Dotazníkové šetření

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

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

Publikace představuje metody zkoumání médií a jejich zásady jak pro komerční, tak pro akademický výzkum. Pomocí praktických příkladů slouží jako manuál pro vlastní výzkum médií.

BREED, W. *Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis*. *Social Forces*, 1955, ISSN 0037-7732

Popisuje a zkoumá standardy práce v redakcích a uspořádání a autonomii různých skupin, které se nacházejí v redakcích zpravodajství.

McQUAIL, D. *Žurnalistika a společnost*. Z anglického originálu *Journalism and Society*, vydaného nakladatelstvím Sage, přeložili Alice N. Tejkalová a Roman Hájek; překlad příloh

Marta Chromá. Praha: Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3093-9.

Základní publikace, kterou by měl nastudovat každý, kdo se chce zabývat studiem médií. Přináší absolutní základy nutné pro zkoumání médií a přehledně popisuje různé způsoby, jak se médií zabývat.

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

Popisuje procesy, na jejichž základě se do médií dostávají zpravodajské obsahy. Takzvaný gatekeeping ovlivňuje například i redakční rutiny, či publikum, jemuž mají být obsahy určeny. To vše kniha popisuje.

SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. Analýza obsahu mediálních sdělení. 3., nezměn. vyd. Předložil Barbara KÖPPLOVÁ. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4.

Představuje způsoby kvantitativního zkoumání mediálních textů a vyhodnocování zpravodajství. Zároveň ukazuje metodiku na konkrétním případě z českých médií.

ŠMÍD, Milan a Ludmila TRUNEČKOVÁ. Novinář a jeho zdroje v digitální éře. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1661-2.

Knihy seznamuje se zroji v digitální éře, popisuje digitální a internetové minimum pro novináře a představuje jak volně dostupné zdroje na internetu, tak digitální informační zdroje veřejné správy.

BURNS, Lynette Sheridan. Žurnalistika: praktická příručka pro novináře. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-871-6.

Základní příručka pro novináře, která podrobně rozebírá způsob novinářské práce. Vysvětluje, jak získávat a zpracovávat informace, která je ověřovat a zasazovat do širších souvislostí.

LORENTZ, Pascaline, David ŠMAHEL, Monika METYKOVÁ a Michelle F. WRIGHT, ed. Living in the digital age: self-presentation, networking, playing, and participating in politics. Brno: Masarykova univerzita, 2015. ISBN 978-80-210-7810-9.

Publikace seznamuje se sociálními sítěmi, které jsou fenoménem dnešní doby. Jedna z kapitol představuje jejich využívání pro politickou aktivitu jak politiků, tak uživatelů.

PAVLÍČEK, Antonín. Nová média a sociální sítě. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1742-1.

Knihy se zabývá tematikou nových médií a sociálních sítí. Rozebírá nejen jejich teoretické koncepty, ale také jejich praktickou aplikaci.

ČUŘÍK, Jaroslav. Nové trendy v médiích. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5839-2.

Publikace se věnuje proměnám tradiční žurnalistiky v době on-line žurnalistiky. Představuje, která moderní technika a sociální sítě změnila obsah denního tisku i způsob práce v redakcích.

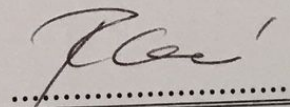
Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

VILÍMOVÁ, Tereza: Občanský fotožurnalismus a videožurnalismus na českých zpravodajských webech (2017), diplomová práce, FSV UK, vedoucí práce: Jaromír Hanzal

HESOUNOVÁ, Martina: Blog jako fenomén online žurnalistiky (2017), diplomová práce, FSV UK, vedoucí práce: Filip Huněk

Datum / Podpis studenta/ky

19/05/2017



TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktura a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá

mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

.....
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

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

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

ANALYZOVANÉ MEDIÁLNÍ OBSAHY

- 1) (bed). *O zrušení zastávky u Teska město neuvažuje*. MF DNES. 2010. 24. 05. 2010
- 2) (bm). *Lidé bojují za „Prd'olu“ i na internetu*. Krkonošský deník. 2010. 21. 07. 2010
- 3) (fej). *Hradečtí fans ohromili Davos. Švýcarům jste ukradli jejich show, poklonil se útočník*. Rychnovský deník. 2016. 29. 12. 2016
- 4) (ill). *Školáci se nechali poučit o bezpečnosti*. Rychnovský deník. 2010. 30. 10. 2010
- 5) (jbs). *Na facebooku se objevila fáma*. Právo. 2010. 24. 05. 2010
- 6) (jhr). *Tn.cz: Sedmatřicetiletý muž oznámil sebevraždu na Facebooku*. ČTK. 2010
- 7) (jip). *Kanadský hokejový útočník Courchaine končí v Hradci Králové*. ČTK. 2016. 22. 08. 2016
- 8) (jir). *Orchestr Václava Hybše na Trutnoffu doprovodil vzpomínku na Havla*. ČTK. 2016. 20. 08. 2016
- 9) (jir). *V aréálu Na Bojišti dnes začíná Trutnoff Open Air Festival*. ČTK. 2016. 18. 08. 2016
- 10) (jp). *Dobrá zpráva pro Trutnovské*. Krkonošský deník. 2016. 22. 01. 2016
- 11) (nn). *Odtrhne se Broumovský výběžek od České republiky? Motoristé, pivaři a kuřáci by určitě jásali*. Náchodský deník. 2010. 15. 01. 2010
- 12) (pra). *Ochranáři na facebooku*. Právo. 2010. 13. 05. 2010
- 13) (pra, ner, mip). *Hradecko: ANO chce jednat se všemi*. Právo. 2016. 11. 10. 2016
- 14) (red). *Fréza řidiče pořádně vytočila!* Jičínský deník. 2016. 04. 06. 2016
- 15) (reh). *Nové logo Náchoda budí emoce. Spíše ale ty negativní*. Náchodský deník. 2016. 08. 12. 2016
- 16) (ry). *Metalový festival brutal Assault zopakoval návštěvu 18.000 lidí*. ČTK. 2016. 14. 08. 2016, 13:42
- 17) (ry). *Metalový festival brutal Assault zopakoval návštěvu 18.000 lidí*. ČTK. 2016. 14. 08. 2016, 15:33
- 18) (ry). *Poslanec Birke (ČSSD) čelí výhrůžce, přičítá to Babišovi*. ČTK. 2016. 10. 10. 2016
- 19) (ry). *Poslanec Birke (ČSSD) se usmířil s člověkem, který mu vyhrožoval*. ČTK. 2016. 01. 11. 2016
- 20) (ry). *V Hradci padne rozsudek v případě internetového zneužívání dívek*. ČTK. 2016. 24. 02. 2016
- 21) (ry). *Za zneužití desítek dívek dostal muž 8,5 let vězení*. ČTK. 2016. 24. 02. 2016

- 22) (sja). *Dívky v kauze zneužívání na internetu měly z obžalovaného strach*. ČTK. 2016. 05. 01. 2016
- 23) (sja). *Policisté navrhli obžalovat dva muže za pokus obchodování s lidmi*. ČTK. 2016. 31. 08. 2016
- 24) (sja). *Policisté v hradeckém kraji více řeší podvody s penězi na webu*. ČTK. 2016. 08. 03. 2016
- 25) (sja). *Zastupitelství zadalo překlad dokumentů o zadrženém Turkovi*. ČTK. 2016. 04. 01. 2016
- 26) (sja). *Závody psích spřežení Šediváčkův long v Deštném ukončila obleva*. ČTK. 2016. 29. 01. 2016
- 27) (zem). *Znásilnění? Ne, další hoax*. Rychnovský deník. 2016. 06. 01. 2016
- 28) (zen). *Kampaň? Slušná, ale o ničem*. Rychnovský deník. 2010. 14. 10. 2010
- 29) BEDNÁŘ, Pavel. *Za chirurgie lidé bojují už i na Facebooku*. MF DNES. 2010, 8. 3. 2010
- 30) BRAUN, Jan. *Kácení stromů budí emoce*. Jičínský deník. 2016. 29. 11. 2016
- 31) BROULÍK, Petr. *Mladí se šikují do boje za zachování rázovitého hostince U Prd'oly na Kuksu*. MF DNES. 2010. 13. 09. 2010
- 32) ČERNÁ, Tereza. *Gymnázium přijde o část studentů*. Jičínský deník. 2010. 04. 11. 2010
- 33) DUBSKÝ, Kamil. *Uprchlíci z Kostelce znásilnili holčičky, šíří se internetem*. Hradecký deník. 2016. 06. 01. 2016
- 34) FEJGL, Jiří. *Řidička zemřela. Musela to být rána, řekl muž na místě*. Hradecký deník. 2016. 29. 07. 2016
- 35) FEJGL, Jiří. *Šlo o politiku, proto nebyl Kurd vydán Turkům*. Hradecký deník. 2016. 13. 02. 2016
- 36) FRANZKIOVÁ, Pavla. *Zavřeme o svátcích i nemocnice? Nebo hrady, zámky, koupaliště?* Jičínský deník. 2016. 27. 08. 2016
- 37) HEJTMÁNEK, Tomáš. *Nájemník hájovny zemřel, boj pokračuje*. MF DNES. 2016. 06. 02. 2016
- 38) HEJTMÁNEK, Tomáš. *Příliš levná reklama za miliony*. MF DNES. 2016. 06. 10. 2016
- 39) HOFMANOVÁ, Věra. *Spor o nákladnou rekonstrukci v Úpici*. ČT 1. 2016. 11. 08. 2016

- 40) JANEČKOVÁ, Kateřina. *Čertovský rej ukončil chaos a bezohlednost*. Hradecký deník. 2016. 29. 11. 2016
- 41) MAREČEK, Petr. *Majáles si zvolí krále, k tomu zahraje Kryštof*. MF DNES. 2010. 22. 04. 2010
- 42) MAREČEK, Petr. *Muzikanti: Když bubnuje Poojie Bell, nic se nemůže stát*. MF DNES. 2010, 30. 3. 2010
- 43) MRKVIČKOVÁ, Tereza, ZUMROVÁ, Michaela. *Novoroční ohňostroj byl terčem kritiky. Trval pouze 86 sekund*. Hradecký deník. 2016. 04. 01. 2016
- 44) MUDROVÁ, Jana. *Oprava Polské pro silné nervy*. Krkonošský deník. 2016. 15. 09. 2016
- 45) MUDROVÁ, Jana. *Útoky v Trutnově: nový už nepřibyl*. Krkonošský deník. 2016. 22. 09. 2016
- 46) NESIGNOVÁNO. *Dobrý den(ik)*. Hradecký deník. 2010. 12. 06. 2010
- 47) NESIGNOVÁNO. *Fanoušci truchlí po německé kapele In Extremo*. Krkonošský deník. 2010. 28. 07. 2010
- 48) NESIGNOVÁNO. *FOTO – V OBCHODNÍM DOMĚ „ZAMRZLY“ DESÍTKY ČTENÁŘŮ*. Hradecký deník. 2010. 13. 03. 2010
- 49) NESIGNOVÁNO. *FOTOPAST V KRKONOŠÍCH ZACHYTLA RYSA*. Krkonošský deník. 2016. 05. 01. 2016
- 50) NESIGNOVÁNO. *Hradec Králové řeší krátký novoroční ohňostroj*. ČRo Hradec Králové. 2016. 04. 01. 2016
- 51) NESIGNOVÁNO. *Policie stále častěji řeší podvodné převody peněz na internetu*. ČRo Hradec Králové. 2016. 08. 03. 2016
- 52) NESIGNOVÁNO. *Sněmovní volby na Trutnovsku: nejistý vítěz nebo potvrzení tradice?* Krkonošský deník. 2010. 10. 05. 2010
- 53) NESIGNOVÁNO. *Ve Výravě stále odstraňují následky bleskových povodní*. ČRo Hradec Králové. 2016. 02. 06. 2016
- 54) NESIGNOVÁNO. *Východočeské muzeum v Pardubicích stahuje reklamu z hradeckých trolejbusů*. ČT 1. 2016. 23. 03. 2016
- 55) NESIGNOVÁNO. *Zločinci využívají sociální sítě. Jak?* Hradecký deník. 2016. 22. 03. 2016
- 56) NOSEK, Jiří. *Lid i média mají velkou sílu, Fórum čtenářů*. MF DNES. 2010. 12. 07. 2010

- 57) PICH, Jaroslav. *Elhenická lituje pomalejšího startu*. Krkonošský deník. 2010. 21. 08. 2010
- 58) PICH, Jaroslav. *Moderní stopování. Spolujízda šetří čas i peníze*. Krkonošský deník. 2016. 16. 04. 2016
- 59) PICH, Jaroslav. *Pobyt na Olympiádě mládeže si Kalašová užívá*. Krkonošský deník. 2010. 21. 08. 2010
- 60) PICH, Jaroslav. *Server mapy.cz aktualizoval letecké snímky. Viděli jste už, jak se změnila vaše obec?* Krkonošský deník. 2016. 10. 02. 2016
- 61) PICH, Jaroslav. *Úpické parkování budí emoce*. Krkonošský deník. 2016. 11. 03. 2016
- 62) PICH, Jaroslav. *Úpičtí stále řeší podobu náměstí*. Krkonošský deník. 2016. 14. 07. 2016
- 63) PLECHÁČ, Tomáš. *Billboard rozčílil šéfa konkurenční školy*. MF DNES. 2016. 04. 02. 2016
- 64) PLECHÁČ, Tomáš. *CIAF lákal, dorazily desetitisíce diváků*. MF DNES. 2016. 05. 09. 2016
- 65) PLECHÁČ, Tomáš. *Stavba silnic zamrzla. Uzavírky mají skluz*. MF DNES. 2016. 05. 08. 2016
- 66) POŠMURA, Ladislav. *Když se v Polici setmí, náměstím zahýbe muzika i cirkus*. MF DNES. 2016. 01. 09. 2016,
- 67) POŠMURA, Ladislav. *Tornádo mělo úspěch, točte další videa. Děkujeme*. MF DNES. 2016. 26. 05. 2016
- 68) PROUZA, Vladislav. *Královéhradecké hnutí ANO netrvá na postu hejtmana*. Právo. 2016. 12. 10. 2016
- 69) PROUZA, Vladislav. *Krkonoše na facebooku*. Právo. 2016. 07. 04. 2016
- 70) RAMBOUSKOVÁ, Michaela. *Hradecká bouře: kvůli reklamě na Pardubice*. MF DNES. 2016. 18. 03. 2016
- 71) RAMBOUSKOVÁ, Michaela. *Městem projde pochod zombies*. MF DNES. 2010, 15. 11. 2010
- 72) RYCHTERA, Zdeněk. *Chovanec: útok na e-mail premiéra byl veden sofistikovaně*. ČTK. 2016. 07. 01. 2016
- 73) RYCHTERA, Zdeněk. *Mladí lidé demonstrovali v Kuksu za zachování hostince U Prd'oly*. ČTK. 2010
- 74) RYCHTERA, Zdeněk. *Za zneužití desítek dívek dostal muž 8,5 roku vězení*. ČTK. 2016. 24. 02. 2016

- 75) ŘEHOŘOVÁ, Kateřina. *Příliš sdílní „facebookáři“ mohou přijít o místo.* Rychnovský deník. 2010. 06. 08. 2010
- 76) SIXTA, Miroslav. *Křižovatka u Synkova budí u řidičů respekt.* Rychnovský deník. 2016. 05. 02. 2016
- 77) SOCHOR, Jakub. *Strany za komunální kampaň v H. Králové utratí statisíce.* ČTK. 2010
- 78) SÝKOROVÁ, Věra. *„Dal mi facku,“ tvrdí student.* Náchodský deník. 2010. 24. 03. 2010
- 79) SÝKOROVÁ, Věra. *Petice za nemocnici.* Náchodský deník. 2010. 06. 03. 2010
- 80) SÝKOROVÁ, Věra. *Petici za broumovskou nemocnici mohou občané podepisovat už jen do konce března.* Náchodský deník. 2010. 26. 03. 2010
- 81) SVOBODA, Václav. *Na festival v Trutnově míří Jakeš.* ČT 1. 2016. 12. 05. 2016
- 82) ŠNAJDAR, Hynek. *Vlajka Tibetu vlála bez požehnání zastupitelstva, na facebooku se toto zpochybnilo.* Náchodský deník. 2016. 23. 03. 2016
- 83) ŠRÁMEK, Přemysl. *Odevzdávání mobilů ve škole.* ČT 1. 2016. 16. 09. 2016
- 84) TOMKOVÁ, Jana. *Petice za zachování nemocnice v Opočně a chirurgické péče v Broumově.* ČRo Hradec Králové. 2010. 30. 03. 2010
- 85) VAMBERA, Jiří. *Jasný vzkaz voličům: Zaplatíme za vás poplatky, ale zato vám zrušíme nemocnici....* Hradecký deník. 2010. 15. 03. 2010
- 86) VAŇOUS, Petr. *Kam s auty? Hradec je chce pod zem.* Hradecký deník. 2016. 01. 03. 2016
- 87) VAŇOUS, Petr. *Zrušení zvonění na věži nechápu, říká odpůrce.* MF DNES. 2010, 14. 5. 2010
- 88) ZÁLESKÝ, Petr. *Za „lízátka“ bojuje i facebook.* MF DNES, 2010, 8. 6. 2010
- 89) ZEMANOVÁ, Barbora. *Velký bratr? Lidé řeší „podivné“ přelety vrtulníků.* Rychnovský deník. 2016. 09. 04. 2016
- 90) ŽLÁBKOVÁ, Ludmila. *Canov zvítězil a uvázal si motýlka.* Právo. 2016. 17. 10. 2016
- 91) ŽLÁBKOVÁ, Ludmila. *Nutil dívky fotit se nahé.* Právo. 2016. 16. 09. 2016
- 92) ŽLÁBKOVÁ, Ludmila. *Prostřednictvím Facebooku chtěl zneužít školáka.* Právo. 2016. 13. 04. 2016
- 93) ŽLÁBKOVÁ, Ludmila. *Rumun čelí obvinění ze znásilnění.* Právo. 2016. 24. 06. 2016
- 94) ŽLÁBKOVÁ, Ludmila. *Také v Broumově žádají zachování chirurgie.* Právo. 2010. 09. 03. 2010

SEZNAM GRAFŮ A TABULEK

Graf 1 – Počet tiskových zpráv vydaných tiskovými odděleními v březnu 2018

Tabulka 1 – Působení krajských médií na sociální síti Facebook

Graf 2 – Facebook jako zdroj informací, MF DNES, 2010

Graf 3 – Rozdělení textů dle jejich obsahu v roce 2010 (součet analyzovaných obsahů se všemi klíčovými slovy)

Graf 4 – Rozdělení textů dle jejich obsahu v roce 2016 (součet analyzovaných obsahů se všemi klíčovými slovy)

Graf 5 – Kvantitativní porovnání zmínění klíčových slov v příloze MF DNES pro Královéhradecký kraj v letech 2010 a 2016

Graf 6 – Srovnání let 2010 a 2016 dle tematického obsahu textů

Graf 7 – Kvantitativní porovnání zmínění klíčových slov v příloze deníku Právo pro Královéhradecký kraj v letech 2010 a 2016

Graf 8 - Rozdělení textů dle jejich obsahu v roce 2016 (součet analyzovaných obsahů se všemi klíčovými slovy)

Graf 9 – 2010: Tematické rozdělení textů regionálních deníků se všemi klíčovými slovy

Graf 10 – Facebook: tematické rozložení roku 2016 v Deníku

Graf 11 – Tematické rozložení obsahů o „sociálních sítích“ v roce 2016

Graf 12 – Tematické rozložení v roce 2016 celkově (pro všechna klíčová slova)

Graf 13 – Srovnání počtů obsahů v letech 2010 a 2016

Graf 14 – Tematické srovnání let 2010 a 2016

Graf 15 – Kvantitativní porovnání zmínění klíčových slov ve zpravodajství agentury ČTK pro Královéhradecký kraj v letech 2010 a 2016

Graf 16 – Tematické rozdělení obsahů v letech 2010 a 2016

Graf 17 - Kvantitativní porovnání zmínění klíčových slov u České televize v Královéhradeckém kraji v letech 2010 a 2016

Graf 18 - Kvantitativní porovnání zmínění klíčových slov v Českém rozhlasu Královéhradecký kraj v letech 2010 a 2016

Graf 19 – Způsoby využívání sociálních sítí mezi novináři v Královéhradeckém kraji

Graf 20 – Využití Facebooku u konkrétních témat

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1 – Text Tomáše Hejtmánka, založený na informaci ze sociální sítě, MF DNES

Příloha 2 – Text Tomáše Hejtmánka inspirovaný zjištěním ze sociální sítě

Příloha 3 – Text Jiřího Fejgla čerpající informace ze sociální sítě

Příloha 4 – Text Jaroslava Picha čerpající informace ze sociální sítě

Příloha 5 – Kódovací kniha

Příloha 6 – Kódovací sešity (příloha je na CD)

PŘÍLOHY

Vybrané mediální obsahy z kvantitativně kvalitativní analýzy. Příkládám znění mediálních obsahů z archivu Newton Mediasearch. Vybrala jsem ty texty, které jsou dle mého nejvíce vypovídající o tématu zdrojování mediálních obsahů ze sociálních sítí.

Příloha 1 – Text Tomáše Hejtmánka, založený na informaci ze sociální sítě, MF DNES

Na sítích to schytalo město

6.2.2016 Mladá fronta DNES 17 Kraj Hradecký

(the)

HRADEC KRÁLOVÉ Úmrtí Miroslava Vojtěcha vyvolalo na sociálních sítích vlnu protimagistrátních reakcí. Lidé obviňují radnici, že se svým postupem podepsala na smrti nájemníka z hájovny U Dvou šraňků, kterou chce město zbourat. Jeho příběh v neděli odvysílala i Česká televize v pořadu 168 hodin. O smrti informovala v pátek ráno jako jedna z prvních dokumentaristka Silvie Dymáková na svém facebookovém profilu: „Pan Vojtěch dělal těžkou práci v lese, 40 let žil na samotě, ale osudnou se mu stala úřednická a politická zvůle, arogance a ignorace. Stalo se to, na co jsme upozorňovali, že může nastat. Nevydržel tu nelidskou štvanici a cílené útoky a jeho srdce včera večer přestalo bít. Miroslave, odpočívejte v pokoji, Vaši hájenku budeme bránit dál.“

Brzy se přidali i další. Ilona Dvořáková poukazovala na to, že Hradec má v souvislosti s bouráním hájovny o problém méně. „Až půjdete příště k volbám, vzpomeňte si na tenhle příběh, a dejte svůj hlas těm, kteří budou stát při vás, když bude potřeba, těm, kterým záleží na názoru druhých a chovají se čestně a poctivě. Je mi to moc líto, Miroslave,“ napsala Dvořáková.

„Jsem velice ukecaná, ale v tomto případě už nemám co říct. Lidské hyeny a to ještě urážím to zvíře,“ přidala se Lenka Rohelová.

„Velmi smutné, kdo by vydržel ten tlak. Připomíná to 50. léta, kdy se svévolně vystěhovaly rodiny z bytů, někteří to také neustáli zdravotně,“ přirovnávala jednání města k dobám hluboké totality Karolína Pavlová.

„Velmi smutný příběh. Samotnou hájenku nechme nyní hájenkou, vem ji čert. Je tragické sledovat v přímém přenosu Liškovou, Jaroše a další zástupce vedení města ze stran honosících se v názvu slovem demokratická. Člověka, který nikomu neškodil, dokázali v krátkém čase psychicky utýrat a uštvat - a to doslova. Za to by se nemusela stydět ani nejhorší rudá zvířata minulého režimu,“ napsal Martin Šrám.

Mezi příspěvky se našly i výjimky, které se radnice zastávaly. Veronika Kyselá upozornila, že diskuze sklouzává mimo hranici slušnosti: „Je to moc smutná zpráva a hodně drsné zakončení. Ale myslím si, že obracet se směrem na město, které zastupují konkrétní lidé, ve smyslu, že můžou za něčí smrt, je dost přes čáru.“

Takové lidi nelze vzít a přesadit. To samé se stalo Prđolovi, hospodskému z Kuksu, vzali mu hospodu a byl do čtvrt roku pryč.

Zdroj: Newton Mediasearch

Příloha 2 – Text Tomáše Hejtmánka inspirovaný zjištěním ze sociální sítě

Příliš levná reklama za miliony **6.10.2016 Mladá fronta DNES 15 Kraj Hradecký** *Tomáš Hejtmánek*

Za reklamu v kinech Hradec Králové platí ročně přes milion.

Přes 90 procent putuje přímo CineStaru a na výrobu jdou jen drobné. Podle odborníků vzniká pořad výrazně pod cenou.

HRADEC KRÁLOVÉ Reklama na Hradec Králové, která už osm let běží před každou veřejnou projekcí ve všech hradeckých kinech, se v posledních dnech stala terčem kritiky odborné veřejnosti. Podle filmařů jde o propagaci, kterou město v tomto formátu a na těchto místech nepotřebuje.

„Je otázka, jestli takovouhle věc má město mít a jestli má být placena z veřejných peněz. Je to vzaté z rychlíku, struktura je reportáž z akce, věc z historie a pozvánky,“ hodnotí Kinožurnál hradecký fotograf a filmař Jan Husák, který byl letos za časosběrné video o roce 2015 v Hradci Králové nominován na cenu Hradecká múza.

Dramaturgii Kinožurnálu připravují úředníci magistrátu a schvaluje ji rada města. Za devadesát vteřin však v pořadu zazní jen minimum informací. Podle radnice není cílem zpravodajství, od toho má Hradec Králové vlastní internetovou televizi. Kinožurnál má propagovat město a život v něm. Jenže radnice za takovouhle reklamu ročně platí 1,25 milionu korun. Drtivá většina částky putuje na zaplacení reklamního času v multikině CineStar. Zatímco městské letní kino i Bio Central kinožurnál promítají zdarma, CineStar inkasuje ročně 1,168 milionu korun. Pro další období však kino přitvrdilo a za projekci ročně chce dokonce téměř 1,5 milionu.

„Pro představu, Centrál dostává od města na svůj provoz ročně necelý milion, a tady vyšpulíme ještě o půl milionu ročně víc za odvysílání zcela zbytečné věci, která by mohla být krásně šířena především onlinovými médii,“ napsal Husák na svůj Facebook.

Magistrát v polovině září vypsál výběrové řízení na Kinožurnál v letech 2017 a 2018. Stejně jako v minulosti počítá s částkou 3,2 milionu korun. Jenže zatímco předloni řízení firma FiftyFifty vyhrála s 2,51 milionu, tentokrát budou muset účastníci natlačit ceny až k maximální částce. Nově totiž jen projekce přijde na 2,95 milionu korun.

Delší stopáže spotů zdražujeme

„Pro nás to byla stejně nová informace jako pro uchazeče. Ta poslední vysoutěžená cena byla zhruba o 700 tisíc korun menší a my jsme vycházeli z tohoto předpokladu. Teď s právním oddělením řešíme, co s tou veřejnou zakázkou doporučíme radě udělat. Předpokládám, že 11. října rada rozhodne o řešení,“ říká vedoucí hradeckého odboru kultury Aleš Mokren.

„Naší strategií je reklamní bloky zkrátit, proto delší stopáže spotů zdražujeme,“ vysvětluje Veronika Holubovská ze společnosti CineXpress, která prodává reklamní prostor v multikinech CineStar.

Zájemci o zakázku se už obrátili na magistrát, zda je jejich výpočet ceny reálný. I kdyby rada města částku nezvýšila, mohli by se do limitu teoreticky vejít. V aktuálním tendru na výrobu jednoho dílu zbývá 4 105 korun. Agentura FiftyFifty však nyní jeden díl vyrábí za necelé 3,5 tisíce korun.

„Doba je, jaká je, a my jsme tehdy měli zájem tu zakázku získat. Pracovali jsme s nezbytným minimem, které jsme potřebovali na výrobu. Zakázku vnímáme jako prestižní referenci. Kdybychom se živil jen touto zakázkou, je to problém. My však máme X klientů, a tedy důležitý je pro nás celkový příjem ze všech zakázek,“ odůvodňuje podezřele nízkou cenu šéf agentury FiftyFifty Michal Šeba.

Podle jiných filmařů je částka pod 3,5 tisíce korun výrazně pod cenou. Kinožurnál má dva dabéry, vzniká i v anglické verzi a využívá třeba letecké záběry.

„Když to jsou víkendové akce, jen poslat tam kameramana stojí alespoň dva až tři tisíce korun. Někdo to pak musí zpracovat, jsou tam voiceovery, je tam grafika. Pak jsou tam ještě pozvánky a tak dále. Reálná částka by měla být minimálně kolem deseti tisíc na díl,“ říká fotograf a filmař Jan Husák.

Přímo se nabízí spekulace, zda si současný producent s CineXpressem nedohodl výhodnější podmínky. Jde o soukromé subjekty, a tak by reálnou částku nemuseli nikde zveřejňovat. Kino však takový postup razantně odmítá. „Jsme soukromý subjekt, ale dodržujeme cenové podmínky stejné pro všechny zadavatele,“ tvrdí Holubovská.

Podle Šeby radnice dostává reklamu výhodně. Za devět let Kinožurnálu jeho cena pravidelně klesá. CineXpress oproti základnímu ceníku uplatňuje dvě padesátiprocentní slevy.

„Ceníkové ceny jsou mnohem vyšší. Já bych si troufal tvrdit, že pro město je to výhodnější, než když ten projekt začal. Další věc je, že v posledních dvou letech lidé chodí do kina více, takže významně klesá částka za jednoho diváka,“ říká Michal Šeba, podle něhož Kinožurnál za rok vidí téměř 500 tisíc lidí.

Filmaři namítají, že město by mělo výrobu a projekci soutěžit odděleně. To však radnice nechce. Takto komunikuje s jedním dodavatelem, což je pro úředníky jednodušší. „Je to nastaveno jako dodávka kompletní služby. Otázku rozdělení ceny mezi výrobu a distribuci jsme doposud neřešili, protože vždy se nám podařilo vysoutěžit cenu podstatně nižší,“ doplňuje Mokren.

Zdroj: Newton Mediasearch

Příloha 3 – Text Jiřího Fejgla čerpající informace ze sociální sítě

Řidička zemřela. Musela to být rána, řekl muž na místě

29.7.2016 Hradecký deník 04 Východní Čechy

JIŘÍ FEJGL

V devatenácti letech skončil život dívky.

Ve středu večer vjela příliš rychle do zatáčky a srazila se s dalšími dvěma auty.

Podlažice – Svědectví přímo z místa nehody jsou vsutku mrazivá.

Například Roman Mrázek dorazil dříve než záchranáři a napsal na Facebook: „Byl jsem na místě, pomáhali jsme těm klukům z dodávky, než přijela záchranka, a byla to fakt hrůza. Hledal jsem baterku v tý Vectře, abychom ji odpojili, nakonec byla vylítlá mimo auto. Musela to být hrozná rána.“

V osobním autě Opel Vectra jela devatenáctiletá dívka. Jenže u Podlažic u Skutče uháněla příliš rychle do zatáčky, což byla fatální chyba.

„Střetla se zde dodávka s dvěma osobními vozy. Dvě osoby utrpěly zranění a byly převezeny do nemocnice.

Třetí osoba utrpěla zranění, kterým na místě podlehla,“ řekla Vendula Horáková, tisková mluvčí hasičů Pardubického kraje.

Dívka podle všeho dostala na mokré silnici smyk a nezvládla rychlost auta.

Vlétla totiž do kolize se dvěma automobily.

„Řidička jela od Skutče směrem na Chrást a pravděpodobně nepřizpůsobila rychlost jízdy. Její auto dostalo smyk a přejelo do protisměru. Tam se nejprve střetla bokem s protijedoucím osobním vozem Land Rover, a to velmi lehce. Po rotaci se však následně střetla s dodávkou, která jela taky od Skutče. Tento střet už nepřežila,“ popsal průběh nehody mluvčí policie Jiří Tesař.

Silnice byla po dobu vyšetřování nehody, přibližně od dvaceti hodin do půl jedné v noci, uzavřena.

Řidič dodávky a jeho spolujezdec byli převezeni do nemocnice – naštěstí jen s lehkými zraněními.

Řidič třetího auta vyvázl nezraněn. Dechové zkoušky na alkohol u dvou řidičů byly negativní, u zemřelé byla nařízena soudní pitva. Policie bude případ vyšetřovat, ale už první den naznačila, že příčinou byla rychlost. S tím souhlasila i většina diskutujících na Facebooku. „Tento úsek je nebezpečný a je dost řidičů, kteří tomu nepřizpůsobují svou jízdu. Sama mám zkušenost, kdy protijedoucí auta jela v mém pruhu,“ upozornila Agája Opajslíková.

Zdroj: Newton Mediasearch

Příloha 4 – Text Jaroslava Picha čerpající informace ze sociální sítě

Úpické parkování budí emoce **11.3.2016 Krkonošský deník 01 Titulní strana** *JAROSLAV PICH*

Vystoupit z automobilu a přebrodit se suchou nohou k chodníku? Po sérii přeháněk mnohdy nadlidský úkol

Úpice – Město šedi, suti a nevzhledného veřejného prostranství. Tak je mezi veřejností vnímána Úpice. Probarvuje se jen pomalu, lidé se odsud vystěhovávají do okolních vesnic, moderní budovy přibývají zřídka. A když už na náměstí přece jen vyrostle zbrusu nový hotel Beránek z peněz soukromého investora, je zavřený. Možností k volnému vyžití tu není mnoho.

V posledních dnech mají navíc občané Úpice další témata k diskusi. Jsou jimi jinak vcelku bezvýznamné parkovací plochy.

Zatímco vedení města se aktuálně soustředí na rekonstrukci úpického úřadu, kousek odsud lidé doslova plavou na parkovací ploše. Podhorské město se potýká s nedostatkem prostor na odstavení automobilů. Na bývalém autobusovém nádraží už kapacity před oblíbeným obchodním domem nestačí, před sousední poliklinikou je míst ještě méně. A parkoviště za ní? Je ve stavu, které připomíná spíše rozorané pole.

Rozbuškou k bujaré diskusi se staly fotografie opozičního zastupitele Aleše Andrše, které umístil na sociální síť Facebook. „Jel jsem k lékaři, ale vystoupit na parkovišti za poliklinikou, aniž bych nepotřeboval holinky, je nadlidský výkon. Sice jsme na zasedání už několikrát o tomto místě jednali, ale pořád se nic neděje. Chudáci stáří lidé, kteří musí na polikliniku,“ připsal Andrš k fotce.

Inkriminované parkovací místo je v dezolátním stavu. Na jeho části jsou sice položeny betonové panely, podstatná plocha je ale nezpevněná. Po deštivých i sněhových přeháňkách se ve vyjetých místech pravidelně tvoří obrovské kaluže. Během chvíle po uveřejnění fotek na internetu se strhla pod příspěvkem vzrušená debata. Do ní se zapojily desítky lidí.

Zdroj: Newton Mediasearch

Příloha 5 – Kódovací kniha

Kódovací kniha

Proměnné:

P1: Počet slov ve zpravodajském textu (rozsah)

1. 0 – 100 slov
2. 101 – 200 slov
3. 201 – 300 slov
4. 301 – 400 slov
5. 401 – 500 slov
6. 501 a více slov

P2: Je informace získaná ze sociální sítě zásadním sdělením mediálního výstupu?

1. ANO
2. NE

P3: Jsou v mediálním výstupu využívány citace ze sociální sítě?

1. ANO
2. NE

P4: Jsou citace ze sociální sítě převažující nad jinými citacemi?

1. ANO
2. NE

P5: Jaké oblasti se text věnuje?

1. Politika
2. Zdravotnictví, sociální oblast
3. Školství
4. Doprava
5. Ekonomika
6. Lidský příběh
7. Ekologie, životní prostředí
8. Sport
9. Lifestyle, kultura, počasí
10. Názor
11. Krimi, nehody, katastrofy
12. Volný čas

Příloha 6 – Kódovací sešity

Příloha bude součástí přiloženého CD