

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, redaktori 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.