

UNIVERZITA PARDUBICE
FAKULTA FILOZOFICKÁ

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2011

Tomáš REBEKA

**Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická**

Analýza místních médií

Tomáš Rebeka

**Bakalářská práce
2011**

Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická
Akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Tomáš REBEKA**
Osobní číslo: **H08476**
Studijní program: **B6107 Humanitní studia**
Studijní obor: **Komunitní studia**
Název tématu: **Analýza místních médií**
Zadávající katedra: **Katedra sociálních věd**

Zásady pro vypracování:

Cílem práce je analyzovat, porovnat (dle vybraných kritérií) a rozebrat více místních médií ve více lokalitách a regionech. Konkrétně např. Pardubický Radniční zpravodaj, Vikýř - Kránsolipský půlměsíčník a další. Pomocí empirického šetření se potom pokusím zjistit, jaký názor mají, případně co se líbí, či nelíbí obyvatelům dané lokality na jejich místních médiích. Obecné informace k práci potom budu získávat také z použité literatury.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

Analýza obsahu mediálních sdělení / Winfried Schulz Praha : Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2004, Jazyk v proměnách komunikačních médií / Jiří Kraus Praha : Karolinum, 2008, Komunikace v informační společnosti / Josef Musil Praha : Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2007, Hovory o médiích : politika, ekonomika a média / Petr Žantovský Olomouc : Votobia, 2006, Marketing měst a obcí / Lidmila Janečková, Miroslava Vašítková Praha: Grada, 1999, Sociologie médií : (žurnalisté, politici a ti ostatní) / Jaroslav Huk Praha : Univerzita Jana Amose Komenského, 2008

Vedoucí bakalářské práce:

PhDr. Jaroslav Paulovič
Katedra sociálních věd

Datum zadání bakalářské práce: 30. dubna 2010

Termín odevzdání bakalářské práce: 31. března 2011



prof. PhDr. Petr Vorel, CSc.

děkan

L.S.



doc. MgA. Tomáš Petrář, Ph.D.

vedoucí katedry

V Pardubicích dne 30. listopadu 2010

PROHLAŠUJI:

Tuto práci jsem vypracoval samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 28. 6. 2011

Tomáš Rebecka

PODĚKOVÁNÍ

Touto cestou bych rád poděkoval PhDr. Jaroslavu Paulovičovi, vedoucímu mé bakalářské práce, za jeho rady, tipy, vstřícný a přátelský přístup a odbornou pomoc při vypracování práce. Rovněž bych rád poděkoval respondentům dotazníku, za jejich ochotu a spolupráci na mém výzkumném projektu, paní Alexandře Tušlové, člence redakční rady Radničního zpravodaje, za rozhovor a nakonec děkuji i všem ostatním, kteří se na mé bakalářské práci více, či méně také podíleli.

ABSTRAKT

Tato práce je zaměřena na média, především na místní (lokální) média a jejich vliv na komunitu, její členy a její fungování a existenci. Ústředními tématy první, teoretické části, jsou média, jejich historie a vývoj, klasifikace médií a vývoj jednotlivých médií, převážně pak tištěných. Druhá, praktická část práce, se věnuje především empirickému výzkumu, zaměřenému na spokojenost obyvatel Pardubic a blízkého okolí s místními médii, převážně pak s Radničním zpravodajem města Pardubic. V praktické části je uvedena analýza Radničního zpravodaje s přihlédnutím k dotazníkovému šetření a srovnání Radničního zpravodaje s několika obdobnými médii z jiných měst. V závěru je shrnutí a vyhodnocení celé práce.

Klíčová slova: média, místní (lokální) média, komunita, tisk, Pardubice

ABSTRACT

This work is focused on the media, particularly at the local media and their impact of the community, its members and its functioning and existence. The central theme of the first, theoretical part, are the media, their history and evolution, classification and evolution of media, media, mostly printed. The second, practical part of the work is primarily devoted to empiric research aimed at the satisfaction of the population of Pardubice and surrounding areas with local media, mostly with the Town Hall rapporteur of Pardubice. Analysis of Pardubice Town Hall newsletter is listed in the practical part. The analysis is based on survey and interview. City Hall reporter is compared with reporters of other cities. In conclusion, then summary and evaluation of the whole work.

Keywords: media, local media, community, print media, Pardubice

OBSAH

Úvod	8
1. Média	10
1.1 Základní definice a rozdělení	10
1.2 Historie médií	10
1.3 Klasifikace médií	12
1.4 Proč vlastně lidé potřebují média?	15
1.5 Internet	16
1.6 Rozhlas	17
1.7 Televize	19
1.8 Tisk	21
1.9 Definice regionálních a lokálních médií	22
2. Regionální a lokální tisk v Pardubicích	24
2.1 Tisk Pardubického kraje a Pardubický tisk	24
2.2 Radniční zpravodaj města Pardubic	28
3. Analýza a výzkum tištěných médií v lokalitě	29
3.1 Analýza Radničního zpravodaje města Pardubic	29
3.2 Srovnání Radničního zpravodaje se zpravodaji jiných měst	31
3.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření	33
Závěr	53
Použité zdroje	56
Přílohy	58

ÚVOD

Předmětem této bakalářské práce je téma *Analýza místních médií*. Přesněji místní (lokální) média Pardubic a blízkého okolí s důrazem na podrobnější analýzu Radničního zpravodaje města Pardubic. Širším cílem práce je analyzovat média ve vybrané lokalitě (Pardubice a okolí), hlavně ta tištěná a zjistit, do jaké míry se lidé z vybrané lokality o místní (lokální) média zajímají a sledují je, co se jim na nich líbí či nelíbí a co by na nich například změnili. Zajímavý bude určitě také pohled na to, zda místní média nějakým způsobem ovlivňují každodenní život vybrané lokality.

Téma práce jsem si vybral, protože mě zaujalo hned na začátku. Přišla mi zajímavá představa zkoumání vztahů mezi občany určité lokality a místními médii, působícími v dané lokalitě. Jaký má tento vztah dopad např. na vztah občanů k městu, k městským zastupitelům, nebo zda místní médium ovlivňuje vztahy občanů mezi sebou. Mediální aktivity samosprávných orgánů posilují vztah občanů k místu, kde žijí, podporují jejich zájem o dění ve městě, vtahují je do problémů, které město řeší apod. Jsou nástrojem probouzení občanské aktivity, budování image města mezi obyvateli a utváření charakteristik sociálního systému města, například vztahů mezi městskými částmi a jejich obyvateli. Mohou se stát prostorem pro demokratizaci a zvýšení podílu občanů na stav a rozvoj města, aby se stalo jejich opravdovým sídlem. Bakalářská práce je rámcově rozdělena na teoretickou a praktickou část.

Teoretická část se zabývá médii obecně. V první polovině je zahrnuto vysvětlení, co vlastně média jsou, jak fungují a něco málo z historie, jejich klasifikace (rozdělení), nebo například vznik a vývoj jednotlivých druhů médií. V druhé polovině teoretické části se už dostávám blíže k vybrané lokalitě, v mém případě k Pardubicím a jejich okolí. Práce je zaměřená především na média tištěná, a proto po krátkém představení regionu přecházím k přehledu tištěných regionálních médií a regionálním přílohám celostátních deníků. V úplném závěru teoretické části přichází na řadu představení samotného Radničního zpravodaje města Pardubic, který je hlavním objektem dotazníkového šetření.

Jako druhá a zároveň poslední část, je část praktická. Hlavním předmětem praktické části je dotazníkové šetření na téma *Spokojenost občanů s místními médii (Pardubice a okolí)* s důkladnějším zaměřením právě na Radniční zpravodaj města Pardubic. Úvod praktické části je věnován analýze Radničního zpravodaje a dále pak srovnání zpravodaje s obdobnými médii z jiných měst. To hlavní je však vyhodnocení a interpretace dotazníkového šetření, potvrzení, či vyvrácení stanovených hypotéz a celkové ohlednutí za vlastním výzkumem.

Ke konci práce je prezentován souhrn všech získaných odpovědí, ohlednutí za celou prací a to jak za teoretickou, tak i praktickou částí a vyhodnocení celé práce a to všechno je zahrnuto v *závěru*. Následuje seznam použité literatury a internetových zdrojů a ještě za ním jsou umístěny veškeré přílohy práce.

1. MÉDIA

1.1 Základní definice a dělení

Média – hromadné sdělovací prostředky, (anglicky pak: *mass media*), jsou v Praktické encyklopedii žurnalistiky a marketingové komunikace definovány jako „...souhrn médií užívaných v procesu masové komunikace; prostředky masové komunikace, které multiplikují sdělení veřejného charakteru a rozšiřují je směrem k širokému, rozptýlenému, rozmanitému a individuálně neurčenému anonymnímu publiku. Pod pojmem masová média se obecně zařazují noviny, časopisy, rozhlas a televize, patří sem však rovněž kniha, film video, veškeré druhy masově šířených obrazových a zvukových záznamů (dnes mj. CD-ROM, internet) a ostatní vysokonákladové tiskoviny (např. letáky).“ [Osvaldová, Halada, 2007, s. 118]

Jedná se o média obecně a druhy masových médií. Definice může pokračovat detailnějším vymezením: „Užívání pojmu média nemá přesně vymezené hranice, rozumí se jím jak technický prostředek, komunikační kanál, tak sociální instituce, organizace masové komunikace; v anglosaské literatuře se rozlišují média tištěná (angl. *print*) a média elektronická (angl. *eletronic*), do nichž se v poslední době zařazuje také e-mail a internet. Českým ekvivalentem pojmu média, *masmédia* jsou „hromadné sdělovací prostředky“, „prostředky masové komunikace“ nebo „prostředky masové informace“.“ [Osvaldová, Halada, 2007, tamtéž]

1.2 Historie médií

„Vznik prostředků hromadné komunikace, tedy médií, je spjat s několika zásadními předpoklady. Musí tady být událost, která se stala či stane, tedy **informace** a lidé či jednotlivci, kteří takovou informaci potřebují, **cílová skupina**.“ [Věřčák, Girgašová, Liškařová, 2004, s. 9]

Historickými hledisky se dále budu zabývat jen v kontextu českého prostředí. Podrobněji se jednotlivým médiím budu věnovat v kapitolách jim určeným. Prvním hmotným masmédiem byly noviny. Přesněji se o nich píše v knize *Media Relations není manipulace* od autorů Věřčáka, Girgašové a Liškarové. „*Prvními českými periodickými novinami s neobvykle dlouhým názvem byly Rosenmüllerovy Sobotní (Outerní) pražské poštovské noviny z rozličných zemí a krajín přicházející s obzvláštním jeho císařské a královské milosti nadáním obdarované, které vyšly 4. února 1719 a první ročník měl společný titulní list s názvem Český postylian neboližto noviny české jenž s obzvláštním jeho milosti císařské nadáním od Karla Františka Rosenmüllera, impresora a měštěnána Královského Starého Města pražského najevo se vydávají (název se ustálil na Pražské české noviny nebo Pražské noviny). Vycházely dvakrát týdně na čtyřech, později osmi stranách a informovaly čtenáře o událostech ze světa, které byly přejímány hlavně z vídeňských novin, ale také o událostech v monarchii, střídme o tom, co se událo v Čechách.*“ [Věřčák, Girgašová, Liškarová, 2004, s. 9 – 10]

Na místě je krátká zmínka o historii rozhlasového vysílání. „*První pokus o rozhlasové vysílání, tedy přenosu mluveného slova a hudby, byl uskutečněn v roce 1919 vojenským vysílačem z Petřína, od roku 1923 zahájilo pravidelné rozhlasové vysílání akciové společnosti Československé zpravodajství radiotelefonické, později přejmenované na Radiojournal. O rok později vysílal Radiojournal poprvé do zahraničí. V červnu 1939 vznikl Československý rozhlas s. r. o.*“ [Věřčák, Girgašová, Liškarová, 2004, s. 10]

Nakonec zmíním třetí z hlavních médií, kterým je televizní vysílání. „*V roce 1938 byla udělena profesoru fyziky J. Šafránkovi licence na bezdrátové vysílání zvuku a obrazu, byla předvedena vysílací a přijímací aparatura plnoelektrické televize (obrazová norma 240 řádků na ploše 13 x 15 cm) a byly zahájeny experimenty s barevnou televizí. Pokusy o první televizní vysílání byly přerušeny okupací republiky. Po válce byl výzkum obnoven. První pokusné televizní vysílání se uskutečnilo v roce 1948 v rámci Mezinárodní výstavy rozhlasu MEVRO v Praze. Zkušební televizní vysílání ze Studia Praha v Měštské Besedě (ve Vladislavově ulici) bylo zahájeno 1. května 1953 a 25. února 1954 bylo prohlášeno za pravidelné.*“

Pro první televizní vysílač byla v roce 1953 adaptována pražská rozhledna na Petříně. Zpočátku televize vysílala pouze tři dny v týdnu (v létě jen 2 dny), v listopadu 1953 se počet vysílacích dnů rozšířil na čtyři, v roce 1955 na šest dní v týdnu a od 29. prosince 1958 televize své pořady vysílala po celý týden.“ [Věřčák, Girgašová, Liškarová, 2004, s. 10]

Nedílnou součástí masových médií u nás je samozřejmě Česká tisková kancelář. „*ČTK – původní Československá tisková kancelář zahájila svoji činnost 28. října 1918.*“ [Věřčák, Girgašová, Liškarová, 2004, s. 10] V roce 1992 vznikla „*jako veřejnoprávní instituce (zřízena zákonem o ČTK č. 517/1992 Sb.) jako následnická organizace Československé tiskové kanceláře (ČTK nebo „Četka“). Od roku 1996 ČTK není dotována ze státních prostředků.*“ [Wikipedie – otevřená encyklopedie, 16. 6. 2011]

Dnes má ČTK 16 poboček v ČR a zahraniční zpravodaje v 7 zemích. Mimo jiné zpracovává zprávy zahraničních agentur jako Reuters, AFP, AP, ITAR-TASS, DPA, ANSA, EFE a spolupracuje i s řadou dalších národních agentur. „*K 1. 1. 2011 měla ČTK 313 zaměstnanců, z toho 230 redakčních pracovníků (redaktorů, zpravodajů, fotoreportérů, kameramanů...).* Její multimediální produkce zahrnuje *slovní zpravodajství v češtině a v angličtině, obrazové a zvukové zpravodajství, infografiku, videozpravodajství a další servisy. ČTK denně poskytuje v průměru 700 textových zpráv, 400 fotografií, 35 zvukových záznamů a 10 video reportáží.*“ [Wikipedie – otevřená encyklopedie, 16. 6. 2011]

1.3 Klasifikace médií

Na klasifikaci médií existuje několik pohledů a různých hledisek, podle kterých lze média rozdělit. Jedním z možných přístupů je například to, do jaké míry tzv. vysílač (ten kdo informaci podává) a tzv. příjemce (ten, kdo informaci přijímá/vstřebává) využívají při vzájemné komunikaci **technických prostředků**.

Schellmann a kolektiv podle tohoto hlediska dělí média na tři typy:

„Primární média:

- *pohyby těla, především výraz obličeje, pohyby rukou, držení těla*
- *smích a pláč*
- *zvuky jako sykání, hlasitý dech, pískání, sténání, vzdychání, chichotání či mlaskání*
- *demonstrativní pohyby hlavou a rukama*
- *vůně, zápachy*
- *mluvená řeč, kde je důležité hlasitost a spád řeči*

Sekundární média:

- *Raná sekundární média: megafon, znamení zvony, bubny, ohněm a kouřem, optická telegrafie, signální stožáry, vlajky*
- *Sekundární média na bázi obrazu, písma a literatury: rukopisy, dopisy; tiskoviny: knihy, tiskové orgány jako noviny a časopisy, reklamní tiskoviny, plakáty, fotografie*

Terciální média:

- *Raná terciální média: kabelový přenos, telegrafie, dálkový přenos, přenos po telegrafních drátech, Morseova abeceda, kodifikovaná optická telegrafie, telefon*
- *Mladší terciální média: rozhlas, televize, gramofonová deska, magnetofonový pásek, videokazeta, zvukový film, kompaktní disk.“ [Schellmann, 2004, s. 12]*

Toto rozlišení médií dále rozšiřuje Jiří Kraus v knize *Jazyk v proměnách komunikačních médií* o média kvartální, což jsou média „*síťová a digitální, která se vyznačují důrazem na interaktivitu účastníků, to je možností příjemce vstupovat do interpersonálních vztahů s vysílajícím centrem nebo partnerem, aktivně se podílet na rozvíjení sdělované události nebo příběhu, např. chat, skype, blog, interaktivní počítačové hry.*“ [Kraus, 2008, s. 9]

Dalším kritériem klasifikace médií je jejich **úloha v komunikačním procesu**. Toto kritérium spočívá v tom, jak si lidé během komunikačního procesu vyměňují svá sdělení a můžeme zde média dělit na dvě skupiny:

Přenosová a transportní média – v první řadě sem patří samotná lidská řeč, technické prostředky (telefon, rozhlas, televize, internet), ale také média, jejichž sdělení je skryto do podoby symbolu (vyvěšování státní vlajky ve svátcích a při významných událostech apod.) a média signální (houkačka na zahrádkářských vozech či bimbání zvonů oznamující poledne).

Média sloužící k ukládání a fixování dat – zde bychom našli např. rukopisy, tiskoviny, obrazy i fotografie, zvukové či obrazové nosiče a další. [Schellmann, 2004, s. 13]

Uvést lze ještě klasifikaci dle **stupeň zveřejnění**. Stupeň zveřejnění se řídí tím, kolik osob se komunikace zúčastňuje a dělí se na:

Interpersonální komunikace – zde spolu komunikují dva lidé, nejčastěji v situaci *face to face* (tvář v tvář), ale také pomocí technických prostředků jako je telefon či internet.

Komunikace v malé skupině – zde jde o interakci více osob, obvykle s cílem dospět k nějakému rozhodnutí (např. týmová práce projektového managementu).

Komunikace v organizaci – tato komunikace zahrnuje všechny aspekty komunikací předešlých a závisí na velké kooperativní síti uvnitř organizace.

Masová komunikace – ta se zaměřuje na velké rozptýlené publikum (masu) a jejím cílem je informovat. [Schellmann, 2004, s. 14]

Další možnost rozdělení médií uvádí Schellmann ve své, již mnou citované, knize klasifikaci podle **počtu užitých mediálních prvků** a s tímto ohledem můžeme rozlišit média na tři typy: monomédia, duální média a multimédia.

„Monomédia obsahují pouze jedno jediné médium, jakým je např. obraz, zvuk nebo text. Máme na mysli třeba audio, CD nebo knihu sestávající pouze z textu. Tato média působí na jediný smysl uživatele, např. sluch nebo zrak.

Duální média vytvářejí spojení mezi dvěma mediálními poli a dosahují tak nové kvality užívání médií. Jsou to především audiovizuální prostředky.

Multimédia jsou pak spojením více mediálních prvků na společné digitální bázi. Cílem je působit najednou na několik lidských smyslů. To se děje kombinací statických a dynamických prvků (Statická média: texty, data. Dynamická média: zvuk, animace, pohyblivé obrazy). U multimédií se zpravidla spojují tři znaky:

- *Multimodalita: působí zároveň na více smyslů.*
- *Integrace: jednotlivé prvky jsou svedeny na společnou digitální bázi, což nabízí možnost vytvářet libovolné kombinace.*
- *Interaktivita: uživatel je veden formou dialogu přes zadávací mechanismus, jako je klávesnice nebo touchscreen. Informace mohou být vyvolávány a zpracovávány podle individuálních potřeb.“ [Schellmann, 2004, s. 15]*

1.4 Proč vlastně lidé potřebují média?

Jednou z funkcí médií ve společnosti je to, aby zveřejněný článek, nebo zpráva o nějakém problému, vedly k **rozpoutání veřejné diskuse**, případně ke snaze daný problém vyřešit. *„Obrátit se na média je jistě nejrychlejší a nejúčinnější způsob, jak informovat veřejnost o nějakém problému, případně navrhnout jeho řešení. To je zvláště významné pro organizace typu „watch dog“, tedy sdružení dělající hlídacího psa v oblasti lidských práv, spotřebitelském sektoru či v obraně životního prostředí. Právě neziskové organizace mají nezastupitelné místo při odhalování bolavých míst společnosti a při otevírání veřejné debaty o nich. Bez médií to však nezvládnou.“ [Vašků, 2006, s. 2]*

Jako další z důvodů, proč jsou média nepostradatelná, se uvádí **politický tlak**. *„Existuje řada organizací, které se snaží dosáhnout nějaké pozitivní změny. Může jít*

třeba o prosazení nových cyklostezek nebo o změnu vztahu společnosti k určité menšině. Právě média mají moc tyto změny urychlit. Každý politik, veřejně činná osoba či decision maker si hlídá svůj obraz v médiích. Nikdo nechce, aby se o něm hovořilo negativně.“ [Vašků, 2006, s. 2]

Jsme v médiích, tedy jsme „...čím dál větší zajatci obrazu, který o nás média vytvářejí. Kdosi to zformuloval do poučky: Co není v médiích, jako by vůbec neexistovalo. Pokud vstupujeme do veřejného prostoru a chceme, aby se o nás vědělo, musíme s tím počítat. Nebojme se tedy prostřednictvím médií vystoupit a říct lidem, že jsme tu, co děláme, oč nám jde.“ [Vašků, 2006, s. 3]

Fundraising čili získávání prostředků

„Celá řada organizací plní ve společnosti důležitou funkci tím, že dobrovolně někomu nebo něčemu pomáhají. Hospice, právní poradny pro lidi bez prostředků, organizace pomáhající handicapovaným atd. Ti všichni dělají dobrovolnou službu společnosti, většinou si na to ale sami musí někde sehnat peníze. Právě skrze média se o práci takovýchto organizací dozvídá veřejnost, tedy i lidé, kteří jsou ochotni na jejich činnost přispět z vlastní kapsy.“ [Vašků, 2006, s. 3]

1.5 Internet

„Internet je celosvětová počítačová síť sestávající z řady větších a menších počítačových sítí, které k výměně a přenosu digitálních dat využívají protokol TCP/IP (Transmission Control Protocol over Internet Protocol). Internet je hierarchicky organizován, menší sítě jsou součástí větších sítí, největší operátoři zajišťují globální propojení.“ [Reifová, 2004, s. 94]

Další verze uvedené definice pochází od Barbory Osvaldové a Jana Halady. Internet má možnost svým uživatelům a účastníkům poskytovat celou škálu služeb, např. webové stránky, e-mail, přenos souborů (FTP), vzdálenou zprávu (telnet), chat, telekonference, videokonference, skype atd. [Osvaldová, Halada, 2007, s. 92]

Internet se v historicky velmi krátké době stal prakticky notorickou součástí mezilidské komunikace i v každodenním životě lidí. Jeho vznik a vývoj lze charakterizovat prostřednictvím následujícího citátu: *„Jde o systém otevřený, decentralizovaný, jehož počátky sahají v USA do roku 1969, kdy v rámci armádního výzkumu vznikla síť vzdálených a navzájem volně propojených počítačů ARPANET. Až do druhé poloviny 80. let 20. století se internet vyvíjel především na akademické půdě, stranou profesionálních sítí. Na přelomu 80. a 90. let 20. století internet proniká v souvislosti s rozšiřováním osobních počítačů do komerční sféry, a tím i do povědomí široké veřejnosti. Jeho bouřlivý rozvoj v 90. letech se projevuje jednak v nárůstu uživatelů, jednak v růstu informací a služeb právě prostřednictvím internetu přístupných. Síť internetu ve svých obou funkcích, tj. komunikační a informační, je dnes důležitým nástrojem získávání žurnalistických informací od nejrůznějších zdrojů. V souvislosti s popularizací a rozvojem internetu dochází k nárůstu poskytovaných služeb a v současné době je ve většině vyspělých států světa možné přes internet nakupovat, komunikovat se státní správou a místními úřady, spravovat běžný účet atd.“* [Osvaldová, Halada, 2007, s. 92 – 93]

V dnešní době je používání internetu u většiny lidí na světě cílem jak jejich pracovní činnosti, tak i aktivit volného času. Televize, ani rádio, ani noviny a už vůbec ne knihy světa nevládnou. Spíše se pomalu, ale jistě všechna média přesouvají na internet a zanikají jejich tištěné formy. Významná část lidí už tištěná média téměř nečte, nebo přesněji, si je nekupuje. Proč by také měli lidé za zprávy platit tím, že si koupí noviny, když na internetu mají všechno, jako na dlani a v podstatě zcela zdarma? I když v poslední době jsme svědky soustředěného úsilí o rozšíření spektra placených služeb na úkor těch zatím volně přístupných už i na internetu.

1.6 Rozhlas

„Rozhlas je telekomunikační zařízení pro jednosměrný přenos zvuku na dálku. Cizím slovem, které už ale v češtině značně zdomácnělo, se také rozhlas označuje výrazem rádio. Obvykle jako přenosové médium slouží vysokofrekvenční elektromagnetické (radiové) vlny, ale používají se i metalické linky (rozhlas po drátě,

místní rozhlas) a v poslední době se rozhlas šíří i pomocí internetu a vysíláním ze satelitních družic. Slovem rádio se obvykle označuje jen soubor technických otázek s vysíláním spojených, kdežto vysílání samo se označuje slovem rozhlas. Název je pravděpodobně odvozen od slova radiace (záření) a má charakterizovat způsob, jakým se elektřina, sloužící k dopravování zpráv, rozvádí z vysílače.“ [Wikipedie – otevřená encyklopedie, 15. 6. 2011]

Výše je uvedena definice rozhlasu z otevřené internetové encyklopedie Wikipedie, ale v Praktické encyklopedii žurnalistiky a marketingové komunikace je rozhlas definován, spíše než z technického hlediska, čistě z funkčního a profesního hlediska. Rozhlas je:

„1. prostředek masové komunikace založený na akusticko-auditivním principu, šířící pořady slovesné, hudební a smíšené, zpravodajské, publicistické, vzdělávací, umělecké a zábavné pro masové auditorium i specifické skupiny posluchačů, např. pro děti, ženy, sportovní fanoušky, motoristy;

2. instituce: a) veřejnoprávní rozhlas, pojímaný jako služba veřejnosti, u nás představovaný Českým rozhlasem, tvořeným informativně rekreativním okruhem Radiožurnál – Čro 1, univerzálním okruhem Praha – Čro 2, uměleckým okruhem pro náročnějšího posluchače Vltava – Čro 3, sítí relativně samostatných regionálních stanic – Čro 5, publicisticko-zpravodajským okruhem RSE – Čro 6, okruhem určeným pro zahraniční posluchače – Čro 7 a dalšími pracovišti (technickými, ekonomickými, správními aj.); b) soukromý rozhlas, tvořený u nás téměř sedmdesáti komerčními stanicemi buď celoplošnými, např. Frekvence 1, nebo regionálními, např. Radio 1, Radio Proglas, Radio Kiss atd., s převažujícím hudebním formátem.“ [Osvaldová, Halada, 2007, s. 181]

Historie rozhlasu jak ve světě, tak i u nás je zajímavá. „První pokusné rozhlasové (radiotelefonické) vysílání uskutečnili roku 1903 dánský vynálezce Valdemar Poulsen (1869 – 1942) a americký konstruktér švédského původu Reginald A. Fessenden (1866 – 1932). Fessendův krátký hudební a slovesný program odvysílaný 24. prosince 1906 ze stanice Brant Rock ve státě Massachusetts je považován za zrod rozhlasu jako veřejného média, v roce 1910 byl úspěšně proveden

první rozhlasový přenos (z Metropolitní opery v New Yorku), spojený se jménem amerického vynálezce Lee de Foresta (1873 – 1961). Pravidelné rozhlasové vysílání pro veřejnost však zahájila jako první na světě až americká stanice KDKA Westinghousovy společnosti v East Pittsburghu 2. listopadu 1920 (vyhlášení výsledků prezidentských voleb).“ [Osvaldová, Halada, 2007, s. 181]

V Československu na sebe pravidelné rozhlasové vysílání nenechalo dlouho čekat, když 7. června 1923 byla založená soukromá akciová společnost Československé zpravodajství radiotelefonické. V červenci 1923 byla společnost přejmenovaná na Radiojournal a v roce 1925 už byla společnost z 51% ve vlastnictví státu. Vysílat se začalo ve skautském stanu ve Kbelích a později, ještě předtím, než rozhlas získal komplex studií v celé budově, vysílal na několika místech v jednotlivých bytech v Praze. [Osvaldová, Halada, 2007, s. 181]

Vývoj rozhlasu a rozhlasového vysílání by se dal popisovat na mnoha stránkách, protože však rozhlas není hlavním tématem této práce, uvádím v závěru této podkapitoly už něco málo poznámek jen k rozhlasu regionálnímu. Regionální rozhlas je „označení rozhlasové stanice vysílající pro určité území (region), a to buď samostatně (k nim patří většina soukromých rozhlasů), nebo v určité vazbě na ústřední studio (např. regionální studia Českého rozhlasu Brno, České Budějovice, Hradec Králové, Olomouc, Ostrava, Pardubice, Plzeň, Regina, Region – Středočeský kraj, Region – Vysočina, Sever). Program regionálního rozhlasu zpravidla obsahuje ve zpravodajství, publicistice a dalších programových typech pořady věnované problematice příslušného regionu, a vychází tím vstříc specifickým poslechovým potřebám jeho posluchačů.“ [Osvaldová, Halada, 2007, s. 183 – 184]

1.7 Televize

„Pojem „televizor“, který se skládá ze dvou slov: řeckého „tele“ neboli dálka a latinského „videre“ znamenajícího viděti, použil roku 1900 jako první francouzský inženýr Konstantin Perskou. Učinil tak na elektrotechnické výstavě v Paříži. Slovo televize, označující přenos pohyblivého obrazu na dálku se poté uchytilo v mnoha

jazycích světa, snad kromě němčiny. Od té doby televize pronikla do všech domácností a stala se jejich neodmyslitelnou součástí, lidem změnila jejich návyky a způsob trávení volného času. Z nejmladšího hromadného sdělovacího prostředku se tak stalo nejmocnější masové médium.“ [Prchalová, 2010, s. 28]

Jakou má ale televize funkci mezi masovými médii? „Funkci masového média plní televize tvorbou a vysíláním televizního programu. V nejširším chápání pojmu je televize sociálním systémem masové komunikace zahrnujícím nejen technický aparát a výsledný produkt, tj. vysílaný program, ale také veškeré organizační struktury, které jsou nezbytné k zajištění výroby programu a k jeho masové distribuci.“ [Osvaldová, Halada, 2007, s. 213]

Stejně jako u rozhlasu, i u televize je prospěšné zmínit některé podstatné okolnosti jejího vzniku a vývoje. „První pokusy s přenosem pohyblivého obrazu na dálku probíhaly v první polovině 20. století. V Německu a ve Francii se pro veřejnost pravidelně vysílalo již od roku 1935, za počátek televizního vysílání se však pokládá až datum 2. 11. 1936, kdy britská rozhlasová společnost BBC použila obrazový standard elektronické televize (405 řádek), a také proto, že vysílání bylo ve velké míře určeno nejen pro kolektivní sledování, ale i pro individuální příjemce. Zatímco ve svých počátcích televize vysílala především teresticky, prostřednictvím pozemních vysílačů, dnes jsou televizní programy distribuovány také prostřednictvím satelitů a kabelových sítí. Předpokládá se, že další etapou televizního vývoje, který výrazně rozšíří nabídku audiovizuálních produktů, bude digitální televize.“ Digitální televize už dávno funguje a lze jen hádat, jakou další etapou bude televizní vývoj pokračovat a jestli vůbec.

„První pokusy s televizním vysíláním v Československu prováděl před válkou Jaroslav Šafránek, víceméně na amatérské bázi. Po válce byla televize veřejnosti předvedena na Mezinárodní rozhlasové výstavě MEVRO v roce 1948 a televizní vysílání pro veřejnost bylo zahájeno 1. května 1953 v Praze.“ [Osvaldová, Halada, 2007, s. 213 – 214]

Televize regionální, nebo též regionální televizní vysílání je „samostatná organizační a hospodářská jednotka celostátní televizní organizace, která je schopna

nejen odbavovat, ale i samostatně vyrábět televizní pořady, jimiž přispívá do celostátního programu dané televize a také je vysílá na svém vlastním programovém okruhu. Regionální studio televizní tak plní dvě základní funkce: zastupuje regionální zájmy v centrální struktuře celostátní televize a přispívá k diverzifikaci výroby televizní organizace. V rámci České televize je zákonem č. 483/1991 Sb. zřízeno TV studio Brno a TV studio Ostrava. [Osvaldová, Halada, 2007, s. 214]

1.8 Tisk

Vysvětlovat samotné slovo „tisk“ není potřeba. „V polygrafickém průmyslu jsou využívány čtyři tiskové techniky: tisk z výšky (knihtisk), tisk z hloubky (hlubotisk), tisk z plochy (ofset) a sítotisk. Tisk lze také dělit na jednobarevný, tj. tisk jednou barvou většinou na jednobarevném tiskovém stroji, a to buď na maloformátovém tiskovém stroji pro akcidenční tisk, nebo na velkých novinových rotačních; dvoubarevný (1+1 tiskové stroje, tzv. dvoubarevky) a čtyřbarevný, při němž je celé barevné spektrum tvořeno soutiskem čtyř základních barev.“ [Osvaldová, Halada, 2007, s. 216] Nutno ještě dodat, že v poslední době se už dosti rozvíjí šestibarevný tisk z šesti barevných výtazků.

Tisk, z pohledu důležitého pro tuto práci, lze dělit na periodický a neperiodický. O tisku bulvárním nemá smysl se podrobněji rozepisovat. Periodický tisk je „označení tiskovin podle zákona 46/2000 Sb., tj. noviny a jejich různé modifikace jako deníky, poledníky, večerníky, dále časopisy a jiné tiskoviny vydávané pod stejným názvem, se stejným obsahovým zaměřením a v jednotné grafické úpravě nejméně dvakrát v kalendářním roce. Evidenci periodického tisku v ČR vede Ministerstvo kultury ČR. Za periodický tisk se nepovažují sbírky zákonů, úřední věstníky státních orgánů nebo vědeckých či kulturních institucí.“ [Osvaldová, Halada, 2007, s. 217]

U tisku neperiodického jde o „označení tiskovin, které, na rozdíl od periodického tisku, jsou podle zákona 37/1995 z 8. února 1995 v paragrafu 1 definovány takto: „neperiodické publikace jsou rozmnoženiny literárních, vědeckých

a uměleckých děl určené k veřejnému šíření, které jsou vydávány jednorázově, popřípadě nejvýše jednou ročně anebo po částech i častěji, tvoří-li obsahově jeden celek“. V tomto smyslu představují neperiodický tisk především knihy.“ [Osvaldová, Halada, 2007, s. 216 – 217]

1.9 Definice regionálních a lokálních médií

Tištěná média jsou ústředním tématem této práce. Nelze opomenout, že existuje i tisk regionální. *„Oproti celostátním médiím jsou média lokální a regionální vydávána jen na určitém území. V případě regionálních médií se obvykle jedná o okresní, oblastní či krajské médium. U lokálních médií je územní vymezení ještě užší - většinou se jedná o území města či obce. Lokální a regionální noviny mají v struktuře periodického tisku nezastupitelné místo. Oproti celostátním médiím by jejich obsah měl pronikat ke každému čtenáři. Lokální či regionální noviny musí čtenáře neustále informovat, co se v regionu děje a jak se do tohoto děje mohou aktivně zapojit čtenáři. Zároveň by regionální média také měla publikovat materiály týkající se například historie kraje (okresu či města). Mezi celostátními a regionálními médii nalezneme mnoho dalších rozdílů (především v tématech, žánrech, organizační struktuře, zdrojích, příjemcích informací či zadavatelích inzerce).“ [Dubský, 2008, s. 1]*

Definic vztahujících se na tištěná regionální média, kterými se tato práce zabývá především, lze nalézt nespočet. Já jsem vybral definici z Praktické encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace od kolektivu autorů vedeným Barborou Osvaldovou a Janem Haladou, kteří regionální tisk definují jako: *„označení periodik, která se váží k určitému místu, odkud čerpají informace a pro jehož publikum jsou určena. Regionální tisk informuje o událostech, které se v oblasti dějí nebo pro tamní obyvatele mohou mít význam. Regionální redakce pracují v místě, připravují lokální zpravodajství a publicistiku a zároveň též zprostředkují zprávy pro příslušnou redakci, např. v hlavním městě.“ [Osvaldová, Halada, 2007, s. 217]*

Osvaldová s Haladou dále píše, že stejným způsobem, jako regionální tisk pracují i regionální televize, či rozhlas a definici dále rozšiřují: „*Státy velké svou rozlohou (např. USA, Rusko) nebo složené z několika značně samostatných celků (např. Spolková republika Německo) používají především regionální média a nemají, nebo mají jen v malé míře, tzv. celostátní deníky. Také vývoj českých médií v posledním desetiletí směřuje k regionalizaci a posílení místního zpravodajství. Vznikají nové regionální deníky, rozhlasová i televizní studia a celostátní deníky se této konkurenci snaží čelit vydáváním regionálních příloh. Např. Mladá fronta DNES měla v roce 2006 14 základních příloh, středočeská příloha byla ještě dvakrát týdně mutovaná do čtyř podrobnějších. Příloha Jižní Morava měla navíc městskou verzi pro Brno. Jednotlivé regionální mutace, připravované v jednom společném centru, obsahují podle místa prodeje lokální informace z politiky, kultury, ekonomiky, sportu a také jsou doplňovány reklamami místních firem.*“ [Osvaldová, Halada, 2007, s. 217 – 218]

2. REGIONÁLNÍ A LOKÁLNÍ TISK V PARDUBICÍCH

Následující krátká kapitola slouží jako přiblížení a přehled tištěných médií Pardubicka a zároveň je jakýmsi přemostěním mezi teoretickou a praktickou částí bakalářské práce.

2.1 Tisk Pardubického kraje a Pardubický tisk

V úvodu k této části práce je prospěšné představit Pardubický kraj, včetně samotných Pardubic.

Pardubický kraj je situovaný převážně na východě Čech, a co se týká jeho umístění v celé České republice, dalo by se říci, že leží téměř uprostřed naší země. Jeho rozloha činí 4 519 km² a k 27. 8. 2010 měl 520 319 obyvatel. [Wikipedie – otevřená encyklopedie, 20. 6. 2011] Pardubický kraj sousedí s pěti českými kraji. Od východu s Olomouckým krajem, na jihovýchodě s Jihomoravským, na jihozápadě s krajem Vysočina, dále na západě se Středočeským a nakonec na severozápadě s Královéhradeckým krajem. Nakonec sousedí ještě s Dolnoslezským vojvodstvím, které už ovšem leží v Polsku, za hranicemi České republiky. Pardubický kraj se skládá ze čtyř okresů. Hlavním městem kraje jsou Pardubice, které se velikostí počtu obyvatel pohybují okolo devadesáti tisíc (k 31. 12. 2010 to bylo 90 831 obyvatel). Pardubice leží na soutoku řek Labe a Chrudimky. Zbývající okresní města jsou Chrudim, Svitavy a Ústí nad Orlicí. [Wikipedie – otevřená encyklopedie, 20. 6. 2011] Další významnější města kraje jsou např. Česká Třebová, která je důležitým dopravním uzlem, Vysoké Mýto, proslulé výrobou autobusů Karosa, Litomyšl, známá svým renesančním zámekem, který je možná nejvýznamnějším turistickým lákadlem kraje, a kde se každoročně koná Smetanova Litomyšl, což je prestižní hudební festival. Nakonec stojí určitě za zmínku také města Hlinsko, nebo Polička, kde se nachází známé české pivovary.

Tiskoviny Pardubického kraje sice nejsou ústředním tématem práce, ale o některých z nich se přeci jenom v krátkosti zmíním. Půjde spíše o přílohy některých celostátních deníků a novin, které mimo jiné působí také na území kraje. První

zmíním Pardubický deník. Pardubický deník spadá pod Deníky Bohemia, přesněji pak pod Deník východní Čechy a krom Pardubického deníku, jsou pro Pardubický kraj vydávány i deníky z ostatních okresních měst kraje, čili Chrudimský, Orlický a Svitavský.

„Pardubický deník, dříve Pardubické noviny, vychází od 1. 5. 1992. V pravidelném rozsahu 28 až 40 stran přináší svým čtenářům aktuální zpravodajství ze světa a z České republiky, ale především z jejich nejbližšího okolí. Denně přináší na pěti až šesti stránkách informace z regionu. Lidé se dočtou o denním dění nejen v okresním městě, ale i v malých obcích regionu. Velká pozornost je věnována sportu. Zkrátka si nepřijdou ani milovníci historie a kultury. Zajímavým problémům věnujeme celé stránky. Slovo dáváme i našim čtenářům, jejich názorům a připomínkám. Deník obsahuje i speciálně zaměřené přílohy.“ [VLP – Vltava-Labe-Press, 21. 6. 2011] Takto definuje Pardubický deník jeho vydavatel nakladatelství VLP (Vltava-Labe-Press), a i když nemám Pardubický deník podrobněji prostudovaný, velice se svým obsahovým složením v té regionální části, podobá Radničnímu zpravodaji města Pardubic, kterému bude v práci věnováno několik kapitol. Pardubický deník má své webové stránky, na kterých lze bezplatně pročíst většinu článků, publikovaných v tištěné verzi, aniž byste si ho museli kupovat.

Druhým médiem, vydávaným pro Pardubický kraj, je Mladá fronta Sedmička. I v tomto případě, stejně jako u Pardubického deníku, je také možno najít články na domovských webových stránkách. Rozdíl, mezi Pardubickým deníkem a Sedmičkou, je ovšem v tom, že Sedmička není deník, ale týdeník, a také je v rámci Pardubického kraje vydávána pouze jedna společná verze pro Pardubice a Chrudim, a to v nákladu 600 tisíc výtisků.

„Týdeník Mladá fronta Sedmička vychází ve více než 100 městech v celé České republice v celkem sedmadvaceti mutacích. Jde o první zdarma distribuované regionální týdeníky, které nabízejí svým čtenářům kvalitní a rozsáhlé zpravodajství pokrývající dění v regionech. Kromě zpráv najdou čtenáři v Sedmičce v graficky moderní a svěží podobě i publicistické útvary, příběhy, rozhovory, reportáže, názorovou stranu, dění z kultury či ze sportu. Sedmička přináší i zpravodajství z celé

České republiky, ze světa a také čtení pro celou rodinu: o vaření, hobby, zahradě, automobilech, omalovánky pro děti, také předpověď počasí na celý týden, či křížovky. Sedmička je zárukou velkého množství zpravodajství a kvalitní tým více než stovky novinářů, kteří do Sedmičky přišli například z MF Dnes, Práva, České tiskové kanceláře, internetového portálu Aktuálně či z televize Z1, zase garancí poutavých, seriózních a hlavně čtivých novin. Týdeník Sedmička přechází do kombinované distribuce a je od 19. Května 2011 v prodeji v distribuční síti PNS za cenu 7 Kč. Celostátní týdeník SEDMIČKA je nový titul určený pro muže i ženy, který přináší kompletní společenské čtení na víkend s nejaktuálnějším 23 stránkovým TV programem na trhu. Svým čtenářům Sedmička doručí kvalitní a poutavé články a zároveň oddechové čtení po pracovním týdnu.“ [Sedmička.cz, 21. 6. 2011]

Musím uznat, že tato vyčerpávající charakteristika týdeníku Sedmička, která je psaná samotnými tvůrci týdeníku s cílem upoutat, je docela trefná. Někdo by třeba nemusel být spokojen s tím, že je Sedmička, v rámci Pardubického kraje vydávána „pouze“ pro Pardubice a Chrudim, ale já osobně v tom žádný zásadní problém nevidím. Pardubice a Chrudim jsou dvě největší města kraje a tím, že týdeník má ve svém názvu pouze tato dvě města, neznamená, že nepřináší zprávy a informace z celého kraje. Někdo další by zase mohl namítat, že se nejedná, například ve srovnání s Pardubickým deníkem, o deník, ale o týdeník a tudíž, že nevychází každý den. Můj osobní názor je, že u regionálních novin, je jeden výtisk týdně postačující, zvláště když máme na zřeteli region velikosti Pardubického kraje. Ale samozřejmě uznávám, že názor každého jednotlivce se může lišit a posouzení, zda jeden výtisk týdně stačí, či nikoliv, je na každém člověku. Zajímavé je, že v průběhu psaní této práce nastala změna ekonomického charakteru – Sedmičku již nelze pořídit bezplatně, ale za symbolickou finanční částku (7 Kč).

Jako třetí a zároveň poslední tištěné médium, přesahující území města Pardubic, určené pro Pardubický kraj, jsem vybral regionální přílohu deníku Mladá fronta Dnes. Znovu se vracíme od formátu týdeního (Sedmička) k formátu dennímu (Pardubický deník).

Denní noviny Mladé fronty Dnes patří, myslím, k těm oblíbenějším deníkům, co se týče „seriózního“ tisku (nikoliv bulváru) v rámci České republiky. Stejně jako i Sedmička a Pardubický deník, má i Mladá Fronta svou internetovou podobu, kterou jsou u veřejnosti velice oblíbené webové stránky idnes.cz. Nabízí se otázka, zda jsou v tomto případě články, publikované v tištěné formě MF Dnes a v elektronické na idnes.cz totožné? Odpověď zní, že nejsou. *„On-Line iDnes.cz zveřejňuje na internetu co nejrychleji aktuální informace. Tištěná Mladá fronta DNES rozebírá události předešlého dne do hloubky, přináší výsledky vlastního investigativního pátrání, reportáže a rozборы, praktické servisní přílohy a regionální přílohy. IDNES.cz a Mladá fronta DNES vám dohromady poskytují kompletní informační servis, každé z nich svůj obsah přizpůsobuje konkrétnímu médiu, tisku či internetu. Zdaleka ne všechny texty, které se objeví v Mladé frontě DNES, najdete i na iDNES.cz a obráceně.“* [mfdnes.cz, 21. 6. 2011]

Pro porovnání: *„Průměrný náklad Mladé fronty DNES se v roce 2010 pohyboval kolem 240 000 prodaných výtisků denně.“* [mfdnes.cz, 21. 6. 2011] Týdeník Sedmička, jak bylo uvedeno výše, má náklad 600 tisíc výtisků týdně. Nutno dodat, že Sedmička i MF Dnes spadají pod jednoho vydavatele, proto je úctyhodné, že obě média mají u lidí takový úspěch, ač by se dalo mluvit o vzájemné konkurenci. U deníků Bohemia jsem nikde informace o výši nákladu nenašel. To svědčí o poměrně vysoké oblíbenosti jednotlivých tištěných médií i přesto, že hlavním zdrojem informací je už v dnešní době pro většinu lidí internet.

Pozornost byla zatím věnována tisku Pardubického kraje, ale co tisk v rámci města Pardubic a blízkého okolí? Jaký je vlastně možné pozorovat rozdíly mezi tiskem regionálním a lokálním? Pardubice jsou městem sportu a průmyslu a dalo by se možná považovat i za město studentské (stejně tak bývá charakterizován sousední Hradec Králové). Jednotlivé sportovní oddíly a průmyslové podniky vydávají své vlastní zpravodaje a periodika. Jedná se ale převážně o tisk „vnitropodnikový“, určený spíše zaměstnancům, nebo blízkému okolí výrobních hal, kterého se provoz dotýká každodenně, nikoliv široké pardubické veřejnosti. O podobné situaci se dá mluvit i v případech „minizpravodajů“ jednotlivých pardubických obvodů a městských částí. Proto centrální úlohu informovanosti občanů, všech městských částí

a obvodů, co se týká tištěných médií v Pardubicích, zastává Radniční zpravodaj, který byl objektem dotazníkového šetření, který jsem realizoval mezi vybranými občany města a provedl jsem rozhovor se členkou jeho redakční rady. Ve zbytku práce se mu budu věnovat detailněji, mnohem více než ostatním médiím.

2.2 Radniční zpravodaj města Pardubic

V této podkapitole se čtenář dozví základní informace o Radničním zpravodaji města Pardubic a také něco málo z jeho historie.

Na téma Radničního zpravodaje (RZ) jsem měl možnost udělat rozhovor se členkou redakční rady RZ paní A. T. Samotnému rozhovoru není vyčleněna specificky orientovaná kapitola. Informace, pořízené během rozhovoru, jsou roztroušené v jednotlivých kapitolách. Text celého rozhovoru, nebo spíše jeho podstatné myšlenky, jsou uvedeny mezi přílohami práce.

Radniční zpravodaj vydává Statutární město Pardubice spolu s Deníkem východní Čechy (Deníky Bohemia) a vychází 11x ročně. Deníky Bohemia tisknou RZ pro Magistrát města Pardubic zdarma, ale na oplátku mají na konci zpravodaje vyhrazených 5 stránek pro komerční účely (inzerce, reklama).

Během rozhovoru jsem se dozvěděl, že přesná historie a počátky Radničního zpravodaje jsou velmi těžko dohledatelné. Má respodentka v redakci RZ působí od až od roku 2005, ale s kolegou, co tam pracoval před ní, neměla možnost mluvit, ani za sebou téměř nic nezanechal, takže v redakci nejsou o Radničním zpravodaji až do roku 2005 žádné záznamy. Mně se podařilo na internetu vypátrat nejstarší čísla, včetně některých článků z nich, z roku 2000 a to pouze dvě ze srpna a září 2000.

3. ANALÝZA A VÝZKUM TIŠTĚNÝCH MÉDIÍ V LOKALITĚ

3.1 Analýza Radničního zpravodaje města Pardubic

Dále uvedený text představuje analytickou část práce, zaměřenou na sledování postojů a mínění vybraného souboru respondentů z řad občanů Pardubic, vztahujícím se k Radničnímu zpravodaji města, na interpretaci a komentování výsledků vlastního dotazníkového šetření.

Začnu definicí slova analýza, která může být prospěšná pro doladění cílů práce a výzkumného pojetí: „*Analýza (z řec. ana–lyó, rozvazovat, rozebírat) znamená rozbor, metodu zkoumání složitějších skutečností rozkladem na jednodušší. Používá se v mnoha vědách, ve filosofii i v běžném životě, pokud chceme dospět k jistým výsledkům na základě detailního poznání podrobností.*“ [Wikipedie – otevřená encyklopedie, 21. 6. 2011]

Takto je na otevřené internetové encyklopedii Wikipedii definován pojem analýza. Do mé práce se ale spíše hodí vysvětlit pojem analýza z pohledu mediálních studií, jehož definice byla na Wikipedii taktéž. „*Analýzou médií rozumíme kritické vyhodnocování role médií ve společnosti, jejich fungování, popřípadě jejich účinků na příjemce. Mezi metody analýzy médií bývá řazena např. sémiotická analýza nebo sociologická analýza. Metody výzkumu médií naopak představují soubory pracovních postupů, jejichž využitím se lze dobrat objektivizovatelných dat. Patří sem např. obsahová analýza, rétorická analýza, skupinové rozhovory a podobně.*“ [Wikipedie – otevřená encyklopedie, 21. 6. 2011]

V předešlém odstavci je pojem „analýza“ definován hodně obecně a v definici jsou zahrnuty obecné metody výzkumu médií. Je účelné uvést, jaký metodologický aparát jsem zvolil pro svůj vlastní výzkum já. Myslím, že v metodách mého výzkumu nejde o přesnou kopii žádné z výše jmenovaných metod, ale nejvíce se jim podobá obsahová a sociologická analýza. K definici kvantitativní obsahové analýzy pro změnu pomohou svým pojetím Winfried Schulz a Irena Reifová, kteří ji uvádějí ve své knize Analýza obsahu mediálních sdělení. Kvantitativní obsahová analýza

podle nich je „*vysoce strukturovaným a selektivním procesem. Tento postup vychází ze sociálně-vědních metod měření a kvantifikace a při jeho použití se mediované obsahy zkoumají s ohledem na několik vybraných znaků. Charakteristickým rysem této metody je vysoká míra strukturovanosti a s tím je spojen i vysoký stupeň ověřitelnosti. Při rozboru podléhá každý krok explicitně formulovaným pravidlům. Mezi další přednosti této metody patří možnost zpracovat velké množství textů (nebo jiných mediovaných obsahů) a výsledky šetření podrobit statistickým analýzám. Výsledky se pak navíc dají precizně a přehledně znázornit v číselných hodnotách, tabulkách a grafech.*“ [Schulz, Reifová, 2004, s. 29 – 30]

Musím přiznat, že takto sofistikovaně pojatá obsahová analýza konkrétního média není v mých badatelských silách, i když by jistě byla pro téma přínosná a logicky zdůvodnitelná. V tomto směru jsem zvolil spíše orientační přístup, spočívající ve stručné charakteristice klasických úvodních informací o tiskovém médiu. Uvádím pouze dílčí poznámky k personálnímu zajištění, vydavatelským parametrům a obsahovému zaměření Radničního zpravodaje.

Radniční zpravodaj vydává Statutární město Pardubice společně s Deníky Bohemia. Vychází 11x ročně, s tím že jedno společné číslo vychází v letních měsících v červenci a srpnu. Redakční radu tvoří 3 – 4 členové. Jeden z nich je zároveň tiskovým mluvčím Magistrátu města Pardubic (MmP) a také vedoucím tiskového úseku magistrátu. Měsíční náklad RZ činí 48 tisíc výtisků, z toho 43 tisíc putuje do schránek pardubických domácností a zbylých 5 tisíc výtisků je k dispozici ve volně přístupných stojanech v budovách magistrátu, na nádražích, či v ordinacích u lékařů.

V současnosti má Radniční zpravodaj 24 stránek. Do současného rozměru se ovšem v průběhu času vyvíjel. Ještě před rokem 2005 měl stránek pouze 16. Stejně to bylo i s vývojem obsahové struktury zpravodaje. Jak mi sdělila residovaná redaktorka, ještě před rokem 2007 byly obsahem RZ kromě úvodního slova primátora pouze výstupy z jednání zastupitelstva a to jen nejdůležitější z nich, kulturní tipy, toulky historií Pardubic a to bylo v podstatě všechno. V posledních letech, prakticky až do dneška, už je zpravodaj pojímán více ve formě normálních

novin. To znamená, že výstupy z jednání zastupitelstva, jsou psány s větším zaujetím a mnohem zajímavěji, stejně tak jsou stylizovány i ostatní tiskové zprávy z pardubické radnice. Ve zpravodaji už je také mnohem více prostoru pro fotografie a náměty na témata článků od samotných občanů. I když to není ještě úplně ono, zbývá více místa na kulturní tipy a tím pádem bylo dosaženo i větší žánrové rozmanitosti. V Radničním zpravodaji nechybí ani články a s nimi spojené diskuze k aktuálním problémům ve městě, tu a tam nějaké soutěže a křížovky a nakonec ještě inzerce, na kterou je vyčleněno mnohdy i 5 stran. Bez inzerce a reklamy to ale nejde, protože díky tomu mají Deníky Bohemia možnost tisknout Radniční zpravodaj na své náklady a Magistrát města nemusí vynaložit žádné finanční prostředky. A nakonec i díky tomu mají Radniční zpravodaj zadarmo k dispozici také sami občané. Podrobnější informace k některým aspektům uvádím v pasážích, týkajících se interpretace a vyhodnocení dotazníkového šetření.

3.2 Srovnání Radničního zpravodaje se zpravodaji jiných měst

Tato podkapitola je stručná a shrnuje vlastní postřehy o obdobných zpravodajích z různě velkých měst a obcí. Jde pouze o můj subjektivní názor a jeho porovnání s názorem na pardubický Radniční zpravodaj. Nejdříve v krátkosti představím města a zpravodaje, které budu s tím pardubickým srovnávat. Výběr srovnávaných jednotek má jediné kritérium – osobní přístup k nim.

Prvním z nich je informační, nebo také krásnolipský půlměsíčník *Vikyř*, který vychází ve městě Krásná Lípa. Krásná Lípa leží až na severu Česka, v okrese Děčín v Ústeckém kraji na pomezí Národního parku České Švýcarsko a Lužických hor. Město má okolo 3 600 obyvatel a leží na horním toku říčky Křinice. Krásná Lípa je považována za vstupní bránu do Národního parku České Švýcarsko a zároveň je tam i sídlo parku. Zpravodaj *Vikyř* vychází dvakrát do měsíce a v současnosti stojí 4 Kč. Má většinou 8 stran. Zpravodaj *Vikyř* se jak svou „vnější“ podobou, tak i tou obsahovou strukturou, podobá Radničnímu zpravodaji asi nejvíce, jen se častěji objevují černobílá než barevná čísla. Rozdíly jsou samozřejmě hodně ovlivněny rozdíly velikostí obou měst, a proto je jasné, že *Vikyř* nemusí být tolik obsáhlý, jako

je tomu u RZ. Na druhou stranu je pravda, že na město velikosti Krásné Lípy, má *Vikýř* docela obstojnou úroveň, zvláště když bychom ho porovnali třeba s hradeckým zpravodajem *Radnice*.

Druhým z nich je informační zpravodaj Magistrátu města Hradce Králové *Radnice*. Hradec Králové je krajské město a leží jen asi 20 km severně od Pardubic na soutoku řek Labe s Orlicí. Má okolo 95 tisíc obyvatel a mezi ním a Pardubicemi panuje relativně silná rivalita. Zpravodaj *Radnice* se ovšem s pardubickým Radničním zpravodajem nedá moc rovnocenně srovnávat. Je černobílý a prakticky se neliší od normálních novin. Vychází jednou týdně, je zdarma, ale vypadá opravdu pouze jako jeden dvoulist vytržený z novin. Má respondentka potvrdila, že jim do redakce občas přijde dopis od občanů Hradce Králové s chválou na pardubický zpravodaj a s tím, že by dali cokoliv, aby obdobný zpravodaj vycházel také v Hradci.

Jako třetí a poslední zpravodaj pro srovnání jsem vybral noviny statutárního města Mostu *Mostecké Listy*. Most je stejně jako Hradec Králové a Pardubice statutárním městem, ležící v severozápadních Čechách na řece Bílina v Ústeckém kraji. Se svými cca 68 tisíci obyvateli je 14. největším městem České republiky. *Mostecké Listy* vydává Magistrát města Mostu. Jedná se o měsíčník a stejně, jako RZ města Pardubic je pro občany města zadarmo. Vizually je podobný hradeckému zpravodaji s tou výjimkou, že je barevný a dle mého názoru má vyšší úroveň a zároveň je mnohem obsáhlejší. Vzhledově vypadají *Mostecké Listy* jako obyčejné noviny, ale obsahovou strukturou se mnohem více podobají pardubickému zpravodaji. Jsou rozděleny na dvě části. V první z nich jsou články, týkající se aktuálních problémů ve městě, zprávy z radnice a ze zasedání zastupitelstva, ale nechybí tam ani něco, jako je v RZ fotografický kaleidoskop, nebo třeba křížovka. Ve druhé příloze je hlavně program kulturních akcí ve městě, některé s tím související články a samozřejmě inzerce. Celé noviny mají 16 stran.

Kdybych měl v jednom odstavci shrnout celé srovnání těchto čtyř městských zpravodajů a určit pořadí od nejlepšího k nejhoršímu, nebyl by to myslím zas tak těžký úkol. Možná to bude znít moc vlastenecky, nebo nafoukaně, ale podle informací, které o všech těchto médiích mám, bych na jasné první místo zařadil

pardubický Radniční zpravodaj. A proč jsem se tak rozhodl? Tak za prvé je pro občany zdarma. Víím, že například ve městech velikosti Krásná Lípa se asi partneři na financování vydávání zpravodaje hledají špatně, ale cena je cena a myslím, že by se v potaz měla brát také. Pardubický zpravodaj je společně s Mosteckými Listy jediným měsíčníkem, ale je to na něm také vidět. Má nejvíce stránek, což není to nejhlavnější, ale myslím, že je má bezezbytku efektivně využité. Naproti tomu hradecká Radnice a to i přesto, že je to týdeník, má pouze 4 černobílé strany, z nichž jsou dvě vyhrazeny inzerci? Ať se na mě nikdo nezlobí, ale takhle si zpravodaj krajského města rozhodně nepředstavuji. Který ze zpravodajů by měl být ten druhý? Z mého pohledu to byla skoro remíza, ale nakonec bych zařadil na druhé místo Mostecké Listy. Přece jen je tento zpravodaj obsáhlejší a také je na něm vidět, že ho píší a vedou zkušenější lidé. Třetí místo patří krásnolipskému Vikýři, který i přesto, že je Krásná Lípa tak malé město, je relativně dobrým zpravodajem a zdrojem informací. A jak už jsem psal výše, jasně poslední místo patří hradecké Radnici, k níž už ani nemám, co bych dodal.

3.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření bylo zaměřené na *spokojenost občanů s místními médii* žijících v Pardubicích se specializací na Radniční zpravodaj města Pardubic. Distribuci dotazníku jsem řešil formou vytvoření dotazníku na webových stránkách vyplnto.cz a dále potom rozesláním na emailové adresy, nebo prostřednictvím sociální sítě *Facebook*.

V rámci vlastního výzkumného projektu jsem stanovil tyto **hypotézy**:

- Lidé v dnešní době už nečtou tištěná média, protože všechny informace si mohou kdykoliv vyhledat na internetu, kam se pomalu, ale jistě všechna média přesouvají. (H1)
- Radniční zpravodaj čtou ve větší míře muži, než ženy. (H2)

- Radniční zpravodaj města Pardubic, jakožto médium, manipuluje s názory lidí a ve velké míře ovlivňuje jejich rozhodování. (H3)
- Regionální média nejsou politicky nestranná a jejich obsah je ovlivněný tím, jaká strana je v té době u moci v tom, či onom regionu, či v městském zastupitelstvu. (H4)
- S pestrostí a vyvážeností témat v regionálních médiích jsou občané a čtenáři víceméně spokojeni. (H5)
- Redakce Radničního zpravodaje dává možnost ovlivnit obsahovou strukturu a témata, obsažená v RZ, také obyčejným lidem a občanům města. (H6)

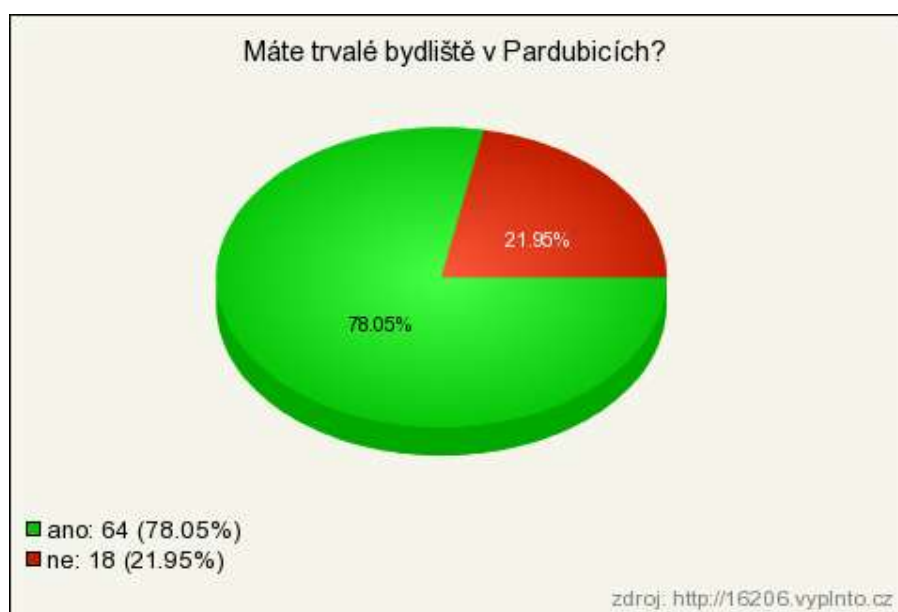
Pro svůj výzkum jsem zvolil kvantitativní přístup, přičemž hlavním nástrojem sběru byl elektronický dotazník, jehož plný text je uveden mezi přílohami. Dotazník byl distribuován všem respondentům pouze v elektronické podobě a celkově ho vyplnilo 82 respondentů, z nichž byl 53x vyplněn kompletně (i s otázkami, týkajícími se Radničního zpravodaje města Pardubic). To znamená, že od otázky číslo 10 se počet respondentů zužuje na 53, tedy krom některých nepovinných, či doplňujících otázek. Jako silnou stránku použití dotazníku a způsobu jeho šíření bych uvedl nulové finanční náklady na distribuci. S časovou náročností už to bylo horší. Dotazník měl ale i výraznější slabou stránku. Myslím tím, že pro mnohé se nejednalo o nikterak zajímavé a atraktivní téma a proto neměli příliš velkou motivaci dotazník vyplnit.

Jak už jsem uvedl výše, celkový počet respondentů byl 82. Ovšem zaměřím-li se pouze na ty, kteří alespoň občas čtou Radniční zpravodaj, zůstane jich jen 53. Z tohoto zbytku 28,3 % tvořili muži a 71,7 % ženy. Nejčastější věk respondentů byl 20 let (17 %). A i celkově se věková hranice nejčastěji pohybovala v rozmezí 20 – 30 let (téměř 53 % respondentů). Nejmladším respondentům bylo 19 let (9,5 %) a nejstarším potom 50 let (7,5 %).

Otázka č. 1: Máte trvalé bydliště v Pardubicích?

U této otázky se předpokládalo, že trvalé bydliště v Pardubicích bude mít naprostá většina respondentů, když byl dotazník zaměřen na občany žijící na Pardubicku. Ale je pravda, že někdo nemusí mít zapsané Pardubice, jako své trvalé bydliště, ale i přesto tu může bydlet, ať už kvůli škole, nebo práci a tím pádem může mít o místních médiích také přehled.

Graf č. 1: Máte trvalé bydliště v Pardubicích?



Otázka č. 2: Jak získáváte informace o dění ve Vaší městské části, ve které bydlíte?

U této otázky mohli respondenti označit více možností a taky se tak stalo. Téměř 83 % (68) získává informace z tiskovin. 49 % (40) uvedlo, z rozhovorů se známými, nebo přáteli, dále 11 % (9) z informačních tabulí jednotlivých městských částí, pouze 6 % (5) uvedlo, jako svůj zdroj informací, internet, dále 3,6 % (3) získává informace z rozhovorů s představiteli částí a jeden člověk (1,2 %) uvedl, že informace získává buď při účasti na veřejných schůzích, či z televize, nebo z rádia. Relativně velký podíl lidí (11 % - 9 respondentů) zaškrtl, že je informace tohoto druhu nezajímají. Je pro mne docela překvapující, že hned druhá otázka prozatím úplně jasně vyvrací moji hypotézu H1: *Lidé v dnešní době už nečtou tištěná média, protože všechny informace si mohou kdykoliv vyhledat na internetu, kam se pomalu, ale jistě všechny média přesouvají.*

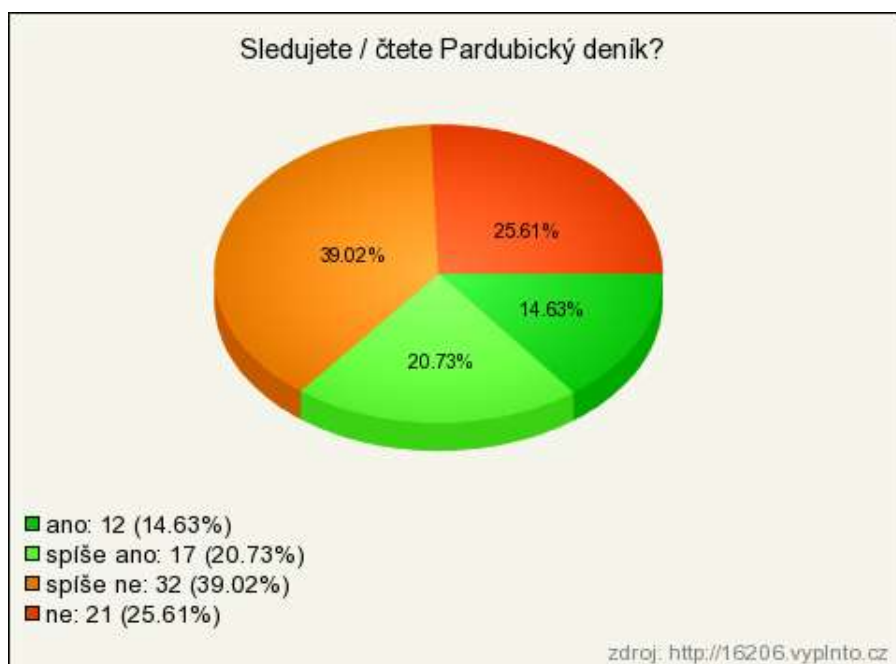
Otázka č. 3: Sledujete / čtete média působící v místě Vašeho bydliště? Která?

Tato otázka obsahovala výčet jednotlivých tištěných médií na Pardubicku a respondenti měli zaškrtnout, zda jednotlivá média čtou, či nikoliv (doplněno grafy).

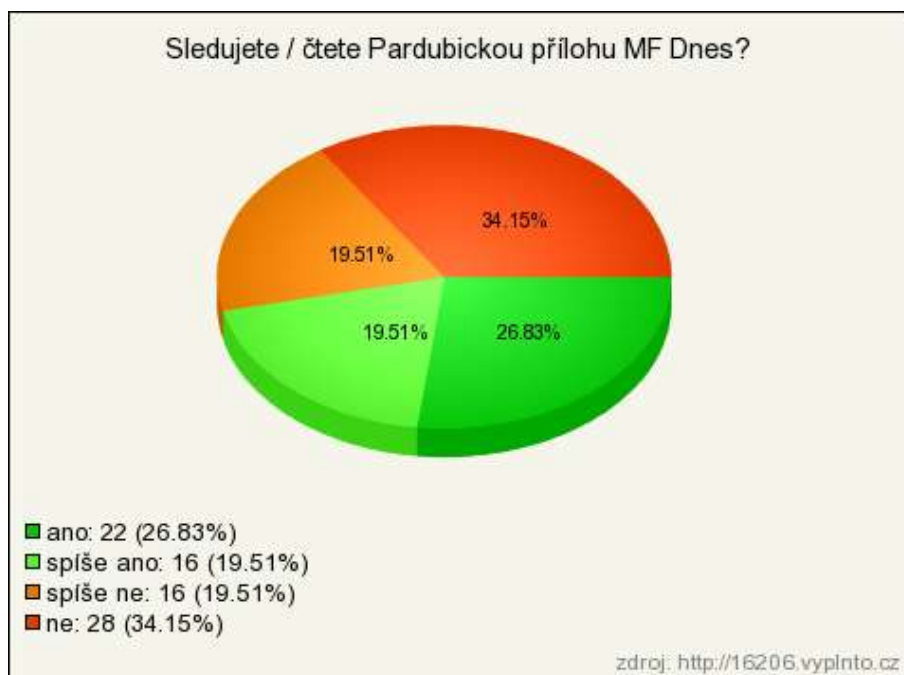
Graf č. 2: Čtenost týdeníku Sedmička (Pardubice a Chrudim).



Graf č. 3: Čtenost Pardubického deníku.



Graf č. 4: Čtenost Pardubické přílohy deníku MF Dnes.



Graf č. 5: Čtenost dalších médií:



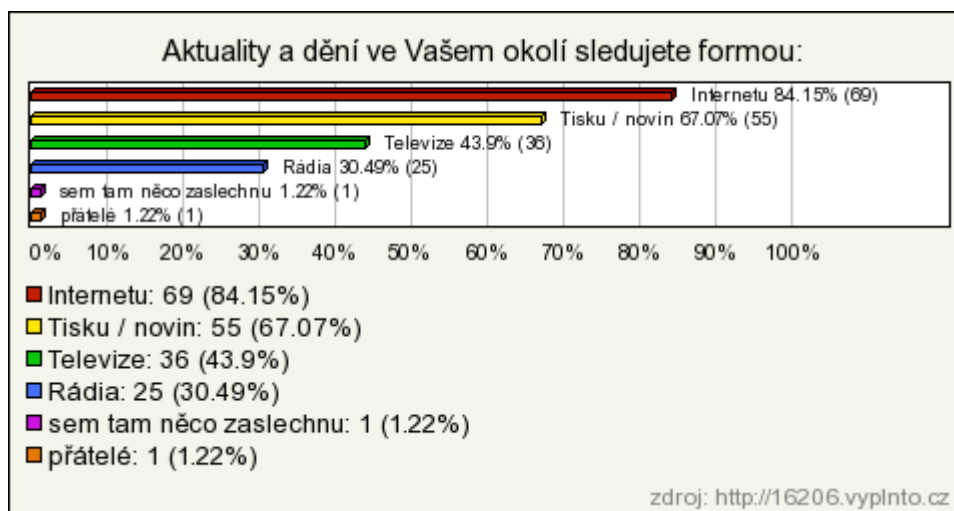
Čtenost → Médium ↓	ano	ne	Celkový počet respondentů	Pořadí v čtenosti (oblíbenost)
Sedmička	52	30	82	1.
Pardubický deník	29	53	82	3.
Příloha MF Dnes	38	44	82	2.
Další média	14	-	-	-

Výše můžete vidět *Tabulku č. 1: Shrnující čtenost jednotlivých médií, působících na Pardubicku.*

Otázka č. 4: Aktuality a dění ve Vašem okolí sledujete formou:

Odpovědi u této otázky mě docela zaskočily. Otázka č. 4 je totiž velice podobná otázce č. 2, ale odpovědi se významně liší. Otázku zodpovědělo 82 respondentů. U otázky č. 2 83 % respondentů odpovědělo, že informace získávají z tiskovin, ale pouze 6 % uvedlo, jako svůj zdroj informací internet. U této otázky je počet respondentů sledující tisk přibližně stejný, ale co se týká internetu, je to tu okolo 84 %, což je proti 6 % z druhé otázky veliký rozdíl. Pravděpodobně je to způsobeno tím, že lidé internet sledují a využívají, nejen pouze na zjišťování informací z Pardubické radnice, ale globálně. Graf k této otázce je k vidění na další stránce.

Graf č. 6: Aktuality a dění ve Vašem okolí sledujete formou:



Otázka č. 5: Jestliže média, působící v místě Vašeho bydliště sledujete, přijde vám, že jsou politicky nestranná?

Politická nestrannost regionálních médií, nebo přesněji to, že regionální média **nejsou** politicky nestranná, je i jednou z mých hypotéz (H4). U této otázky si, z celkového počtu 82 respondentů, 33 (cca 40 %) myslí, že regionální média jsou politicky nestranná, 29 respondentů (cca 35 %) že nejsou politicky nestranná a 20 respondentů (cca 25 %) uvedlo, že neví. Se stejným výsledkem mi otázku zodpověděla také moje respondentka z rozhovoru, která mi potvrdila to, že nikdo z politiků, ani z vedení radnice nemá možnost ovlivňovat obsahovou stránku Radničního zpravodaje. Hypotéza H4 je tudíž vyvrácena.

Otázka č. 6a: Zabývají se, podle Vás, místní média opravdu závažnými tématy a problémy, důležitými pro Vaše okolí?

Tato část otázky č. 6 potvrzuje mou hypotézu H5 o spokojenosti lidí (potažmo občanů Pardubicka) s tématy, obsahující místní (regionální) média. Z celkového počtu 82 respondentů je totiž nadpoloviční většina (téměř 62 %) s důležitostí témat a problémů, zveřejněných v regionálních médiích spokojena.

Graf č. 7: Politická nestrannost regionálních médií (otázka č. 5)



Graf č. 8: Zabývají se, podle Vás, místní média opravdu závažnými tématy a problémy, důležitými pro Vaše okolí?(otázka č. 6a)



Otázka č. 6b: Která důležitá témata postrádáte?

Graf č. 9: Která důležitá témata postrádáte?



U předchozí otázky – doplňující otázka k otázce č. 6 (6b) se objevil opravdu pestrý výčet odpovědí, no posuďte sami na předchozím grafu (Graf č. 9). A co z toho vyplývá? Že ač je člověk s určitým médiem relativně spokojený, tak stále je co zlepšovat. To ale neznamená, že by se vyvrátila má hypotéza (H5), týkající se spokojenosti občanů s pestrostí a vyvážeností témat v regionálních médiích. Toto je jen pár postřehů od některých z občanů o tom, co v místních médiích chybí a co by v nich mohlo být dále obsaženo. Znovu tedy opakuji, že hypotéza H5 se potvrdila i ve druhé části šesté otázky (6b).

Otázka č. 7a: Podílíte se nějakým způsobem na fungování jakéhokoliv média ve Vašem okolí / městě?

Tady byly odpovědi celkem jednoznačné. Téměř 99 % (81) respondentů se na fungování jakéhokoliv média nepodílí a pouze 1,2 % (1) ano.

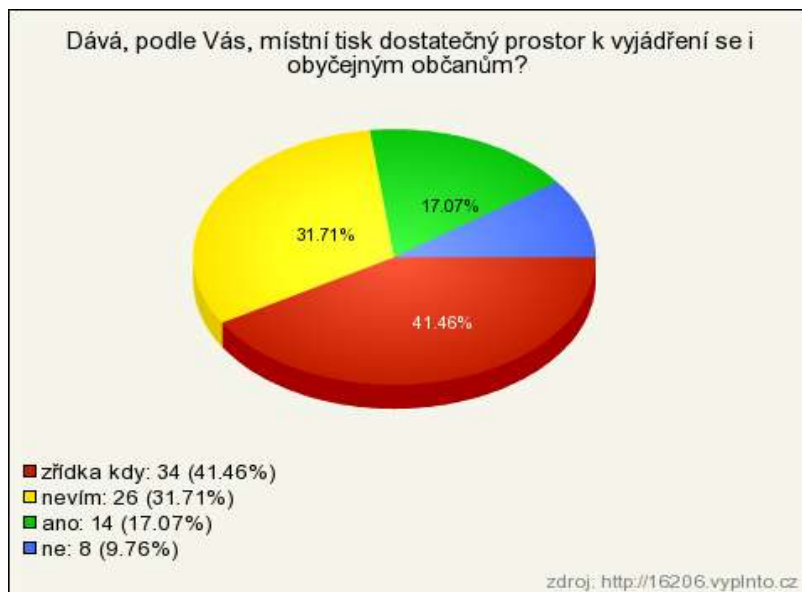
Otázka č. 7b: Pokud ano, jak a čím?

Ani tady k žádnému překvapení nedošlo. Jedna jediná odpověď, která tvrdila, že se na fungování média podílí, zněla: „kupuji si ho“.

Otázka č. 8: Dává podle Vás, místní tisk dostatečný prostor k vyjádření se i obyčejným občanům?

U této otázky z celkového počtu 82 respondentů odpovědělo 14 (17 %) že ano, dále 34 (cca 41 %) že zřídka kdy, 8 respondentů (bez mála 10 %) odpovědělo, že ne a nakonec 26 (téměř 32 %) respondentů uvedlo, že neví. Respondentka mého rozhovoru mi také sdělila, že velké množství námětů na články v Radničním zpravodaji jsou získávány od občanů města a následně také publikovány. Zde se tedy potvrdila šestá stanovená hypotéza (H6), která tvrdí, že redakce RZ dává možnost obyčejným lidem a občanům města ovlivnit obsahovou strukturu a témata, obsažená v Radničním zpravodaji.

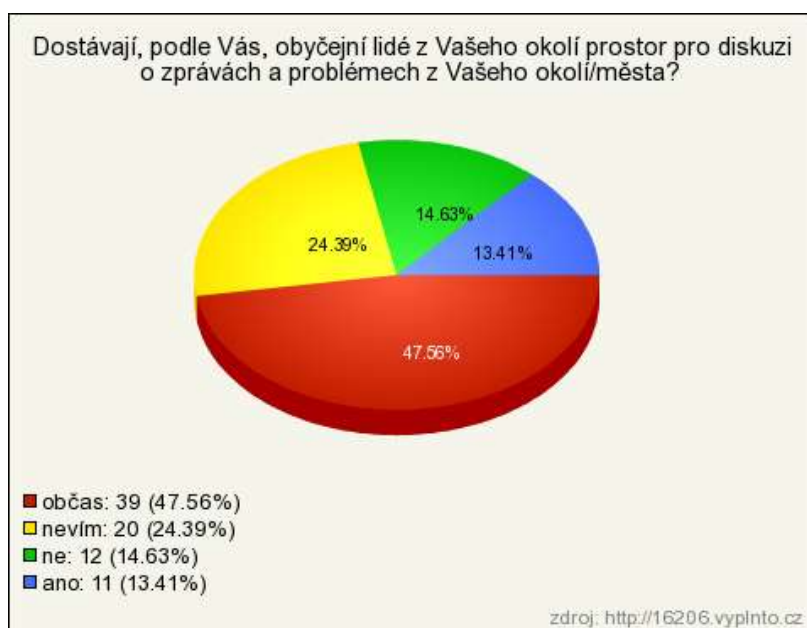
Graf č. 10: Možnost vyjádření se občanů v místním tisku



Otázka č. 9: Dostávají, podle Vás, obyčejní lidé z Vašeho okolí prostor pro diskuzi o zprávách a problémech z Vašeho okolí / města?

U této otázky jsem šťastný, že většina respondentů uvádí, že si myslí, že alespoň občas mají občané a obyčejní lidé možnost diskutovat o problémech a aktualitách, které se jich týkají, protože tak to má být.

Graf č. 11: Možnost občanů diskutovat o problémech z jejich okolí



Odpovědi na otázky druhé části dotazníku, určenému přímo Radničnímu zpravodaji města Pardubic.

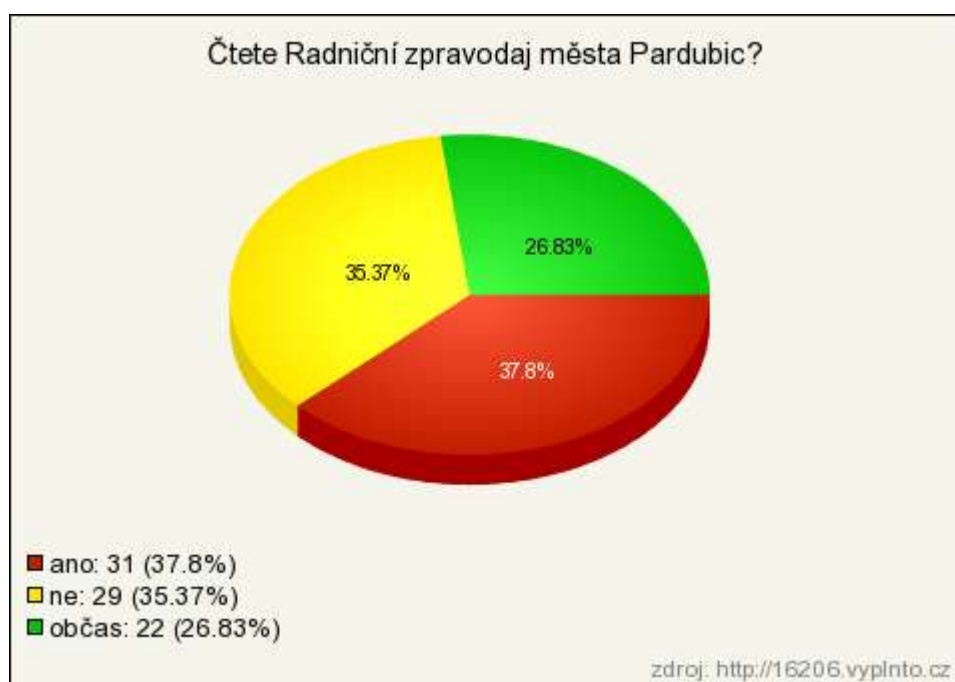
Otázka č. 10: Dostáváte pravidelně (1x měsíčně) do své schránky výtisk Radničního zpravodaje?

Tady jsou počty jednoduché. 62,2 % (51 z 82) respondentů odpovědělo, že RZ do schránky dostávají a 37,8 % (31) že nikoliv. To, že téměř 38 % respondentů Radniční zpravodaj do schránky nedostává, může být ovlivněno několika faktory. Může se jednat o studenty, kteří žijí v Pardubicích pouze v podnájmu a k RZ má potom přístup pouze majitel bytu. Nebo může jít o nespolehlivost kamelota, doručující v dané části města tento tisk, nebo může jít o jiný důvod. Každopádně RZ je k sehnání také ve volně přístupných stojanech na veřejných místech a pokud má člověk opravdový zájem RZ sledovat, má možnost si ho obstarat touto cestou.

Otázka č. 11: Čtete Radniční zpravodaj města Pardubic?

U této otázky se odpovědi rozdělily téměř na rovnocenné třetiny. Můžete posoudit na následujícím grafu.

Graf č. 12: Čtenost Radničního zpravodaje města Pardubic



Otázka č. 12: Myslíte si, že je Radniční zpravodaj politicky nestranný a objektivní?

Kdyby to bylo na mě, a nic bych si o tom nepřčetl, ani nenastudoval, má odpověď by asi zněla, že nevím. Ale po rozhovoru s respondentkou z redakce RZ vím, že Radniční zpravodaj politicky nestranný je, protože členy redakce jsou pouze novináři a lidé, kteří nemají s politikou nic společného. Odpovědi: ano 20 % (11), ne 31 % (17) a nevím odpovědělo 49 % (27) respondentů.

Otázka č. 13a: Existují ve Vašem okolí / městě nějaké zájmové či jiné organizace?

Ukázalo se, že většina odpovědí byla kladná, čili ano, nebo respondenti nevěděli, pouze jeden respondent odpověděl, že ne. Odpovědi: ano 65 % (35), ne 2% (1) a nevím 33 % (18).

Otázka č. 13b: Pokud ano, dostávají podle Vás v Radničním zpravodaji nějaký prostor?

Graf č. 13: Prostor pro zájmové organizace v Radničním zpravodaji



Otázka č. 14a: Jste sami členem nějaké zájmové či jiné organizace, fungující ve Vašem okolí / městě?

U téhle otázky mě odpovědi trochu zarazily. Myslel jsem si, že do volnočasových a jiných organizací chodí více lidí, než jenom 5 z 53 dotázaných (9 %). Dalších 49 (91 %) respondentů, označilo, že nejsou členem žádné organizace.

Otázka č. 14b: Pokud ano, uveďte prosím které?

Z předchozích 5 respondentů, odpověděli na tuto doplňující otázku pouze tři. První je členem turistického oddílu, druhý KVT PCE, což je podle všeho Klub vodáků a turistů a třetí je členem dobrovolných hasičů.

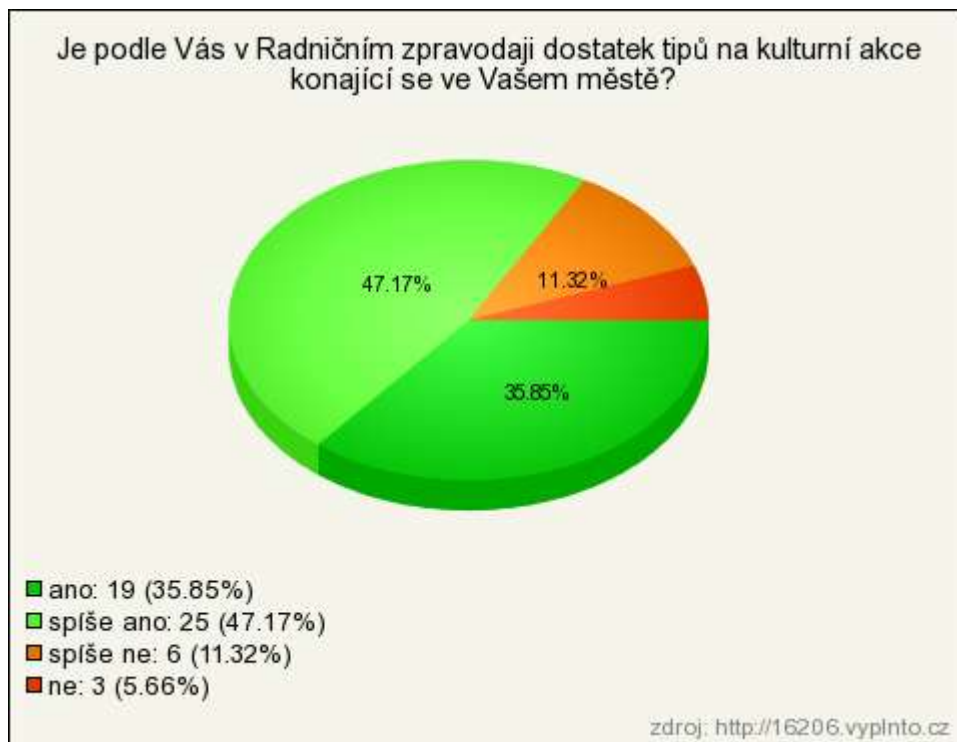
Otázka č. 15: Jste-li členem nějaké z nich, dostává Vaše organizace v Radničním zpravodaji prostor?

Tady se objevila zvláštnost a to, že zde nebyla, jako v jediné otázce, ani jedna kladná odpověď. 9 respondentů uvedlo, že neví a 7, že jejich organizace prostor ve zpravodaji nedostává.

Otázka č. 16: Je podle Vás v Radničním zpravodaji dostatek tipů na kulturní akce, konající se ve Vašem městě?

Za většinu kladných odpovědí zde jsem rád, protože si to myslím také. Z celkového počtu 53 respondentů je kladných 44 odpovědí (cca 83 %) což je jasná většina. Podrobný přehled odpovědí můžete posoudit na následujícím grafu.

Graf č. 14: Přehled tipů na kulturní akce v RZ:



Otázka č. 17: Myslíte si, že je v RZ, co se týče tipů na kulturní akce, dostatečná rozmanitost (dostávají sportovní, hudební, společenské a další akce ve zpravodaji stejný prostor)?

13 % (7 z 53) respondentů si myslí, že ano, 53 % (28) si myslí, že spíše ano, dále 28 % si myslí, že spíše ne a nakonec 6 % (3) respondentů si myslí, že ne. Myslím si, že zrovna odpovědi na tuto otázku jsou dosti subjektivní. Vždycky může být v kulturních tipech více rozmanitosti, ale nikdy se netrefíte, jak se říká do noty, úplně všem.

Otázka č. 18: Myslíte si, že Radniční zpravodaj má na vztah lidí k městu kladný vliv?

Tak to vypadá, že Radniční zpravodaj asi skutečně posiluje vřelý vztah občanů k městu. 15 % (8) respondentů si myslí, že určitě ano, 76 % (40) respondentů že spíše ano a pouze 9 % (5) respondentů si myslí, že ne. Myslím si, že tato otázka alespoň z části potvrzuje moji další hypotézu (H3), že: *Radniční zpravodaj města Pardubic, jakožto médium, manipuluje s názory lidí a ve velké míře ovlivňuje jejich*

rozhodování. Všeobecně se říká, že média do určité míry manipulují s lidmi, ale myslím, že v tomto případě bych to nazval manipulací kladnou, čili pozitivní.

Graf č. 15: Myslíte si, že RZ má na vztah lidí k městu kladný vliv?



Doplňující otázka: Pokud ne, vypište proč.

Zde se objevila pouze jedna odpověď, která zněla, že Radniční zpravodaj „pouze informuje, nic víc.“ Potom se ale nabízí otázka, co by měl RZ dělat dalšího, než informovat občany? Já myslím, že je to tak v pořádku. Lepší, že RZ informuje, než kdyby nedělal ani to.

Otázka č. 19: Dozvídáte se z RZ včas o věcech (stavbách, akcích, plánovaných dopravních omezení, atd.), které mohou ovlivnit Váš všední den?

U této otázky vycházejí odpovědi ano 53 % (28 z 53) / ne 47 % (25 z 53) přibližně půl na půl. Na jednu stranu by se v RZ mohlo objevovat více takových informací, jako jsou tyto, ale na druhou stranu RZ vychází jednou měsíčně a pochybuji, že jsou např. všechny uzavírky ulic apod. známy měsíc dopředu. Přece se nemůže v Radničním zpravodaji psát a zveřejňovat každé zametání, nebo čištění ulic.

Otázka č. 20: Myslíte si, že Radniční zpravodaj podporuje rozvoj Vašeho města?

Graf č. 16: Myslíte si, že RZ podporuje rozvoj Vašeho města?



Otázka č. 21a: Jste spokojeni s grafickou úpravou Radničního zpravodaje?

Zde jsou odpovědi téměř jednoznačně pro ano 77 % (41). Ne odpovědělo pouze 23 % (12) respondentů. Z celkového počtu 53 respondentů jde celkem o úspěch.

Otázka č. 21b: Pokud ne, co byste po grafické stránce změnili?

Myslím, že pro tuto otázku bude lepší vidět graf s odpověďmi, který se nachází na následující straně (Graf č. 17) a na kterém je vidět, že pouze 5 respondentů z 12, kteří uvedli, že nejsou s grafikou RZ spokojeni, napsali návrh na její zlepšení.

Graf č. 17: Co byste po grafické stránce změnili na Radničním zpravodaji?



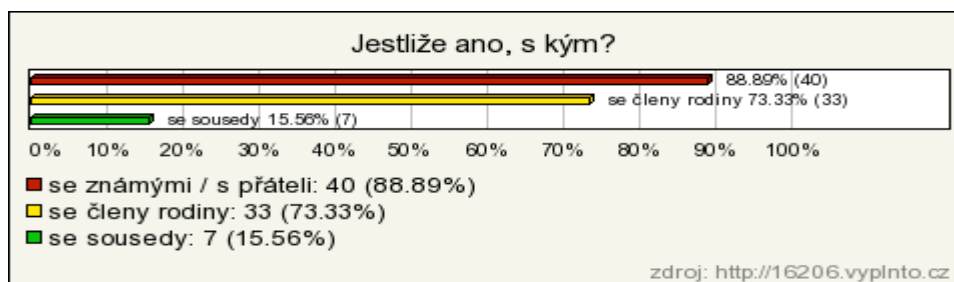
Otázka č. 22a: Hovoříte o problémech, o kterých psal RZ, s ostatními lidmi z Vašeho okolí?

U této otázky znovu vidíme, jak může, do jisté míry, RZ změnit rozhodování, potažmo chování lidí a v podstatě je „přinutit“ mluvit ve svém volném čase o článcích, publikovaných v Radničním zpravodaji. Občas se o nich, podle odpovědí, baví celých 79 % (42) respondentů. Často je probírá téměř 10 % (5) respondentů a nikdy se o nich nebaví 11 % (6) respondentů. Odpověďmi se znovu potvrzuje hypotéza H3.

Otázka č. 22b: Jestliže ano, s kým?

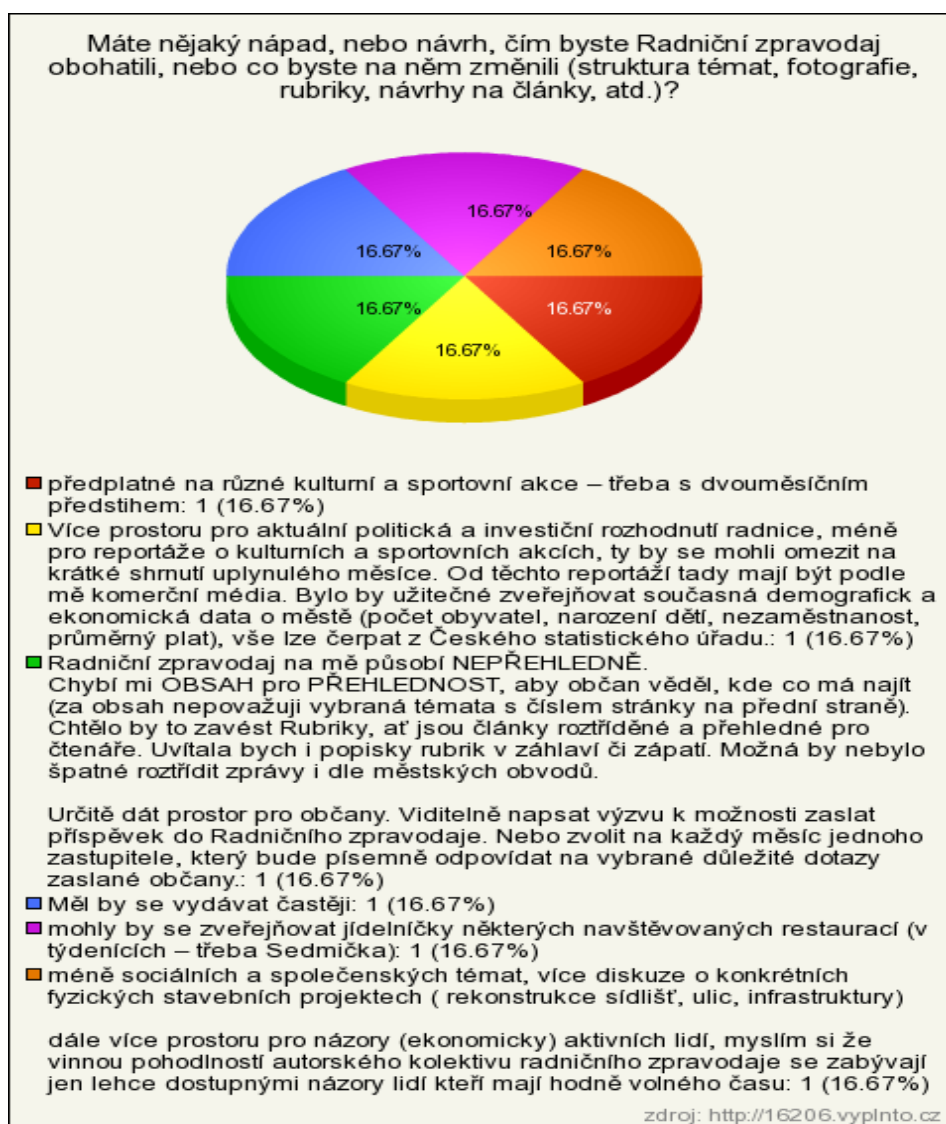
Zde měli odpovídající možnost zaškrtnout více odpovědí a také to tak dopadlo. Výsledky si můžete prohlédnout na následujícím grafu.

Graf č. 18: Jestliže probíráte problémy, psané v RZ, s kým se o nich bavíte?



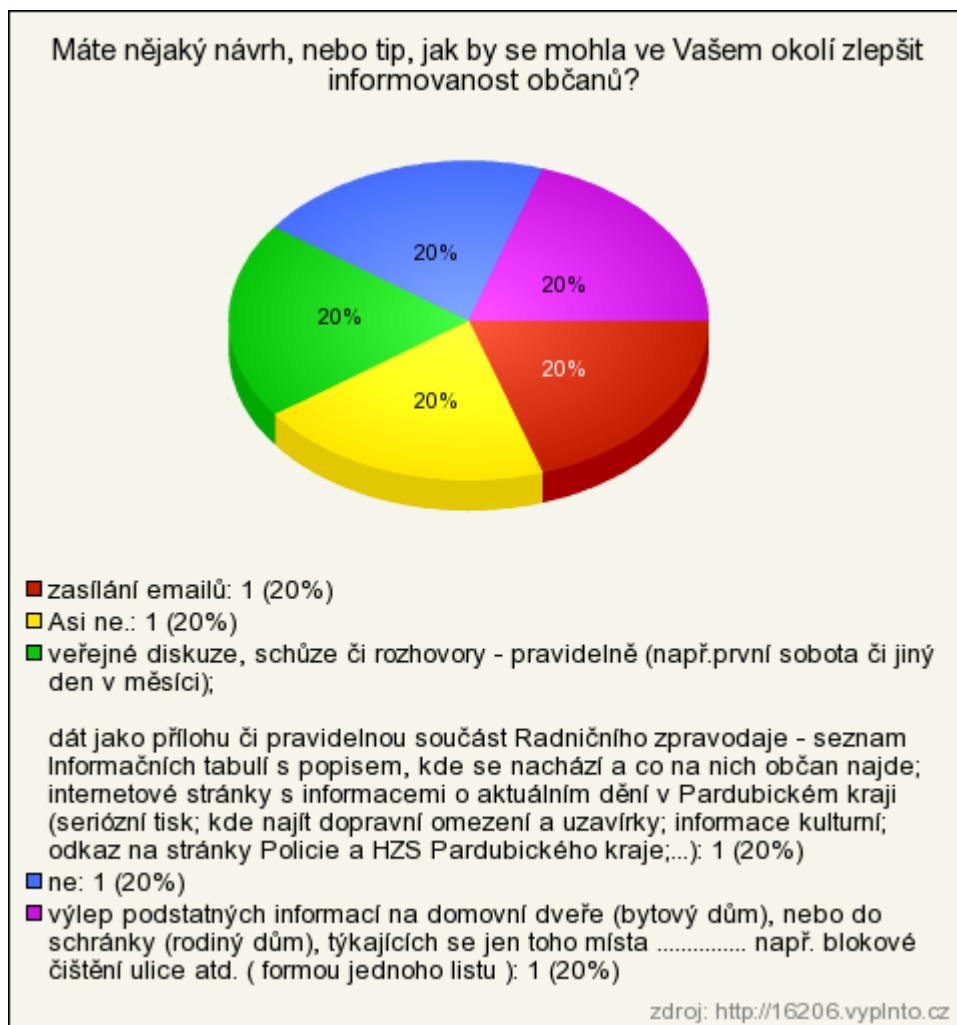
Otázka č. 23: Máte nějaký nápad, nebo návrh, čím byste RZ obohatili, nebo co byste na něm změnili (struktura témat, fotografie, rubriky, návrhy na čl., atd.)?

Graf č. 19: Návrhy a náměty respondentů na změny v Radničním zpravodaji:



Otázka č. 24: Máte nějaký návrh, nebo tip, jak by se mohla ve Vašem okolí zlepšit informovanost občanů?

Graf č. 20: Návrhy a tipy na zlepšení informovanosti občanů:



ZÁVĚR

V závěru práce se pokusím zrekapitulovat a shrnout získané poznatky, posoudit, zda stanovené hypotézy byly potvrzeny, nebo vyvráceny a zhodnotit, do jaké míry se mi podařilo naplnit cíle práce.

Cílem mé bakalářské práce bylo analyzovat místní (lokální) média, v mém případě tištěná média z okolí Pardubic, se zvláštním důrazem na Radniční zpravodaj města Pardubic, porovnat Radniční zpravodaj s obdobnými zpravodaji z jiných měst, a také zjistit, jak jsou s ním občané Pardubic spokojeni.

V první polovině teoretické části práce jsem se snažil čtenáře uvést do světa médií, seznámit je s pojmem média a vším, co s nimi souvisí. Představil jsem v ní hlavní druhy masových médií, jejich počátky a vývoj, funkce a uplatnění a také jejich definice, jak na obecné, tak i na lokální úrovni. V druhé polovině teoretické části jsem se už přesunul detailněji k médiím tištěným. Představil jsem čtenářům Pardubický region a jeho tisk a poprvé, od začátku práce, se dostalo také na samostatnou kapitolu, věnovanou Radničnímu zpravodaji města Pardubic. Na začátku druhé části celé práce, části praktické, nebo chcete-li analytické, jsem se dostal už ke konkrétním tištěným médiím, kde jsem v krátkosti zanalyzoval Radniční zpravodaj a také jsem ho porovnal se třemi zpravodaji z jiných měst, ze kterých ten pardubický vzešel vítězně. Poslední podkapitolou před samotným závěrem byla interpretace a vyhodnocení dotazníkového šetření, na jehož začátku jsem si stanovil šest hypotéz, z nichž se posléze čtyři potvrdili, a dvě vyvrátily.

V souvislosti s aplikací výzkumného projektu, jak už jsem psal výše, se dá říci, že se potvrdily čtyři ze šesti hypotéz. První z nich (H1) zněla tak, že většina lidí už v dnešní době příliš nečte tištěná média, ale tráví svůj čas na internetu, kam se také většina médií už přesunula, nebo pomalu přesouvá. Díky výzkumu, se ukázalo, že skutečně většina lidí tráví volný čas spíše na internetu, než u tisku, ale na druhou stranu to nebylo zas tak jednoznačné a stále se ještě najde dost lidí, kteří si rádi přečtou noviny, nebo knížku. Další má hypotéza (H2) byla taková, že Radniční zpravodaj čtou ve větší míře muži, než ženy. V tomto případě jsem se velice spletl, protože z celkového počtu 82 respondentů jich 53 odpovědělo, že čtou Radniční

zpravodaj, z nichž bylo 72 % žen a pouze 28 % mužů, čili moje druhá hypotéza byla vyvrácena. Třetí hypotéza (H3) tvrdila, že Radniční zpravodaj, jakožto médium, manipuluje s názory lidí a ve velké míře ovlivňuje jejich rozhodování. Tato hypotéza byla do určité míry potvrzena. Radniční zpravodaj, podle výzkumu, skutečně ovlivňuje některé části volného času jeho čtenářů, ale neovlivňuje je natolik, aby za své chování nebyli sami zodpovědní. Další, v pořadí již čtvrtá hypotéza (H4), byla mířena na politickou nestrannost regionálních médií a tvrdila, že regionální média politicky nestranná nejsou a jejich obsah je ovlivněn tím, jaká strana je v té době u moci v daném regionu. V tomto případě pardubická média u respondentů uspěla. Skeptičtější ovšem byli v případě Radničního zpravodaje, kde větší část lidí, o politické nestrannosti pochybovala, nebo uvedli, že neví, ale respondentka mého rozhovoru mě o politické nestrannosti RZ přesvědčila a čtvrtá hypotéza (H4) byla tudíž vyvrácena. Další hypotéza (H5) tvrdila, že s pestrostí a vyvážeností témat v regionálních médiích jsou občané a čtenáři víceméně spokojeni. I tady se ve výzkumu objevovaly spíše kladné odpovědi a i přesto, že se objevilo pár záporných odpovědí a také návrhů na další témata, která v RZ chybí, dá se říci, že jsou lidé s pestrostí témat opravdu víceméně spokojeni. Zde tedy byla hypotéza potvrzena. A nakonec hypotéza číslo 6 (H6), tvrdící, že redakce RZ dává možnost ovlivnit obsahovou strukturu a témata, obsažená v RZ, také obyčejným lidem a občanům města. V tomto případě jsem skutečně rád, že se shodovali odpovědi jak respondentů dotazníkového šetření, tak v následném rozhovoru také odpověď členky redakční rady Radničního zpravodaje, kde všichni potvrdili možnost občanů aktivně zasahovat do toho, co se v Radničním zpravodaji objeví. Poslední hypotéza byla tedy také potvrzena.

V rámci dotazníkového šetření bylo také zjištěno, že regionální média a hlavně potom Radniční zpravodaj města Pardubic plní svou zásadní funkci, čímž je informovat čtenáře a občany města a skutečně dokáže vzbudit u lidí zájem o dění ve městě, vtáhnout je do problémů, které město řeší a hlavně posilít vztah občanů k místu, kde žijí. Radniční zpravodaj také zasahuje do vztahů občanů mezi sebou a dá se říci, že je posiluje, jelikož díky jemu mluví se svými přáteli, sousedy a známými o problémech z jejich okolí a případně je také společně řeší.

Osobně si myslím, že jsem stanovené cíle práce splnil. Z výzkumu vzešlo, že je většina lidí s Radničním zpravodajem spokojena, i když pár návrhů na změny, se během výzkumu, samozřejmě také objevilo.

Úplným závěrem bych chtěl uvést, že pro mě, tato práce byla přínosem. Při realizaci této práce a samotného výzkumu jsem si zase o něco rozšířil své obzory, a i když má práce určitě své chyby, pokusím se z nich poučit, aby se při dalších výzkumech už znovu neopakovaly.

POUŽITÉ ZDROJE

Literatura:

- KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2008. 174 s. ISBN 978-80-246-1578-3.
- OSVALDOVÁ, Barbora; HALADA, Jan a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Nakladatelství Libri, 2007. 263 s. ISBN 978-80-7277-266-7.
- PRCHALOVÁ, Martina. *Jak a nakolik ovlivňují média procesy politického rozhodování*. Pardubice, 2010. 58 s. Bakalářská práce. Univerzita Pardubice.
- REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7.
- SCHELLMANN, Bernhard a kol. *Média. Základní pojmy – návrhy – výroba*. Praha: Europa-Sobotáles cz, 2004. 484 s. ISBN 80-86706-06-0.
- SCHULZ, Winfried; REIFOVÁ, Irena a kol. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2004. 150 s. ISBN 80-246-0827-8.
- VĚRČÁK, Vladimír; GIRGAŠOVÁ, Jana; LIŠKAROVÁ, Renata. *Media Relations není manipulace*. Praha: Ekopress, s. r. o., 2004. 136 s. ISBN 80-86119-43-2.

Internetové zdroje:

- DUBSKÝ, Lukáš. *Komparace dvou lokálních médií*. 1. 9. 2008 [cit. 2011-03-19]. Dostupné na WWW: <<http://lukas-dubsky.blog.cz/0809/komparace-dvou-lokalnich-medii>>.
- MF DNES. *O MF Dnes*. 1999 – 2011 [cit. 2011-06-21]. Dostupné na WWW: <<http://epaper.mfdnes.cz/o-mf-dnes/otazky-a-odpovedi>>.
- MMP (Magistrát města Pardubic). *Radniční zpravodaj*. 2000 – 2011 [cit. 2011-06-21]. Dostupné na WWW: <<http://genesis.mmp.cz/spravamesta/zpravodaj/>>.
- SEDMIČKA. *O týdeníku*. 2009 [cit. 2011-06-21]. Dostupné na WWW: <<http://inzerce.sedmicka.cz/o-tydeniku/>>.

- VLP (Vltava-Labe-Press). *Pardubický deník*. 2000 – 2009 [cit. 2011-06-21]. Dostupné na WWW: <<http://www.vlp.cz/cz/vydavane-tituly/regionalni-deniky/denik-vychodni-cechy/pardubicky-denik.html>>.
- VYPLŇ TO. *Spokojenost občanů s místními médii (Pardubice a okolí)*. 2. 6. 2011 [cit. 2011-06-20]. Dostupné na WWW: <<http://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/16206/>>.
- VAŠKŮ, Václav. *Jak spolupracovat s médii*. 7. 12. 2006 [cit. 2011-03-25]. Dostupné na WWW: <<http://nno.ecn.cz/index.stm?x=1941774>>.
- WIKIPEDIE – Otevřená encyklopedie. *Analýza*. 8. 6. 2011 [cit. 2011-06-21]. Dostupné na WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Anal%C3%BDza>>.
- WIKIPEDIE – Otevřená encyklopedie. *Česká tisková kancelář*. 7. 4. 2011 [cit. 2011-06-16]. Dostupné na WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8CTK>>.
- WIKIPEDIE – Otevřená encyklopedie. *Pardubický kraj*. 12. 6. 2011 [cit. 2011-06-20]. Dostupné na WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Pardubick%C3%BD_kraj>.
- WIKIPEDIE – Otevřená encyklopedie. *Rozhlas*. 3. 6. 2011 [cit. 2011-06-15]. Dostupné na WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Rozhlas>>.

PŘÍLOHY

DOTAZNÍK

Dobrý den,

rád bych vás požádal o vyplnění dotazníku, který je součástí mé bakalářské práce na téma „**Analýza místních médií**“. Otázky v dotazníku jsou určeny lidem, žijícím v Pardubicích a jejich okolí a týkají se přesněji spokojenosti občanů s místními médii, převážně tištěnými (Radniční zpravodaj města Pardubic). Dotazník je anonymní, proto jej není nutné podepisovat. Pracovat budu pouze se souhrnnými, nikoliv individuálními informacemi. Za Vámi poskytnuté informace jsem předem velice vděčný, protože bez nich by byl můj záměr těžko realizovatelný.

Děkuji za Váš čas a přeji hezký den.

Tomáš Rebeka
Filozofická fakulta Univerzita Pardubice

Instrukce k vyplnění:

Odpověď, kterou zvolíte, prosím zaškrtněte (písmenem **X**). Zodpovězte nebo doplňte, prosím, následující otázky. U jednotlivých otázek zaškrtněte vždy jen jednu odpověď (pokud není uvedeno jinak).

Jste:

muž: žena:

Váš věk:

1) Máte trvalé bydliště v Pardubicích?

ano: ne:

2) Jak získáváte informace o dění ve Vaší městské části, ve které bydlíte?

	ANO	NE
- osobně v rozhovorech s představiteli části	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- osobně při účasti na veřejných schůzích	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- z informačních tabulí městské části	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- z rozhovorů se známými / s přáteli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- z tiskovin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- informace tohoto druhu mne nezajímají	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- informace tohoto druhu jsou pro mne
nedostupné (pod otázkou vypište z jakého
důvodu)

.....
.....

3) Sledujete / čtete média působící v místě Vašeho bydliště? Která?

	ANO	SPÍŠE ANO	SPÍŠE NE	NE
Radniční zpravodaj města Pardubic	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pardubická Sedmička	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pardubický deník	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pardubická příloha MF Dnes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jiné (vypište které)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

.....
.....
.....

4) Aktuality a dění ve Vašem okolí sledujete formou:

	ANO	SPÍŠE ANO	SPÍŠE NE	NE
Tisku / novin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internetu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Televize	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rádia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jinou (vypište kterou)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

.....
.....
5) Jestliže média, působící v místě Vašeho bydliště sledujete, přijde vám, že jsou politicky nestranná?

ANO **SPÍŠE ANO** **NEVÍM** **SPÍŠE NE** **NE**

6a) Zabývají se, podle Vás, místní média opravdu závažnými tématy a problémy, důležitými pro Vaše okolí?

ANO **SPÍŠE ANO** **NEVÍM** **SPÍŠE NE** **NE**

6b) Která důležitá témata postrádáte? (Vypište)

.....
.....
.....

7a) Podílíte se nějakým způsobem na fungování jakéhokoliv média ve Vašem okolí/městě?

ANO **NE**

7b) Pokud ano, jak a čím (prosím vypište):

.....
.....
.....

Noviny, tisk:

8) Dává, podle Vás, místní tisk dostatečný prostor k vyjádření se i obyčejným občanům?

ANO **ZŘÍDKA KDY** **NE** **NEVÍM**

9) Dostávají, podle Vás, obyčejní lidé z Vašeho okolí prostor pro diskuzi o zprávách a problémech z Vašeho okolí/města?

ANO	OBČAS	NE	NEVÍM
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Radniční zpravodaj města Pardubic

10) Dostáváte pravidelně (1x měsíčně) do své schránky výtisk Radničního zpravodaje?

ANO	NE
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11) Čtete Radniční zpravodaj města Pardubic?

ANO	OBČAS	NE
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

POZN.: Zbývající otázky zodpovězte, pokud alespoň občas čtete Radniční zpravodaj města Pardubic.

12) Myslíte si, že je Radniční zpravodaj politicky nestranný a objektivní?

ANO	NE	NEVÍM
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13a) Existují ve Vašem okolí/městě nějaké zájmové či jiné organizace?

ANO	NE	NEVÍM
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13b) Pokud ano, dostávají podle Vás v Radničním zpravodaji nějaký prostor?

ANO	NE	NEVÍM
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14a) Jste sami členem nějaké zájmové či jiné organizace, fungující ve Vašem okolí/městě?

ANO

NE

14b) Pokud ano, uveďte prosím které:

.....
.....

15) Jste-li členem nějaké z nich, dostává Vaše organizace v Radničním zpravodaji prostor?

ANO

NE

NEVÍM

16) Je podle Vás v Radničním zpravodaji dostatek tipů na kulturní akce konající se ve Vašem městě?

ANO

SPÍŠE ANO

SPÍŠE NE

NE

17) Myslíte si, že je v Radničním zpravodaji, co se týče tipů na kulturní akce, dostatečná rozmanitost (dostávají sportovní, hudební, společenské a další akce ve zpravodaji stejný prostor)?

ANO

SPÍŠE ANO

SPÍŠE NE

NE

18) Myslíte si, že Radniční zpravodaj má na vztah lidí k městu kladný vliv?

ANO

SPÍŠE ANO

SPÍŠE NE

NE

Pokud ne, vypište proč:

19) Dozvídáte se z Radničního zpravodaje včas o věcech (stavbách, akcích, plánovaných dopravních omezení, atd.), které mohou ovlivnit Váš všední den?

ANO

NE

20) Myslíte si, že Radniční zpravodaj podporuje rozvoj Vašeho města?

ANO

NE

NEVÍM

21a) Jste spokojeni s grafickou úpravou Radničního zpravodaje?

ANO

NE

21b) Pokud ne, co byste po grafické stránce změnili? (prosím vypište):

.....
.....
.....

22a) Hovoříte o problémech, o kterých psal Radniční zpravodaj, s ostatními lidmi z Vašeho okolí?

ANO ČASTO

ANO OBČAS

NE NIKDY

22b) Jestliže ano, s kým? (můžete zaškrtnout i více odpovědí)

SE ČLENY RODINY

SE SOUSEDY

SE ZNÁMÝMI/S PŘÁTELI

23) Máte nějaký nápad, nebo návrh, čím byste Radniční zpravodaj obohatili, nebo co byste na něm změnili (struktura témat, fotografie, rubriky, návrhy na články, atd.)? Prosím vypište:

.....
.....
.....

24) Máte nějaký návrh, nebo tip, jak by se mohla ve Vašem okolí zlepšit informovanost občanů?

Prosím vypište:

.....
.....
.....

Děkuji za vyplnění dotazníku!
Tomáš Rebecka

ROZHOVOR

Analýza místních médií

Radniční zpravodaj města Pardubic

Otázky:

- 1) Jaký je podle Vás základní účel Radničního zpravodaje města Pardubic?
- 2) Myslíte si, že Radniční zpravodaj tento účel plní?
- 3) Jaký myslíte, že mají občané Pardubic k Radničnímu zpravodaji vztah?
- 4) Myslíte si, že občané Pardubic aktivně reagují na témata a problémy zveřejněné v Radničním zpravodaji?
- 5) Berete Radniční zpravodaj jako hlavní zdroj informovanosti občanů, nebo tuto úlohu zastávají spíše např. internetové stránky města/magistrátu, obecní nástěnka, atd.?
- 6) Chystáte v nejbližší době nějakou zásadní koncepční změnu, co se týče celkové struktury Radničního zpravodaje?
- 7) Chcete něco doplnit?

Odpovědi:

- 1) Informovat. Informovat lidi a občany Pardubic. Přetisk tiskových zpráv z radnice, ovšem pouze těch zajímavých a předat je lidem prostřednictvím Radničního zpravodaje.
- 2) To už je na posouzení lidí a občanů města, jestli RZ svůj účel plní.
- 3) Stejná odpověď, jako u předchozí otázky, není to na tvůrcích, je to na lidech.
- 4) Viz rozhovor.
- 5) Radniční zpravodaj je jeden ze zdrojů, nikoli hlavní zdroj.
- 6) Viz rozhovor.
- 7) Viz rozhovor.

Rozhovor:

Alexandra Tušlová – je členkou redakční rady Radničního zpravodaje města Pardubic. Redakční rada má 3 členy a kromě Alexandry Tušlové, která je momentálně na mateřské dovolené, je to ještě Michal Zitko, Ondřej Tušl a Nataša Hradní. Michal Zitko je zároveň tiskový mluvčí Magistrátu města Pardubic a spíše než členem redakce je vedoucím tiskového úseku magistrátu.

Alexandra Tušlová působí v redakci od roku 2005. Historie Radničního zpravodaje je do roku 2005 neznáma, nebo spíše špatně dohledatelná. Paní Tušlová

prý v roce 2005 přišla po zkušenostech z Regionální televize spadající pod zpravodajství televize Prima a začala se psát novodobá historie Radničního zpravodaje znovu „od nuly“, protože předchozí kolega, kterého v redakci nahradila, po sobě nic nezanechal.

V roce 2005 se kromě příchodu paní Tušlové do redakce změnila také grafika RZ, který se prý konečně dočkal také barvy a nebyl „pouze“ černobílý. V rozmezí let 2005 – 2007 měl RZ 16 stran.

V roce 2007 se dočkal dalších změn. Po dvou letech to byla znovu změna grafiky a také rozšíření o 8 stránek z 16 na 24.

Radniční zpravodaj má obvykle několik částí, na které je každý měsíc vyčleněn určitý počet stran. Vydavatelem RZ je Statutární město Pardubice spolu s Deníky východní Čechy. Přesněji redakční rada se skládá ze zaměstnanců magistrátu a má na starosti veškerý obsah Radničního zpravodaje, až na 4 – 5 stránek, vyhrazených na reklamu, které mají pod svou taktovkou Deníky Bohemia, které za reklamu také inkasují peníze a na oplátku tisknou RZ pro magistrát zdarma.

RZ je měsíčně tisknut v nákladu 48 tisíc výtisků. Z toho 43 tisíc výtisků putuje do schránek pardubických domácností a zbývajících 5 tisíc výtisků je potom k dispozici ve stojanech v budovách magistrátu, v čekárnách u lékařů, na nádražích a dalších veřejných místech.

RZ obvykle začíná nějakým aktuálním palčivým problémem, nad kterým se redakce pozastavuje a promlouvá s nějakým politikem z radnice, s náměstkou, a někdy dokonce i s primátorem/primátorkou města. Dalších cca 5 stránek patří ostatním problémům, tiskovým zprávám z radnice a předmětům městského zasedání, ale pouze těm zajímavějším a těm, co by občany mohly skutečně zajímat (např. problémy školek, fotbalu, výbuchu v Explosii a jiných aktualit, atd.) Tyto tiskové zprávy jsou prokládány kaleidoskopem (fotografiemi) z událostí z uplynulého měsíce. Následují články pana Františka Šebka o pardubických místech a jejich historii. Dále jsou pak v RZ články o různých kulturních, sportovních a společenských událostech, proložené přehledem kulturních akcí a tipů na následující měsíc (divadla, hudební kluby, sportovní akce, atd.) V Radničním zpravodaji se objevuje křížovka a zpravidla také soutěže o ceny. Posledních pár stránek potom patří inzerci a reklamě, kterou mají pod palcem, jak už bylo napsáno výše, Deníky Bohemia.

Práce v RZ neprobíhá jako v obvyklých novinách, ale naopak redaktoři a editoři spíše „jen“ vybírají z obdržovaných příspěvků a námětů na články, které dostávají od lidí. Poté si je pročtou, vyberou ty nejzajímavější, a když je potřeba, opraví článek do čtivější a zajímavější podoby a poté publikují. Takže se dá říci, že na fungování a existenci Radničního zpravodaje mají nemalou zásluhu také obyčejní lidé a občané Pardubic.

Co se týče budoucnosti RZ, chystá redakce v blízké době jednu docela zásadní změnu v koncepci. Když půjde vše dobře, měla by se od ledna 2012 v RZ nově objevit vkládaná příloha s programem kulturních akcí a všim s tím spojeným na

následující měsíc. To znamená, že RZ bude mít stále 24 stran, ale bude mít více prostoru na články a tiskové zprávy na úkor stránek vyhrazených pro kulturní tipy a stejně tak kulturních tipů bude moci být více a zároveň budou moci být i podrobněji popsány, jen budou mít svou vlastní přílohu. Co to ale znamená pro lidi a občany města? Že se dostane v RZ na více námětů na články od lidí a stejně tak bude prostor i na to, upozorňovat na více akcí, na které se z důvodu nedostatku místa, třeba ve staré koncepci RZ nedostalo. Je možné, že od nového roku čeká RZ po 4 letech znovu změna grafiky a designu, ale to ještě v tuto chvíli není jisté.