

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Katedra geografie

Kateřina ŠTĚPNIČKOVÁ

**ROZVOJOVÁ PROBLEMATIKA
V OBRAZE MÉDIÍ**

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Mgr. Zdeněk Opršal

OLOMOUC 2007

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a veškeré použité prameny jsem uvedla v seznamu literatury.

V Olomouci 15. května 2007

.....

podpis

Děkuji Mgr. Zdeňku Opršalovi za obětavé a příkladné vedení bakalářské práce, PhDr. Františku Znebejánkovi, Ph.D. za odborné sociologické rady a všem ostatním, kteří mi při psaní této práce pomáhali, povzbuzovali mě a inspirovali.



Vysoká škola: Univerzita Palackého

Fakulta: Přírodovědecká

Katedra: Geografie

Školní rok: 2005/06

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

student

Kateřina ŠTEPNIČKOVÁ

obor

Mezinárodní rozvojová studia

Název práce:

Rozvojová problematika v obraze médií.

Zásady pro vypracování:

Cílem bakalářské práce je nastínění problematiky médií jako významného společenského fenoménu a vlivu médií na veřejné mínění se zaměřením na česká tištěná média. Pozornost bude věnována problematice informovanosti o rozvojových zemích, postavení a působení místních médií a světových agentur. Zvláštní pozornost bude věnována medializaci rozvojové problematiky v českých médiích (mediální analýzy vybraných rozvojových organizací a témat).

Struktura práce:

1. Úvod
2. Cíl práce
3. Metody zpracování
4. Média jako společenský fenomén
5. Problém informovanosti o rozvojových zemích
6. Rozvojová problematika v českých médiích (mediální analýzy)
7. Média jako podpůrný nástroj rozvojové spolupráce
8. Diskuse a závěr
9. Shrnutí – summary, klíčová slova – key words (v českém a anglickém jazyce),
10. Případné přílohy

Bakalářská práce bude zpracována v těchto kontrolovaných etapách:
Konkretizace osnovy (září 2005), rešerše dostupné literatury (říjen 2005), zpracování 4.-5. kapitoly (listopad 2006 - leden 2007), zpracování 6.-7. kapitoly (únor – duben 2007), formulace závěrů, dokončení a odevzdání práce (květen 2007), tvorba grafických příloh (průběžně).

Rozsah grafických prací: v rozsahu úměrnému zadání

Rozsah průvodní zprávy: do 50 stran textu + BP v elektronické podobě

Seznam odborné literatury:

Ruř-Mohl, S., Bakičová, H.: Žurnalistika. Komplexní průvodce praktickou žurnalistikou. Grada Publishing a. s., Praha, 2005.

Kunczik, M.: Základy masové komunikace. Karolinum, Praha, 1995.

Klvačová, P., Bitrich, T.: Jak se (ne)píše o uprchlících: Analýza článků o uprchlících v českém tisku. Multikulturní centrum Praha, Praha, 2002.

relevantní internetové zdroje:

www.mediar.cz

www.mediainfo.cz

www.rsf.org

www.ceskamedia.cz

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Zdeněk Opršal

Datum zadání bakalářské práce: datum (ne později, než 1 měsíc od data podání žádosti)

Termín odevzdání bakalářské práce: 15. 5. 2007

vedoucí katedry

vedoucí diplomové práce

OBSAH

| | |
|---|----|
| Seznam zkratk | 6 |
| 1 ÚVOD | 7 |
| 2 CÍL PRÁCE | 8 |
| 3 METODY ZPRACOVÁNÍ | 9 |
| 4 MÉDIA JAKO SPOLEČENSKÝ FENOMÉN | 11 |
| 4.1 Mediální situace ve světě | 14 |
| 4.1.1 Bělorusko | 15 |
| 4.1.2 Rusko | 17 |
| 4.1.3 Čína | 18 |
| 5 PROBLÉM INFORMOVANOSTI O ROZVOJOVÝCH ZEMÍCH | 20 |
| 5.1 Světové agentury | 20 |
| 5.2 Zahraniční reportéři domácích médií | 23 |
| 5.3 Místní sdělovací prostředky rozvojových zemí | 29 |
| 6 ROZVOJOVÁ PROBLEMATIKA V ČESKÝCH MÉDIÍCH (MEDIÁLNÍ ANALÝZY) | 34 |
| 6.1 Medializace společnosti Člověk v tísni od 1. 1. 2004 do 30. 9. 2004 | 34 |
| 6.2 Medializace společnosti Člověk v tísni od 1. 4. 2004 do 30. 4. 2005 | 38 |
| 6.3 Medializace kampaně Česko proti chudobě od června do září 2005 | 42 |
| 7 MÉDIA JAKO PODPŮRNÝ NÁSTROJ ROZVOJOVÉ SPOLUPRÁCE | 46 |
| 8 DISKUZE A VÝSLEDKY PRŮZKUMU | 49 |
| 9 ZÁVĚR | 53 |
| 10 SHRNU TÍ | 54 |
| 11 LITERATURA A ZDROJE | 55 |
| Přílohy | 60 |

Seznam zkratk

| | |
|---------|--|
| ALASEI | Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información |
| AFP | Agence France-Presse |
| AP | Associated Press |
| ATV | Africans Together Vision |
| BBC | British Broadcasting Corporation/Britská vysílací společnost |
| BDG | Běloruskaja dělovaja gazeta |
| CNN | Cable News Network |
| ČČK | Český červený kříž |
| ČRo | Český rozhlas |
| ČT | Česká televize |
| ČTK | Česká tisková kancelář |
| ČvT | Člověk v tísni |
| DPI | Department of Public Information/Úřad pro veřejné informace |
| EU | Evropská unie |
| FF UP | Filozofická fakulta Univerzity Palackého |
| FSV UK | Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy |
| HDP | hrubý domácí produkt |
| IPS | Inter Press Service |
| KSČM | Komunistická strana Čech a Moravy |
| LN | Lidové noviny |
| MEPI | Middle East Partnership Initiative/Středovýchodní partnerská iniciativa |
| MF DNES | Mladá fronta DNES |
| MZV ČR | Ministerstvo zahraničních věcí České republiky |
| NGO | non-governmental organisation/nevládní organizace |
| OECD | Organisation for Economic Co-operation and Development/Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj |
| OGP | Občedinennaja graždanskaja Partija/Sjednocená občanská strana |
| OMON | Otrjad milicii osobogo naznačenija/Policejní oddíl zvláštního nasazení |
| OSN | Organizace spojených národů |
| Pacnews | Pacific News Service |
| UNHCR | United Nations High Commissioner for Refugees/Úřad Vysokého komisaře pro uprchlíky |
| UNICEF | United Nations Children's Fund/Dětský fond Organizace spojených národů |
| UPI | United Press International |
| USD | americký dolar |

1 ÚVOD

Moderní masmédiá mají dnes ve společnosti pozici nezastupitelného fenoménu. Co není v médiích, jako by neexistovalo, říká se. Sdělovací prostředky nás informují o dění ve světě a svým subjektivním výběrem témat nám podávají poněkud zkreslený obraz světa, který však přijímáme, aniž bychom si to uvědomovali. Sdělovací prostředky podstatným způsobem ovlivňují společenské vědomí a informovanost veřejnosti, dokonce jsou toho spolutvůrcem. Proto nepochybně záleží na obsahu sdělení médií.

Moc médií a jejich vliv na chování lidí je pro mě již delší dobu lákavým tématem. Ve spojení s rozvojovou problematikou nabývá dalších velmi zajímavých rozměrů, které jsem se rozhodla zpracovat ve své bakalářské práci.

Vedle různých projektů v málo rozvinutých zemích v rámci zahraniční rozvojové spolupráce, které pomáhají lidem přímo na místě, pokládám za důležité zaměřit se i na tuzemskou společnost a zvyšovat povědomí české veřejnosti o problematice rozvojové spolupráce.

2 CÍL PRÁCE

Cílem této práce je nastínit, jak média (zvláště tištěná) v České republice pracují s tematikou rozvoje a rozvojových zemí a zda podávají recipientům kvalitní obraz této problematiky. Na základě mediálních analýz docházím k závěru, že české sdělovací prostředky se rozvojové problematice věnují pouze okrajově a jen v souvislosti s určitou nepřehlédnutelnou událostí. Příliš tak neusnadňují úsilí vládních i nevládních institucí, které se zabývají rozvojovou spoluprací. Pokud by se média problematice rozvoje více otevřela, mohla by mít kromě notoricky známé funkce „hlídacího psa demokracie“ ještě význam podpůrného nástroje rozvojové spolupráce. Jinými slovy: rozvojová spolupráce bez adekvátní medializace je pro mnohé jen mlhavým pojmem a dobrý způsob, jak tuto oblast zviditelnit, je právě prostřednictvím sdělovacích prostředků.

Pokud se masmédia budou věnovat rozvojovým zemím a rozvojové problematice obecně ve větší míře a kontinuálně, povede to k lepší informovanosti veřejnosti. Dostatečné povědomí o tematice rozvoje je podmínkou toho, aby lidé pochopili význam rozvojové spolupráce a případně se v této oblasti aktivně zapojili.

3 METODY ZPRACOVÁNÍ

Má bakalářská práce vznikla především na principu sběru a analýzy dat a informací z tištěné literatury i internetových zdrojů, hlavní metody při zpracování bakalářské práce tak byly rešeršně-kompilační.

Úvodní část práce, která se zabývá obecnou problematikou fungování médií a jejich vlivem na společnost, je založena na rešerši literatury teoretiků médií a masové komunikace, jako je Michael Kunczik (profesor publicistiky na univerzitě Jana Gutenberga v Mohuči), Stephan Ruß-Mohl (profesor žurnalistiky a managementu médií na univerzitě v Luganu), z českého prostředí Jan Jiráček, který působí na Institutu komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK, a další.

Při zpracovávání tématu informací o rozvojových zemích a rozvojové problematice v českých médiích jsem kromě výše jmenovaných monografií pracovala hlavně s internetovými zdroji. Využívala jsem informace organizace Reporters sans frontières, světových zpravodajských agentur, jako jsou Reuters, Associated Press nebo Agence France Press. Další významné zdroje pro mě představovaly webové stránky českých médií a o českých médiích, tedy servery zabývající se mediální analýzou. Mnoho podnětů jsem čerpala ze serveru, který spravuje Katedra žurnalistiky Institutu komunikačních studií a žurnalistiky na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy ve spolupráci s Centrem pro média. Na těchto webových stránkách se objevuje mnoho odkazů na relevantní články s tematikou médií.

Z osobního pobytu Běloruska, které jsem navštívila v listopadu 2006 v rámci Zimní školy Masarykovy univerzity zaměřené na podporu běloruských disidentů, jsem si přivezla mnoho cenných poznatků o místní manipulaci médií a naopak represi snah o nezávislou žurnalistiku. Proto jsem do kapitoly Mediální situace ve světě zařadila rozhovor s nezávislou novinářkou Katsiarynou Tkachenko.

Další část práce se skládá z přepracování mediálních analýz, které vytvořila společnost Newton IT a uveřejnila na svých internetových stránkách. Server čerpá informace z největší české mediální databáze a kontinuálně analyzuje témata v hlavních zpravodajských a publicistických pořadech televizních a rozhlasových stanic, v tištěných periodikách i na vybraných internetových serverech. Z nabídky témat občanského sektoru jsem si vybrala medializaci největší rozvojové a humanitární organizace ve střední Evropě – Člověka v tísní. Na tomto serveru jsou k dispozici i grafická zpracování jednotlivých analýz.

Dotazník měl za úkol zjistit míru informovanosti veřejnosti o rozvojových zemích a rozvojové problematice obecně. S jeho vytvářením mi pomohly odborné konzultace se sociologem PhDr. Františkem Znebejánkem, Ph.D. Výzkum pomocí dotazníků jsem prováděla v únoru tohoto roku. Na dotazník odpovědělo 39 respondentů převážně mladší věkové kategorie (věkový průměr byl 24 let). Dotazovaní pocházeli z různých částí České republiky.

V práci jsou zahrnuty také poznatky ze semináře Média a rozvoj, který pořádala Ekumenická akademie Praha ve spolupráci s Českou asociací pro Fair Trade, s Work and Economy Research Network, s časopisem Entwicklungspolitik a spolu s Informačním centrem OSN v Praze ve dnech 3. – 4. listopadu 2005.

V poslední řadě jsem načerpala informace a zkušenosti z mého souběžného studia České filologie se zaměřením na editorskou práci ve sdělovacích prostředcích na Filozofické fakultě UP v Olomouci a ze spolupráce s informačním serverem Rozvojovka společnosti Člověk v tísni, což je projekt zaměřený na zvyšování obecného povědomí české veřejnosti o rozvojové problematice.

4 MÉDIA JAKO SPOLEČENSKÝ FENOMÉN

Lidské bytosti žijí odjakživa ve světě komunikace, ale my žijeme ve světě mediální komunikace, v němž můžeme překonávat velké vzdálenosti, cestovat napříč zeměmi, a přitom zůstat v pohodlí našeho obývacího pokoje. Můžete „vidět“, co se děje na druhé straně Zeměkoule či ve vesmíru, nebo dokonce v nám neznámých čtvrtích našeho vlastního města. Můžeme si znovu vytvořit občanskou válku nebo zobrazit život po jaderném holocaustu. Můžeme zprostředkovaně prožít obrovské utrpení i velikou radost. A můžeme slyšet zvuky jiných kultur a vnímat, jak se různí lidé zmocňují světa. Je nám dopřáno odhalit, že jiní lidé žijí na světě úplně jinak než my. Můžeme se dovědět, že ne každý žije ve světě mediální komunikace a že ne každý, kdo do něj patří, v něm žije stejným způsobem.

(Grossberg, Wartella, Whitney, 1998)

Média neodmyslitelně patří k životu společnosti. Skrze ně probíhá výměna informací a symbolických obsahů. V moderních společnostech se význam uskutečňování těchto snah stále zvyšuje. Sdělovací prostředky tak hrají čím dál důležitější roli. „Získávat poznatky o společnosti znamená stále více získávat poznatky z médií. Obohacovat se prožitky znamená stále více se obohacovat prožitky z médií. Obávat se nekontrolovatelné moci znamená stále více se obávat moci médií. Vkládat naděje do možnosti prosadit novou myšlenku znamená stále více vkládat naděje do médií.“ (Burton, Jiráček, 2001)

Mnoho odborníků i laiků se shodne na tom, že média mají moc. Ale jaké povahy tato moc vlastně je? Nesporně se skrze sdělovací prostředky šíří a upevňují sociální normy a hodnoty. Média dokážou formovat jakýsi obraz o světě, který pak jedinec přijímá. Jsou zdrojem myšlenek a názorů, které se k němu dostávají. Lidé mají tendenci tomu, co se dozvídají z médií, bezmezně věřit, a to zvláště od té doby, co na přelomu 80. a 90. let CNN zavedla nepřetržitě čtyřicetihodinové zpravodajství a informování „živě“ z místa. I Kunczik, 1995 uvádí, že recipient považuje zprávy za zaručené svědectví o skutečném dění. Představy lidí o realitě jsou tak rozhodujícím způsobem určovány selektivními kritérii jediné profesní skupiny, a to žurnalisty. „Mediální realita znamená onen obraz světa, který pro recipienta vznikl na základě kritérií žurnalistického výběru zpráv.“ (Kunczik, 1995)

Moc médií je opravdu fascinující, a přitom je zvláštní, jak často si ji připouštíme a připomínáme jen zpětně – z příkladů z minulosti. Teprve s odstupem uvažujeme o tom, jakou moc měla česká tištěná média při posilování národního uvědomování během 19.

století nebo jak ovlivnilo válečné zpravodajství veřejné mínění v USA za války ve Vietnamu.

Mezi nejdůležitější funkce sdělovacích prostředků odborníci na média a masovou komunikaci zpravidla řadí:

1. Informování: média by nám měla přinášet informace, které potřebujeme k běžnému životu a informovat nás o aktuálních událostech doma i v zahraničí.

2. Formulování a zveřejňování: média prezentují určité problémy a věcné obsahy, které se tak stávají věcí veřejnou a občany kontrolovatelnou. Tady přichází na řadu ono známé přirovnání sdělovacích prostředků k „hlídacímu psu demokracie“.

3. Agenda setting, tzn. soustředování pozornosti veřejnosti na jeden problém: „Masová média soustřeďují naši pozornost na několik málo témat a událostí, které se ocitají ve světle zájmu veřejnosti.“ (Ruß-Mohl, Bakičová, 2005). Je pak pouze několik témat, která mají tendenci vytlačit všechna ostatní ze společenské agendy. Takovéto agenda setting ovlivňuje průběh veřejného života. „Když jsou média plná článků o kulhavce a slintavce, těžko se může předseda vlády k tomuto tématu nevyjádřit – místo toho, aby se raději věnoval pro společnosti důležitějším a dlouhodobějším tématům, jako je reforma důchodového zabezpečení, zdravotnictví nebo školství.“ (Ruß-Mohl, Bakičová, 2005)

Jistým problémem je, že média produkují velmi podobná sdělení. Pocházejí totiž většinou ze stejných zdrojů (v České republice hlavně z ČTK, dále z hlavních světových agentur AP, Reuters a AFP a někdy také z velkých domácích deníků, např. z MF DNES, jež ale čerpá nezanedbatelnou část informací také z již výše jmenovaných zdrojů). Sdělení, které se rozhodne zveřejnit některé z nejvýznamnějších médií, je pak podle tohoto schématu opakováno v dalších sdělovacích prostředcích. Opakování sdělení se stalo nápadným charakteristickým rysem mediální komunikace. Jaké mohou být jeho důsledky? Jaké účinky pak média mohou mít? „Jedním z možných důsledků, jež má opakování stejného či podobného sdělení na příjemce, je například jeho silící tendence opakujičímu sdělení věřit a brát ho jako samozřejmost.“ (Burton, Jiráček, 2001).

Velmi důležitý pro formování onoho obrazu světa, který přijímá recipient od média, je potom výběr témat, která se v médiích objevují. Jakoby to, o čem se v novinách nepíše nebo v televizi nemluví, ani neexistovalo. S tím souvisí termín „gatekeeping“ (z angl. *gate* = dveře, brána; *to keep* = hlídat, mít pod kontrolou), což znamená vymezování hranic množství informací distribuovaných v procesu masové komunikace (Reifová a kol., 2004) neboli výběr témat shledaných za hodné komunikace (Kunczik, 1995). Gatekeeper, držitel pozice v rámci mediálních organizací, který rozhoduje, jaké události stojí za to zveřejnit a

keré ne, „se tak účastní na formování společenských a světonázorových postojů recipientů“. (Kunczik, 1995). Každé takové rozhodnutí o zveřejnění jistého tématu vede zákonitě k tomu, že jiné téma je odsouváno do pozadí. A podle jakých kritérií jsou informace selektovány? Na prvním místě stojí publikum, které musí být uspokojeno. Na spokojenost publika pak přímo navazuje uspokojení inzerentů.

Co si recipient žádá, jsou aktuální události krátkého trvání, které vystávají z pozadí kontinuálního dění, jsou danému okruhu publika relevantní (zvláště lokální zprávy) a mohou být uveřejněny s minimálním zpožděním. Snadno se pak přehlížejí události, které jsou svým charakterem velmi závažné, ale kvůli své „dlouhé životnosti“ (Kunczik, 1995) stojí mimo zájem sdělovacích prostředků. V popředí jejich zájmu totiž vždy stojí něco marketingově atraktivního, co se dá dobře prodat, co potěší příjemce a reklamní inzerenty. „Když se nás děti zeptají: ‚Co jste dělali proti genocidě ve Rwandě?‘, řekneme: ‚Zabývali jsme se monackou princeznou Stephanií...‘“, zamýšlí se Ignacio Ramonet. (Ramonet, 2003)

Témata s „dlouhou životností“ jsou pro média zajímavé až v případě, že se z nich stanou neobvyklé události (např. rasové vztahy při nepokojích atd.) nebo když jsou shrnuty v jednu událost (např. výroční zpráva atd.). Šanci na zveřejnění tak má každý odklon od normy, cokoli neobyčejné, co budí pozornost lidí. To, že se reportéři ve zpravodajství nevěnují dostatečně strukturním souvislostem a komplexním motivům jednání, odůvodňují většinou tím, že nemají čas tyto fenomény odhalit. „Zprávy rozšiřované masovými médii se díky současným podmínkám opatřování informací vyznačují tím, že podávají zkreslený obraz o společnosti domácí i zahraniční.“ (Kunczik, 1995)

4.1 Mediální situace ve světě

Jak píše Žantovský, stav médií a žurnalistiky obecně bývá obvykle přesným a spolehlivým indikátorem stavu společnosti a politiky, která jí dominuje. Svoboda tisku a slova, ideál žurnalistické práce, stále není samozřejmostí všude na světě. V totalitních státech jsou média kontrolována vládou a opozice k nim nemá žádný přístup. Vládnoucí subjekt určuje směřování státu, média tuto orientaci více či méně intenzivně vštěpují do společenského vědomí a represivní složky vynucují její plnění, a to například perzekuováním pokusů o distribuci opozičního tisku. „Ve státě, jemuž vládne jediný – a pod hrozbou sankcí nezpochybnitelný – ideologický nebo politicko-ekonomický názor, jsou média hlásnou troubou na šíření pokynů z mocenského ústředí.“ (Žantovský, 2004)

Organizace Reporters sans frontières každoročně sestavuje na základě poznatků 130 svých korespondentů po celém světě žebříček států podle míry svobody tisku.¹ Při tvorbě žebříčku se hodnotí postihy novinářů a médií, kteří se neztotožňují s vládní politikou dané země, přímé útoky na novináře a posuzují se i místní sídla médií. K sestavování tohoto žebříčku se objevují výhrady. (Například reportérka Respektu Kateřina Mahdalová narazila na problémy, když se snažila zjistit, jak organizace RSF postupovala při hodnocení svobody tisku a slova v České republice v roce 2005. Ukázalo se, že pozice Česka v žebříčku se odvíjí pouze od dvou dotazníků. Jméno jednoho z respondentů je tajné. Reportérka Mahdalová také zjistila, že v dotazníku jednoho z respondentů nejsou zaznamenány zdaleka všechny spory mezi politiky a novináři, které se v České republice daný rok odehrály.) (Mahdalová, 2006) Přesto umístění na spodních pozicích žebříčku svobody slova a tisku v dané zemi mnohé vypovídá.

Na prvních místech se pravidelně umísťují severoevropské státy jako Dánsko, Finsko, Norsko a Island, ty bývají následovány zeměmi západní a střední Evropy. Opačná situace panuje ve východní a Střední Asii a na Středním východě. Zemí s nejméně svobodnými médii je už několik let po sobě (2002 – 2006) Severní Korea. Na nejnižších hodnocení v rámci žebříčku se dále pravidelně objevují Kuba, Eritrea, Čína, Barma, Turkmenistán nebo Laos. V těchto zemích nejsou povolena soukromá média, svoboda vyjádření zde zkrátka neexistuje a novináři, kteří neplní požadavky vládní propagandy podle jejích představ, jsou nezdědka vězněni.

¹ První místo v žebříčku znamená největší svoboda slova a tisku, poslední místo v žebříčku rovná se nejmenší svobodě slova a tisku. Dostupné z: http://www.rsf.org/rubrique.php3?id_rubrique=639

Skutečností je, že stále více rozvojových zemí se umísťuje v žebříčku RSF na velmi dobrých pozicích: v roce 2006 obsadila Bolívie 16. místo a tamní míra svobody tisku se dostala na úroveň rakouské a kanadské, 19. skončila Bosna a Hercegovina, která se od konce války na Balkáně posunuje v žebříčku stále výš. Na 23. místě se umístil Benin, následován Namíbií (26. pozice) a Mauriciem (32.). Velké pokroky v demokratizaci mediální scény udělaly také některé země, které získaly nezávislost po pádu komunistického režimu v 90. letech 20. století (6. Estonsko, 10. Slovinsko a Lotyšsko, Litva atd.).

Žebříček také popírá častý názor představitelů chudých zemí, že ekonomický růst je podstatným předpokladem demokracie a respektování lidských práv. Mezi prvními padesáti místy se umístilo i několik zemí, jejichž HDP na hlavu nepřesáhl v roce 2005 1 000 USD (23. Benin, 34. Ghana, 35. Malí a 45. Mozambik).

Vraťme se však k porušování svobody slova a tisku ve světě na příkladech Běloruska, Ruska a Číny.

4.1.1 Bělorusko²

Ještě na počátku tohoto tisíciletí v Bělorusku existovala svoboda tisku a slova. Mediální scéna v té době ještě nebyla rozdělena na nezávislé a státní sdělovací prostředky a tituly, které jsou dnes označovány jako opoziční, bylo možné tisknout a distribuovat po celém Bělorusku. Určitá zpřísnění a omezení se objevila vždy jen v období voleb. Od roku 2004, kdy se prezidentem stal Alexandr Lukašenko, se však situace svobodných běloruských médií zhoršuje. Ministerstvo spravedlnosti hromadně odebírá registrace a uděluje pokuty. Novináři jsou zavíráni. Oficiálně zákony v Bělorusku svobodu slova nijak nezakazují, ale existuje řada správních formalit, které nezávislým novinářům jejich práci výrazně ztěžují, a také prezidentské dekrety o diskreditaci Běloruska, které znemožňují publikovat jakékoli texty protirežimního charakteru.

Veškerá prodejní místa spadají pod jednu distribuční firmu Beljasuz Drug, kterou vlastní stát. Nezávislý tisk byl zcela vytlačen z této distribuční sítě a dnes už v Bělorusku není jediná tiskárna, která by nepatřila státu a nezávislé noviny tiskla. Cenzura se v současném Bělorusku (kromě šéfredaktorské kontroly, kdy do svých novin nepustí žádný

² Informace k této kapitole získala autorka práce od nezávislých běloruských žurnalistů během pobytu v Bělorusku v rámci Zimní školy Masarykovy univerzity v listopadu 2006.

nepřijatelný článek) uplatňuje právě přes státem vlastněné tiskárny: určité „závadné“ články zkrátka tiskárna nevytiskne a na papíře pak zůstávají bílá místa.

Nezávislé tiskoviny jako *Naša niva* a *Narodnaja volja* tak vycházejí ve velmi složitých podmínkách: redaktoři píšou pod pseudonymy a za svou práci téměř nedostávají zapláceno, jednotlivá čísla jsou tištěna v tiskárnách v zahraničí (většinou v Rusku³) nebo kopírována a distribuována přímo do schránek zájemců. Žádná státní instituce si nemůže tyto tiskoviny předplatit a oficiální cestou je získávat.

Dalšími nástroji státní kontroly a šikany nezávislých tiskovin jsou správní nařízení jako povinnost organizace být zaregistrovaná (v opačném případě hrozí členům neregistrovaného sdružení odnětí svobody) nebo povinnost mít administrativní adresu organizace. Tato podmínka je pro opoziční média téměř nesplnitelná, protože kancelářské prostory v Bělorusku vlastní převážně stát, který je protivládním organizacím samozřejmě neproradjímá. Ty nastalou situaci řeší tak, že se uchylují do soukromých prostor, kde ve velice stísněných podmínkách a pochopitelně nelegálně produkují nezávislý tisk.

Některé tituly kvůli problémům s tiskem a distribucí ukončily své vydávání a jsou dostupné již jen na internetu. To se týká například titulu *Běloruskaja dělovaja gazeta* (BDG), který po třináctileté existenci přestal vycházet v tištěné podobě v březnu 2006. Webové stránky opozičních titulů však bývají blokovány, a to zejména v období před volbami a během nich jako v březnu 2006.

Oficiálně vycházejí veškeré nezávislé tiskoviny v nákladu 299 ks, reálný náklad se oproti údaji na tiráži liší, např. *Naša niva* je v současné době vydávána v nákladu 2 620 ks.

Rozhovor⁴

Katsiaryna Tkachenko o své práci nezávislé novinářky v současném Bělorusku:

Jak se Vás osobně dotklo Lukašenkovo potírání svobody slova a tisku?

Dřív jsem pracovala v redakci deníku *Běloruskaja dělovaja gazeta*, což bývaly podle mého názoru jedny z nejlepších novin nabízející i investigativní žurnalistiku. V roce 2003 vyšel zákon, podle kterého žádná nezávislá organizace nesmí mít nadále v názvu slovo *běloruský*, a tak se titul přejmenoval na *BDG gazeta*. Následovalo znemožnění distribuce, předplatného a s tím spojené finanční problémy, kvůli kterým deník po třináctileté existenci

³ Např. list *Narodnaja volja*

⁴ Rozhovor veden s autorkou práce během Zimní školy Masarykovy univerzity v prosinci 2006.

přestal v březnu 2006 vycházet. V současnosti existuje pouze v elektronické podobě na internetu.

Jak vypadá Vaše současná pracovní pozice?

Dnes se spolu s dvěma dalšími redaktory podílím na tvorbě internetových stránek Sjednocené občanské strany (OGP), což je jedna z politických stran sdružených v opoziční koalici. Na webu OGP však nejsou pouze informace týkající se politiky, ale i aktuální zpravodajství.

Jaké jsou vaše informační zdroje? Odkud čerpáte informace pro své zpravodajství?

Vlastní korespondenty má server pouze v Minsku. Informace o dění v ostatních regionech získáváme od členů OGP, kteří pracují s lidmi a kteří s nimi mluví o problémech. Také si vyměňujeme informace s jinými opozičními politickými stranami. Další náplň obsahu webu jsou analýzy zpráv, které vydávají oficiální státní zdroje. S těmito analýzami nám pomáhají experti z Národního výboru, což je útvar sdružující odborníky z různých profesí, který založil předseda OGP Anatolij Lebed'ko.

Jak byste charakterizovala současnou nezávislou žurnalistiku v Bělorusku?

Nezávislá novinářina v Bělorusku dnes v podstatě neexistuje. I mezi jednotlivými opozičními novináři najdete velké rozdíly. Někteří se vyhýbají ostrým dotazům na opoziční politiky. Nezávislá média také často straní určitým politikům, patrné je to na příkladu týdeníku Naší nivy, který viditelně upřednostňuje Lukašenkova protikandidáta na post prezidenta v březnových volbách Aljaksandra Milinkieviče. Problém také je, že na určitá diskutabilní témata, jako je např. budoucnost dotování ruské ropy do Běloruska, neexistují žádné statistiky, které by mohly opoziční sdělovací prostředky zveřejňovat. Na potvrzení svých tvrzení tak opoziční média používají jen komentáře expertů.

4.1.2 Rusko

Rusko si kvůli způsobu vlády prezidenta Putina vysloužilo přívlastek „řízená demokracie“. Na politickou situaci přímo navazuje stav sdělovacích prostředků, a proto mají ruská média ke svobodě tisku a slova daleko. Jeden příklad za všechny: podle Igora Jakowenka ze Syndikátu ruských novinářů je devadesát procent zpravodajství státní televize věnováno prezidentovi Ruské federace Vladimíru Putinovi. Moc, kterou má Putin

nad ruskými médii, lze demonstrovat i na případě soukromé televize NTV, z jejíhož programu se vytrhaly pořady kritizující Kreml, poté, co ji převzal Gazprom⁵. (Karlík, 2006) Na již zmiňovaném žebříčku svobody tisku a slova organizace RSF koneckonců obsadilo Rusko až 147. pozici, tzn. dvacet příček od konce.

Diskuze o stavu médií v Rusku se v minulosti rozbíhala už několikrát, například v roce 2000 po ztroskotání ruské ponorky Kursk nebo v roce 2002 při atentátu čečenských teroristů v Moskvě. Znovu se o ruské mediální situaci debatovalo v souvislosti s vraždou známé a považované novinářky Anny Politkovské v říjnu 2006. Mnozí přičítají smrt ruské reportérky účasti Kremlu a prezidenta Putina. Politkovská není jediná, kdo byl v Rusku zavražděn kvůli své novinářské práci - v roce 2006 to byli spolu s Politkovskou dva další pracovníci médií. Počet zavražděných reportérů v Rusku tak stoupl už na jedenadvacet od chvíle, kdy nastoupil Putin na prezidentský post.

Mnoho dalších ruských novinářů je fyzicky napadáno, vězněno nebo jinak perzekvováno. Vloni v květnu například proběhla médii zpráva o stíhání novináře Vladimira Rachmaňkova za satirický článek *Putin jako falický symbol Ruska*, ve kterém nepřímo zesměšňuje prezidenta Putina. (Procházková, 2006) Méně úsměvný je případ moskevského novináře Borise Stomakina, který byl v listopadu 2006 odsouzen k odnětí svobody na pět let za články o čečenském konfliktu, jež publikoval v měsíčníku *Radikalnaja politika*. (Levitov, 2006)

4.1.3 Čína

Role médií se v Čínské lidové republice tradičně definuje jako „hlas“ komunistické strany. (Hála, 2006) Také v Číně je běžné věznění nezávislých novinářů, kteří podle místních soudů svými články „rozvracejí stát“ nebo „ohrožují bezpečnost“⁶. K tomu údajně stačí kritizovat brutální zásah vlády proti studentské demonstraci na náměstí Tchien-an-men v roce 1989.

Kromě toho je Čína nechvalně proslulá zejména cenzurou obsahu internetu. Vstříc jí vycházejí se svými technologiemi západní firmy a přizpůsobují je čínské cenzuře. Světové

⁵ Státní ropná a plynářská společnost, označována za ruský plynářský monopol

⁶ O případě nezávislého novináře Jang Tchien-šuej, který byl odsouzen k dvanácti letům vězení za to, že uveřejňoval články na zahraničních webových stránkách, se lze dočíst na http://zpravy.idnes.cz/cinsky-novinar-dostal-12-let-za-clanky-pro-opozici-f70-/zahranicni.asp?c=A060517_073159_zahranicni_cen nebo na http://archive.ceskamedia.cz/article.html?id=166471_nw_M&qqq=Čínský%20novinář%20odsouzen%20k%2012%20letům%20vězení%20za%20rozvracení%20státu

firmy Microsoft, Yahoo! nebo Google pomáhají čínské komunistické vládě blokovat přístup na internetové stránky, které obsahují politicky citlivé informace jako například zmínky o již zmíněném masakru v roce 1989 nebo kritiku čínské vlády. Čínské blogy spravované Microsoftem neumožňují používání výrazů „demokracie“ nebo „lidská práva“. Google v čínské verzi nevyhledá „citlivá“ slova jako Falunkung⁷, Tchaj-wan nebo dalajláma. Filtry, které zachytávají „nepovolený obsah“ na internetu, Číně dodala americká firma Cisco Systems. Zařízení francouzské firmy Thales zase ruší vysílací frekvence Rádia Svobodná Asie. (Hála, 2006)

Na žebříčku svobody slova a tisku patří Číně šestá nejhorší pozice. S blížící se olympiádou v Pekingu v roce 2008 však sílí i tlak na Čínu ze zahraničí, aby povolila přísná opatření vůči zahraničním novinářům. Drobné ústupky Čína přece jenom dělá. Zavázala se, že povolí zahraničním reportérům cestovat a podávat informace z většiny čínského území s větší volností. Uvolněná pravidla však nemají mít dlouhého trvání - vyprší 17. října 2008 po konci voleb. (China Radio International, 2006)

Na přímou korelaci mezi nesvobodou tisku a negativními společenskými jevy, jako je chudoba, poukazoval už indický ekonom a nositel Nobelovy ceny Amartya Sen. (Wikipedia, 2007) V souladu s touto tezí i poslanec botswanského parlamentu Botsalo Ntuane tvrdí, že společnosti, kde jsou svobodná média a volný tok informací, mají menší sklony k chudobě, hladomoru a občanským nepokojům. Ntuane srovnává státy jako Somálsko nebo Etiopie na jedné straně a Botswanu nebo Indii na straně druhé. Všechny tyto země mají pravidelně velké problémy se sezónními nepříznivými klimatickými podmínkami, jako je sucho. Svobodná a fungující média však později jmenovaným zemím pomáhají nepříznivé přírodní podmínky snadněji překonat. (Tshireletso, 2006) Média totiž daný problém formulují a informují o doporučeních a možnostech jeho řešení.

⁷ tj. perzekvované duchovní hnutí v Číně

5 PROBLÉM INFORMOVANOSTI O ROZVOJOVÝCH ZEMÍCH

Informace o rozvojových zemích a problematice rozvoje můžeme čerpat ze tří zdrojových oblastí: ze zpráv světových agentur, od reportérů domácích médií, kteří pracují v zahraničí, a z místních sdělovacích prostředků dané rozvojové země.

5.1 Světové agentury

Jakými kanály mezinárodního komunikačního systému jsou světové zpravodajské agentury. Jejich pobočky rozmístěné po celém světě vyrábějí a distribuují informace z nejrůznějších koutů zeměkoule. Ty se pak stávají obchodní komoditou mezi agenturami a jejich zákazníky (noviny, rozhlas, televize, místní národní agentury).

V globálním zpravodajském systému panuje silná hierarchie. V současné době světové informační toky ovládají tři největší zpravodajské agentury: britská Reuters Limited, americká Associated Press a francouzská Agence France-Presse. Do roku 1996 patřila do této elitní skupiny ještě United Press International, ale pak podlehla konkurenčním tlakům. (Trampota, 2006)

Největší zpravodajská agentura Reuters se sídlem v Londýně má asi 15 tisíc zaměstnanců (z toho 2 300 reportérů) v téměř dvě stě pobočkách v 91 zemích světa. Další světovou agenturou je Associated Press se sídlem v New Yorku. Denně přináší informace, fotografie, grafiku, audio a video nahrávky pro více než miliardu lidí na celém světě. V 242 pobočkách AP pracuje okolo 3 700 zaměstnanců. AP distribuuje informace 1 700 periodikům a pěti tisícům rozhlasových a televizních stanic. (Reuters, nedatováno, The Associated Press, 2007)

Třetí největší zpravodajská agentura Agence France-Presse sídlí v Paříži (pokrytí Evropy a Afriky) a další regionální centra má pro oblast Severní Ameriky ve Washingtonu, pro asijsko-pacifické území v Hong Kongu, pro pokrytí Blízkého východu v Nikósii a v Montevideu pro Latinskou Ameriku. Celkem zřídila AFP pobočky ve sto deseti zemích a denní v dalších padesáti státech pro AFP sledují místní korespondenti. (AFP, 2007)

Tyto největší zpravodajské agentury ovládají naprostou většinu mezinárodních informačních toků (odhady hovoří až o 80 % globálního zpravodajského trhu) (Kunczik,

1995). Jako představitelé angloamerické kultury tak šíří určité hodnoty a perspektivy pohledu na světové události, které jsou spjaté s touto kulturou (Trampota, 2006).

„Dominance několika málo mocných mediálních aliancí v poskytování mezinárodních zpravodajských produktů znamená, že jsou zahraniční zprávy z většiny zemí světa určovány a prezentovány s téměř jednotnou editační perspektivou omezeného množství zpravodajských pracovníků ze svým způsobem homogenního kulturního prostředí, zpravodajských pracovníků několika málo podobných a často propojených angloamerických zpravodajských organizací.“ (Trampota, 2006)

Výběr témat zpravodajství, které agentury přinášejí, a oblastí, které pokrývají svými zaměstnanci, závisí na tom, kdo od nich informace přejímá. S odběrateli informací se mění i obsah informací. Ukažme si to na příkladu agentury Reuters. V roce 1918 tvořili největší podíl příjmů agentury klienti ve Velké Británii (18,6 %), v Indii (13,2 %) a v dalších částech Evropy (11,9 %). V roce 1978 se příjmy od klientů z Velké Británie a Evropy zvýšily celkem na 59 % (Trampota, 2006). Na základě sledování vývoje příjmů a zároveň důležitosti oblastí zákazníků agentury Reuters během 20. století tak můžeme určit následující trendy:

- Evropa je pro agenturu dnes mnohem důležitější než před druhou světovou válkou;
- význam Blízkého východu a Afriky naopak klesl;
- Asie nejvíce odebírala služby Reuters mezi lety 1979 – 1995, dnes je jako zdroj příjmů méně důležitá než před válkou;
- velký podíl finančních prostředků z oblasti Severní Ameriky získávala Reuters v polovině 90. let 20. století; podíl tohoto regionu za posledních dvacet let však poklesl. (Trampota, 2006)

Pro agentury AP a AFP jsou z hlediska proporce klientů nejdůležitější jejich domácí trhy: USA, resp. Francie. Zahraniční příjmy AP vzrostly výrazněji v poválečném období. Francouzská AFP měla silné postavení u klientů v Jižní Americe.

Podle odhadů rozvojové země dostávají asi 80 % zpráv z Londýna, Paříže a New Yorku (Kunczik, 1995). „V praxi to může vypadat takto: zprávy – dejme tomu o Ghaně - jdou nejdříve do Londýna a teprve potom jsou nasměřovány k africkému sousedovi Ghany, do Nigérie, přičemž tyto zprávy vybírají západní žurnalisté (Reddi, 1981). Podobně Malajsie, blízký soused Vietnamu, dostávala zprávy o vietnamské válce z Londýna a New Yorku (viz např. Pool, 1973). Bangladéš ještě v dubnu 1981 získával více informací o Indii

o agentury Reuters než od indické zpravodajské agentury, se kterou má Bangladéš dohodu o zpravodajské výměně.“ (Kunczik, 1995)

Kunczik udává na základě několika studií další čísla: 80 % zahraničních zpráv v Latinské Americe pochází od AP a UPI, více než 75 % publikovaných zpráv o třetím světě v jihovýchodní Asii přichází od nadnárodních agentur, i když podobné informace nabízejí i místní agentury, pouze asi 16 % veškerého zahraničního zpravodajství v nigerijských denících tvoří zprávy o Africe. Čím je tato drtivá převaha agenturního zpravodajství v rozvojových zemích způsobena? Je to zřejmě tím, že příslušný gatekeeper (v tomto případě redaktori novin a rozhlasových nebo televizních stanic, které využívají služeb velkých agentur) upřednostňuje nadnárodní agentury kvůli jejich větší rychlosti, profesionalitě a kvalitě. „Autoritativnost agentur zjevně ovlivňuje všeobecně výběr a zpracování mezinárodních informací.“ (Kunczik, 1995)

Nedostatečný horizontální komunikační tok mezi rozvojovými zeměmi může být vážným problémem. Agentury totiž vybírají zprávy podle jejich důležitosti pro příjemce v rozvinutých zemích, a tak se může stát, že informaci, která má pro rozvojovou zemi velký význam (např. inovace, zkušenosti z jiných rozvojových zemí), západní novináři pokládají za nedůležitou a nezveřejní ji.

Rozpočet zpravodajských agentur v některých rozvojových zemích se zdaleka nemůže vyrovnat rozpočtům, se kterým pracují velké mezinárodní agentury. Funkci gatekeepera pak zákonitě vykonávají mezinárodní agentury a národní agentury mnoha rozvojových zemí mají jen velice omezené možnosti vylíčit svou vlastní situaci nebo ovlivnit reportáže o vlastní zemi.

Při výběru zpráv světových agentur ze zemí třetí světa se navíc uplatňují nevhodná kritéria. Ty jsou totiž odvozeny od zcela odlišného společensko-kulturního prostředí a neodpovídají místním podmínkám. Obraz rozvojových zemí, které podávají světové agentury, je pak poněkud zkreslující: třetí svět je spojován převážně s několika tématy krátkodobého charakteru, jako jsou ozbrojené konflikty, puče, hladomory či přírodní katastrofy. Zcela opomíjeny jsou sociální a kulturní aspekty života lidí v rozvojovém světě.

Vyhledávaným zdrojem informací z rozvojových zemí jsou pro velké agentury místní elity, u kterých si agentury slibují nepřetržitý tok informací. V důsledku toho však jsou politické události prezentovány prostřednictvím akcí vlivných jednotlivců z městského a elitářského pohledu a často pak scházejí pohledy z jiných stran. Z některých studií (Sobhan, 1981) je patrné, že informování o venkovských oblastech je co do kvantity prakticky bezvýznamné.

Vše samozřejmě souvisí s obchodem a tržními tlaky. Čím důležitějším obchodním partnerem je pro průmyslový stát určitá země rozvojového světa, tím bohatší zpravodajství o této zemi bude přinášet. Vedle ekonomického významu hrají velkou roli při selekci informací také politické vztahy a kulturní příbuznost vycházející z historie.

V posledních letech se však objevuje tendence hledání alternativních zdrojů zpráv a regionalizace služeb nadnárodních agentur. Roste také význam národních zpravodajských agentur v rozvojových zemích.

Kunczik píše, že někteří teoretici masové komunikace zastávají navíc názor, že převaha informací mezinárodních zpravodajských agentur v médiích rozvojových zemí není veskrze negativní jev. V kontextu teorií modernizace se pak taková společnost stává vnímavou nejen k místním, ale i k mezinárodním zprávám. Masmédia rozšiřují lidem rozhled a vychovávají moderní osobnosti, což je podle teoretiků modernizace nezbytnou podmínkou pro přechod od tradiční společnosti k moderní. (Kunczik, 1995)

5.2 Zahraniční reportéři domácích médií

S ohledem na rozpočet a kapacitní možnosti českých médií je nemožné, aby působili redaktoři z ČR ve všech zemích světa a podávali z nich ucelené zpravodajství. Například Česká televize má stále zahraniční zpravodaje v Berlíně, Bruselu, Moskvě, Washingtonu, Bratislavě, Varšavě, Košicích a Pekingu⁸. Pobočky České tiskové kanceláře najdeme v těchto městech: Bratislava, Košice, Banská Bystrica, Žilina, Moskva, Londýn, New York, Paříž, Varšava, Brusel, Vídeň, Berlín (ČTK, 2007). Tedy v žádné africké, jihovýchodoasijské nebo latinskoamerické lokalitě.

Důležitost a atraktivita míst, kam jsou redaktoři vysíláni, přímou úměrou souvisí s tím, které informace jsou nám bližší. Ty, které se nás bezprostředně dotýkají, mají následující parametry:

- Geografická blízkost
- Politická blízkost
- Kulturní blízkost
- Relevance
- Geopolitický status země

⁸ Tuto informace získala autorka práce od vedoucího zahraničního zpravodajství ČT Michala Kubala emailem 22. 1. 2007.

Zpravodajská hodnota zprávy klesá se zvětšující se vzdáleností mezi místem události a dosahem působnosti média. „Existuje cynické základní pravidlo, které situaci charakterizuje zcela přesně – pro jednu berlínskou redakci platí následující ‚srovnání‘: 100 mrtvých v Indii = 10 mrtvých v Mnichově = 1 mrtvý na Kurfürsterdamm.“ (Ruß-Mohl, Bakičová, 2005)

Hodnota zprávy závisí dále na politických, ekonomických, jazykových, náboženských, literárních a vědeckých vazbách k zemi, ve které se událost stala. Zprávy z USA nebo Německa mají v českých médiích většinou větší zpravodajskou hodnotu než zprávy ze sousedního Polska nebo jakékoli jiné země. Naopak mnohem menší zájem mají české sdělovací prostředky o zprávy ze zemí, které tvořily spolu s ČR v minulosti tzv. socialistický blok.

Výše uvedené aspekty důležitosti zpráv neplatí v případech, kdy má zpráva pro příjemce přímo existenciální význam, např. informace o výbuchu atomového reaktoru v Černobylu a radioaktivním mraku ohrožující celou střední Evropu⁹.

Hodnota zprávy je odvozována také od toho, jakou pozici ve světě a jaký politický význam má místo, kde se událost stala. Zprávy např. o volbách ve světových mocnostech jsou pro české redaktory a publikum důležitější a atraktivnější než volební zpravodajství z Litvy nebo Kamerunu.

Ve většině případů (když redakce nemá svého zpravodaje v zahraničí) tuzemská média přejímají informace z velkých světových agentur. Problém je, že domácí centrála často zcela důvěřuje agenturnímu zpravodajství. Z časových důvodů a vzhledem k úrovni a dostupnosti mnohých místních médií si redaktor získané informace neověřuje a nekonfrontuje se zdroji pocházejícími z rozvojových zemí. Objevil se však již ne jeden případ, kdy se informace o též události od místních redaktorů výrazně lišily od agenturních zpráv¹⁰.

Zahraniční korespondenti si stěžují, že témata, která navrhují, jsou centrální redakci předem odmítána. Akceptuje je teprve tehdy, když odpovídající zprávy předkládají i tiskové agentury. „Jeden korespondent z Afriky poukazuje na to, že jeho kolegové se vzpírají, když chce poukázat na hladovějící děti – to je přece záležitost stará už celá desetiletí. Tématem

⁹ V té době však v zemích socialistického bloku existovala nesvobodná média kontrolovaná ústřední komunistickou mocí, a proto nereagovala na černobylskou katastrofu tak rychle a náležitě, jak by tomu bylo pravděpodobně dnes.

¹⁰ Například o tom, jak mylně informovala americká média o dění ve Venezuele, se lze dočíst v článku zpravodaje televize BBC a deníku The Guardian ve Venezuele Grega Palasta z srpna 2004. Dostupné z: <http://www.gregpalast.com/dick-chene-y-hugo-chavez-and-bill-clintons-band>. Autorku práce na tento případ

se to stane teprve tehdy, když „...se objeví Steffi Grafová a zajímá se o tyto děti.“ (Ruß-Mohl, Bakičová, 2005)

Z toho vyplývá, že běžný občan České republiky je z místních médií informován o dění v rozvojovém světě jen velmi omezeně. Zprávy z té části světa, která nestojí v popředí mediálního zájmu, jsou mu navzdory globalizaci předkládány jen výjimečně a v nedostatečné míře. Jednotlivé rozvojové země, ale i celé regiony jako subsaharská Afrika a Latinská Amerika česká média opomíjí.

Obecně platí nepřímá úměra mezi prodejností titulu a prostoru věnovanému rozvojovým tématům v obsahu novin.¹¹ Nejméně informací o rozvojové problematice se tak objevuje v bulvárních periodikách¹² a komerčních televizních a radiových stanicích. Ve snaze maximalizovat zisk prostřednictvím inzerce bulvární periodika a komerční stanice publikují pouze takové texty, které jim zaručí prodejnost, sledovanost a zájem publika. Takové texty záměrně působí na pudovou stránku člověka a emoce, které jsou součástí osobnosti každého člověka. Spektrum čtenářů bulváru a publika komerčních televizních a radiových stanic je tak velmi široké.

Tato skupina lidí má ráda pocit, že se daný problém týká přímo jich nebo blízkých osob. Chronické problémy obyvatel subsaharské Afriky nebo jihovýchodní Asie jejich city nezasáhnou tolik jako sousedský spor o jabloň, který proběhl ve vedlejší vesnici.

Rysy bulvarizace však jsou stále více patrné i na všeobecných médiích, které se označují jako seriózní, a to v důsledku komercializace mediální oblasti.¹³ Tato média se všemožně snaží vyjít publiku vstříc, protože bojují o jeho přízeň, na kterou jsou pak vázané příjmy z reklamy. Ve výsledku se pak objevují značně odlehčená, nebo dokonce zřetelně bulvární témata, která působí na city a pudy (zločin, násilí, skandály, sex atd.). Roste také podíl zábavní složky. Problematika rozvojových zemí či rozvojových projektů mezi taková atraktivní a zábavná témata působící na lidské emoce nepatří. Všeobecná média se tak této tematice věnují pouze okrajově. (Jílek, 2004)

upozornil šéfredaktor Literárních novin Jakub Patočka na semináři Média a rozvoj, který se konal v Praze 3. – 4. 11. 2005.

¹¹ Vynechán byl na tomto místě rozbor publikací nevládních agentur, které se tematikou rozvoje přímo zabývají, a pozornost věnují všeobecným médiím, tj. médiím, která přinášejí informace „ze všech sfér sociálního, politického, výrobního, obchodního, finančního, kulturního a sportovního dění, z vědy, výchovy a vzdělávání, z veřejné správy, ze zdravotnictví, ze společnosti i z přírody“. (Bartošek, 2004)

¹² tj. neseřízní médium, které přináší neověřené informace, specializuje se pouze na senzace a podává je jednoduchou a zábavnou formou, která nenutí k přemýšlení, ale pouhé konzumaci. (Osvaldová a kol., 2002)

¹³ Jílek, 2004 spojuje označení *komerční* se zájmem o tvorbu zisku na straně vlastníků a jejich závislosti na zadavatelích reklamy.

V případě deníků lze absenci rozvojových témat zčásti omluvit produkčními limity sdělení, a to zejména faktorem času a prostoru. Novináři denně pracují v časové tísní a nemohou se zvolenému tématu věnovat tolik podrobně a analyticky jako jejich kolegové v týdenících či měsíčnících. Dalším trendem, který se objevil v poslední době mezi vydavateli deníků, je snižování výdajů za redakce především v personální oblasti. Nedostatek lidských zdrojů brání kvalitnímu zpravodajství.¹⁴

Jak už bylo uvedeno, deníky publikují především informace, které se svými parametry bezprostředně dotýkají života lidí v České republice. Nejčtenější české deníky čas od času přinášejí články s rozvojovou tematikou. Autory jsou většinou redaktori zahraničních rubrik: v MF DNES především Jan Rybář (připomenout lze například velice informačně bohaté reportáže o životě v Severní Koreji nebo o atmosféře v Bělorusku během prezidentských voleb v březnu 2006), Teodor Marjanovič, Pavel Novotný a Ladislav Kryzánek.

V Lidových novinách se rozvojovým tématům věnuje především Petra Procházková, Tereza Šupová nebo Eduard Freisler.

Také v Hospodářských novinách jsou redaktori, kteří se rozvojové problematice věnují soustavně, a to především Radek Nedvěd, Lucie Beranová, Martin Ehl a Jan Bumba.

Kde si zájemci o rozvojovou oblast mohou přečíst, shlédnout či poslechnout pravidelné pořady, které jsou pro ně relevantní?

V rámci tištěných médií jsou to především týdeníky Respekt a Literární noviny, tedy novinové tituly, které mají úzce zaměřenou cílovou skupinu čtenářů (vyššího vzdělání a společenského zařazení), a proto i nízkou prodejnost. Jak napsal šéfredaktor Sedmé generace Vít Kouřil v jednom ze svých článků, „občansky nejaktivnější a rozvojové myšlenky nejvstřícnější redakce Respektu, Literárních novin nebo Infoservisu Člověka v tísní¹⁵ pak zpravidla přesvědčují přesvědčené“. (Kouřil, 2006)

Zahraniční rubrika Respektu pravidelně analyzuje aktuální situaci v různých rozvojových zemích (např. první lednové číslo roku 2007 přineslo články o aktuálním dění v Somálsku, o situaci v Turkmenistánu po smrti diktátora Nijazova nebo o roztržce mezi Běloruskem a Ruskem kvůli dodávkám ropy a zemního plynu).

¹⁴ Tuto informaci získala autorka práce od novináře a analytika serveru Aktuálně.cz Petra Holuba na přednášce s názvem Úpadek a pád českých médií, která se konala na FF UP 13. 3. 2007.

¹⁵ Projekt Infoservis společnosti Člověk v tísní, který měl za cíl medializovat rozvojová témata a zvýšit povědomí veřejnosti o rozvojové spolupráce, byl již ukončen, na stejném principu dnes existuje projekt Rozvojovka, více viz www.rozvojovka.cz.

Podíváme-li se blíže na audiální¹⁶ a audiovizuální¹⁷ média, nejpodrobněji a nejkompexněji se rozvojové problematice věnují rozhlasové a televizní stanice, které se řadí mezi veřejnoprávní a spektrum jejich publika není tak široké jako u komerčních stanic (Český rozhlas, Česká televize). Česká televize nabízí navíc dvě formy přímé spolupráce s neziskovými organizacemi. Jednak je to mediální partnerství¹⁸, které představuje podporu neziskových kulturních aktivit formou poskytování prostoru pro vysílání nekomerčního spotu v celostátním nebo regionálním vysílání. Dále poskytuje prostor pro vysílání osvětových a sbírkových spotových kampaní¹⁹.

Poměrně velký prostor pro rozvojová témata na veřejnoprávních médiích souvisí se specifickými úkoly veřejné služby, které jsou formulovány v příslušném zákoně. Mezi nároky kladené na veřejnoprávní média totiž mimo jiné patří „služby celospolečenským zájmům a péče o komunikační rovnoprávnost některých menšin (např. národnostních či etnických) nebo podpora kulturního či právního vědomí a vzdělanosti“. (Reifová a kol., 2004)

Svou roli hraje také nepochybně fakt, že tento typ médií je financován jiným způsobem než média komerční. Hlavní zdroj příjmů médií veřejné služby tvoří určitá forma solidární platby, která je vynucována zákonem – tzv. koncesionářské poplatky²⁰. Ostatní příjmy, např. z reklamy, z vlastní hospodářské činnosti nebo z prodeje autorských práv, jsou pouze doplňkové. Že mohou být příjmy z reklamy zákonem významně limitovány, nebo dokonce zcela vyloučeny, bylo možné zaznamenat na počátku tohoto roku na případu omezení reklamního času v České televizi.

Český rozhlas 6 nabízí relaci, která se rozvojovou problematikou přímo zabývá, a to pořad s názvem *Třetí svět*, který je vysílán jednou týdně. Obsahem tohoto čtyřicetiminutového vysílání jsou „příběhy lidí, reportáže, fakta a rozhovory s odborníky o problémech, které trápí třetí svět“²¹. Další součástí pořadu jsou pozvánky na akce nebo výstavy, které se týkají třetího světa, a rady, jak může veřejnosti rozvojovým zemím pomoci. Konkrétně se relace *Třetí svět* věnuje tématům jako adopce z rozvojových zemí a

¹⁶ tj. média, která používají zvukové formy kódu (Jílek, 2004)

¹⁷ tj. média, která užívají kombinace zvukové, obrazové a textové formy kódu (Jílek, 2004)

¹⁸ ČT se stala mediálním partnerem např. romskému festivalu Khamoro 2007, divadelnímu festivalu Mezi ploty 2007, festivalu dokumentárních filmů o lidských právech Jeden svět 2007 aj. (Česká televize, 1996-2007)

¹⁹ Takovými kampaněmi, které ČT podpořila v roce 2007, jsou např. Akce cihla 2007, Dětství bez úrazů, Partnerství pro přírodu aj. (Česká televize, 1996-2007)

²⁰ tj. poplatky za vlastnictví, respektive užívání funkčního přijímače (Reifová a kol., 2004)

²¹ Podle oficiální upoutávky na tento pořad, dostupné z:
http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/porady/_zprava/251795

adopce na dálku (25. 10. 2006), otázce, jak se rozvojové země vyrovnávají se znečištěním životního prostředí (15. 11. 2006) nebo tomu, jak čeští dobrovolníci pomáhají v Libérii, Kosovu, na Ukrajině nebo ve Východním Timoru (6. 12. 2006).²²

Problematikou imigrace a kulturní integrace se zabývá třicetiminutový pořad *Cizinci v Česku*, který běží také jednou týdně. Hosty pořadu jsou lidé nejrůznějších národností, kteří se usadili v Česku a s integrací nebo případnou enkulturací²³ a asimilací²⁴ mají vlastní bohaté zkušenosti.²⁵

Dvacetiminutový pořad *Zaostřeno na lidská práva* sleduje dodržování a stav lidských práv a jejich porušování doma i ve světě. Jednou týdně relace přináší diskuse, rozhovory, portréty a menší příspěvky o lidskoprávních aktivitách, např. o kampani UNICEF (5. 1. 2007), o mediální kampani proti předsudkům společnosti Partners Czech (27. 10. 2006) nebo o síle běloruské opozice (1. 12. 2006).²⁶

Informace o rozvojových zemích přináší Český rozhlas i v rámci jiných pořadů, například v *Zápisníku zahraničních zpravodajů* nebo v relaci *Svět kolem nás* (ČRo 1 – Radiožurnál). Doménou Českého rozhlasu jsou i interview s různými odborníky na rozvojovou problematiku, pracovníky nevládních organizací nebo dobrovolníky, kteří se na některém projektu podílejí (pořady *Nad věci* – ČRo 1, *Jak to vidí* – ČRo 2, *Host Jany Klusákové* – ČRo 1 aj.).

Také v programu České televize lze najít pořady s podobnou tematikou. Jako průvodce světem pozoruhodných kultur a multikulturní společností se označuje relace *Kosmopolis*. Přináší reportáže z důležitých multikulturních akcí, otevírá kontroverzní mezilidská témata a zachycuje život nejrůznějších subkultur. Nepravidelně jsou do vysílání ČT zařazeny různé dokumenty sledující rozvojovou tematiku.

Co se týče multimédií²⁷, bohatě a rozmanitě o rozvojových zemích informuje zvláště internetové periodikum *Aktuálně.cz* nebo server *Hospodářských novin* (*iHNed.cz*).

²² Zvukové záznamy tohoto pořadu si lze poslechnout nebo stáhnout z audioarchívu Českého rozhlasu, dostupné z: http://www.rozhlas.cz/radionapran/archiv/?p_po=3114

²³ tj. proces, během něhož si člověk osvojuje kulturu dané společnosti (Všeobecná encyklopedie ve čtyřech svazcích, 1996)

²⁴ tj. proces včleňování jednoho etnika (kultury) do druhého; jedna skupina zcela ztrácí své určující identifikační charakteristiky, zaniká a její členové se stávají členy přijímající skupiny (Všeobecná encyklopedie ve čtyřech svazcích, 1996)

²⁵ Zvukové záznamy tohoto pořadu si lze poslechnout nebo stáhnout z audioarchívu Českého rozhlasu, dostupné z: http://www.rozhlas.cz/radionapran/archiv/?p_po=1977

²⁶ Zvukové záznamy tohoto pořadu si lze poslechnout nebo stáhnout z audioarchívu Českého rozhlasu, dostupné z: http://www.rozhlas.cz/radionapran/archiv/?p_po=48

²⁷ tj. integrace většího počtu dosud známých médií, tj. tisk, rozhlas, televize, film, zvukové a obrazové záznamy, v jednom uživatelském prostředí. (Osvaldová a kol., 2002)

Zpravodajský server Aktuálně.cz publikuje na rozdíl od dalších zpravodajských webů (např. idnes.cz, lidovky.cz) informace ze zahraničí teritoriálně rozděleny: Evropa, Amerika, Afrika, Blízký východ a Asie a Pacifik. Rozvojovým zemím v Africe a Asii je věnováno výrazně více pozornosti než na ostatních serverech. Na serveru Aktuálně.cz existuje speciální interaktivní mapa, která zobrazuje a popisuje současné problémy Afriky²⁸. Diskutuje se zde o globálních problémech a dostupné jsou i videozprávy z nejrůznějších koutů světa včetně rozvojových zemí.²⁹ V rubrice *Svědectví* jsou publikovány reportáže zpravodajů agentury Reuters z oblastí, které jsou světovými médii jinak často opomíjeny a „které procházejí velkou změnou, nebo se již brzy mohou stát žhavým místem naší planety“. (Aktuálně.cz, 1999–2007)

Podobné teritoriální členění zahraničních zpráv jako server Aktuálně.cz nabízí server Hospodářských novin iHNed.cz. Čtenář si může přečíst články z následujících regionů: Střední Evropa, Evropa, Amerika, Blízký východ, Asie/Pacifik a Afrika. O rozvojovém světě referují články s podnadpisy jako např. *Boj o vliv a investice v Africe*³⁰, *Druhá tvář Afriky*³¹, *Rostoucí vliv Číny*³² nebo *Ohrožená demokracie v jižní Asii*³³. Pravidelnou rubriku *Třetí svět* připravuje každý týden redaktor zahraničního oddělení Hospodářských novin Radek Nedvěd.

5.3 Místní sdělovací prostředky rozvojových zemí

Vývoj tisku na Západě se ubíral jiným směrem než v rozvojových zemích – bývalých koloniích. Tisk ve vyspělých západních zemích se vyvíjel na základě konceptu individuální svobody. Naopak v bývalých koloniálních státech k evoluci tisku docházelo spolu s bojem za národní nezávislost, který razil heslo, že národní jednota je mnohem důležitější než svoboda jednotlivce. (Kunczik, 1995)

²⁸ Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/zahranici/afrika/clanek.phtml?id=110645>, [2007-01-21]

²⁹ V rámci této služby je možné shlédnout videoreportáže např. o Somálsku pod vládou islamistů (dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/zahranici/afrika/media.phtml?id=32326>), o pomoci české nevládní organizace Člověk v tísni namibijským ženám nakaženým virem HIV/AIDS (dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/zahranici/afrika/media.phtml?id=58651>) a o mnohých dalších tématech. [2007-01-21]

³⁰ Článek je dostupný v elektronickém archívu Hospodářských novin: http://ihned.cz/3-20086460-boj+vliv-000000_d-d0

³¹ Článek je dostupný v elektronickém archívu Hospodářských novin: http://ihned.cz/3-20158620-%5C%5C%22druh%E1+tv%E1%F8+afriky%5C%5C%22-000000_d-32

³² Článek je dostupný v elektronickém archívu Hospodářských novin: http://ihned.cz/3-20148080-rostouc%ED+vliv+%E8%EDny-000000_d-30

³³ Článek je dostupný v elektronickém archívu Hospodářských novin: http://ihned.cz/3-20193140-ohro%9Een%E1+demokracie+ji%9En%ED+asii-000000_d-53

Kunczik si myslí, že mnozí žurnalisté v rozvojových zemích jsou spíše loajální doktrináři nežli kritické, zvědavé mediální osobnosti. Mnoho vedoucích novinářských pozic také obsazují lidé, kteří jsou původní profesí úředníci. Například v Africe na konci osmdesátých let „jenom dvě procenta ze stovky osob pracujících v oblasti komunikací tvořili novináři, spisovatelé nebo mediální tvůrci, zbytek tvořili technici, učitelé, úředníci apod.“ (Kunczik, 1995)

Ostrý konflikt mezi nezávislostí žurnalistů na jedné straně a státem kontrolovaným systémem médií na straně druhé existuje v Latinské Americe. Ruótolo ve své analýze, která byla založena na náhodném výběru odpovědí sto osmi žurnalistů z Brazílie, Kolumbie a Kostariky, dochází k závěru, že nezávislost představuje klíčový prvek v představách žurnalistů o své práci, tato nezávislost se však v každodenní práci může uplatnit jen v omezeném rozsahu. (Ruótolo, 1987)

Výsledky několika málo výzkumů, které byly v této oblasti podniknuty, vyznívají následovně: žurnalisté na celém světě jasně dávají přednost svobodnému tisku, a pokud jde o třetí svět, kritizují neuspokojivý přístup ke zdrojům informací a nedostatečný žurnalistický výcvik. (Kunczik, 1995)

Také Bureš, který zkoumal sdělovacích prostředků v arabském světě, upozorňuje na závislost většiny tamních informačních médií na státu a jejich silnou politizaci. „Snaží se spíše loajálně vysvětlovat státní politiku než šířit opoziční názory.“ Bureš vidí problém také v malé důvěryhodnosti a nízké prestiži žurnalistiky, což je podle něj dáno politickou i ekonomickou závislostí novinářů na státu a jejich nízkou kvalifikací. „Nízké mzdy v mediální sféře zvyšují riziko korupce a odrážejí se i v omezené kritičnosti novinářů.“ (Bureš, 2006)

V mnohých arabských zemích se podmínky pro fungování svobodných médií navíc ještě zhoršily po 11. září a po útoku USA na Irák v roce 2003. V rámci přijetí opatření proti nebezpečí terorismu totiž byla ještě více omezena svoboda slova a tisku. Také eskalace palestinsko-izraelského konfliktu podle Bureše způsobila „nadřazenost vlastenectví nad informační svobodou“. Od roku 2004 sice probíhá informační liberalizace³⁴ v některých arabských zemích, ale velmi pomalým tempem. Tiskové zákony se uvolňují tak, aby neohrozily stabilitu režimu. (Bureš, 2006)

³⁴ Dílčí iniciativou prosazující informační liberalizaci v arabském světě je například tzv. Alexandrijská deklarace, kterou vydaly v roce 2004 nevládní organizace v rámci euro-středomořského partnerství. Deklarace prosazovala osvobození tisku a médií od všech forem vládního vlivu a hegemonie. O pokrok se zasazuje také Evropská unie v rámci barcelonského procesu i Spojené státy v rámci MEPI (Středovýchodní partnerská iniciativa).

Státní cenzura a nízká úroveň žurnalistické práce v rozvojových zemích vedou k tomu, že místní elity čerpají informace spíše ze západních médií než z domácích – potřeba úplnějších a důvěryhodnějších informací je zde naplněna. Z toho důvodu se lidé v rozvojových zemích při hodnocení politické situace ve vlastní zemi často spoléhají na informace ze západních médií. Zvláště vliv tisku bývalých koloniálních mocností (např. francouzského listu Figaro, londýnských The Times) je pronikavý.

To potvrzuje i anketa, kterou mezi předními egyptskými žurnalisty provedli Douglas Boyd a Jim Kushner. Průzkum totiž odhalil, že západní média (zvláště BBC a Hlas Ameriky) jsou pro ně důležitým zdrojem informací. Intenzivně využívána byla i arabská média. (Boyd, Kushner, 1979)

Shrneme-li stav místních médií v rozvojovém světě, zdejší obyvatelé svoje domácí média pokládají za nedůvěryhodná nebo za příliš „kazatelská“ a nezajímavá, proto jsou užívána v málo rozvinutých zemích západní média. (Kunczik, 1995)

Ve snaze zlepšit tuto situaci média v rozvojovém světě ze západních zdrojů přebírají velkou část zpráv a analýz. Ukazuje to příklad nejčtenějšího zambijského deníku The Post a dalších tamních listů: zprávy v zahraniční rubrice o dění v Africe nepocházejí z vlastních zpravodajů, ani přímo z textů kolegů z jiných afrických zemí. Například články o klíčových podzimních volbách v sousedním Kongu nepsali zambijští ani konžští žurnalisté. Informace vznikají převážně v BBC, Reuters nebo AP. Stále rostoucí vliv Číny v mnohých afrických zemích je patrný i na toku informací, a proto četné zahraniční zprávy v místních médiích pocházejí také z pekingské agentury Xinhua. (Lindner, 2007)

Ve srovnání s velkými západními agenturami, jako je Reuters, AP a AFP, má zpravodajství nabízené alternativními agenturami rozvojového světa relativně málo odběratelů. Minimálně je využívají zvláště média ve vyspělých zemích. Jako výjimku Kunczik uvádí veřejně prospěšnou organizaci Inter Press Service, která se zaměřuje na zpravodajství z rozvojových oblastí. (Kunczik, 1995) Kladně IPS ohodnotili například Ogan, Fair a Shah: „Zprávy IPS mají styl a formát srovnatelný s kteroukoli západní mezinárodní zpravodajskou agenturou. Odlišnost od tradičních agenturních služeb je v tom, že IPS se zabývá hloubkovým informováním o zprávách, které ostatní agentury většinou zanedbávají.“ (Ogan, Fair, Shah, 1984)

Dalšími agenturami, které si kladou za cíl zlepšení komunikace mezi Jihem a Severem a Jihem a Jihem, jsou například CanaNews Agency (Karibská oblast), Pacnews (Pacific News Service) nebo agentury EFE a ALASEI v Latinské Americe. Základní podmínkou a spolupráce západních médií s agenturami rozvojových zemí je důvěryhodnost

těchto agentur, přičemž platí, že „čím menší vliv vykonává stát, tím důvěryhodnější jsou zprávy“. (Kunczik, 1995)

Významným činitelem v této oblasti je zpravodajský program CNN (Cable News Network), který se stal světoznámým díky přímým přenosům z bombardovaného Bagdádu za války v Perském zálivu, přenosům tiskových konferencí amerického prezidenta a projevů Saddáma Husajna. V říjnu 1987 zahájila CNN program World Report, do kterého přispívají tisíce novinářů ze 145 zemí světa.(CNN, 2007) Televizní diváci tak jsou konfrontováni se zpravodajskými příspěvky, které nejsou vyrobeny ze západní perspektivy. V průběhu prvních let vysílání tvořily asi dvě třetiny pořadu zprávy s rozvojovou tematikou. Toto globální zpravodajství se zaměřuje méně na politiku, zločin, krize a nehody. Místo toho klade důraz na ekonomické aktivity, sociální služby, kulturu, vědu a vzdělání. (Dilawari, Stewart, Flournoy, 1999)

Na stejném principu jako CNN World Report funguje britská BBC World Service. Celá globální síť přispěvatelů si klade za cíl poskytovat objektivní informace a analýzy, a to v 33 jazycích světa. (BBC World service, 2007)

V posledním desetiletí se jedním z nejvýznamnějších zdrojů zpráv zejména z arabských zemí stala televizní stanice Al-Džazíra, která byla založena v roce 1996 v Kataru. I přes kritiku z několika stran (některé pravicové kruhy v USA stanici kritizují za podporu terorismu, protože vysílá nahrávky, které pořizují přímo teroristé a ostatní militantní organizace. Bývá kritizována i v arabském světě, hlavně za svůj nezávislý postoj k světové politice nebo za stranění Izraeli) (Wikipedia, 2006a) je Al-Džazíra nejsledovanější televizní stanicí na Blízkém východě³⁵. Je velmi populární mezi všemi vrstvami obyvatelstva, protože se zabývá problémy regionu a vychází při přípravě pořadů z mentality místního obyvatelstva. (Bureš, 2006) V roce 2004 ji výzkum společnosti InterBrands³⁶ zařadil mezi pět nejvlivnějších značek na světě. Americká CNN s Al-Džazírou uzavřela exkluzivní smlouvu, aby mohla s předstihem vysílat její materiály.

V listopadu 2006 spustila své stanice vysílání v angličtině pod názvem Al-Jazeera International. Své pobočky má ve 47 zemích světa. Mediální analytik z Harvardovy univerzity Alex Jones v článku zpravodajského serveru Aktuálně.cz uvedl: „Myslím, že

³⁵ Odhady pravidelné denní sledovanosti se pohybují mezi 35 a 50 miliony diváků (Bureš, 2006 nebo Neslen, 2004)

³⁶ Marketingová společnost InterBrands každoročně sestavuje žebříček nejhodnotnějších obchodních značek na světě. Např. ve výše zmíněném roce 2004 se před Al-Džazírou umístily jen značky Apple, Google, IKEA a Starbucks.

anglická verze Al-Džazíry se může stát pro arabský svět tímž jako BBC pro svět západní.“ (Málková, 2006)

Arabská stanice Al-Džazíra se stala vzorem ve snažení keňského novináře Salima Amina, který se pokouší vybudovat první panafrickou televizní stanici. Ta by se měla jmenovat Africans Together Vision (ATV). ATV by podobně jako Al-Džazíra v arabském světě měla poskytnout Africe jednotný hlas a prezentovat ji Západu i jinak než ve světle AIDS, hladomorů a etnických konfliktů. Zkušební spuštění ATV plánuje Amin na tento rok, podle serveru Mediář.cz však lze očekávat mnohé problémy: Afrika je kulturně i jazykově méně soudržná než Blízký východ. Televize by musela ve vysílání poskytnout prostor angličtině, francouzštině, portugalštině, svahilštině, hauštině i arabštině. Stav na africkém mediálním trhu je navíc komplikovaný. V Keni či Jižní Africe existuje svoboda tisku a síť soukromých televizních stanic, ale například Zimbabwe provozuje pouze státem kontrolovaná média. Pokud by ATV dosáhla v Africe podobného vlivu, jaký má Al-Džazíra ve svém regionu, afričtí politici, v mnoha případech autokraté, by pak své jednání museli obhajovat před miliony diváků. (Krumpholcová, 2006)

Podle předsedy BBC World Service Trust Nigela Chapmana média patří k nástrojům na cestě k lepšímu zdravotnictví či školství a obecně při snižování chudoby. Nabízejí platformu k diskusi o směřování země a dokážou dosáhnout až do jejích nejdlejších koutů. (Lindner, 2007)

Dosud nejrozsáhlejší empirická studie o stavu médií v Africe African Media Development Initiative³⁷ ukázala, že konstatuje mnohá zlepšení. „Zvláště média na jihu Afriky se vyvíjejí dobrým směrem – v Botswaně díky liberalizaci vznikla nová rádia a první žurnalistická škola zlepšuje kvalitu zpravodajství, v Jihoafrické republice vývoj médií odpovídá pozitivnímu směřování celé země, v Zambii došlo k prudkému růstu investic do soukromých rádií a tisku, v Mosambiku se novináři těší z progresivního zákonodárství.“ Naopak média stagnují v autoritativně spravované Angole a kritický je jejich stav v Zimbabwe diktátora Mugabeho, odkud svobodomyšlní novináři prchají do zahraničí. „Pohled na jih Afriky dokazuje vzájemnou provázanost stavu a vývoje zemí a úrovně médií.“ (Lindner, 2007)

³⁷ Studie popisuje vývoj mediální oblasti v minulých pěti letech a dosavadní vliv rozvojové spolupráce v této oblasti. Představila ji v lednu 2007 BBC ve spolupráci s jihoafrickou Rhodes University, nigerijskou Ahmadou Bello University a vědci ze 17 zemí. Dostupné z: http://www.bbc.co.uk/worldservice/trust/specials/1552_trust_amdi/index.shtml

6 ROZVOJOVÁ PROBLEMATIKA V ČESKÝCH MÉDIÍCH (MEDIÁLNÍ ANALÝZY)

6.1 Medializace společnosti Člověk v tísni od 1. 1. 2004 do 30. 9. 2004

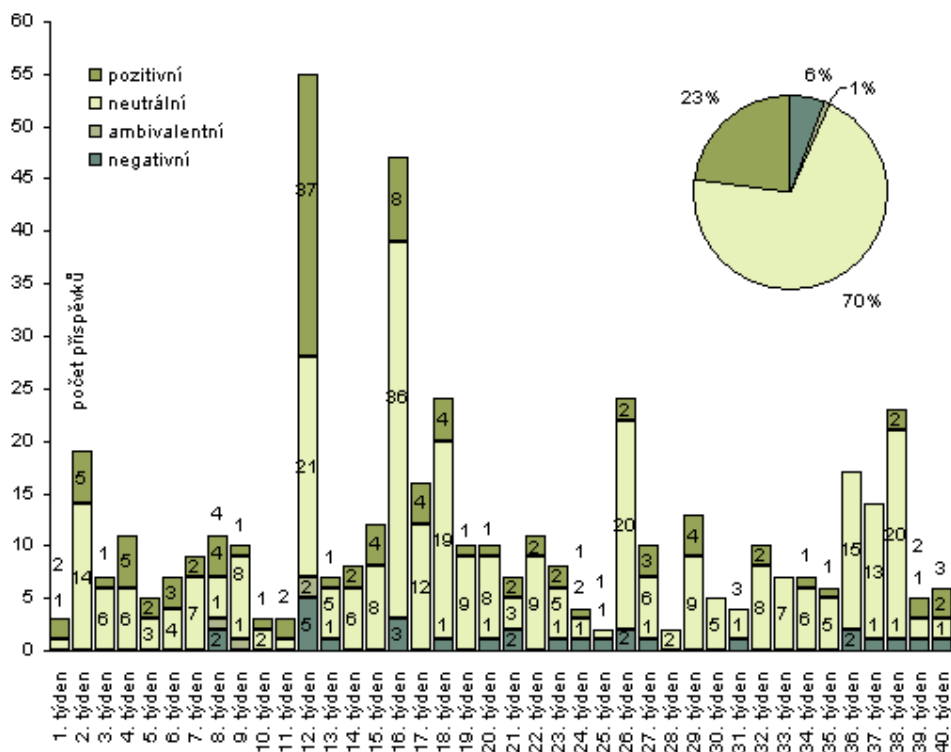
Obecně prospěšná společnost Člověk v tísni je největší rozvojová a humanitární organizace v České republice i v celé střední Evropě. Vznikla v roce 1992 s cílem pomáhat v krizových oblastech a podporovat dodržování lidských práv ve světě. Dnes realizuje humanitární pomoc, dlouhodobé rozvojové projekty a podporuje snahy o demokratizaci a dodržování lidských práv v téměř čtyřiceti zemích světa. Společnost usiluje také o zvýšení informovanosti české veřejnosti o situaci v zemích postižených válkami či totalitním režimem a o globálních problémech současného světa. Proto úzce spolupracuje s českými médii a od roku 1999 pořádá každoročně mezinárodní festival dokumentárních filmů o lidských právech Jeden svět. (Člověk v tísni, nedatováno)

Medializací činnosti organizace Člověk v tísni se zabývala ve svých analýzách společnost Newton Information Technology. Z analýzy vybraných médií³⁸ vyplývá, že o společnosti Člověk v tísni bylo v období od 1. 1. 2004 do 30. 9. 2004 uveřejněno ve vybraných médiích celkem 482 příspěvků. Sto sedmáct z těchto příspěvků (24 %) vyznělo pozitivně, 28 negativně (6 %) a čtyři příspěvky vyzněly ambivalentně. Neutrálního vyznění bylo 333 příspěvků.

Ve vývoji medializace se objevilo několik výrazných výkyvů. Nejfrekventovanějším námětem příspěvků se stal happening Člověka v tísni se symbolickým kubánským vězením na Václavském náměstí ve 12. týdnu pozorování. Druhý nejvyšší počet příspěvků patřil v 16. týdnu (12. 4. 2004 až 18. 4. 2004) zejména zahájení pražské části festivalu dokumentárních filmů Jeden svět.

³⁸ Příspěvky vzorku dat byly vybrány z celostátních deníků (Blesk, MF DNES, Právo, Lidové noviny, Hospodářské noviny, Haló noviny) a z vysílání televizních (TV Nova, ČT 1, Prima TV, ČT 2, TV Praha) a rozhlasových stanic (ČRo 1 – Radiožurnál, Frekvence 1, Impuls, ČRo 6, BBC – česká redakce). Bohužel chybí data z týdeníků jako např. Respekt, Literární noviny, Týden, u kterých by se dal předpokládat velký prostor věnovaný medializaci činnosti společnosti Člověk v tísni.

Graf 1. Týdenní vývoj medializace společnosti Člověk v tísni podle hodnocení



Graf ilustruje vývoj medializace společnosti Člověk v tísni v období od 1. 1. 2004 do 30. 9. 2004, příspěvky členů podle jejich hodnotového zabarvení. Hodnocení se vztahuje přímo k společnosti Člověk v tísni.

Zdroj: Newton IT, 2005

Pozitivní příspěvky celého sledovaného období se věnovaly nejčastěji aktivitám Člověka v tísni spojeným s politickou situací na Kubě (28 příspěvků). Tyto příspěvky vyzdvihly především osobní účast politiků Petra Mareše, Petra Pitharta, Pavla Béma, Petra Bratského a Jana Rumla na akci. Dále se pozitivní příspěvky zaměřily na:

- rekonstrukci škol v rámci různých rozvojových projektů (17 příspěvků)
- humanitární aktivity Člověka v tísni obecně (15 příspěvků)
- zdravotní pomoc v rámci různých rozvojových projektů (14 příspěvků)
- finanční sbírky na podporu obyvatel Bámu a na podporu disidentů na Kubě (celkem 14 příspěvků).

V rámci kauzy nabídky psychologické pomoci lidem z Beslanu se pozitivní příspěvky zaměřily na návrh Člověka v tísni nabízet psychologickou pomoc obětem teroru přímo na místě, nikoli formou ozdravných pobytů v Čechách, jak navrhovalo například MZV ČR.

Média oceňovala také vytrvalost Člověka v tísni v boji proti porušování lidských práv v souvislosti se snahou této organizace přimět prezidenta Klause, aby diskutoval v Číně na téma lidských práv.

V souvislosti s přerušением irácké mise Člověka v tísni informovala média s pozitivním vyzněním o skutečnosti, že Člověk v tísni se z humanitárních organizací objevuje v krizových oblastech mezi prvními. (Mediainfo.cz, 2007)

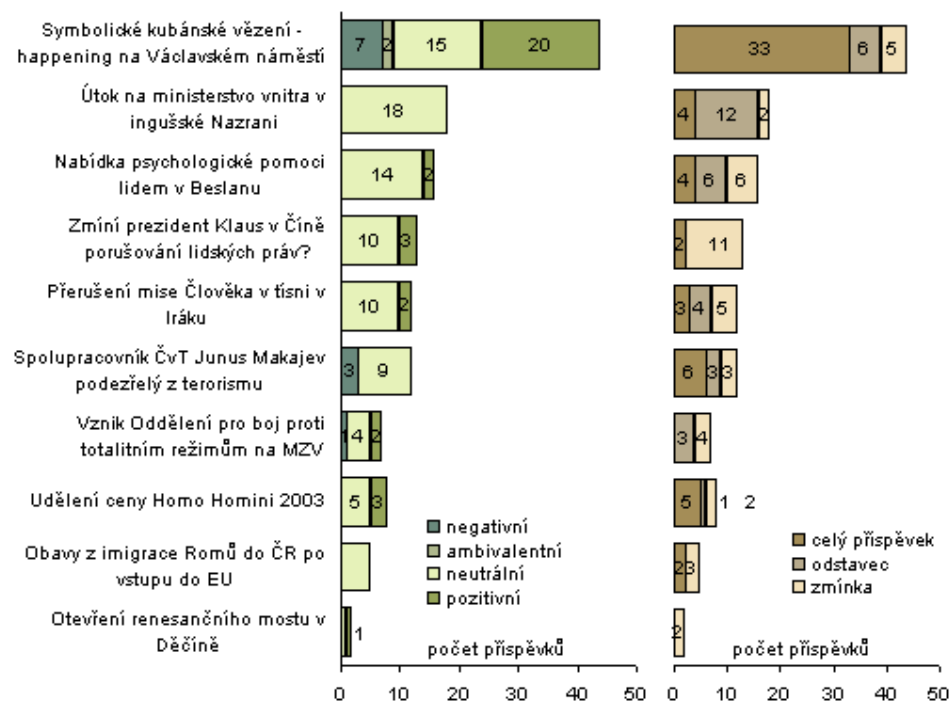
Negativní příspěvky se (stejně jako pozitivní příspěvky) týkaly nejčastěji aktivit společnosti Člověk v tísni, které souvisely s politickým děním na Kubě (17 negativních příspěvků). Tyto příspěvky vytýkaly Člověku v tísni zejména rezignaci na lidská práva vězňů americké věznice na Guantánamu a vměšování se do vnitřních záležitostí Kuby. Další negativní příspěvky vytýkaly společnosti Člověk v tísni například:

- omezení provozu komunitního centra v Matiční ulici v Ústí nad Labem (kritika pocházela od tehdejší starostky ústeckých Neštěmic Marie Válkové kvůli tomu, že k omezení provozu komunitního centra došlo bez oznámení radnici),
- neuvedení dokumentárních filmů o lidských právech z oblasti Iráku na festivalu Jeden svět, který byl letos sponzorován společností ÖMV,
- opomíjení bezpráví páchaného na iráckých zajatcích ve věznici Abú Ghraib,
- sponzorování ze strany veřejnoprávní České televize financované mj. koncesionářskými poplatky,
- podezření čečenského spolupracovníka Junuse Makajeva z útoku proti příslušníkům ruské speciální jednotky OMON.

Ambivalentní příspěvky³⁹ spekulovaly například o možných dopadech přerušení provozu komunitního centra Člověka v tísni v ústecké Matiční ulici (2 příspěvky). Ambivalentně vyzněly také dva příspěvky o podpoře kubánských disidentů. Jedním byl rozhlasový duel Šimona Pánka s poslancem za KSČM Václavem Exnerem na téma politické situace na Kubě a druhým příspěvek o happeningu se symbolickým kubánským vězením na Václavském náměstí, který obsahoval například stanovisko kolemjdoucích občanů: „Zabývejte se islámem, to je problém...“ (Právo 17. 3. 2004). (Mediainfo.cz, 2007)

³⁹ tj. takové, jež současně přinášejí negativní i pozitivní informace

Graf 2. Kauzy spojované se společností Člověk v tísni ve sledovaném období



Dvojice grafů informuje o kauzách, které vybraná média spojovala se společností Člověk v tísni v období 1. 1. 2004 až 30. 9. 2004. Hodnocení uvedené v grafu vlevo se vztahuje ke společnosti Člověk v tísni, nikoliv ke kauzám samotným. Graf vpravo podává přehled o rozsahu informace věnované společnosti Člověk v tísni v rámci příspěvku.
Zdroj: Newton IT, 2005

Nejvyšší počet příspěvků o společnosti Člověk v tísni uveřejnila z vybraných médií MF DNES (121).

Co se týče jednotlivých redaktorů, nejvyšší počet pozitivních příspěvků o společnosti Člověk v tísni uveřejnil ve sledovaném období Vlastimil Weiner (ČT 1). Čtyřikrát se reportážemi věnoval iráckým studentům, kterým společnost Člověk v tísni finančně pomohla studovat na Univerzitě Hradec Králové (například Události, 14. 2. 2004).

Pozitivně vyzněly tři ze čtyř příspěvků Barbory Šámalové (ČT 1). Redaktorka se v pozitivních příspěvcích zajímala o podporu kubánských politických vězňů prostřednictvím happeningu Člověka v tísni na Václavském náměstí a připomněla také, že společnost Člověk v tísni se zabývá porušováním lidských práv na komunistické Kubě a poskytuje humanitární pomoc tamním disidentům (Události, komentáře, 17. 3. 2004).

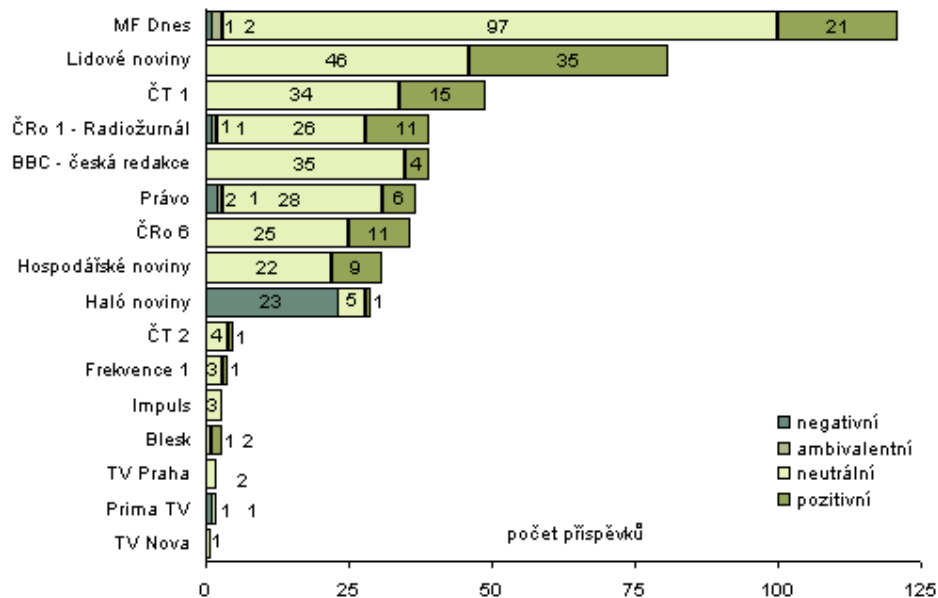
Ve třech pozitivních příspěvcích zmiňoval společnost Člověk v tísni také Aleš Vojř (Hospodářské noviny). Autor informoval o organizaci v příspěvcích o obecné filantropii a

rozvojové pomoci. Například v autorově rozhovoru s tehdejšími evropským komisařem Poulem Nielsonem zaznělo na adresu Člověka v tísní, že Česko má díky této organizaci ve světě dobré jméno, a že „Češi ukázali profesionalitu a často byli mezi prvními na postižených místech“ (27. 9. 2004).

Ve čtyřech negativních příspěvcích zmiňoval společnost Člověk v tísní Zdeněk Hrabica (Haló noviny). V jednom příspěvku například označil Šimona Pánka a společnost Člověk v tísní za „patolízaly minulého panovníka“ Václava Havla, kteří „plivli jedovatou slinu na panovníka současného“ Václava Klause (2. 7. 2004).

Tři negativní příspěvky publikoval o společnosti Člověk v tísní Jan Jelínek (Haló noviny). Vytýkal Člověku v tísní například, že spolu s vládou ČR kritikou kubánského režimu „hází klacky pod nohy českým firmám v obchodování s Kubou“ (16. 2. 2004).

Graf 3. Hodnocení společnosti Člověk v tísní ve vybraných médiích



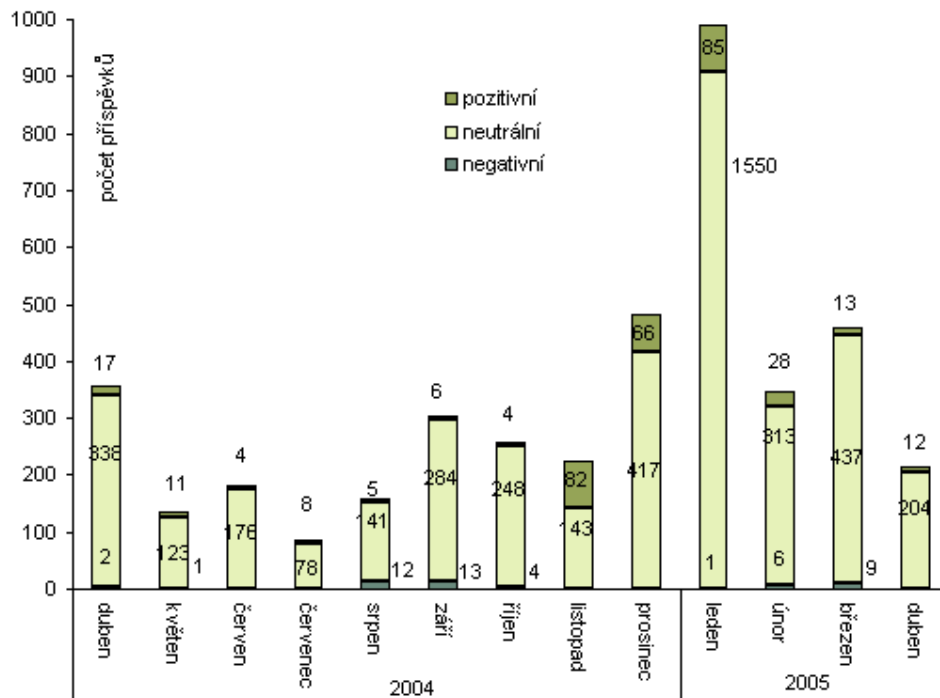
Graf mapuje rozložení hodnocení ČvT ve všech sledovaných médiích. Absolutní počty příspěvků zároveň kvantifikují zájem jednotlivých médií o ČvT. Zdroj: Newton IT, 2005

6.2 Medializace společnosti Člověk v tísní od 1. 4. 2004 do 30. 4. 2005

Medializace ČvT byla výrazná zejména v lednu 2005, a to v souvislosti především s katastrofou tsunami v Asii. Média se pozorně věnovala podílu společnosti Člověk v tísní na odstraňování následků tsunami, které zasáhlo Srí Lanku (80 z 85 příspěvků o ČvT, které

byly zveřejněny v lednu 2005, se týkalo právě pomoci katastrofou poničené Srí Lanky). To pozitivně ovlivnilo mediální obraz společnosti Člověk v tísni.

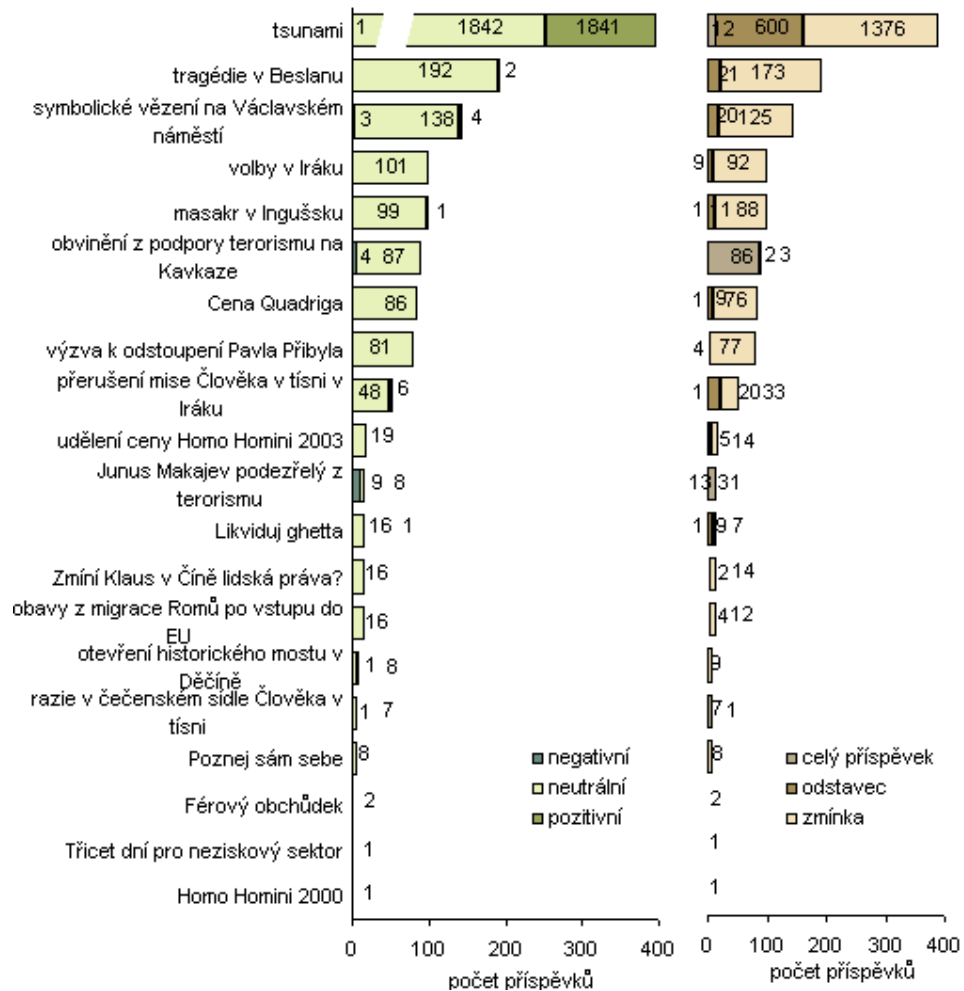
Graf 4. Vývoj medializace Člověka v tísni od 1. 4. 2004 do 30. 4. 2005 podle hodnocení



Graf ilustruje vývoj medializace ČvT podle hodnotového zabarvení v období 1. 4. 2004 až 30. 4. 2005. Hodnocení znázorněné v grafu se vztahuje ke společnosti Člověk v tísni. Zdroj: Newton IT, 2005

V období 1. 4. 2004 až 30. 4. 2005 bylo o společnosti Člověk v tísni uveřejněno ve sledovaných médiích celkem 4189 příspěvků. Z toho celkem 341 příspěvků (tj. 8,1 % z celkového počtu) vyznělo vůči společnosti Člověk v tísni pozitivně. Negativně vyznělo 48 příspěvků (tj. 1,1 % z celkového počtu). V celém sledovaném období se neobjevil měsíc, kdy by nebyly publikovány pozitivní příspěvky o společnosti Člověk v tísni. (Mediainfo.cz, 2007)

Graf 5. Kauzy spojované s ČvT ve sledovaném období



Dvojice grafů informuje o kauzách, které vybraná média spojovala se společností Člověk v tísni ve sledovaném období. Hodnocení uvedené v grafu vlevo se vztahuje ke společnosti Člověk v tísni. Graf vpravo podává přehled o rozsahu informace věnované společnosti Člověk v tísni v rámci příspěvku.

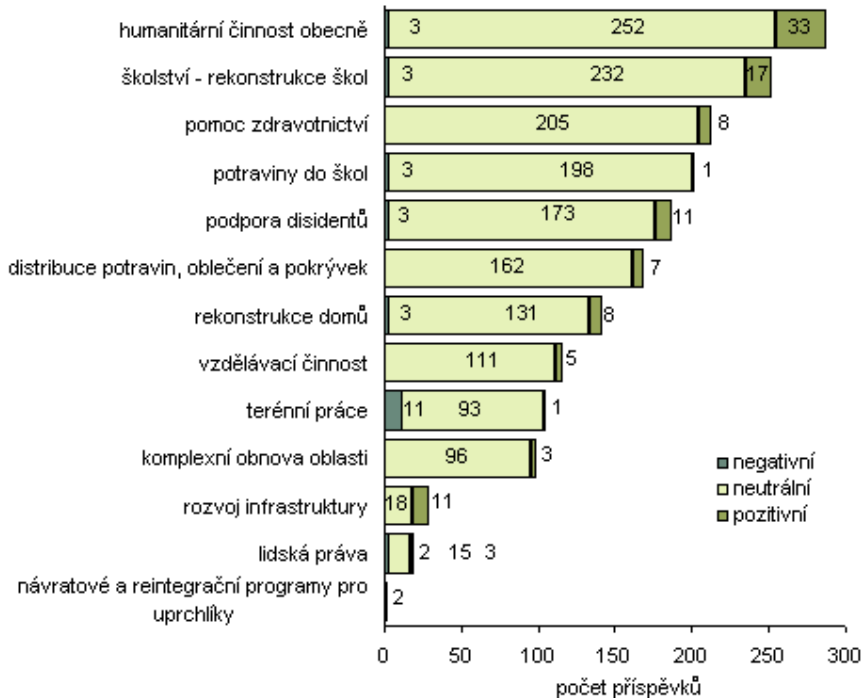
Zdroj: Newton IT, 2005

Celostátní deníky uveřejnily o společnosti Člověk v tísni celkem 623 příspěvků. Z celostátních deníků se věnovala ČvT nejčastěji deník Mladá fronta Dnes, a to celkem 290 příspěvků, tj. 46 % medializace společnosti ČvT v celostátních denících ve sledovaném období. Deník MF DNES uveřejnil o ČvT také nejvyšší počet pozitivních příspěvků (23).

Druhý nejvyšší počet příspěvků mezi celostátními deníky uveřejnily o ČvT ve sledovaném období Lidové noviny (114), které také věnovaly v rámci příspěvků ČvT relativně nejvíce prostoru (35 příspěvků, v nichž byl ČvT věnován odstavec, tvořilo 31 % celkové medializace ČvT v LN). (Mediainfo.cz, 2007)

Absolutně i relativně nejvyšší počet negativních příspěvků publikovaly Haló noviny (10 z celkových 39), negativní příspěvky tvořily zhruba čtvrtinu medializace ČvT v Haló novinách.

Graf 6. Hodnotící vyznění příspěvků o projektech dlouhodobé pomoci



Graf ilustruje hodnotící vyznění příspěvků, které se týkaly z forem dlouhodobé pomoci v krizových oblastech. Hodnocení uvedené v grafu se vztahuje ke společnosti Člověk v tísni. V jednom příspěvku se mohlo objevit více forem dlouhodobé pomoci současně.
Zdroj: Newton IT, 2005

Z projektů dlouhodobé pomoci připomínala média ve sledovaném období v souvislosti s ČvT nejčastěji humanitární činnost obecně (celkem 288 příspěvků), s níž souviselo také nejčastěji pozitivní vyznění příspěvků (33 příspěvků). Relativně nejčastěji pozitivně byl hodnocen rozvoj infrastruktury (v 11 z 29 příspěvků, tj. ve 38 % příspěvků zmiňujících rozvoj infrastruktury).

Z konkrétních forem dlouhodobé pomoci se média zajímala nejčastěji o rekonstrukci škol (celkem 252 příspěvků). O rekonstrukci škol byl také uveřejněn druhý nejvyšší počet pozitivních příspěvků (17).

Nejvyšší počet negativních (11) příspěvků byl uveřejněn o terénní práci (celkem 105).

6.3 Medializace kampaně Česko proti chudobě od června do září 2005

Kampaně Česko proti chudobě⁴⁰ byla obdobou kampaní organizovaných občanskou společností ve Velké Británii a v dalších evropských a především neevropských zemích v rámci globální výzvy k akcím proti chudobě (kampaně Global Call to Action Against Poverty). Svedla dohromady skupinu českých nevládních a neziskových organizací, jež se zabývají humanitární a rozvojovou pomocí, vzděláváním, otázkám mezinárodního obchodu a zadlužení, gender problematice a životnímu prostředí. Za cíl si obdobné kampaně proti chudobě po celém světě kladly získat podporu veřejnosti pro plnění Rozvojových cílů tisíciletí definovaných OSN.⁴¹

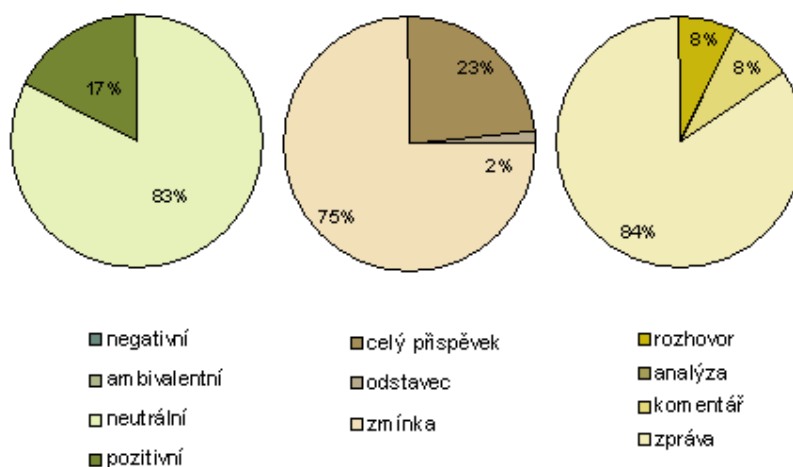
Výběr dat pro analýzu byl proveden z příspěvků zveřejněných od 21. 6. 2005, kdy proběhl workshop v Informačním centru OSN do 14. 9. 2005, a to na základě výskytu názvu kampaně *Česko proti chudobě*. V uvedeném období bylo v médiích uveřejněno celkem 175 příspěvků. Ve 114 příspěvcích česká média zmínila regionální informační kampaně (happeningy) a informační stánky v jednotlivých regionech, často ve spojitosti s dalšími událostmi a doprovodnými akcemi. V šesti příspěvcích bylo upozorněno na koncerty Live 8 pořádané v souvislosti s kampaní Make Poverty History (britská verze kampaně Česko proti chudobě). Cíl kampaně Česko proti chudobě objasňovalo 26 příspěvků.

Z koordinátorů kampaně byl nejčastěji medializovanou osobností ředitel Pražského institutu pro globální politiku (Glopolis) Petr Lebeda. Jeho jméno se objevilo v souvislosti s 88 příspěvky. (Mediainfo.cz, 2007)

⁴⁰ Více viz www.ceskoprotichudobe.cz

⁴¹ Rozvojové cíle tisíciletí jsou následující: 1. odstranit extrémní chudobu a hlad, 2. dosáhnout základního vzdělání pro všechny, 3. prosazovat rovnost pohlaví a posílit roli žen ve společnosti, 4. snížit dětskou úmrtnost, 5. zlepšit zdraví matek, 6. bojovat s HIV/AIDS, malárií a dalšími nemocemi, 7. zajistit udržitelný stav životního prostředí, 8. budovat světové partnerství pro rozvoj. Podrobnější informace jsou dostupné z: <http://www.un.org/millenniumgoals/>

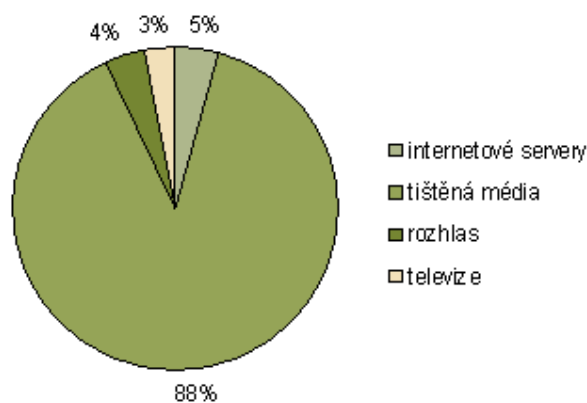
Graf 7. Poměr jednotlivých příspěvků



Graf porovnává hodnotové zabarvení příspěvků, rozsah, v jakém příspěvek o tématu pojednával, a typ příspěvku. Zdroj: Newton IT, 2005

Pozitivní příspěvky zrcadlily kladný postoj k občanským iniciativám a komentář k současnému přístupu zemí OECD k oddlužení a rozvojové pomoci. Zmínky o kampani byly vázány na informace o koncertech Live 8 nebo přímo na jednání v Gleneagles⁴² a později v New Yorku⁴³ či na regionální kulturní akce. V medializaci nebyly zaznamenány negativní příspěvky a ani takové, které by bylo možné označit za ambivalentní.

Graf 8. Poměr jednotlivých skupin médií



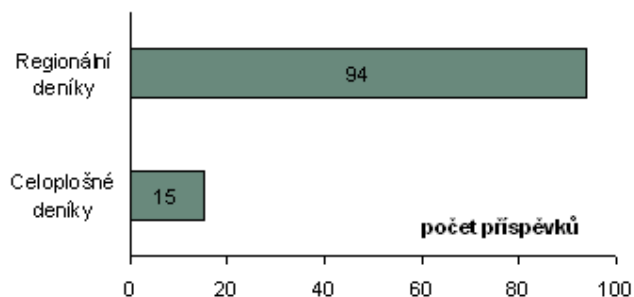
Graf porovnává poměr příspěvků v jednotlivých typech médií.

Zdroj: Newton IT, 2005

⁴²V Gleneagles se konal v červenci 2005 summit G8, kde se jednalo především o vztahu vyspělých zemí k Africe a možnostech rozvojové pomoci tomuto kontinentu.

⁴³ V New Yorku proběhl v září 2005 Světový summit OSN, jehož hlavní náplní byla oblast mezinárodní spolupráce.

Graf 9. Poměr regionálních a celostátních deníků



Graf porovnáva poměr příspěvků v regionálních a celostátních denících.

Zdroj: Newton IT, 2005

Kampaň byla rozčleněna na samostatné happeningy v jednotlivých regionech, a proto mají příspěvky v regionálních denících znatelnou převahu nad celostátními. Dalším důvodem této dominance jsou regionální mutace článku Adama Šůry pro deníky Bohemia a Moravia. Regionální deníky se zaměřily zejména na informační stánky a doprovodné akce v samotných regionech. Cíle kampaně v nich byly prezentovány povrchně, případně vůbec ne. Více prostoru samotnému smyslu kampaně věnovala celoplošná média.

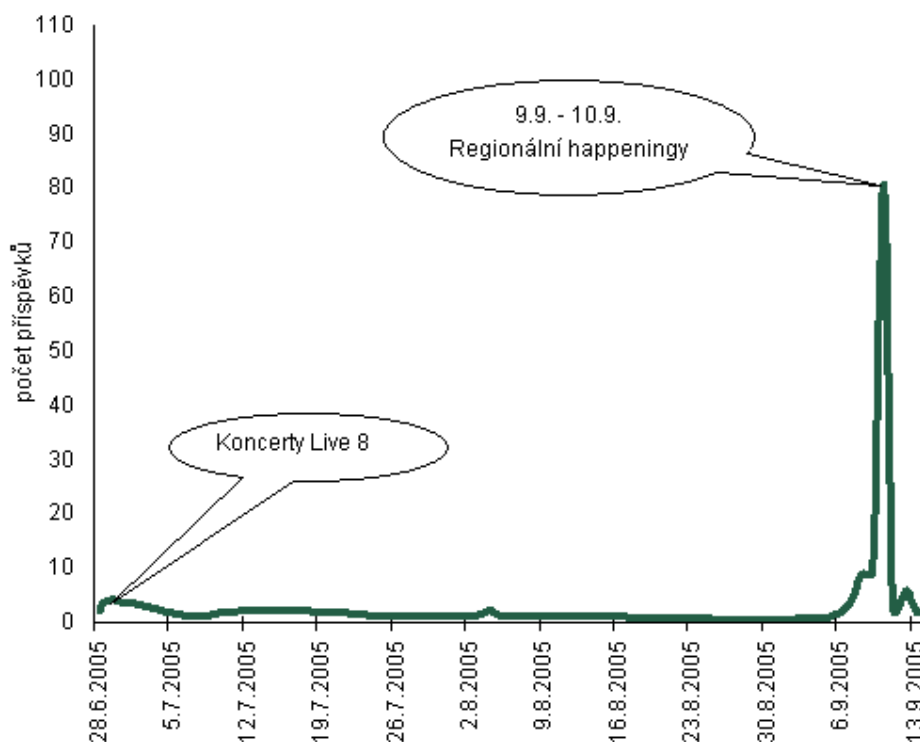
Největší počet příspěvků o kampani Česko proti chudobě přinesla MF DNES. Nejpodrobněji se celou problematikou zabývala MF DNES a Literární noviny, které jako jediné přinesly kompletní seznam cílů celé kampaně (Literární noviny, 12. 9. 2005). Příspěvky v Literárních novinách byly zaměřeny zejména na kritiku stávající situace při oddlužování zemí třetího světa a neplnění přislíbeného objemu rozvojové pomoci jim určené.

Nejvíce příspěvků (3) k danému tématu přinesli Jiří Kokoška a Václav Šlauf z Deníků Bohemia a Moravia a Tomáš Tožička z Literárních novin. Nejčastěji se však v regionálních titulech objevovalo jméno Adama Šůry (Deníky Bohemia a Moravia), neboť jeden jeho příspěvek z 10. 9. 2005 zveřejnilo ve stejný den 63 mutací těchto deníků.

Nejpodrobněji se problematice chudoby věnoval Tomáš Tožička, který publikoval o kampani nejvíce celých příspěvků a je rovněž autorem příspěvku věnovanému oddlužení a nedostatečné rozvojové pomoci, zejména pak ze strany USA⁴⁴.

⁴⁴ Viz článek s názvem *O kravách a lidech*, Literární noviny, 12. 9. 2005. Dostupné z: <http://www.literarky.cz/index.php?p=clanek&id=649>

Graf 10. Vývoj medializace kampaně



Graf ukazuje počet příspěvků vzhledem k časové ose.

Zdroj: Newton IT, 2005

Z hlediska vývoje v čase se první výraznější množství příspěvků objevilo v průběhu koncertů Live 8. K nárůstu medializace pak došlo před 9. 9. 2005, kdy začínaly pouliční happeniny a největší počet příspěvků média zveřejnila 10. 9. 2005, kdy pouliční akce vrcholily.

7 MÉDIA JAKO PODPŮRNÝ NÁSTROJ ROZVOJOVÉ SPOLUPRÁCE

Ředitelka Českého výboru pro UNICEF Pavla Gomba v souvislosti s tím v knize *Slyšíte nás?* uvádí: „Nevědomost poskytuje lidem alibi. Mnozí nevědí, jiní vědět nechtějí. Pohled na objektivní realitu světa, jehož jsme součástí, totiž může být velmi znepokojivý. Přináší otázky, které není lehké zodpovědět. Nutí lidi měnit postoje, nutí je odhodit získané stereotypy, nutí je dělat věci jinak. Navždy mění způsob vnímání sebe sama. A to může být ve společnosti, která vyznává kult individuálních schopností, bolestné.“ (Gomba, 2003)

Kromě ojedinělých událostí, které sdělovací prostředky zajímají, podle Kouřila média rozvojové spolupráci příliš pozornosti nevěnují. Podle něj čtenář v médiích nenajde například kritiku pomalého nárůstu rozvojové pomoci nebo zamyšlení nad absencí moderního rozvojového systému. Sporadicky se v českých médiích objeví informace o přínosu některého z více než stovky realizovaných rozvojových projektů České republiky. (Kouřil, 2006) (Například o nalézání pitné vody v Burkina Faso společností Aquatis, instalaci solárních panelů pro školy v Keni Humanistickým hnutím Narovinu, výstavbě nemocnice a školy pro porodní asistentky v Ugandě Arcidiecézní Charitou Praha nebo průzkumu dopadů těžby mědi v Zambii Českého geologického ústavu pojednával článek *Češi stavějí školy, hledají vodu, vzdělávají experty* v *Hospodářských novinách*; o oceňování zdrojů zlata v odpadech po domorodé těžbě v Burkina Faso pracovníky České geologické služby napsal reportáž Jiří X. Doležal v *Reflexu* a článek na toto téma se objevil i *National Geographic* 3/2006.)

Nedostatečný prostor a zájem o rozvojovou problematiku však není problém jen českých sdělovacích prostředků. Srovnáme-li obsah zahraničních zpravodajských rubrik médií v České republice s podobnými rubrikami sdělovacích prostředků v západní Evropě, média ve Francii nebo Belgii věnují rozvojovému světu větší prostor, a to především kvůli koloniální minulosti. Přesto Úřad pro veřejné informace (DPI) při OSN každoročně zveřejňuje seznam kauz, které světová média zcela opomněla. Jedlička píše, že „nikoho, kdo světové dění soustavně sleduje, zřejmě nepřekvapí, že na prvních místech onoho pořadníku figurují záležitosti, týkající se výhradně třetího světa“. Mezi „předem zapomenuté příběhy“ v roce 2005 patřily obnova Libérie, průběh konfliktů ve střední Africe, role dětí v nepálské občanské válce, podstata a důsledky trvajících bojů v Somálsku, strasti imigrantů na jejich cestě za lepším životem, osudy politických uprchlíků obecně,

celosvětově vzrůstající dětská zločinnost nebo nové hrozby čerstvě dohodnutému míru v Pobřeží slonoviny. (Jedlička, 2006)

Zahraniční zpravodajství nejvýznamnějších tiskovin a televizních stanic se podle DPI ve vyšší míře plní zprávy „o vraždách, sexuálních skandálech, dílčích politických potyčkách a sportovních akcích“. Povrchní zpravodajství tohoto typu pak působí dvojnásobně: publikum nejprve požaduje rázný, mnohdy až bezhlavý zásah; následně na vývoj dané kauzy zcela rezignuje. Vinou toho ztrácí většina článků věnovaných mezinárodním tématům atraktivitu. Zejména problematika rozvojových oblastí se dnes proto už v hlavních sdělovacích prostředcích téměř nerozebírá.

Třemi pilíři světové rozvojové politiky, které vzešly z jednání na summitu G8 v Gleneagles roku 2005, jsou odpuštění dluhů, zintenzivnění rozvojové spolupráce a zpřístupnění trhů bohatších zemí exportu z chudých států. (G8 Gleneagles 2005, nedatováno) Globální kampaně jako Jubilee nebo Make Poverty History v západním světě i v Česku hodně zviditelnily problém oddlužení. Zvláště série benefičních koncertů Live 8 organizovaná v souvislosti se summitem G8 ve Skotsku v červenci 2005, kde se jednalo o oddlužení nejchudších zemí a rozvojové pomoci Africe, byla pro novináře velmi atraktivním tématem, a to proto, že na koncertech po celém světě vystoupila řada slavných umělců a hudebních skupin jako např. U2, Madonna, Pink Floyd a další. Koncerty Live 8 se staly světoznámou událostí a dokonce mají své encyklopedické heslo na české verzi Wikipedie. Tento fakt naznačuje, že i v České republice, přestože se zde žádný z koncertů Live 8 nekonal, měla velký mediální ohlas s tím související kampaň Česko proti chudobě, na které se podílely rozvojové organizace po celé republice. Zmíněný zájem médií podle mne způsobila dobře zvolená strategie, kdy byly do kampaně pozvány známé osobnosti ze sportu, umění nebo politiky. Jejich přítomnost a aktivní zapojení v kampani média zaujaly. Takovéto spojení rozvojové kampaně nebo projektu s mediálně atraktivním objektem lze tedy považovat za dobrý způsob zviditelnění rozvojové spolupráce, který má na veřejnost určitý dopad.

Na tomto principu byl vystavěna i mediálně atraktivní akce, kdy se vůdčí osobnost hudební skupiny U2 Bono Vox, který se aktivně angažuje v pomoci zemím třetího světa, stal na jeden den šéfredaktorem britského deníku The Independent. Titulní strana speciálního vydání listu z 16. května 2006 hlásala nápis „No News Today“ (Dnes žádné zprávy) a celé se zabývalo podporou kampaně Bono Voxe s názvem Red, která má upozornit na sociální problémy sužující africký kontinent, především chudobu a nemoci.

Obsah novin byl atraktivní: interview Bono Voxe s Tony Blairem⁴⁵ nebo Gordonem Brownem⁴⁶, rozsáhlé analýzy a komentáře věnující se účinné pomoci Africe nebo jednoduché návody, jak přispět (například prostřednictvím červených platebních karet American Express, z jejichž plateb jde 1 % na kampaň Red apod.). Speciální vydání The Independent mělo obrovský ohlas: během několika hodin byly všechny výtisky vyprodány. Polovina výtěžku z tohoto vydání The Independent následně šla na konto kampaně Red. (Staněk, 2006, BBC News, 2006, Showbizz.cz, 2006)

Podobně vyhlížející akci chystá také americký společenský časopis Vanity Fair, na jehož červencovém čísle se bude podílet opět Bono Vox a věnováno bude zase Africe, tentokrát „v jiném světle, než v jakém se o ní běžně hovoří v médiích“. (Tomíčková, 2007) Bono se bude snažit poukázat na pozitivní stránky černého kontinentu. „Vedle hororových zpráv musíme o Africe lépe vyprávět dobré příběhy,“ dodal zpěvák v rozhovoru pro The New York Times. (Showbizz.cz, 2007)

The Independent a Vanity Fair jsou příklady toho, jak média mohou přímo představovat podpůrný nástroj rozvojové spolupráce. Existují samozřejmě i méně nápadné, ale podobně účinné cesty, jak k této funkci dospět. Tomu, aby sdělovací prostředky v tomto smyslu skutečně fungovaly a byly v této funkci efektivní, by podle Kouřila napomohla specializace novinářů na rozvojovou oblast (v médiích by pak nemuseli jejich roli jako dosud nahrazovat rozvojoví aktivisté) nebo tematické kurzy vyučované na katedrách žurnalistiky. (Kouřil, 2006) Na to nepřímě navazuje i potřeba existence mediální výchovy na nižších vzdělávacích stupních, nejlépe už od základních škol. Je důležité, aby si lidé už od mládí pěstovali samostatný, kritický přístup k médiím. „Média fungují jako určitý filtr, skrze nějž člověk vnímá svět, proto je třeba poznat pravidla filtrování.“ (Verner, 2006) Většímu povědomí a zájmu o rozvojovou problematiku by napomohly také pravidelné lekce globálního rozvojového vzdělávání na základních a středních školách.

⁴⁵ Tony Blair je britský labouristický politik a od roku 1997 předseda vlády.

⁴⁶ Gordon Brown je ministr financí Spojeného království a Severního Irsku.

8 DISKUZE A VÝSLEDKY PRŮZKUMU

Informovanost české veřejnosti o rozvojových tématech a její zájem o tuto problematiku jsem zjišťovala v dotazníku, který jsem pro svou bakalářskou práci vytvořila (viz kapitola Metodika). Pokud stavím na tezi, že lidé se do rozvojových aktivit zapojí v případě, že o nich budou dobře informováni, je úkolem sdělovacích prostředků, aby o těchto aktivitách informovaly. Medializace určité problematiky je totiž základním předpokladem, aby se s ní veřejnost mohla seznámit. O mediálně atraktivních tématech jsou lidé informováni, a proto se do nich i aktivně zapojují. Ukazuje to průběh veřejných sbírek na přírodními katastrofami zničenou jihovýchodní Asii na jedné straně a Pákistán na straně druhé z roku 2004, resp. 2005.

Na konci roku 2004 postihla jihovýchodní Asii ničivá vlna tsunami. Média celého světa, včetně těch českých, byla plná nejnovějších informací o situaci na postiženém území a pohnutých příběhů lidí, kteří na místě zahynuli nebo ztratili své blízké. Taková mediální odezva přírodní katastrofy byla zcela výjimečná a těžko srovnatelná s jakoukoli jinou pohromou. V případě tsunami v roce 2004 se podle Pavla Grubera⁴⁷ kumulovaly minimálně dva faktory, které výrazně napomohly k medializaci katastrofy: udála se v období kolem Vánoc a zasažen byl velký počet západních občanů (letoviska v Thajsku nebo na Srí Lance patří k oblíbeným destinacím turistů ze Západu a také mnohé české celebrity zde trávily svou dovolenou). Bohatě referování médií o průběhu a důsledcích tsunami byl zásadní předpoklad obrovské míry solidarity, která se po katastrofě mezi lidmi projevila. Zásadně to na své práci pocítila organizace Člověk v tísni. V rámci veřejné sbírky SOS Srí Lanka se k 2. prosinci 2005 sešlo 131 854 517 Kč⁴⁸.

V říjnu 2005 zasáhlo severní horské oblasti Pákistánu zemětřesení o síle 7,6 stupňů Richterovy škály. Jedna z největších katastrof posledních desetiletí si vyžádala 80 000 lidských obětí a více než tři miliony osob připravila o střechu nad hlavou. Společnost Člověk v tísni okamžitě vyhlásila veřejnou sbírku stejným způsobem, jak tomu bylo i v případě tsunami. Na sbírku SOS Pákistán lidé přispěli více než 18 milionů Kč⁴⁹.

Srovnáme-li částku, kterou česká veřejnost nashromáždila na pomoc lidem postiženým vlnou tsunami, se sumou určenou do oblasti, kterou zasáhlo zemětřesení, rozdíl

⁴⁷ Pavel Gruber pracuje v Charitě Česká republika jako programový manažer pro Indonésii. O katastrofách a solidaritě dárců mluvil v pořadu Třetí svět 21. 2. 2007 na ČRo 1.

⁴⁸ Údaj pochází z dokumentu SOS Srí Lanka – zpráva o využívání prostředků veřejné sbírky společnosti Člověk v tísni.

je diametrální. To potvrzuje i Markéta Kutilová⁵⁰, která označuje rozsah zahraniční pomoci, která směřovala do Pákistánu, ve srovnání s pomocí do oblastí postižených tsunami za mizivý. „Přitom následky zemětřesení v Pákistánu byly obrovské.“

Jeden z možných důvodů je ten, že události se staly jen několik měsíců po sobě a lidé byli veřejnými sbírkami přesyceni. Gruber tento jev označil za únavu dárců z přemíry katastrof, které se v poslední době dějí. Další z eventuálních příčin může být, že počet obětí a lidí postižených zemětřesením a sesuvy půdy v Pákistánu je třikrát nižší než v případě tsunami, což mohli lidé jistým způsobem zohlednit. Hlavní důvod této asymetrie tkví však podle mne v něčem jiném. Pákistánské zemětřesení totiž nebylo zdaleka tak medializováno jako tsunami v jihovýchodní Asii a veřejnost neměla dostatečné informace o tamní situaci, o pomoci českých nevládních agentur na místě katastrofy či o veřejné sbírce. Zemětřesení v Pákistánu se podle Grubera stalo jednou z dalších tzv. zapomenutých katastrof, které převládají nad těmi masivně podporovanými.

Příčiny toho, proč na rozdíl od jihovýchodní Asie, oblíbené destinaci mnoha turistů včetně těch z České republiky, nebyla pohroma v Pákistánu dostatečným mediálním lákadlem, jsem uvedla výše. Nedostatečné informace o zemětřesení v Pákistánu vyšlo najevo i z dotazníku. Zatímco na otázku, jaká katastrofa zasáhla jihovýchodní Asii na sklonku roku 2004, odpovědělo správně 95 % respondentů, pak na dotaz, jaká katastrofa se udála na podzim roku 2005 v Pákistánu, odpovědělo správně jen 67 %. Dotazník obsahoval i otázku na doplňující informaci – počet obětí katastrof. V případě tsunami zvolilo správnou odpověď – více než 200 000 – 36 % respondentů. Opět menší procento dotazovaných (26 %) odpovědělo správně – více než 75 000 - na otázku, kolik obětí mělo zemětřesení v Pákistánu. To podle mne jasným způsobem naznačuje, že česká veřejnost byla prostřednictvím médií mnohem více informována o katastrofě tsunami než o následném zemětřesením v Pákistánu. Významně se pak tento fakt projevil v množství prostředků nashromážděných na obou veřejných sbírkách.

K pojmu rozvojová spolupráce se v posledních letech váže nejviditelněji organizace Člověk v tísni. Ta si kromě samotné humanitární a rozvojové pomoci klade za cíl zvýšit obecné povědomí české veřejnosti o této oblasti, a to skrze projekt Rozvojovka⁵¹. Náležitě mediálně upozornit se snaží nejen na svou práci, ale i na konkrétní projekty, které jsou

⁴⁹ Údaj společnosti Člověk v tísni, dostupné z:

<http://www.clovekv tisni.cz/index2.php?parent=114&sid=114&id=298>, citováno 13. 4. 2007

⁵⁰ Markéta Kutilová je bývalá koordinátorka projektů společnosti Člověk v tísni na Srí Lance a v iránském Bámu. O katastrofách a solidaritě dárců mluvila v pořadu Třetí svět 21. 2. 2007 na ČRo 1.

zaštitěné jinou organizací (např. provoz střední zemědělské školy v angolském Kuitu v gesci Institutu tropů a subtropů České zemědělské univerzity).

O tom, že se společnosti Člověk v tísni daří zviditelňovat v médiích, vypovídají i výsledky dotazníku. Na dotaz, jaké znáte rozvojové nebo humanitární organizace, byly nejčastěji zmiňované právě Člověk v tísni (41 % respondentů) spolu s Adrou (44 %) a Český červeným křížem (38 %). Z odpovědí respondentů vyšlo také najevo, že organizace poskytující humanitární pomoc jsou v očích veřejnosti známější než společnosti zabývající se rozvojovou pomocí. Důvod je nasnadě: zatímco humanitární pomoc má krátkodobý charakter a je spojena s aktuální událostí, která je pro sdělovací prostředky atraktivní (viz v kapitole 6.2 Medializace společnosti Člověk v tísni od 1. 4. 2004 do 30. 4. 2005), rozvojová pomoc přichází na řadu až poté, co je situace v postižené oblasti stabilizovaná, tím pádem pro média mnohem méně zajímavá. Mezi další rozvojové a humanitární organizace, o nichž měli dotazovaní povědomí, patří UNICEF (uvedlo jej 23 % respondentů), Česká katolická charita (18 %), Humanistické hnutí (5 %), UNHCR, INEX – Sdružení dobrovolných aktivit, Humanitas Afrika, Lékaři bez hranic nebo Archa (všichni 3 %).

Dotazník prokázal také poněkud zkreslené představy dotazovaných a nejasnosti ve vnímání pojmů. Někteří respondenti například považují za rozvojovou a humanitární organizaci Organizaci spojených národů, Mezinárodní měnový fond, systém dárcovských SMS nebo kampaň Česko proti chudobě. Co se týče rozvojových kampaní nebo projektů, celá třetina dotazovaných uvedla, že žádné nezná. Ostatní respondenti nejvíce uváděli projekty Člověka v tísni jako např. Postavme školu v Africe nebo rekonstrukci budov po tsunami na Srí Lance (31 %). O něco méně – 21 % - respondentů zná projekt adopce na dálku, který opět podstatným (někdy i poněkud kontroverzním) způsobem zviditelňuje celebrity světového věhlasu. Vedle těchto dvou projektů respondenti dále zmiňovali např. kampaň za oddlužení nejchudších zemí, Česko proti chudobě, Make Poverty History, princip Fair Trade neboli tzv. spravedlivého obchodu nebo projekt UNICEFu Adoptuj panenku.

Dotazovaní měli celkem dobrý přehled o tom, která česká tištěná média se věnují rozvojovým zemím a problematice rozvoje nejvíce. Jmenovali týdeník Respekt (21 %), Hospodářské noviny (18 %), Týden (15 %), Nový prostor, Reflex, MF DNES (všichni 10 %) či Lidové noviny (8 %). S výsledky mediálních analýz společnosti Newton IT (viz

⁵¹ Viz www.rozvojovka.cz

kapitola Mediální analýzy) se tak shodli na několika titulech, které se rozvojovou tematikou zabývají nejvíce: MF DNES, Lidové noviny, Hospodářské noviny.⁵² Respondenti často zaměřovali rozvojovou tematiku s čistě cestovatelskými obsahy časopisů jako Lidé a země (uvedlo 13 % dotazovaných), National Geographic nebo Koktejl (10 %). Poněkud pozapomenuty byly Literární noviny, které neuvědl žádný z respondentů.

Na otázku, zda dotazované zajímá rozvojová tematika, 20 % z nich přiznalo, že ne, 26 % odpovědělo, že pouze okrajově, a většina – 54 % - uvedla, že ano. Z toho lze vyvodit, že potenciál v oslovování české veřejnosti je velký a zůstává významným úkolem pro sdělovací prostředky, aby sledovaly rozvojové aktivity systematictěji a v odpovídajících politických, ekonomických a mezinárodních souvislostech.

Do té doby, než nastane posun v mediální výchově (viz kapitola 7 Média jako podpůrný nástroj rozvojové spolupráce) a rozvojovou tematikou se začnou zabývat sami novináři, musí s médii komunikovat neziskové organizace. Styk s médii je pro NGOs nezbytný, a to minimálně ze dvou důvodů. Jednak jsou sdělovací prostředky ideálním prostorem na rozpoutání veřejné debaty o daném problému a následně slouží k fundraisingu neboli získávání finančních prostředků. Právě skrze média se o práci neziskových organizací dozvídá veřejnost, tedy i lidé, kteří jsou ochotni na jejich činnost přispět. Komunikace mezi sdělovacími prostředky a neziskovými organizacemi má své zásady a pravidla, které se pokusili formulovat například novináři Marek Šálek a Tomáš Feřtek v publikaci Novináři nejsou zlí nebo Václav Vašků v manuálu pro neziskové organizace Jak spolupracovat s médii⁵³.

⁵² Opět je třeba připomenout, že mediální analýzy společnosti Newton IT nezahrnovaly data z týdeníků, které často zmiňovali respondenti dotazníků.

⁵³ Dostupné z: <http://press-servis.ecn.cz/manual/>

9 ZÁVĚR

Ve své bakalářské práci jsem se snažila zpracovat vztah médií k rozvojové tematice, respektive jak velký prostor média (zvláště česká tištěná) rozvojové problematice věnují.

Nejprve jsem poukázala na to, že sdělovací prostředky mají v lidské společnosti pozici významného fenoménu, který podstatně ovlivňuje veřejné mínění a vnímání světového dění.

Mediální realita na světě je různá a považovala jsem za nezbytné v této práci uvést příklady zemí, kde stále vládne cenzura a potlačování svobody slova a tisku a kde si novináři nemůžou být jistí svou bezpečností. Dále jsem se pokoušela shrnout, ze kterých zdrojů je možné získat informace o rozvojových zemích a proč je to tak problematické. Došla jsem ke třem kategoriím: světové zpravodajské agentury, zahraniční reportéři českých médií a místní sdělovací prostředky v rozvojových zemích.

V následující části této práce jsem se snažila zmapovat, která česká média se rozvojovými zeměmi a rozvojovou problematikou obecně zabývají nejvíce. Jako praktickou ukázkou jsem připojila mediální analýzy největší české rozvojové a humanitární organizace - společnosti Člověk v tísni.

Cílem mé bakalářské práce je dokázat, že média mohou velkým dílem napomoci ke zviditelnování rozvojové problematiky v očích veřejnosti a přispět tak k její aktivní participaci na rozvojové spolupráci. Stavím totiž na tezi, že pokud lidé mají o rozvojové spolupráci dostatek informací, zvyšuje se i jejich zájem a následně aktivní zapojení. To, kolik informací o tematice rozvoje česká veřejnost má, a zda ví, kde je případně hledat, jsem se pokoušela zjistit prostřednictvím dotazníku. Dotazník měl také prokázat přímou souvislost mezi medializací určité události ve sdělovacích prostředcích a veřejném povědomí o ní.

Celou prací se proto prolínají „výtky“ vůči českým sdělovacím prostředkům, které, až na výjimky, podle mého názoru věnují rozvojovým zemím a problematice rozvoje obecně velmi málo prostoru, vytvářejí zjednodušený a nedostatečný obraz, nereferují o činnosti rozvojových organizací a napomáhají tak rozšiřování obecného povědomí a následně aktivní participaci veřejnosti na rozvojové spolupráci pouze minimálně.

10 SHRNUTÍ

Tato práce se zabývá vztahem českých médií k rozvojovým tématům, resp. mírou medializace rozvojové problematiky v českých sdělovacích prostředcích.

Média významně ovlivňují veřejné povědomí a formují obraz o světovém dění, který recipienti přijímají. Informace o rozvojových zemích mohou příjemci v České republice čerpat ze tří zdrojů: ze světových zpravodajských agentur, od zahraničních reportérů domácích médií a ze sdělovacích prostředků dané rozvojové země.

Medializace rozvojové problematiky vede k informovanosti veřejnosti o této oblasti. Dostatek informací je základní předpoklad zájmu o tuto tematiku a následné aktivní participace veřejnosti na rozvojové spolupráci. Média tak mohou plnit funkci podpůrného nástroje rozvojové spolupráce. České sdělovací prostředky však vzhledem k malému prostoru věnovanému rozvojovým zemím a problematice rozvoje obecně tuto funkci příliš neplní.

Klíčová slova: média, medializace, mediální analýza, veřejná informovanost, rozvojová tematika

This thesis deals with the relationship between media and the development themes, or more precisely the measure of the promotion of the development problems in Czech media.

Media significantly influence public awareness and create the picture of the world events that the recipients accept. In the Czech Republic receivers can gather information about development countries from three sources: from the international news services, from the foreign reporters of Czech media and from the media in the development countries themselves.

The promotion of the development problems in media leads to the public awareness of this topic. Sufficiency of information is a basic presumption of the interest in this field and subsequent active participation on development co-operation. In that matter media can fulfill the function of a supportive instrument of the development co-operation. Media in Czech Republic however do not fulfill this function to a large extent because of the small space devoted to the development countries and development problems.

Key words: media, promotion in the media, medial analysis, public awareness, development problems

11 LITERATURA A ZDROJE

AFP.com [online]. *AFP*, 2007 [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <<http://www.afp.com/english/home/>>.

Aktuálně.cz [online]. NetCentrum, 1999–2007 [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <www.aktualne.centrum.cz>.

Al-Džazíra [online]. Wikipedie: Otevřená encyklopedie, 2006a, 16. 04. 2007 [cit. 2007-04-19]. Dostupný z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Al-D%C5%BEaz%C3%ADra&oldid=1402992>>.

Al Jazeera English [online]. Aljazeera.net, 2003–2007 [cit. 2007-04-12]. Dostupný z WWW: <<http://english.aljazeera.net/NR/exeres/55ABE840-AC30-41D2-BDC9-06BBE2A36665.htm>>.

Amartya Sen. Wikipedia : The Free Encyclopedia [online]. Nedatováno, 20. 4. 2007 [cit. 2007-04-20]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Amartya_Sen&oldid=124420385>.

BARTOŠEK, Jaroslav. *Žurnalistika 2 : Zpravodajství, publicistika, titulky*. Olomouc : FF UP, 2004.

BBC World Service [online]. BBC, 2007 [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <<http://www.bbc.co.uk/worldservice/>>.

Bono bude opět šéfredaktorem sexy Afriky. *Showbizz.cz* [online]. 2007 [cit. 2007-04-25]. Dostupný z WWW: <<http://showbizz.centrum.cz/clanek.phtml?id=373858>>.

BOYD, Douglas A., KUSHNER, Jim. Media Habits of Egyptian Gatekeepers. *International Communication Gazette*. 1979, no. 25, s. 106-113.

Britské listy [online]. Nedatováno [cit. 2007-04-12]. Dostupný z WWW: <www.blisty.cz>. ISSN 1213-1792.

BUREŠ, Jaroslav. Globální informační revoluce a role médií v arabském světě. *Mezinárodní politika*. 2006, roč. XXX, č. 7, s. 9-11.

BURTON, Graeme, JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno : Barrister & Principal, 2001. 391 s. ISBN 80-85947-67-6.

CNN Programs : World Report [online]. Cable News Network, 2007 [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <<http://www.cnn.com/CNNI/Programs/world.report/>>.

Česká média zpravodajství [online]. Nedatováno [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <www.ceskamedia.cz>. ISSN 1214-1062.

Česká televize [online]. Česká televize, 1996–2007 [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <www.ceskatelevize.cz>.

Česko proti chudobě [online]. Nedatováno [cit. 2007-04-12]. Dostupný z WWW: <www.ceskoprotichudobe.cz>.

Český rozhlas [online]. Český rozhlas, 2000–2007a [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <www.rozhlas.cz>.

Čína poskytne zahraničním novinářům dobré služby během Pekingských olympijských her v roce 2008. *China Radio International* [online]. 2006 [cit. 2007-04-20]. Dostupný z WWW: <<http://czech.cri.cn/1/2006/12/27/1@41496.htm>>.

Člověk v tísní [online]. Nedatováno [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <www.clovekvtisni.cz>.

ČTK : Česká tisková kancelář [online]. ČTK, 2007 [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <www.ctk.cz>.

DILAWARI, Sudesh Rani, STEWART Robert, FLOURNOY Don. Development news on CNN World Report. *Gazette*. 1999, no. 47, s. 121-137.

G8 Gleneagles 2005 [online]. Nedatováno [cit. 2007-04-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.g8.gov.uk/servlet/Front?pagename=OpenMarket/Xcelerate/ShowPage&c=Page&cid=1078995902703>>.

GOMBA, Pavla. Slyšíte nás? Vyd. 1. Praha : Newfinances, 2003. 111 s. : ISBN: 80-903354-0-3.

GROSSBERG, Lawrence, WARTELLA, Ellen, WHITNEY, David Charles. *Mediamaking : Mass Media in a Popular Culture*. [s.l.] : Sage Publications, 1998. 464 s. ISBN 978-0761911777.

HÁLA, Martin. Média, internet a cenzura v Čínské lidové republice. *Mezinárodní politika*. 2006, roč. XXX, č. 7, s. 16-17.

Idnes.cz [online]. MAFRA a.s., 1998–2007 [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <www.idnes.cz>.

IHNed.cz : Zpravodajský server Hospodářských novin [online]. ECONOMIA a. s., 1996–2007 [cit. 2007-04-11]. Dostupný z WWW: <www.ihned.cz>. ISSN 1213-7693.

Independent goes Red as Bono edits. *BBC News* [online]. 2006 [cit. 2007-04-25]. Dostupný z WWW: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/4984864.stm>.

IPS Inter Press Service : News Agency [online]. IPS-Inter Press Service, 2007 [cit. 2007-04-12]. Dostupný z WWW: <www.ips.org>.

JEDLIČKA, Petr. Příběhy předem zapomenuté. *Literární noviny* [online]. 2006, č. 24 [cit. 2007-03-24], s. 7. Dostupný z WWW: <<http://www.literarky.cz/index.php?p=clanek&id=2286>>.

JÍLEK, Viktor. *Psaná publicistická sdělení v kontextu teorie komunikace*. Olomouc, 2004. 172 s. Univerzita Palackého v Olomouci. Dizertační práce.

KARLÍK, Martin. Média v zahraničí: Ruská NTV. *Radio TV* [online]. 2006 [cit. 2007-04-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.radiotv.cz/televize-clanky/4110/media-v-zahranici--ruska-ntv.html>>.

KOUŘIL, Vít. Vize rozvoje v mediální mlze je. *Sedmá generace*. 2006, roč. 15, č. 4, s. 14-15.

KRUMPHOLCOVÁ, Vendula. Keňský novinář chystá panafrickou televizní stanici. *Mediář.cz* [online]. 2006 [cit. 2007-04-19]. Dostupný z WWW: <<http://mediar.cz/www/index.php?pid=1&id=2895>>.

KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha : Karolinum, 1995. 307 s. ISBN 80-7184-134-x.

LEVITOV, Maria. Editor Jailed for His Coverage of Chechnya. *The Moscow Times.com* [online]. 2006 [cit. 2007-04-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.moscowtimes.ru/stories/2006/11/21/002.html>>.

Lidovky.cz [online]. Lidové noviny, a.s., 2007 [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <www.lidovky.cz>. ISSN 1213-1385.

LINDNER, Tomáš. Čtvrtá moc v africe. *A2 : kulturní týdeník* [online]. 2007, č. 11 [cit. 2007-04-02]. Dostupný z WWW: <<http://www.tydenika2.cz/?mode=art&id=37169>>. ISSN 1801-4542.

Literární noviny v síti [online]. 2007 [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <www.literarky.cz>.

Live 8 [online]. Wikipedie: Otevřená encyklopedie, 2006b, 16. 10. 2006 [cit. 2007-04-12]. Dostupný z WWW: <http://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Live_8&oldid=853807>.

Live 8 : The Long Walk to Justice [online]. Nedatováno [cit. 2007-04-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.live8live.com/>>.

MAHDALOVÁ, Kateřina. Předběhli jsme Ameriku, merci. *Respekt*. 27.11.2006, č. 48, s. 5. Dostupný z WWW: <<http://www.respekt.cz/clanek.php?fIDCLANKU=2008&fIDROCNIKU=2006>>.

MÁLKOVÁ, Lenka. Džazíra už mluví anglicky. Podívejte se. *Aktuálně.cz* [online]. 2006 [cit. 2007-04-19]. Dostupný z WWW: <http://aktualne.centrum.cz/zahranici/blizky-vychod/clanek.phtml?id=285262&tro450_0_0>.

Mediainfo.cz : Analytický server o českých médiích [online]. 2007 [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <www.mediainfo.cz>.

- Mediář.cz* [online]. Katedra žurnalistiky IKSŽ FSV UK a Centrum pro média, 2003 [cit. 2007-04-06]. Dostupný z WWW: <www.mediar.cz>.
- OGAN, Christine, FAIR, Jo Ellen, SHAH, Hemant. A little good news : The treatment of development news in selected Third World newspapers. *Communication Yearbook*. 1984, no. 8, s. 629-664.
- NESLEN, Arthur. Reality television. *The Guardian* [online]. 2004 [cit. 2007-01-13]. Dostupný z WWW: <<http://www.guardian.co.uk/comment/story/0,3604,1197129,00.html>>.
- OSVALDOVÁ, Barbora, et al. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 1. vyd. Praha : Libri, 2002. 240 s.
- PROCHÁZKOVÁ, Petra. Nebezpečné vtipy o Putinovi. *Lidovky.cz* [online]. 2006 [cit. 2007-04-19]. Dostupný z WWW: <http://lidovky.zpravy.cz/nebezpecne-vtipy-o-putinovi-dgp/-ln_zahranici.asp?c=A060524_083449_ln_zahranici_svo>.
- Rádia a televize : co se děje v éteru* [online]. LIMEMEDIA, a.s., 1999–2007 [cit. 2007-04-11]. Dostupný z WWW: <www.radiotv.cz>. ISSN 1214-0279.
- Rádio na přání : Audio archiv* [online]. Český rozhlas, 2000–2007b [cit. 2007-04-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.rozhlas.cz/radionaprani/archiv>>.
- RAMONET, Ignacio. *Tyranie médií*. 1. vyd. Praha : Mladá fronta, 2003. 226 s. ISBN 80-204-1037-6.
- REIFOVÁ, Irena, et al. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha : Portál, 2004. 327 s. ISBN 80-7178-926-7.
- Reporters without borders* [online]. Nedotováno [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <http://www.rsf.org/rubrique.php3?id_rubrique=20>.
- Respekt.cz* [online]. R-PRESSE, spol. s r. o., nedatováno [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <www.respekt.cz>. ISSN 1801-1446.
- Reuters* [online]. Reuters, nedatováno [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <www.reuters.com>.
- Rozvojovka.cz* [online]. Nedatováno [cit. 2007-04-11]. Dostupný z WWW: <www.rozvojovka.cz>.
- RUÓTOLO, Carlos A. Professional orientation among journalists in three Latin American countries. *International Communication Gazette*. 1987, no. 40, s. 131-142.
- RUß-MOHL, Stephan, BAKIČOVÁ, Hana. *Žurnalistika : komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. 1. vyd. Praha : Grada, 2005. 292 s. ISBN 80-247-0158-8.
- SOBHAN, A. Flow of international news with special emphasis on Asia. *Media Asia*. 1981, č. 8, s. 70-74.

STANĚK, Roman. Bona za jeho „červené“ noviny chválili. *Aktuálně.cz* [online]. 2006 [cit. 2007-04-25]. Dostupný z WWW: <<http://aktualne.centrum.cz/zahranici/afrika/clanek.phtml?id=156024>>.

Šéfredaktor Bono vydal „staré“ zprávy. *Showbizz.cz* [online]. 2006 [cit. 2007-04-25]. Dostupný z WWW: <<http://showbizz.centrum.cz/clanek.phtml?id=154784>>.

The Associated Press : The essential global news network [online]. The Associated Press, 2007 [cit. 2007-04-07]. Dostupný z WWW: <www.ap.org>.

The UN Millennium Development Goals [online]. United Nations, 2005 [cit. 2007-04-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.un.org/millenniumgoals/>>.

TOMÍČKOVÁ, Adéla. Bono Vox chce propagovat dobrodružnou Afriku. *Mediář.cz* [online]. 2007 [cit. 2007-04-12]. Dostupný z WWW: <http://mediar.cz/www/index.php?pid=1&id=3932>.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha : Portál, 2006. 191 s. ISBN 80-7367-096-8.

TSHIRELETSO, Motlogelwa. Media Hedges Poverty. *Mmegi* [online]. 2006, vol. 23, no. 67 [cit. 2007-04-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.mmegi.bw/2006/May/Monday8/2743713251738.html>>.

VERNER, Pavel. O absenci mediální výchovy. *Agora : studentské noviny*. 2006, č. 21, s. 1-4.

Všeobecná encyklopedie ve čtyřech svazcích. 1. vyd. Praha : Nakladatelský dům OP, 1996. 4 sv. (787, 700, 740, 717 s.). ISBN 80-85841-17-7.

ŽANTOVSKÝ, Petr. *Média na pranýři*. 1. vyd. Olomouc : Votobia, 2004. 294 s. ISBN 80-7220-207-3.

Přílohy

1. Otázky zjišťované v dotazníku
2. Ukázky ze speciálního vydání deníku The Independent, které připravoval Bono Vox a celé bylo věnováno problémům Afriky

Příloha 1. Otázky zjišťované v dotazníku

Věk

Povolání

Která česká tištěná média se podle Vás věnují rozvojovým zemím a problematice rozvoje nejvíce?

Sledujete je? Pokud ano, jak často?

Znáte nějaké rozvojové nebo humanitární organizace?

Pokud ano, ze kterých médií jste se o nich dozvěděl/a?

Víte o nějakých rozvojových projektech, příp. kampaních?

Pokud ano, ze kterých médií jste se o nich dozvěděl/a?

Zajímá Vás tato tematika?

Víte, jaká katastrofa se udála na konci roku 2004 v jihovýchodní Asii?

Kolik měla podle Vás obětí?

- do 50 000
- 50 000 – 100 000
- 100 000 – 200 000
- více než 200 000

Víte, jaká katastrofa se udála na podzim roku 2005 v Pákistánu?

Kolik měla podle Vás obětí?

- do 10 000
- 10 000 - 40 000
- 40 000 – 75 000
- více než 75 000

Přispěl/a jste na nějaký rozvojový projekt?

Příloha 2. Ukázky ze speciálního vydání deníku The Independent, které připravoval Bono Vox a celé bylo věnováno problémům Afriky



Zdroj: repro Aktuálně.cz