

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Filozofická fakulta

Katedra bohemistiky

Krajská regionální média jako nástroj politického P. R.

Případová studie

Official regional media as a tool of political P. R.

A case study

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Autor: Nikola Kašíková

Studijní obor: Česká filologie se zaměřením na editorskou činnost ve sdělovacích prostředcích

Vedoucí práce: Mgr. Vladimír Polách, Ph.D.

Olomouc 2022

## Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou diplomovou práci vypracovala samostatně a uvedla v ní všechny použité zdroje a literaturu.

## Poděkování

Ráda bych poděkovala mému vedoucímu bakalářské diplomové práce Mgr. Vladimíru P. Poláchovi, Ph.D. za cenné rady, trpělivost a čas, který mi během psaní této práce věnoval.

# Obsah

Obsah .....	10
Úvod .....	6
Cíl a metoda .....	8
1. Oficiální krajský tisk a jeho zasazení do české mediální krajiny .....	9
1.1. Lokální a regionální média .....	9
1.2. Krajský tisk jako pojem .....	12
1.3. Funkce krajských tiskovin .....	13
1.4. Politický vliv na regionální média .....	14
1.5. Rozdíly mezi radničním tiskem a regionálním komerčním tiskem .....	19
2. Televizní vysílání financováno Olomouckým krajem .....	22
3. Měsíčník Olomoucký kraj (dříve Krajánek) .....	23
3.1. Obecné informace .....	23
3.2. Organizační struktura periodika .....	23
3.3. Redakční rada .....	25
3.4. Rubriky .....	26
4. Výzkumná část .....	30
4.1. Metodologie výzkumu .....	30
4.2. Výzkumný soubor .....	30
4.3. Výzkumné otázky .....	31
4.4. Výzkumná metoda .....	32
4.5. Charakteristika výzkumného souboru .....	33
4.6. VO č. 1 a VO č. 2 .....	34
4.7. VO č. 3 a VO č. 4 .....	40
5. Závěr .....	46
Anotace .....	48
Resumé .....	49
Použitá literatura .....	50
Internetové zdroje .....	52
Analyzované výtisky .....	53
Seznam tabulek .....	54
Seznam obrázků .....	55



## Úvod

V této předkládané bakalářské diplomové práci se budu zabývat problematikou periodik vydávaných samosprávami.

Mnoho z regionálních témat zůstávají v celostátním měřítku nepovšimnutá. Čtenáře ale z určité lokality zajímají témata, kterou jsou mu blízká, a která se ho nejvíce dotýkají. Proto jsou regionální média rozšířená mezi čtenáři – informují o událostech, které by se do hlavního zpravodajství nedostaly, protože pro čtenáře nebo diváka z jiné lokality nejsou nijak zajímavá.

Specifické umístění mezi regionálními médii mají média vydávaná samosprávami – městem, obcí, okresem nebo krajem. Tato periodika mají v české mediální krajině zvláštní místo, protože se u nich mění hlavní funkce, u zpravodajů bývá primární funkce informační. Místo toho jsou krajské, obecní zpravodaje často používány vedením města, okresu, kraje pro svoje vlastní politické účely. Vystává tedy otázka, jestli je možné brát oficiální média vydávaná samosprávami jako relevantní zdroj informací, nebo se jedná pouze o „hlásnou troubu“, která prezentuje vedení města, kraje pouze v pozitivním světle a slouží k politické propagaci zastupitelstva.

Konkrétně se v této bakalářské práci zaměřuji na měsíčník Olomoucký kraj (dříve Krajánek). Sleduji, jaký prostor je dáván vedení kraje a pak především bývalému hejtmanovi Ladislavu Oklešťkovi.

Hlavní hypotézu, kterou se snažím dokázat je, že měsíčník Krajánek v období prosinec 2019–září 2020 byl politicky zaujatým médiem a nepodával vyvážené a objektivní informace.

V teoretické části bude nejdůležitější stanovit si terminologii. Je nutné si definovat, co přesně pojem oficiální krajská média představuje a co vše pod tento termín spadá.

V první kapitole se budu věnovat vymezení pojmů lokální a regionální žurnalistika, především pak termínu krajské tiskoviny. Rozeberu problematiku, která s tímto termínem souvisí, zejména nedostatečné rozebrání konceptu v odborné literatuře. Pro ujasnění pojmů bude nejdůležitější rozlišovat regionální tisk radniční (krajský) vydávaný samosprávami a regionální tisk komerční vydávaný právníckými osobami.

V další kapitole si nastíníme, jaká média Olomoucký kraj financuje a jaká přímo vydává. Jedním z nich je objekt mého zájmu měsíčník Olomoucký kraj (dříve Krajánek). V dalších

kapitolách se budu věnovat analýze a struktuře měsíčníku. Tato část je důležitá proto, abych představila, jak samotný měsíčník vypadá a z jakých částí se skládá.

Po představení struktury měsíčníku pak budu moci přejít k samotnému výzkumu – analýze měsíčníku Olomoucký kraj (dříve Krajánek). V této kapitole se budu snažit doložit hlavní hypotézu, tedy že periodikum vydávané Olomouckým krajem bylo tendenční. Pro doložení hypotézy budou použity čtyři výzkumné otázky.

Při analýze bude využito kvalitativních metod a obsahové analýzy. V prvním oddílu praktické části se budu zabývat především stránkou obrazovou. Budu analyzovat celkovou obrazovou plochu periodika a zároveň specifikovat, kolik prostoru je dáváno vedení kraje a především hejtmanovi samotnému.

Podobná analýza bude provedena i na textové ploše periodika, kdy bude uplatňována obsahová analýza jednotlivých článků. Zde budu vycházet z předpokladu, že měsíčník Olomoucký kraj (dříve Krajánek) je používán jako nástroj k propagaci vedení kraje.

Důležitým bodem pro vyhodnocení výsledků bude komparace měsíčníku s vydáními, které vyšly po krajských volbách v říjnu 2020. V tomto období nastala politická změna, kdy koalice PirSTAN vystřídala doposud vedoucí stranu ANO. Hejtman Ladislav Okleštěk byl nahrazen současným hejtmanem Josefem Suchánkem.

Práce tedy může sloužit i jako posouzení aktuální situace v měsíčníku, jestli po změně vedení nastala nějaká změna ve způsobu reprezentování vedení kraje a v podávání zpráv.

Výsledky tohoto výzkumu budou představeny v závěru práce.

## Cíl a metoda

Cílem této práce je dokázat vliv úřadujících politických stran na obsah, úpravu a strukturovanost vybraného měsíčníku. Pro potvrzení této teorie je nutné ji podložit argumenty vyplývajícími z výzkumu.

V této bakalářské práci se zabývám vlivem politiky na oblast médií, která jsou oficiálně vydávána krajem. V tomto případě se jedná o měsíčník „Olomoucký kraj“, dříve „Krajánek“, který je distribuován do všech domácností Olomouckého kraje zdarma.

Základem pro samotný výzkum je analýza vybraných čísel tohoto měsíčníku. Zkoumaná čísla „Krajánku“ jsou z prosince 2019, březnu 2020, červnu 2020, září 2020. V tomto období byl hejtmanem Ladislav Okleštěk. Čísla jsou zvolena jako reprezentativní objektivní vzorek. K dosažení tezí používám kvalitativní výzkum, který je detailněji popsán v kapitole 5. 1. Metodologie výzkumu.

Primární teoretické teze, které se snažím doložit, jsou:

- 1.) Bývalý hejtman Olomouckého kraje Ladislav Okleštěk použil oficiální krajské noviny „Olomoucký kraj“ k sebepropagaci.
- 2.) Stejně tak bylo toto oficiální krajské médium zahrnuto v krajské předvolební kampani politické strany ANO.
- 3.) Olomoucký kraj podává neobjektivní informace u úspěších a neúspěších kraje.
- 4.) Opozici je dáván minimální prostor.

Tyto teze podloženy argumenty, které vychází z analýzy obsahu článků, fotoobsahu a výběru témat, která se týkají bodů politické kampaně.

Dále se věnuji komparaci měsíčníků „Olomoucký kraj“ v období prosinec 2019–září 2020 s obdobím prosinec 2020–září 2021. V říjnu 2020 proběhly krajské volby a změnilo se vedení kraje. Hejtmanem se stal Josef Suchánek.



# 1. Oficiální krajský tisk a jeho zasazení do české mediální krajiny

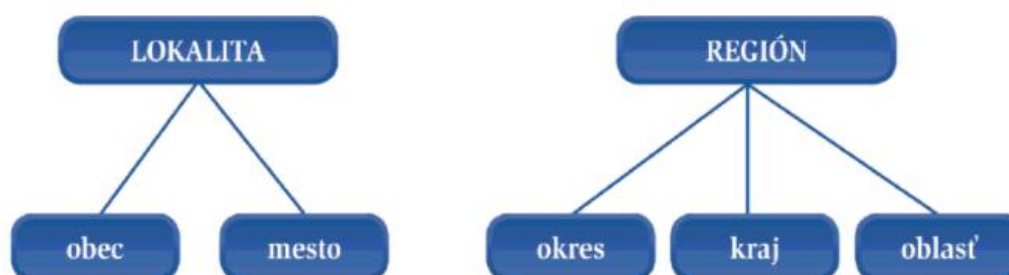
## 1.1. Lokální a regionální média

Pro definici české lokální a regionální žurnalistiky je potřeba určit její postavení v českém mediálním systému. McQuail definuje subsystém lokálního a regionálního tisku jako součást mediálního systému, který jako celek představuje soubor masových médií v dané národní společnosti. Významná média jsou geograficky fragmentovaná, a to od celostátního tisku až po městské či obecní zpravodaje.<sup>1</sup>

Dělení české mediální krajiny závisí na různých aspektech, můžeme dělit například podle vlastníků (veřejnoprávní, soukromá), podle periodicity (deníky, týdeníky, čtrnáctideníky, měsíčníky) nebo například podle nosiče (printová, rozhlasová, televizní, digitální).

Každé vydávané médium má svoji oblast, kam patří. Mezi hlavní rysy definice patří především obsahová stránka konkrétního sdělovacího prostředku, poté forma a také vlastník.

Andrej Tušer ve svých pracích odděluje regionální a lokální periodika. Uvádí, že měřítkem regionálnosti a lokálnosti není místo vydávání či název periodika, ale míra jeho působení v hranicích regionu a lokality. To znamená, jestli v periodiku dominuje spojitost s problematikou obce (obecní noviny), města (městské noviny), okresu (okresní noviny), kraje (krajské noviny), oblasti (oblastní noviny).<sup>2</sup>



Obr.1 Rozdělení podle Tušera

---

<sup>1</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do masové komunikace*. Praha: Portál, 2002, str. 184.

<sup>2</sup> TUŠER, Andrej. *Ako sa robia noviny*. Bratislava: Sofa, 1999, str. 48.

Z toho vyplývá, že v lokalitě (město, obec) existují lokální média (městské, obecní), v regionu (okres, kraj, oblast) existují regionální média (okresní, krajské, oblastní).<sup>3</sup>

Vzhledem k tomu, že v lokalitách vydávají svoje prostředky masové komunikace i sublokální subjekty, např. školy, podniky, sídliště, obvody, městské části, mluví i o sublokálních periodikách – školních, podnikových (firemních), sídlištních, obvodních či městských částí.



Obr.2 Schéma lokálních periodik podle Tušera

Na úrovni regionů je možnost ještě větší variability, protože existují periodika, jejichž působení je širší než jen v jednom regionu (okresu, oblasti, kraji – nadregionální, multiregionální). Dokonce můžeme mluvit i o středních a malých regionálních, které zasahují například území obce a jejího okolí, města a jeho okolí, případně více obcí.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Toto dělení nemusí být vždy obecně přijímáno. Například projekt Naše adresa společnosti PPF Media používal termín hyperlokální žurnalistika. Hyperlokální média splňují všechny požadavky sublokálních médií, jen se jedná o menší území (např. ulice)

<sup>4</sup> TUŠER, Andrej. *Ako sa robia noviny*. Bratislava: Sofa, 1999, str.50.



Obr.3 Schéma regionálních periodik podle Tušera

Krajská média, kterými se tato bakalářská práce zabývá, spadají pod regionální tisk, protože působí pouze v jednom regionu – kraji – a nepřesahují jeho hranice.

Všechny definice regionálních médií vychází především z vyhrazení území, poté z obsahové stránky média. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace definuje regionální média jako označení periodik (novin, týdeníků anebo měsíčníků.), která se váží k určitému místu, odkud čerpají informace a pro jeho publikum jsou určena. Regionální tisk informuje o událostech, které se v oblasti dějí nebo pro tamní obyvatele mohou mít význam.<sup>5</sup>

Lokální a regionální tisk patří mezi média s dlouhou tradicí a nejsilnější vazbou se čtenáři. Tato skutečnost je daná blízkostí témat, která lokální a regionální tisk přináší. Jsou součástí mediálního systému konkrétního národního státu. I přesto, že z hlediska fungování mediálního systému jsou lokální a regionální noviny jeho nezastupitelnou součástí, pohled akademiků jako by se tomuto typu médií (na rozdíl od nadnárodních nebo celostátních médií) vyhýbal.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> OSVALDOVÁ, Barbora, HALADA, Jan, *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri, 2007, str. 192

<sup>6</sup> WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Český lokální a regionální tisk mezi lety 1989 a 2009*. Brno: Masarykova univerzita, 2013, str. 13

## 1.2. Krajský tisk jako pojem

Definice krajských tiskovin vydávaných samosprávami v české odborné literatuře není přesně vymezena. Z hlediska legislativního je možné se opírat o vymezení pojmu v novele zákona č. 46/2000 Sb., která jej definuje takto:

„Periodickým tiskem územního samosprávného celku je periodický tisk, jehož vydavatelem je obec, kraj nebo hlavní město Praha nebo jeho městská část (dále jen „územní samosprávný celek“) nebo právnická osoba zřízená či založená územním samosprávným celkem či společně více územními samosprávnými celky nebo právnická osoba, kterou územní samosprávný celek sám nebo spolu s dalšími územními samosprávnými celky ovládá podle zvláštního právního předpisu, anebo periodický tisk, jehož obsah, vydání a veřejné šíření zajišťuje jiný vydavatel na základě smlouvy s územním samosprávným celkem či společně s více územními samosprávnými celky.“<sup>7</sup>

Zároveň tento zákon ustanovuje pravidla pro vydávání tohoto druhu tiskovin:

„Vydavatel periodického tisku územního samosprávného celku je povinen poskytovat objektivní a vyvážené informace o územním samosprávném celku a poskytnout přiměřený prostor pro uveřejnění sdělení, které vyjadřuje názory členů zastupitelstva územního samosprávného celku, týkající se tohoto územního samosprávného celku.“<sup>8</sup>

Z hlediska funkce se jedná o periodický tisk vydávaný na určitém vymezeném území. Účelem takových tiskovin je především informovat o dění v této oblasti, například v obci nebo v kraji.

Jedná se převážně o informace, které nejsou v celostátním měřítku příliš relevantní. Právě tato média informují o regionálních událostech.

Nemusí se jednat pouze o média printová. Koncept krajských médií se dá najít v rozhlasovém vysílání, televizním vysílání (především kabelová televize) i v digitální podobě (internetové deníky, zpravodajská aplikace města apod.).

Naprostá většina obcí i krajů periodikum vydává či jeho vydávání finančně podporuje. Obyvatelstvo ČR je tak „pokryto“ sítí místních periodik územní samosprávy, někdy i ve třech

---

<sup>7</sup> Znění novely Zákona č. 46/2000 Sb., 2000. Zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon)

<sup>8</sup> Tamtéž.

„vrstvách“ (městská část, město, kraj), která mají mimořádně silný vliv na informovanost a názory občanů týkající se lokálních záležitostí. Tato média zobrazují a významně formují místní, komunální a regionální politiku, jež se uznává za podhoubí demokracie, za živnou půdu pro růst politiků a politických stran, a tedy celé politické kultury.<sup>9</sup>

Krajské tiskoviny spadají pod regionální tisk. Definici krajského tisku můžeme pouze odvodit z definice regionálního tisku, protože pojem krajský tisk není sám o sobě dostatečně definován. To, že této problematice není věnována dostatečná pozornost, nám může dokázat i to, že podle databáze Ministerstva kultury zjistíme, že u nás existuje zhruba 2300 regionálních titulů. Ale jak uvádí Waschková Císařová, tato databáze je zastaralá, neaktualizovaná. Podle vlastního výzkumu Waschkové Císařové v České republice v roce 2012 vycházelo 132 lokálních a regionálních titulů.<sup>10</sup> V roce 2021 v této databázi bylo v kategorii „obecní zpravodaje“ 2943 titulů včetně již zaniklých periodik. Měsíčník Olomoucký kraj byl v tomto seznamu zaevidován 12. 4. 2002. Nachází se v kategorii „další tiskoviny pro veřejnost (nelze zařadit)“, kde najdeme i další krajské zpravodaje.

### 1.3. Funkce krajských tiskovin

McQuail rozlišuje obecné funkce masmédií jako informační, korelační, funkci udržení kontinuity, zábavní a funkci získávání.<sup>11</sup>

Funkce krajských (radničních) médií se částečně prolíná s funkcí lokálních a regionálních médií.

Lokální i regionální média plní funkci především integrační. Čtenáře, posluchače nejvíce zasahují zprávy v jejich bezprostřední blízkosti. Tušer to odůvodňuje tím, že každodenní život pociťuje občan především v lokální rovině, zatímco celostátní úroveň může posoudit pouze virtuálně.<sup>12</sup> Podle Waschkové Císařové jsou regionální média nejdůležitější součástí

---

<sup>9</sup> KAMENÍK, Martin, KUŽÍLEK, Oldřich. *Komu slouží radniční noviny?* Praha: Oživení, o. s. v rámci projektu Hlásná trouba: zneužívání periodik a informačních kampaní na úrovni místních samospráv v ČR, 2015

<sup>10</sup> WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. Proměny českého lokálního a regionálního tisku. In: *Mediální teorie a praxe*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2012, str. 205.

<sup>11</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2002, str. 143.

<sup>12</sup> TUŠER, Andrej. *Ako sa robia noviny*. Bratislava: Sofa, 1999, str. 52.

mediálního systému, protože je jimi příjemce nejvíce ovlivňován. Zároveň z ojedinělých výzkumů vyplývá, že čtenáři upřednostňují v tisku lokální obsah před celostátním.<sup>13</sup>

Obecně si čtenář vybírá především média ze své lokality. Krajské tiskoviny si však čtenář nevybírá, dostane je každý zdarma domů do schránky bez možnosti výběru, proto by se mělo dbát na to, aby se v nich objevovaly pouze pravdivé a nezkreslené informace. Tato nezávislost je ohrožena především politickou situací v dané lokalitě a poté i podniky, které periodikum mohou financovat.

#### 1.4. Politický vliv na regionální média

Stejně tak jako média ovlivňují politiku, ovlivňuje politika média. Většina lokálního a regionálního tisku vydávaných samosprávami, včetně krajských médií, se mění v závislosti na úřadující politické straně, aby vyznění médií odpovídalo postojům vedení města, kraje. Právě touto problematikou se ve své bakalářské práci zabývám.

Většina krajských tiskovin stejně jako jiné regionální tituly, mění obsah v závislosti na politické straně. Tím se právě vymykají z přesně definované mediální krajiny. Kromě žurnalistické funkce zde totiž převládá funkce politická, a tím významně ovlivňuje obsah a výslednou podobu jednotlivých deníků, týdeníků, měsíčníků.

Politická funkce dominuje především proto, že řídicí strana využívá tiskoviny vydávané v tomto případě krajem k propagaci činnosti radnice. Informuje zejména o svých úspěších. S tím souvisí ovlivňování čtenářů – aktivity radnice jsou prezentovány v tom nejlepším možném světle, jsou vyzdvihovány především pozitivní věci a je kladen důraz na to, jakým podílem radnice k tomu přispěla. Představitelé radnice se snaží být viděni – například je fotograficky zdokumentováno předávání různých cen nebo otevírání různých institucí za účasti vedení radnice. Tyto pseudozprávy mají pouze jediný účel, a to reprezentaci radnice a radniční politiky.

Z velké části články nebo obrazový obsah tvoří právě pseudoudálosti, které mají jako svůj jediný úkol propagaci. Jedná se událost, která by se bez existence médií vůbec nekonala. Trampota definuje pseudoudálost takto: Je primárně plánována pro okamžitou medializaci či

---

<sup>13</sup> WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Vybrané aspekty strukturální transformace českého lokálního a regionálního tisku po roce 1989*. Brno: Masarykova univerzita, 2009, str. 3.

reprodukcí, úspěch každé pseudoudálosti je měřen podle toho, jak moc je o ní informováno.<sup>14</sup> Pseudoudálosti jsou využívány zejména politiky jako reklamní tah.

Občanské sdružení Oživení označuje radniční periodika jako „hlásné trouby“ samoúčelně propagující politické vedení samospráv.

Klasická „hlásná trouba“ vypadá tak, že obsahuje mnoho fotek a zmínek o představitelích radnice, opozice nemá přístup do média nebo jen velmi sporadicky, témata jsou prezentována jako apolitická a vždy již vyřešená (samozřejmě úspěšně), nezaznívají žádné alternativní názory nebo polemika či vůbec zdání, že se ke konečnému výsledku dospělo po nějaké diskuzi. O zneužití lze hovořit nejen kvůli znění tiskového zákona, ale také proto, že tyto zpravodaje jsou hrazeny z rozpočtu obce.<sup>15</sup>

Jednotlivá periodika jsou vystavována kritice právě kvůli své politické zaujatosti. Nestrannost vytýká i zpráva Mezinárodní federace novinářů z roku 2019. Problematiku českých regionálních médií obecně shrnují takto: Regionální média jsou ve velmi těžké pozici, protože velká část obyvatel nemá nezávislé a nestranné informace v lokální problematice. Což má negativní dopad na účast v lokálních debatách a demokracii.<sup>16</sup>

V případě komerčních regionálních médií se jedná především o otázku vlastnictví, regionální média vydávané samosprávami jsou ovlivňovány aktuální politickou situací ve vedení města, kraje.

Kritika se nese i další částí této zprávy: Když vezmeme v potaz všechny klíčové informace, je jasné, že regionální média jsou v obtížné situaci. Svobodná a nezávislá média skoro neexistují a jsou více či méně nástrojem buď byznysmenů a oligarchů pro reklamu nebo slouží politikům jako nástroj pro své kampaně.<sup>17</sup> V dalším odstavci se autoři zmiňují o rozhovorech s novináři z lokálních novin. Respondenti uvádí, že mají přesně vymezená témata, o kterých mohou a nesmí psát. Což je způsobeno především kvůli získání zisku z reklam. Inzerenti budou

---

<sup>14</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, str. 34.

<sup>15</sup> Hlasnatrouba.cz [online] Oživení, o. s., 2022. [cit. 1. 11. 2022] Dostupné z: <https://hlasnatrouba.cz/>

<sup>16</sup> EVROPSKÁ FEDERACE NOVINÁŘŮ. Fact finding mission to Czech Republic, 7th-8th October, 2019 [online] [cit. 1. 11. 2021]. Dostupné z: <https://europeanjournalists.org/blog/2019/10/16/czech-republic-media-freedom-under-pressure/>

<sup>17</sup> Tamtéž.

blokovat články s negativním dopadem na jejich podnikání, stejně jako politici budou blokovat obsah, který je mířen proti jejich programu.<sup>18</sup>

Tato kritika uplatňována na regionální média včetně komerčních se dá uplatnit i v případě krajských, radničních tiskovin. Redaktoři spadají pod radnici, která formuje obsah.

Všemi těmito faktory jsou pak média ovlivňována. A svůj vliv přenáší na čtenáře. Jak uvádí Lenka Waschková-Císařová v rozhovoru pro irozhlas.cz: „Když lidi informace dostávají rovnou do schránky a zadarmo, rádi zapomenou, že to může mít nějaká „ale“. Přitom jsou evidentní: zpravodaje jsou čistě politická reklama vedení radnice.“<sup>19</sup>

V posledních letech se tomuto tématu věnuje občanské sdružení Oživení. V sérii výzkumů dokazují, že média vydávána samosprávami jsou tendenční a politizována. Mimo jiné tento spolek vydává i manuály – např. Správná radnice: Manuál transparentní samosprávy 2017 nebo Manuál pro dobré radniční periodikum. Tyto manuály je možno vnímat jako jakési doporučení ohledně toho, jak by měla oficiální média vypadat. Zabývají se zde především transparentností, cenzurou a názorové plurality. Občanské sdružení Oživení se kromě radničních periodik věnuje také tématům jako právo na informaci, veřejné zakázky nebo například střet zájmů.

Občanské sdružení Oživení vede také webovou stránku [www.hlasnatrouba.cz](http://www.hlasnatrouba.cz), kde se snaží poukázat na praktický rozsah problému zneužívání tištěných periodik územněsprávních celků (ÚSC) a cenzury jejich obsahu, zároveň se snaží zvýšit povědomí cílových skupin o problému a podpořit možnost účasti občanů ve veřejné diskusi o místních záležitostech.

Analýzy tohoto sdružení přispěly k tomu, aby členové sdružení napsali pravidla pro radniční (krajská periodika).

Tato pravidla se jmenují Manuál pro dobré radniční periodikum.

---

<sup>18</sup> Tamtéž.

<sup>19</sup> BOČEK, Jan. Analýza: za 10 let zanikla polovina regionálních novin. „Můžou za to i radniční zpravodaje,“ říká expertka., 2020. [cit. 1. 11. 2021] Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/regionalni-lokalni-noviny-media-denik-lenka-cisarova\\_2002030630\\_jab](https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/regionalni-lokalni-noviny-media-denik-lenka-cisarova_2002030630_jab)



Tento manuál je veřejně přístupný na webových stránkách občanského sdružení Oživení. Na úvod autoři vytyčují cíle – snaží se o zvednutí kvality periodik vydávaných samosprávou. Při tom uvádí hlavní zásady, kterými by se měla periodika řídit:

- předcházení střetu zájmů při tvorbě obsahu periodik,
- zapojení opozice do redakčních rad,
- stanovení jasných pravidel pro tvorbu obsahu periodika,
- samostatný, odpovědný a aktivní přístup redakce k tvorbě obsahu periodika,
- rovný přístup k prezentaci svých názorů podle tiskového zákona pro všechny zastupitele místní samosprávy.<sup>20</sup>

Všechny tyto obecné rady vychází právě ze zákona o periodickém tisku. Celý manuál je založen na teorii, nepodává konkrétní rady jako například „Jak najít dobrého redaktora“, „Distribuuovat zdarma, nebo za poplatek?“, „Prodávat placenou inzerci?“. Autoři sami uvádí, že na takové otázky neexistuje univerzální odpověď, protože každé periodikum je specifické a užívá jiné postupy a má jiné prostředky a cíle.<sup>21</sup>

Obecně ale autoři považují za nejdůležitější stanovení redakční rady (redakčního orgánu). Jedná se o výbor ustanovený zastupitelstvem. Opozice, zejména opoziční členové zastupitelstva, by měli mít v takové radě garantovanou účast, aby mohla konstruktivně uplatňovat své názory na politiku vedení samosprávy.<sup>22</sup>

Redakční rada by měla mít tři hlavní úkoly:

- 1) Obecně formulovat povahu, styl, rozsah, zaměření periodika v dlouhodobém horizontu.
- 2) Projednávat a doporučovat konkrétní tematický plán pro jednotlivé vydání, na základě podkladů, předložených jak redakcí, tak členy rady a představiteli úřadu (exekutivy). Tematický plán by měl mít výlučně povahu doporučení pro redakci.

---

<sup>20</sup> KAMENÍK, Martin, KUŽÍLEK, Oldřich. Komu slouží radniční noviny? Praha: Oživení, o. s. v rámci projektu Hlásná trouba: zneužívání periodik a informačních kampaní na úrovni místních samospráv v ČR, 2015, str. 39–40

<sup>21</sup> Tamtéž, str. 39–40.

<sup>22</sup> Tamtéž, str. 41.

- 3) Zpětně hodnotit vydaná čísla z hlediska naplňování pravidel a účelu periodika, tedy například sledovat, zda periodikum v dostatečné míře zobrazuje také alternativní názory na politiku vedení samosprávy.<sup>23</sup>

Tato redakční rada by také měla sepsat Pravidla – soubor ustavení, kterými by se konkrétní periodikum mělo řídit. Stejně jako jejich sepsání je důležité jejich zveřejnění. Obsahem těchto Pravidel by měla být především dohoda mezi koalicí a opozicí.

Skupina Oživení, a. s. kromě Manuálu pro radniční periodika vydala také Doporučení pro vydávání periodik samosprávami. Tato doporučení se ve velké většině shodují s pravidly, která jsou uvedena v Manuálu pro radniční periodika a měla by se od nich odrážet Pravidla redakční rady.

Hlavním „desaterem“ Kodexu radničního periodika uvedené v Doporučení pro vydávání periodik samosprávami jsou:

1. Formu uveřejnění alternativních názorů (rozhovor, dopis, stanovisko) volí redakce, názory však nesmí zkreslovat.
2. Komentáře jsou odděleny od zpráv.
3. Vyhledávání alternativních sdělení je povinností redakce.
4. Redakce uplatňuje avízo – informuje představitele opozice, případně občanská sdružení o tom, jaká budou hlavní témata v dalším vydání.
5. Pokud jsou získána alternativní sdělení, jsou v zásadě vždy zařazena. Je však právem redakce uplatnit výjimku a alternativní sdělení nezveřejnit, například kvůli rozsahu nebo výslovné urážlivé útoky.
6. Redakce je povinna zveřejnění stanoviska zastupitelů k tématu místní komunální či regionální politiky.
7. Redakce a redakční rada neposuzují pravdivost předkládaných alternativních sdělení.
8. Redakce nepoškozují uveřejnění alternativní sdělení, neironizuje jej.

---

<sup>23</sup> KAMENÍK, Martin, KUŽÍLEK, Oldřich. Komu slouží radniční noviny? Praha: Oživení, o. s. v rámci projektu Hlásná trouba: zneužívání periodik a informačních kampaní na úrovni místních samospráv v ČR, 2015, str. 41.

9. I zpráv, které uvádí přijatá rozhodnutí (usnesení) má veřejnost právo na alternativní informace, a to zejména aby byla informována o protinávrzích, výsledcích hlasování, diskusi a alternativních řešení.

10. Redakce je povinna zajišťovat sdělení o připravovaných budoucích rozhodnutích samosprávy a poskytovat veřejnosti návod, jak se k nim vyjádřit.<sup>24</sup>

Zkoumaný měsíčník Olomoucký kraj se těmito pravidly v mnou zkoumaném časovém období z velké části neřídí. Neposkytuje místo pro opozici a nevytváří prostor pro dialogy. Občanům není umožněno se podílet na budoucích rozhodnutí a po přijetí návrhu nejsou informováni o alternativních sděleních. Více se touto problematikou zabírám ve výzkumné části.

### 1.5. Rozdíly mezi radničním tiskem a regionálním komerčním tiskem

Regionální tisk můžeme rozdělit na tisk komerční a tisk, který je vydáván samosprávami, někdy také nazýván radniční (krajský). Jak již bylo řečeno, radniční (krajská) média mají funkci především integrační. Krajská média by měla poskytovat prostor pro aktivní zapojení občanů, nabídnout jim možnost se k probíraným tématům, připravovaným nebo schváleným usnesením vyjádřit a necenzurovat je, pokud se jejich názory odlišují od stanoviska města (kraje). Zároveň by měly vytvářet i místo pro dialogy vedeny samosprávou a opozicí.

Oba tyto typy – komerční i radniční (krajský) tisk - spojuje to, že se zabývají regionálními zprávami z jedné oblasti. Informují o událostech z regionu, které nejsou tak zajímavá či důležitá z celostátního pohledu.

Rozdíl je však v podávání těchto informací. Regionální tisk vydávaný samosprávou se zaměřuje spíše na pozitivní zprávy, informuje o činnosti radnice a o technických událostech – například kdy proběhne svoz odpadu, plánované přerušení elektrických dodávek a podobně. Radniční (krajský) tisk by měl o činnostech radnice informovat jako o činnostech samosprávy, neměl by události z kraje využívat k vlastní propagaci, aby neovlivňoval čtenáře.

Reportáže komerčního tisku jsou také z lokality, kde vychází, ale bez účasti radnice. Nezveřejňují interní informace z prostředí samosprávy, spíše reagují na její vyjádření a činnost.

---

<sup>24</sup> Hlasnatrouba.cz [online] Oživení, o. s., 2022. [cit. 1. 11. 2022] Dostupné z: <https://hlasnatrouba.cz/>

Právě v komerčním regionálním tisku lze nalézt kritiku směřovanou na vedení města nebo kraje.

Komerční a radniční (krajský) tisk se liší pak především v účelu vydávání. Komerční regionální tisk je vydáván za účelem zisku, zatímco radniční tisk má oficiálně jako hlavní cíl informovat občany o dění v kraji, obci, městě. Ve skutečnosti, jak jsem již zmínila, má většina radničních (krajských) periodik funkci převážně propagační.

Vzhledem k tomu, že hlavním účelem komerčního regionálního tisku je zisk, jsou jednotlivé strany narušeny bannery s placenými reklamami. Tento druh tiskovin se soustředí především na funkci informační a zábavnou, proto často bývá v čísle například křížovka se soutěží o ceny.

Čtenář má možnost si vybrat z více komerčních regionálních titulů, tato možnost u regionálního tisku vydávaného samosprávou není.



Obr.4 Titulní strana Olomouckého kraje prosinec 2019 – vydáván krajem



Obr.5 Titulní strana Olomouckého deníku září 2017 – komerční médium

Komerční média získávají zisk především z inzerce. Ta se vyskytuje v radničních novinách také, ale v menší míře. Například ve zkoumaném měsíčníku Olomoucký kraj (dříve Krajánek) je inzerci vyhrazena jedna strana a nikde jinde se reklamní bannery nenacházejí. V tom se liší od komerčního tisku, kdy se reklamní sdělení vyskytují téměř na každé straně, někdy i na titulní, jak lze vidět na obrázku č. 5.

Zásadní rozdíl je také ve vlastnictví. Komerční regionální tisk vlastní většinou právnická osoba. Radniční noviny vydává přímo samotná samospráva – radnice, kraj, obec, někdy ve spolupráci s externí firmou.

Z pohledu složení redakce se v redakci komerčních tiskovin nachází více profesionálů v oblasti žurnalistiky, v redakci radničních novin se někdy setkáváme přímo s politickými subjekty, většinou přímo členy zastupitelstva. Z tohoto důvodu vzniká debata o nestrannosti a vyváženosti daného periodika.

## 2. Televizní vysílání financováno Olomouckým krajem

Olomoucký kraj je jedním ze 14 krajů České republiky. S počtem 629 176 obyvatel (k 30. 6. 2021) je to šestý nejlidnatější kraj.<sup>25</sup> Každý tento obyvatel Olomouckého kraje je ovlivňován médii, ať už komerčními, veřejnoprávními nebo oficiálními médii, která vydávají samosprávy.

Vydávání zpravodajů již dlouho není jedinou mediální aktivitou samospráv – mediální působení se rozšiřuje směrem k TV vysílání, rádiovému vysílání a sociálním sítím. Lokální (regionální) politika se tak dostává pod značný tlak médií, které jsou zcela pod kontrolou politického vedení, protože nezávislá lokální média dlouhodobě ubývají a nová nevznikají. Zároveň jiné zdroje mediálního obsahu jsou hlídány ještě méně než radniční periodika. Sociální sítě je obtížné v množství obsahu monitorovat, televizní vysílání jsou také neprobádaným územím.<sup>26</sup>

Co se týče Olomouckého kraje, kde vychází měsíčník Olomoucký kraj (dříve Krajánek), který je předmětem zkoumání, tak zde vysílá stanice TV Morava. Tato stanice vysílá 24 hodin denně zprávy z regionu. Na této stanici najdeme i pořady, které financuje Olomoucký kraj – například „Náš kraj“, „Řekni to hejtmanovi!“, „Přehled událostí“ nebo „Krásně v kraji“. Problematikou objektivního televizního krajského vysílání se zabývalo občanské sdružení Oživení, které vypracovalo analýzu televizních stanic před volbami.

Tato analýza hodnotí TV vysílání Olomouckého kraje negativně: Vyváženost informací v TV pořadech nakupovaných kraji je minimální. Ze všech 10 krajů pouze ve Středočeských novinách TV Praha se v jednom v díle ze 14. září 2020 objevují 2 vstupy

---

<sup>25</sup> O Olomouckém kraji, 2022 [online] [cit. 23. 3. 2022]. Dostupné z: <https://www.olkraj.cz/o-olomouckem-kraji-cl-1362.html>

<sup>26</sup> TRUNKÁTOVÁ Šárka, SVOBODOVÁ Lenka. 2020. *Zpráva o stavu krajských médií v období před krajskými volbami 2020 a návrhy na zlepšení pro nově zvolené krajské zastupitele*. [online] Praha. Dostupné z: <https://www.oziveni.cz/2020/10/analyza-2020-radnicni-zpravodaje-stale-slouzi-politikum-misto-obcanu/>

opozičních zastupitelů k tématu mimořádného zasedání zastupitelstva. Ve všech ostatních případech v příspěvcích nevystupují nositelé alternativních názorů.<sup>27</sup>

Tematické zaměření jednotlivých příspěvků vysílání se často dotýká pozitivní činnosti kraje. Vždy jde o takové téma, s kterým je každý politik rád spojován a rád se na dané akci objeví nebo se k tématu vyjádří. Zcela nepřekvapivě dominují pojmy rekonstrukce, ocenění, nová/nové.<sup>28</sup> Tato témata se často objevují nejenom v televizním vysílání, ale i v tištěné formě.

### 3. Měsíčník Olomoucký kraj (dříve Krajánek)

#### 3.1. Obecné informace

Na území Olomouckého kraje vychází oficiální měsíčník Olomoucký kraj, který je vydáván krajem. V krajském městě Olomouc vychází radniční listy Olomoucké listy. Obě tato periodika jsou zdarma distribuovány do domácností v papírové formě, stejně tak se občané mohou přihlásit o elektronickou formu, která je zasílána do e-mailových schránek.

Měsíčník Olomoucký kraj je vydáván od roku 2002. Od února 2019 do července 2021 nesl měsíčník název Krajánek, poté se vrátil k původnímu názvu Olomoucký kraj.

Předmět mého zájmu, měsíčník Olomoucký kraj, nemá na svých webových stránkách obecně přístupné informace o vydavateli, počet nákladů, redakci nebo tiskárnu. Všechny tyto informace jsou uvedeny přímo v měsíčníku.

Měsíčník vychází v nákladu 285 000 kusů, tato informace je uvedena na titulní straně měsíčníku. Na straně 8 v rubrice „Zábava“ jsou uvedeny obecné informace o měsíčníku v malém rámečku vedle komiksu. V případě oficiálního krajského média by se dala očekávat větší transparentnost, kdy by pro občana měly tyto informace být rychle a snadně dohledatelné.

#### 3.2. Organizační struktura periodika

Abychom mohli dobře porozumět procesu vydávání krajského periodika, je nutné pochopit, jak funguje tvorba mediálního obsahu a jeho následná distribuce.

---

<sup>27</sup> TRUNKÁTOVÁ Šárka, SVOBODOVÁ Lenka. 2020. *Zpráva o stavu krajských médií v období před krajskými volbami 2020 a návrhy na zlepšení pro nově zvolené krajské zastupitele*. [online] Praha. Dostupné z: <https://www.oziveni.cz/2020/10/analyza-2020-radnicni-zpravodaje-stale-slouzi-politikum-misto-obcanu/>

<sup>28</sup> Tamtéž.

Jedna z nejdůležitějších otázek je otázka vydavatele. Pod pojmem vydavatel je možné rozumět tu osobu, která dané periodikum vydává pod svým jménem – v tomto případě tedy Olomoucký kraj.

Vydavatel přenáší část svých oprávnění (právní zodpovědnost za zveřejněné pravdivé informace, politická zodpovědnost za výsledný charakter, zaměření, rozsah, uspořádání periodika) na vlastní pracovní orgány, případně zaměstnance. V rámci externích subjektů může smlouvami přenášet i část svých kompetencí.<sup>29</sup>

Měsíčník Olomoucký kraj vydává od roku 2021 Olomoucký kraj ve spolupráci se společností Regionální vydavatelství s.r.o.

Smlouva mezi Olomouckým krajem (vydavatelem) a společností Regionální vydavatelství, s. r. o. je veřejně přístupná a snadno dohledatelná. Nachází se ve veřejném registru smluv. Obsahuje všechna důležitá ustanovení včetně ceny za poskytnutou službu – tisk.

Tato smlouva udává, že se obstaravatel zavazuje, že pro vydavatele v souladu s jeho pokyny zajistí redakci – grafickou úpravu, výrobu, vytištění a distribuci 44 vydání (čísel) měsíčníku Olomouckého kraje počínaje zářím 2021.<sup>30</sup>

V registru jsou dohledatelné i smlouvy s předchozími obstaravateli – společnost Agiprint, s. r. o. a společnost Profi-tisk group.

---

<sup>29</sup> KAMENÍK, Martin, KUŽÍLEK, Oldřich. *Komu slouží radniční noviny?* Praha: Oživení, o. s. v rámci projektu Hlásná trouba: zneužívání periodik a informačních kampaní na úrovni místních samospráv v ČR, 2015, str. 7

<sup>30</sup> Ministerstvo vnitra České republiky. Registr smluv. [online] *Olomoucký kraj – Smlouva o redakční úpravě, tisku a distribuci měsíčníku Olomoucký kraj* [Cit. 1. 11. 2021] Dostupné z: <https://smlouvy.gov.cz/smlouva/19413707?backlink=pggcw>



### **Měsíčník Olomoucký kraj Krajánek, periodický tisk**

Vydává Olomoucký kraj ve spolupráci se společností Agriprint, s.r.o. a společností Profi-tisk group.

Adresa vydavatele:  
Olomoucký kraj, Jeremenkova 40a, 779 00 Olomouc  
IČ: 60609460. Registrováno pod číslem MK ČR E 13609.

Adresa redakce:  
Agriprint s.r.o., Wellnerova 7, 779 00 Olomouc

Distribuce:  
e-mail: distribuce.krajaneck@regvyd.cz, telefon: 266 311 596  
Odpovědný redaktor: Ondřej Zuntých,  
mobil: 774 774 284, e-mail: noviny@olkraj.cz

Inzerce:  
Petr Baštan, mobil: 608 975 337, e-mail: bastan@agriprint.cz

Číslo 12, ročník 18. Olomoucký kraj Krajánek - periodický tisk  
Olomouckého kraje. Toto číslo vychází v Praze 11. 12. 2019.  
Měsíčník je distribuován prostřednictvím České pošty, s.p.,  
do všech schránek v kraji.

Uzávěrka příspěvků do dalšího čísla měsíčníku je 9. ledna.

Obr.6 Ukázka části s obecnými informacemi o měsíčníku – prosinec 2019

### 3.3.Redakční rada

Jak je zmíněno v kapitole 1. 4. skupina Oživení, která se dlouhodobě zajímá o radniční, krajská média, považuje za nejdůležitější pro objektivnost periodika sestavení redakční rady.

Politický vliv na obsah periodik by se měl uplatňovat pouze zprostředkovaně právě skrze redakční radu, složenou jak z místních zastupitelů, tak z dalších osob mimo zastupitelstvo. Ta by měla vykonávat ex-post dohled nad prací redakce a celkovou kvalitou obsahu periodika z hlediska plnění cílů média veřejné služby. Měla by být také tím orgánem vydavatele, který řeší jednotlivé spory mezi redakcí a radou, zastupiteli a redakcí, včetně stížností veřejnosti, zastupitelů i radních.<sup>31</sup>

Redakční radu aktuálně<sup>32</sup> tvoří:

Andrea Hanáčková (docentka na katedře divadelních a filmových umění na Univerzitě Palackého v Olomouci),

Ivo Slavotínek (1. náměstek hejtmána, za KDU-ČSL),

Dalibor Horák (2. náměstek hejtmána, za ODS),

---

<sup>31</sup> KAMENÍK, Martin, KUŽÍLEK, Oldřich. *Komu slouží radniční noviny?* Praha: Oživení, o. s. v rámci projektu Hlásná trouba: zneužívání periodik a informačních kampaní na úrovni místních samospráv v ČR, 2015, str. 7

<sup>32</sup> Informace ze října 2021.

Luděk Niče (vedoucí odboru kanceláře hejtmána),

Eva Knajblová (vedoucí odboru kanceláře hejtmána oddělení tiskové a PR)

Kamila Navrátilová (tajemnice hejtmána, starostka Choliny za SNK Cholína),

Jaroslav Kropáč (odpovědný redaktor),

Petra Pášová (referent mediální komunikace),

Juraj Aláč (podnikatel).

V mnou zkoumaných číslech Olomouckého kraje, tedy prosinec 2019, březen 2020, červen 2020 a září 2020 redakční rada uvedena není. Přes e-mailovou komunikaci s paní Evou Knajblovou mi bylo řečeno, že se redakční rada měsíčníku Olomoucký kraj v minulosti sestávala ze zástupců vydavatele i obstaravatele, nebyla ale ukotvena žádným rozhodnutím Rady Olomouckého kraje. Až v průběhu roku 2021 Rada Olomouckého kraje schválila konkrétní (jmenné) složení redakční rady měsíčníku.

To, že v minulosti nebyla ukotvena redakční rada, je jeden z důvodů, proč by měsíčník Olomoucký kraj nemusel být brán jako věrohodný zdroj informací. Anonymitu nejen článků, ale i redakční rady je možno brát jako narušení transparentnosti, která se od tohoto druhu periodika očekává.

Anonymita je důležitým aspektem při porovnávání kvality periodika. V případě anonymního textu je větší prostor k jednostranným sdělením. Vycházíme přitom z hypotézy, že v případě cenzurních zásahů do obsahu periodik a zneužívání obsahu pro účelovou prezentaci politického vedení, případně ocerňování politických konkurentů či kritiků poměrů v určité samosprávě, je mnohem snadnější takové kroky činit pod rouškou anonymity autora takto stylizovaného obsahu. Míra anonymity na politické ploše tak může mít vliv na názorovou pestrost.<sup>33</sup>

### 3.4. Rubriky

Každé číslo se skládá z několika rubrik. Většinou se jedná o rubriky v rozsahu jedné strany. Obsahově se snaží obsáhnout veškerá aktuální témata z regionu.

---

<sup>33</sup> KAMENÍK, Martin, KUŽÍLEK, Oldřich. *Komu slouží radniční noviny?* Praha: Oživení, o. s. v rámci projektu Hlásná trouba: zneužívání periodik a informačních kampaní na úrovni místních samospráv v ČR, 2015, str. 18

Rubrika je ve své podstatě ohraničení látky. Je tvořena články, které jsou do rubrik rozčleňovány dle své hlavní myšlenky.

Pro kompletní analýzu měsíčníku je potřeba upřesnit jednotlivá témata, kterými se konkrétní rubrika zabývá.

Slovo hejtmana – Tato rubrika se vyskytuje vždy na začátku čísla na přední straně. Jedná se o slovo hejtmana k občanům. Je to komentář k aktuálním tématům nebo přání k svátkům. Zmíněny jsou také úspěchy radnice.

Poděkování hejtmana – Toto okénko se vyskytuje pouze v čísle červen 2020. Hejtman zde děkuje všem záchranným složkám charitě za pomoc při povodních v regionu.

Zpravodajství – V této části měsíčníku se vyskytují aktuální témata. Převážně se jedná o pozitivní zprávy, které se zabývají rekonstrukcemi, výstavbou nebo podporou projektů. Mezi titulky, které se zde objevují, patří například „Hejtmanství plánuje cestu z koronakrize“, „Hejtmanství ocenilo nejlepší učitele. Kvůli koronaviru později než obvykle“, „Peněz na výměnu kotlů bude víc. Podporu získají i ti, kteří měli smůlu“.

Téma – V každém čísle se objevuje jedno téma, nad kterým vzniká diskuze. Článek obsahuje problematiku, sloupec nabízí náhled odborníka a je zde taky jediný prostor, který je dáván občanům – anketa právě na toto téma.

Regiony – Náhled do jednotlivých okresů Olomouckého kraje poskytuje tato rubrika. Najdeme zde méně důležité zprávy z Jesenicka, Šumperska, Olomoucka, Přerovska a Prostějovska. Většinou se jedná o jednu zprávu z jednoho okresu.

Příběhy, relax – Měsíčník kromě informační funkce nabízí také funkci zábavnou. Právě pro toto slouží tradiční části Jôra a Božka ôvádijó a (Ne)zapomenuté příběhy Olomouckého kraje. Jedná se o vyprávění seniorů, které sepsali studenti Univerzity Palackého.

Spolky, příspěvkové organizace - Na této stránce by čtenář očekával informace týkající se spolků, které v Olomouckém kraji působí, například hasičů. Většinou jsou to ale články vyzdvihující činnost kraje, například: „Hejtmanství přispěje vězňům nacistického režimu na léky“, „Kraj podpoří školy na jejich cestě k digitalizaci“, „Kraj propojí školy a firmy. Uspěl na národní úrovni“ nebo přímo samotného hejtmana: „Ladislav Okleštěk se setkal s válečnými veterány“.

Neziskové organizace – Rubrika se zabývá především úspěchy škol, divadel, knihoven a galerií.

Zábava – Tato sekce zastává funkci zábavnou. Čtenář zde nalezne sudoku, komiks nebo křížovku o ceny. V dolní části strany jsou obecné informace o měsíčníku.

Rozhovor – Rozhovory se ve zkoumaných číslech vedly pouze se členy zastupitelstva – s Jiřím Zemánkem, 1. náměstkem hejtmána Olomouckého kraje, Pavlem Šoltysem, náměstkem hejtmána pro regionální rozvoj, evropské projekty, územní plánování, Ladislavem Hynkem, náměstkem hejtmána zodpovědného za školství a samotným hejtmánem Olomouckého kraje Ladislavem Okleštěkem. Hlavním tématem byly opět pozitivní zprávy a zásluhy Olomouckého kraje: „Splácíme dluh a přitom výrazně investujeme“, „Kraj podporuje venkov ve velkém“, „Školy zvládly koronavirovou situaci na výbornou“, „Ladislav Okleštěk: Olomoucký kraj je plný šikovných a pracovitých lidí“.

Inzerce – Inzeráty a reklamy jsou izolovány právě na této jedné straně. Jedná se především o organizace, firmy nebo pozvánky výhradně z Olomouckého kraje.

Kultura (a volný čas) – Kategorie Kultura je zaměřena především na výstavy, divadelní představení a hudební akce. Mimo článků o událostech, které již proběhly, rubrika obsahuje soupis plánovaných akcí.

Sport – Tato rubrika obsahuje sportovní zprávy z různých sportů – fotbal, běh, veslařství, parkour nebo třeba i balet. Články vyzdvihují úspěchy v této oblasti.

Informace – Rubrika Informace se nachází pouze v březnovém vydání měsíčníku. Jedná se především o praktické informace pro občany – jak bezplatně požádat o požární hlásič nebo upozornění pro podnikatele.

Kraj pomáhá – V tom případě se nejedná přímo o rubriku, ale fotoreportáž ze zaplavených obcí.



Obr.7 Ukázka fotoreportáže „Kraj pomáhá“

Většina rubrik se periodicky opakuje v každém čísle, jedná se o rubriky „Slovo hejtmána“, „Zpravodajství“, „Téma“, „Regiony“, „Příběhy, relax“, „Neziskové organizace“, „Zábava“, „Rozhovor“, „Inzerce“, „Kultura“.

Ostatní rubriky jsou využívány dle aktuálnosti. Například rubrika „Poděkování hejtmána“ se vyskytuje pouze v jednom čísle, protože se jedná o děkovný článek hejtmána záchranným složkám, které pomáhaly při záplavách na Uničovsku a Šumpersku. V tomto čísle se vyskytuje také rubrika „Kraj pomáhá“, kdy se jedná o fotoreportáž z postižených oblastí.

Kvůli dodržení rozsahu stran se proto musely jiné rubriky (Sport) vynechat.

Rubrika	prosinec 2019	březen 2020	červen 2020	září 2020
Slovo hejtmána	✓	✓	✓	✓
Poděkování hejtmána			✓	
Zpravodajství	✓	✓	✓	✓
Téma	✓	✓	✓	✓
Regiony	✓	✓	✓	
Příběhy, relax	✓	✓	✓	✓
Spolky, příspěvková organizace	✓		✓	✓

Neziskové organizace	✓	✓	✓	✓
Zábava	✓	✓	✓	✓
Rozhovor	✓	✓	✓	✓
Inzerce	✓	✓	✓	✓
Kultura (a volný čas)	✓	✓	✓	✓
Sport	✓	✓		✓
Informace		✓		
Kraj pomáhá			✓	

Tab.1 Výskyt rubrik v jednotlivých číslech

## 4. Výzkumná část

### 4.1. Metodologie výzkumu

Jako téma jsem si zvolila Oficiální krajská média jako nástroj politického P. R. Jak jsem již poukázala v teoretické části, jedná se o téma aktuální a příliš neprobádané. Radniční (krajský) tisk je obecně považován za „hlásné trouby“ jednotlivých samospráv a ne za seriózní zpravodaje, které by měly podávat vyvážené a především objektivní informace.

Tato bakalářská práce je zpracována za účelem dokázání primární hypotézy:

*H1: Měsíčník Olomoucký kraj vydávaný samosprávou na území Olomouckého kraje byl v letech 2019–2020 použit pro politické účely strany ANO a tehdejšího hejtmana Ladislava Okleštky.*

Tato hypotéza vznikla z předpokladu, že oficiální krajské noviny v době 2019–2020 nesloužily pouze občanům pro získávání informací, ale také sloužily k propagačním účelům vedení kraje. Tato hypotéza je konkretizována dílčími tezemi, které jsou zmíněny v kapitole Cíl a metoda.

Analýza textu začíná stanovením výzkumného vzorku. V případě této bakalářské práce se jedná o sběr dat z měsíčníku Olomoucký kraj.

### 4.2. Výzkumný soubor

Pro dokázání tezí jsem použila vydání čísel prosinec 2019, březen 2020, červen 2020 a září 2020. Tyto měsíce byly zvoleny jako reprezentativní vzorek období, kdy se ve vedení kraje nacházel hejtman Ladislav Okleštek.

Jedná se o čísla s rozestupem tří měsíců, aby bylo dosaženo optimální objektivnosti. Září 2020 bylo zvoleno jako nejdůležitější číslo, protože se jedná o poslední číslo, které vyšlo před krajskými volbami a je předpoklad, že právě v tomto měsíci se zkoumané indikátory objeví nejpočetněji. K tomuto číslu byly poté přidány další měsíce.

K porovnání byly zvoleny čísla prosinec 2020, březen 2021, červen 2021 a září 2021. Jedná se o stejné časového rozmezí. Rozdíl je ve vedení novin. V říjnu 2020 proběhly volby a změnila se čelní politická strana (z ANO na PirSTAN) a s tím související změna zastupitelstva. Do čela se dostal současný hejtman Josef Suchánek.

Celkem se jedná tedy o osm čísel měsíčníku. Tento celek byl poté rozdělen na menší jednotky – strany. Tato jednotka byla rozčleněna na menší podjednotky – fotografie a články.

Výzkum se zabývá především obrazovou plochou (fotografie) a poté plochou textovou (články).

Jako obrazová plocha jsou počítány pouze fotografie – započítávají se sem i fotografie krajiny nebo města bez osob. Naopak počítány nejsou malované obrázky nebo reklamní fotografie odkazující na nějakou společnost nebo společenskou událost.

Jako článek byly počítány textové plochy, které obsahovaly titulek. Opět se nezapočítávají reklamy, reklamní sdělení, informační sdělení (například otevírací doba o svátcích, zajištění lékařské pohotovosti nebo křížovka).

Použity byly digitální verze čísel měsíčníku, kdy formát strany odpovídal formátu A4.

### 4.3. Výzkumné otázky

Výzkumné otázky nám umožní podrobnější náhled do zkoumané problematiky. Díky stanovení výzkumných otázek je možné hlavní hypotézu potvrdit, nebo vyvrátit.

Pozorování proměnných a následné zachycení výsledků výzkumu vychází ze stanovených výzkumných otázek:

Výzkumná otázka č. 1: Vyskytuje se bývalý hejtman Olomouckého kraje Ladislav Okleštěk (ANO) na fotografiích neúměrně často?

Výzkumná otázka č. 2: Vyskytuje se bývalý hejtman Ladislav Okleštěk na fotografiích častěji než současný hejtman Olomouckého kraje Josef Suchánek (PisTAN)?

Výzkumná otázka č. 3: Kolik prostoru zabírají články politiků z vedení kraje?

Výzkumná otázka č. 4: Je dáván prostor opozici?

#### 4.4. Výzkumná metoda

Abych mohla dokázat primární hypotézu, využívám kvalitativního výzkumu, komparace a obsahové analýzy.

Kvalitativní výzkum jsem zvolila, abych byla schopna získat detailní náhled do zkoumaného jevu. Odborná literatura kvalitativní výzkum definuje tak, že výzkum nezůstává na povrchu, provádí podrobnou komparaci případů, sleduje jejich vývoj a zkoumá příslušné procesy. Citlivě zohledňuje působení kontextu, lokální situace a podmínky. Poskytuje podrobné informace, proč se daný fenomén objevil.<sup>34</sup>

Přístup případové studie, která využívá postupy kvalitativních metod, byl zvolen z toho důvodu, aby byl poskytnut co nejkomplexnější náhled do periodika z hlediska vnějšího působení.

V případové studii jde o detailní studium jednoho případu nebo několika málo případů. Zatímco ve statistickém šetření shromažďujeme relativně omezené množství dat od mnoha jedinců (nebo případů), v případové studii sbíráme velké množství dat od jednoho nebo několika málo jedinců.<sup>35</sup> V tomto případě se bude jednat o sběr dat z čísel měsíčníku. V případové studii jde o zachycení složitosti případu, o popis vztahů v jejich celistvosti. Předpokládá se, že důkladným prozkoumáním jednoho případu lépe porozumíme jiným podobným případům. Na konci studie se zkoumaný případ vřazuje do širších souvislostí. Může se srovnat s jinými případy, provádí se také posouzení validity výsledků.<sup>36</sup>

Zjištěná data poté používám ke komparaci. Metoda komparace je využívána především v první polovině výzkumu, kdy dochází k porovnávání souborů čísel měsíčníků. Soubor čísel prosinec 2019–září 2020 je srovnáván se souborem čísel prosinec 2020–září 2021.

Komparativní metoda se zabývá srovnáváním souborů. Cílem je nalezení shodných a rozdílných jevů.

Tyto metody v kombinaci s obsahovou analýzou, která využívá kvantitativní metody, dávají možnost analyzovat i vnitřní obsah periodika.

---

<sup>34</sup> HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005, str. 51.

<sup>35</sup> Tamtéž, str. 105.

<sup>36</sup> Tamtéž, str. 105.



Cílem obsahové analýzy je tvorba závěru úsudků, dedukcí nebo domněnek prostřednictvím objektivního identifikování kvantitativních i kvalitativních charakteristik komunikátorů.

Obsahová analýza textů je metoda, která se uplatňuje při všech výzkumných postupech, ve kterých se pracuje se slovem (analýza dotazníků, přepis interview, protokoly z pozorování atd.) Představuje ale i jedinečnou výzkumnou metodu na analýzu textových dokumentů. Analogicky s obsahovou analýzou verbální stránky textu existuje i analýza neverbálních produktů – obrázků, schémat, grafů.<sup>37</sup>

Podle současného vnímání této metody mezi odborníky můžeme konstatovat, že má potenciál poskytovat výsledky nejen na úrovni popisu a kvantifikaci zjevných prvků, ale i interpretační a vysvětlující závěry na základě korelace proměnných.

Při kvantitativním postupu se výzkumník opírá o předem vyčleněné kategorie. Tyto kategorie mohou být na úrovni termínů, pojmů, myšlenek a témat.<sup>38</sup>

V obsahové analýze textu se uplatňují různé kvantifikační postupy, pro potřeby výzkumu této bakalářské práce jsem uplatňovala frekvenci výskytu jevů, zároveň jsem použila zjišťování dichotomie – přítomnosti, resp. nepřítomnosti ukazatele. Zásadní kvantifikační postup je měření plochy věnované určitému problému v tiskovém dokumentu, tato plocha se v souvislosti s rozvojem elektronických médií rozšířila i na jiné netextové dokumenty – například se sleduje čas věnovaný určitému tématu v televizi.

Měření plochy bylo pro tento výzkum nejdůležitější ukazatel dané problematiky. Měřila jsem plochu věnovanou danému jevu – u fotografií přítomnost hejtmana.

#### 4.5. Charakteristika výzkumného souboru

Jak již bylo zmíněno v kapitole 5. 2., výzkumným souborem jsou čísla měsíčníku Olomoucký kraj (dříve Krajánek).

Nejdříve je nutné představit strukturu čísel měsíčníku – počet stran, počet rubrik, počet článků a počet fotografií člení jednotlivé stránky měsíčníku.

---

<sup>37</sup> GAVORA, Peter. Úvod do pedagogického výzkumu. Brno: Paido, 2000, str. 121.

<sup>38</sup> ŽIAKOVÁ, Katarína. Obsahová analýza textových dokumentov. Martin, 2015, str. 319.

Pro tento účel jsem použila měření počtu výskytů jednotek v jednotlivých číslech. Počet rubrik a počet stran zůstává stejný, počet článků a počet fotografií se mění v závislosti na rozsahu a využití plochy.

Číslo	Počet stran	Počet rubrik	Počet článků	Počet fotografií
Prosinec 2019	12	12	37	36
Březen 2020	12	12	36	36
Červen 2020	12	12	32	38
Září 2020	12	12	41	41

*Tab.2 Obecné informace měsíčníku Krajánek za období prosinec 2019–září 2020*

Číslo	Počet stran	Počet rubrik	Počet článků	Počet fotografií
Prosinec 2020	12	12	39	42
Březen 2021	12	12	36	27
Červen 2021	12	12	38	39
Září 2021	12	12	31	39

*Tab.3 Obecné informace o měsíčníku Krajánek (září 2021 Olomoucký kraj) za období prosinec 2020–září 2021*

#### 4.6. VO č. 1 a VO č. 2

Po obecné analýze struktury jednotlivých čísel jsem mohla přejít k hlavnímu tématu této případové studie – zaujatost měsíčníku ve prospěch krajského vedení.

*Výzkumná otázka č. 1: Vyskytuje se bývalý hejtman Olomouckého kraje Ladislav Okleštěk (ANO) na fotografiích neúměrně často?*

*Výzkumná otázka č. 2: Vyskytuje se bývalý hejtman Ladislav Okleštěk na fotografiích častěji než současný hejtman Olomouckého kraje Josef Suchánek (PisTAN)?*

Nejvýrazněji se tato skutečnost na první pohled promítá do obrazové stránky periodika. Pro dokázání jsem nejdříve sečetla celkový počet fotografií a poté počet jednotlivých výskytů hejtmana Ladislava Oklešťka. Nejčastější výskyt byl v čísle červen 2020, kde míra přítomnosti hejtmana byla 24 %. Analýzou počtu výskytů hejtmana se zabývalo i občanské sdružení

Oživení, o. s., které vypracovalo Zprávu o stavu krajských médií v období před krajskými volbami 2020 a návrhy na zlepšení pro nově zvolené krajské zastupitele, kde hodnotilo všechny krajské zpravodaje. V tomto žebříčku výskytů se hejtman Olomouckého kraje umístil na druhém místě s průměrně devatenácti zmínkami a šesti fotografiemi na číslo. Ze všech krajských vyplynulo, že průměrně je hejtman/ka zmíněn 12krát v jednom čísle zpravodaje, fotka hejtmana/ky 3krát v rámci jednoho čísla zpravodaje. Hodnoceno bylo 5 vydání před krajskými volbami.<sup>39</sup>

Číslo	Počet fotografií	Počet výskytů na fotografiích
Prosinec 2019	36	5
Březen 2020	36	6
Červen 2020	38	9
Září 2020	41	7

Tab.4 Počet sledovaných ukazatelů

V porovnání počtu fotografií a počtu výskytů se míra přítomnosti hejtmana nejeví jako zásadní, proto jsem pro stanovení přesnější míry výskytů použila měření v mm<sup>2</sup>. Sledovala jsem, kolik z celkové plochy je vyčleněno pro obrazový materiál a kolik procent z této plochy zaujímají fotografie s hejtmanem.

Pro toto měření jsem využila obsah fotografie dělený celkovým obsahem stránky. Měřeny byly fotografie na všech stranách všech rubrik. Vynechána byla pouze strana 8 a strana 10. Strana 8 z důvodu, že se jedná o rubriku Zábava, kde se nachází pouze křížovka a kreslený vtip. Strana 10 je celá věnována inzerci – na této straně se tedy fotografie nenachází.

Každá fotografie byla jednotlivě očíslována a změřena její velikost – šířka a výška. Jelikož se jednalo převážně o fotografie v obdélnících, pro stanovení obsahu bylo využito vypočítání

---

<sup>39</sup> TRUNKÁTOVÁ Šárka, SVOBODOVÁ Lenka. 2020. *Zpráva o stavu krajských médií v období před krajskými volbami 2020 a návrhy na zlepšení pro nově zvolené krajské zastupitele*. [online] Praha. Dostupné z: <https://www.oziveni.cz/2020/10/analyza-2020-radnicni-zpravodaje-stale-slouzi-politikum-misto-obcanu/>

obsahu obdélníku. Některé fotografie měly tvar kruhu, proto k vypočítání obsahu byl použit vzorec pro vypočítání obsahu kruhu z průměru fotografie.

Po obecné analýze obrazové stránky periodika jsem mohla přejít k primárnímu měření, které je předmětem našeho zájmu – jak je tato obrazová plocha využita, kolik z ní zabírá osoba hejtmana.

Měření probíhalo z vytisknuté webové verze měsíčníku, strana tedy odpovídala formátu A4. Celkový obsah strany tedy představuje 62 370 mm<sup>2</sup>.

Jako první byla měřena celková obrazová plocha na jednotlivých stranách měsíčníku. Do tohoto měření se počítaly pouze fotografie – inzerce, malované obrázky, reklamní bannery byly vynechány.

Tabulky s daty tohoto měření se nachází v přílohách. (Příloha I–VIII). Fotografie s hejtmanem jsou označeny hvězdičkou.

Obrazová plocha v poměru ke straně popisuje, kolik procent ze strany fotografie zabírají. Tento údaj je důležitý pro objektivní porovnání výskytu hejtmana, aby bylo dobře viditelné, kolik celkové plochy zabírá osoba hejtmana.

Tato plocha, kterou zabírá osoba hejtmana, je vyjádřena v mm<sup>2</sup> a poté v procentech v poměru k celé straně.

Číslo	Obrazová plocha [mm <sup>2</sup> ]	Obrazová plocha v poměru ke straně [%]	Výskyt osoby hejtmana [mm <sup>2</sup> ]	Výskyt osoby hejtmana [%]	Průměrná čísla stran
Prosinec 2019	97 917	16%	8 122	8,3	3,2
Březen 2020	119 570	19%	12 019	10,1	2,6
Červen 2020	130 104	21%	11 144	8,6	2,8
Září 2020	110 302	18%	8 562	7,8	4,5
Prosinec 2020	84 244	14%	1 845	2,2	3
Březen 2021	77 196	12%	2 261	2,9	2,5
Červen 2021	97 066	16%	11 193	12,1	1
Září 2021	79 831	13%	3 965	5	1,3

Tab.5 Obrazová data

Z tabulky vyplývá, že v období prosinec 2019–září 2020 (hejtman Ladislav Okleštěk) se postava hejtmana objevuje ve větší míře než v období prosinec 2020–září 2021 (hejtman Josef Suchánek). Jediná odchylka se nachází v červnu 2021, kdy aktuální hejtman zabírá plochu 12,1 %. Tato odchylka je způsobena titulní stranou měsíčníku, kde jsou jediné dva výskyty hejtmana z celého čísla. Na titulní straně se nachází velká fotografie, která propaguje očkování proti covid-19, viz Obr. 8.



Obr.8 Ukázka fotografie z titulní strany červen 2021

Z měření také vyplývá, že se obecně postava hejtmana nachází především v první polovině stran periodika. V každém zkoumaném čísle se hejtman objevuje na každé titulní straně.

Průměrně se bývalý hejtman objevuje v periodiku 6,25×, zatímco současný hejtman pouze 2,25×.

Současný hejtman se vyskytuje převážně u rubriky „Slovo hejtmana“, u článků spojených s koronavirovou tematikou a při odevzdávání cen.

Osoba bývalého hejtmána se na fotografiích vyskytuje v řadě situací. V každém čísle od prosince 2019 do září 2020 se jeho fotografie vyskytuje na první straně u rubriky „Slovo hejtmána“, u různých odevzdávání cen, ale i u článků, kde je jeho přítomnost nepřírozená a až nelogická. Na první pohled je vyskytování jeho osoby nucené a umělé. Například na první straně čísla červen 2020 se postava hejtmána vyskytuje hned třikrát – u rubriky „Slovo hejtmána“, poté u reportáže ze zaplavené obce a u článku „Řešení pro ekonomickou krizi: rychlost, efektivita a peníze za práci“.

Zároveň se na této titulní straně nachází i fotografie Ladislava Hynka – náměstka hejtmána Olomouckého kraje. Dalo by se tedy říci, že titulní strana čísla červen 2020 je z větší části politickou propagací, více se touto problematikou budu zabývat ve výzkumných otázkách č. 3 a 4.



Obr.9 Ukázka titulní strany Olomouckého kraje – červen 2020

Jak jsem již zmiňovala, u některých fotografií je hejtmánova přítomnost vynucená, nesedí s primárním sdělením článku.

Toto lze vidět například na Obr. 10, kdy se článek zabývá jubileem občanky Olomouckého kraje. Výskyt hejtmána u toho článku je jasně tendenční. Kromě toho, že se vyskytuje na fotografii, je v článku ještě citován. Jedná se o pseudoudálost, která má za účel pouze politickou propagaci. Mimo jiné je umělá přítomnost hejtmána viditelná například u článku „Konference o paliativní péči se ptala, kdy ukončit léčbu“. U takového typu zprávy by čtenář

očekával odborné stanovisko lékařů a informace o konferenci – to se ovšem vyskytuje pouze v první polovině článku, v druhé polovině je vyzdvihována paliativní léčba jako priorita pro Olomoucký kraj.

Pro komparaci byl použit článek ze září 2021, který se zbývá podobným tématem – rekonstrukcí dětské jednotky intenzivní a resuscitační péče (JIRP). Článek obsahuje stanoviska primáře dětského oddělení, ředitele nemocnice a přednostky dětského oddělení FN Olomouc. Současný hejtman se nevyskytuje ani v textu ani na přiložené fotografii. Zároveň text neobsahuje ani zmínku o kraji, viz Obr. 12.

## Věřím na léčbu pohybem, říká stoletá Jarmila Drábková

**N**arodila se v době, kdy byla Československá republika ještě v plenkách. V těchto dnech oslavila Jarmila Drábková z Čelechovic už sté narozeniny. Do Domova pro seniory ve Chválkovicích, kde v současné době žije, ji přišel gratulovat i hejtman Olomouckého kraje Ladislav Okleštěk.

„Pani Drábkové přeji hlavně zdraví. Také věřím, že zůstane stále tak aktivní, jako je dnes. Zároveň doufám, že ji ještě dlouho nepřejde chuť na sladkosti, které prý má moc ráda,“ uvedl

Ladislav Okleštěk, hejtman Olomouckého kraje.

Jarmila Drábková se od malička starala o hospodářství své rodiny. Absolvovala rodinnou a hospodyňskou školu, kde se naučila užitečným činnostem, včetně šití, vaření a pletení. Poté, co se vdala, byla ženou v domácnosti. V manželství se zemědělským inženýrem, který působil také na zemědělské škole na Klášterním Hradisku v Olomouci, prožila 63 let. Vychovala dceru.

„Jsem stále aktivní. Denně chodím za každého počasí



Pani Drábková chodí denně ven alespoň na hodinu. Foto: Olomoucký kraj

minimálně na hodinovou procházku po areálu domova. Věřím totiž na léčbu pohybem,“ řekla oslavená.

Jarmila Drábková vždy ráda cestovala a poznávala nová místa. Milovala také tanec a malířství – s radostí

ztvárňovala krajinky, květiny a portréty.

„Pani Drábková nechýbí při žádných aktivitách v domově. Nejraději se účastní hraní holandského biliardu. Má také ráda dobré jídlo, především polévky - vždy si pochutná na silném vývaru. A snad nic nepokazím, když řeknu, že si oblíbila i sladké, zejména krémové moučníky. Sama dříve ráda pekla a zdobila dorty, hlavně pokud jimi mohla udělat radost rodině,“ prozradil ředitel Domova pro seniory Pohoda Chválkovice Jiří Floder. (red)

Obr.10 Ukázka článku – červen 2020

## Konference o paliativní péči se ptala, kdy ukončit léčbu

**P**rodlužování marné léčby mnohdy nemusí znamenat zvýšení kvality života pacienta. Jak tedy určit, kdy ještě léčit? Co jiného je možné pacientům nabídnout? Na tyto a další otázky odpovídali odborníci z řad předních českých lékařů u příležitosti konference věnované problematice paliativní péče. Setkání se uskutečnilo 11. června v prostorách Magistrátu města Olomouce.

Současné pokroky v medicíně prodloužily délku léčby závažných onemoc-

nění, zároveň se však výrazně zkrátila doba závěru života po ukončení neúspěšné léčby. „V praxi se setkáváme s tím, že v případě těžkých onemocnění, zejména onkologických, zbývá nemocným mnohdy jen posledních pár dnů života. Tím se zkracuje i čas pacientů například na smíření a rozloučení se svými blízkými. Výjimkou nejsou ani případy, kdy se už pacient rozloučit vůbec nestihne,“ uvedla Leona Martinková, vedoucí Střediska zdravotních služeb a Hospicové péče

Caritas a dodala: „Přitom i po ukončení marné léčby má pacient možnost odborné lékařské péče mobilního hospice, navíc doplněné i o péči dalších odborníků včetně podpory pečující rodině.“

### Dlouhodobá priorita

Pro Olomoucký kraj, který spolu s Hospicovou péčí Caritas odbornou konferenci organizoval, je téma paliativní péče jednou z dlouhodobých priorit. Na jejím systematickém zlepšování začalo hejtmantství pracovat jako jedno z prvních v Česku. Letos



Už loni se za přispění Olomouckého kraje otevřelo v prostějovské nemocnici nové oddělení. Zdravotníci se tam starají o nevláčetelně nemocné a umírající. Foto: Olomoucký kraj

navýší peníze k zajištění péče na více než osm milionů korun. Peníze poslouží nejen na samotný výkon

ošetřovatelské péče, ale například i na vzdělávání lékařského i nelékařského personálu, který se o ne-

vláčetelně nemocné stará. Koncepce paliativní péče Olomouckého kraje pak počítá s tím, že postupně vznikne v každém okrese alespoň jeden poskytovatel každé z forem paliativních služeb. „Největší díl peněz půjde na podporu domácí péče. Každý chce totiž strávit poslední chvíle života raději doma než v anonymním zdravotnickém zařízení,“ uvedl hejtman Ladislav Okleštěk, který spolu s Mons. Janem Graubnerem, arcibiskupem olomouckým převzal nad konferencí záštitu. (red)

Obr.11 Ukázka článku – červen 2020

# Oddělení zajistí dětem špičkovou péči

Novou jednotku intenzivní a resuscitační péče (JIRP) provozovala v září Dětská klinika Fakultní nemocnice Olomouc. Oddělení, kde zdravotníci pečují o malé pacienty v kritickém stavu, vážně nemocné děti, děti trpící chronickými chorobami a po nejrůznějších úrazech a operacích, po rekonstrukci odpovídá aktuálním požadavkům na moderní péči o dětské pacienty. Pracoviště s celkem třinácti lůžky vzniklo přestavbou bývalého administrativního zázemí kliniky.

Díky úpravám došlo k novému uspořádání lůžkových boxů a technických místností od filtru a skladu až po koupelnu, sesternu či místnost pro lékaře. „V původních prostorách byla od sebe oddělena intenzivní a intermediární péče, což v některých případech nebylo ideální. Personál ani neměl potřebnou vizuální kontrolu nad



pacienty. Zvolili jsme proto paprscitou dispozici s centrálním velínem, odkud mají sestry dobrý přehled. Všechny boxy jsou navíc prosklené, ale v případě potřeby soukromí lze využít žaluzie,“ popsala oddělení přednostka Dětské kliniky FN Olomouc Dagmar Pospíšilová. Vznikl i speciální pokoj pro pacienty s doprovodem. „Nově box, který nazýváme matka-dítě, může zároveň sloužit jako izolační pokoj. Splňuje nejprísnější protiepidemická pravidla,

má svůj vlastní vstupní filtr a klimatizační jednotku s aktivním odsáváním. Tato možnost se zvláště v souvislosti s koronavirovou pandemií ukázala jako velmi potřebná,“ doplnil primář Dětské kliniky Miroslav Šeda.

Nové oddělení je na stejném poschodí jako operační sály a umístění je výhodné i pro rychlý transport záchrannou službou. „Prostory, v nichž dosud pracovali zdravotníci a pobývali dětské pacienty, nenaplnily naše představy o tom, jak má takové specializované pracoviště vypadat a v jakých podmínkách máme tuto péči poskytovat. Nyní jsme se k realizaci našich představ výrazně přiblížili,“ uvedl ředitel FN Olomouc Roman Havlík. Náklady na rekonstrukci dosáhly zhruba 63 milionů korun, bezmála 19 milionů nemocnice získala formou dotace z Ministerstva zdravotnictví ČR.

Obr.12 Ukázka – září 2021

## 4.7. VO č. 3 a VO č. 4

*Výzkumná otázka č. 3: Kolik prostoru zabírají články politiků z vedení kraje?*

*Výzkumná otázka č. 4: Je dáván prostor opozici?*

U těchto otázek vycházím z předpokladu, že hejtmanství se bude chtít prezentovat jenom v pozitivním slova smyslu a propagovat pouze názory vedení kraje. To znamená, že se zaměřují na články, ve kterých je prezentováno stanovisko kraje. Takto se děje například prostřednictvím rozhovorů se zastupiteli kraje, prostřednictvím článků o úspěších, které kraj dosáhl. Velká část článků je také o investicích kraje – především opravy silnic, podpora škol v jejich digitalizaci, finanční podpora sportovních aktivit i příspěvky pro modernizaci nemocnice.

Pro zajištění názorové plurality je důležitá přítomnost opozice, která zajišťuje různost názorů a náhledů na danou problematiku. Vytvoření prostoru pro dialog je zásadním problémem krajských periodik obecně. Jak uvádí Kužílek v závěru své studie z roku 2006: Radniční a krajské listy nesplňují ani základní principy média veřejné služby. Občan se především vůbec



nedozeví, jaké jsou návrhy a názory opozice, což je na celostátní úrovni nemyslitelné. Chybí informace a polemika o připravovaných rozhodnutích, názorová pluralita.<sup>40</sup>

Cílem těchto výzkumných otázek je výzkum z roku 2006 aktualizovat a zkonkretizovat na měsíčníku Olomoucký kraj.

Pro výzkum bylo použito měření politické plochy – tato plocha byla měřena na základě metodiky, kterou pro svůj výzkum využívá Oživení, o. s.

Politická plocha v našem průzkumu obsahuje jakýkoli kompaktní souhrn informací, který sděluje či vytváří názor na politiku radnice. Má podobu článku, rozhovoru, souhrnu dat (např. tabulka), fotografie, podtextu k fotografii apod.

Politika radnice přitom může nabývat různých podob. Nemusí to být jen skutečně realizovaná akce, ale také návrhy na akce (politiku) radnice, které by dle názoru některých bylo třeba konat. Politika radnice se přitom nemusí vztahovat pouze k činnosti místního úřadu jako takového, patří sem také informace o dalších organizacích zřízených a kontrolovaných místní samosprávou (např. školy, divadla, domovy důchodců, technické služby, teplárny, dopravní podniky).

Do politické plochy zahrnujeme rovněž jakékoliv aktivity představitelů radnice, které se nekonají jménem radnice ani ve spojení s ní, ale v očích veřejnosti mohou mít vliv na vnímání představitelů radnice, zejména v rovině morální, etické, právní či manažerské.<sup>41</sup>

Kromě textu se do politické plochy započítávají i fotografie přidružené ke článku. Z velké části se jedná o poměr 1:1 – k jednomu článku je přidružena jedna fotografie.

Měření probíhá stejně jako v případě fotografií na všech stranách měsíčníku vyjma stran 8 a 10.

---

<sup>40</sup> KUŽÍLEK, Oldřich. Závěrečná zpráva průzkumu radničních periodik v rámci projektu Radniční listy bez cenzury. Praha: Oživení, o. s., 2006, str. 10

<sup>41</sup> Hlasnatrouba.cz [online] Oživení, o. s., 2022. [cit. 1. 11. 2022] Dostupné z: <https://hlasnatrouba.cz/>

Je změřena celková politická plocha v poměru ke straně a poté její procentuální zastoupení, kdy 100 % odpovídá obsahu celé strany A4 – 62 370 mm<sup>2</sup>. Tabulky jsou rozděleny podle jednotlivých čísel – měsíců.

Prosinec 2019		
Strana	Plocha [mm <sup>2</sup> ]	Plocha [%]
1	39 230	63
2	60 482	97
3	28 052	45
4	18 920	30
5	4 914	8
6	49 140	79
7	48 340	78
9	14 800	24
11	0	0
12	10 332	17

Tab.6 Měření politické plochy – prosinec 2019

Březen 2020		
Strana	Plocha [mm <sup>2</sup> ]	Plocha [%]
1	60 390	97
2	62 370	100
3	53 535	86
4	47 705	76
5	4 284	7
6	21 755	35
7	29 600	47
9	38 295	61
11	5 394	9
12	15 252	24

Tab.7 Měření politické plochy – březen 2020

Červen 2020		
Strana	Plocha [mm <sup>2</sup> ]	Plocha [%]
1	62 370	100
2	62 370	100
3	62 370	100
4	34 375	55
5	6 820	11
6	54 390	87
7	27 783	45
9	39 775	64
11	16 875	27
12	62 370	100

Tab.8 Měření politické plochy – červen 2020

Září 2020		
Strana	Plocha [mm <sup>2</sup> ]	Plocha [%]
1	59 770	96
2	62 370	100
3	60 620	97
4	12 300	20
5	4 600	7
6	53 490	86
7	42 995	69
9	27 220	44
11	10 750	17
12	18 250	29

Tab.9 Měření politické plochy – září 2020

Poté jsem celkovou politickou plochu jednotlivých čísel sečetla a vydělila celkovou plochou jednotlivých čísel – do celkové plochy se nezapočítávaly stran 8 a 10. Celková plocha jednoho čísla měsíčníku je 623700 mm<sup>2</sup>.

Číslo	Počet článků	Celková politická plocha čísla [mm <sup>2</sup> ]	Celková politická plocha čísla [%]	Počet zmínek „hejtman, hejtmanství“
Prosinec 2019	37	274 210	44	46
Březen 2020	36	338 580	54	41
Červen 2020	32	429 298	69	55
Září 2020	41	352 365	65	71

Tab.10 Analýza politické plochy

Z měření vyplývá, že politická plocha ve zkoumaných čísel vždy dosahuje nejméně 40 %. Ve třech případech dokonce nad 50 %. To znamená, že čtenáři jsou z větší části podsouvána politická témata.

Celou část této politické plochy tvoří vedení kraje – ať se už jedná o články o dotacích, financování nemocnic, sportovních aktivit nebo jsou to přímo rozhovory se zastupiteli kraje. Opozici není dáván žádný prostor – měsíčník pouze reflektuje stanoviska kraje a nenabízí prostor k diskusi.

Rozhovory zaujímají velkou část periodika. Tato interview jsou vždy na straně 9 v rubrice „Rozhovor“. V mnou zkoumaných číslech to byly rozhovory vždy s vedením kraje. V prosinci 2019 se jedná o interview s Jiřím Zemánkem, 1. náměstkem hejtmana s titulkem „Splácíme

dluh a přitom výrazně investujeme“, kdy už podle nadpisu je zřejmé, že se jedná o článek zaměřený na úspěch kraje.

V březnu 2020 se na straně 9 nachází rozhovor s Pavlem Šoltysem, náměstkem hejtmána pro regionální rozvoj, evropské projekty, územní plánování. Opět jako v předchozím čísle titulek „Kraj podporuje venkov ve velkém“ evokuje propagaci kraje jako „zachránce“.

V červnovém čísle roku 2020 se objevuje Ladislav Hynek, náměstek hejtmána zodpovědný za školství, s titulkem „Školy zvládly koronavirovou situaci na výbornou“. Ani u tohoto článku, stejně jako u předchozích dvou, není jasné, kdo klade otázky. Rozhovor není podepsán. V textu se vyskytují otázky, které jsou na první pohled pokládány tendenčně, např. „Hejtmanství myslelo i na rodiče, kteří doma se svými dětmi studovali. Pedagogická poradna Olomouckého kraje jim je k dispozici každý všední den. Jaký byl o poradenství zájem, s jakými dotazy se lidé na odborníky obraceli?“

V září 2020, měsíc před krajskými volbami, vyšel v měsíčníku rozhovor přímo s hejtmanem Olomouckého kraje, Ladislavem Okleščkem. V tomto článku hejtman vyzdvihuje práci kraje za poslední čtyři roky a používá slovní spojení, která vyznívají značně tendenčně. Například uvádí: „Když jsme u těch záchranářů – velmi pyšný jsem na hasiče. Ty si naše hejtmanství opravdu hýčká.“ Mimo to se v rozhovoru objevují i značně populistické fráze: „Žije u nás spousta talentovaných a pracovitých lidí, máme krásnou přírodu, rozvinutý průmysl. Za poslední čtyři roky jsme ušli velký kus cesty a máme tah na branku.“

Tento rozhovor byl zahrnut i v Podnětu šetření přestupků, který zaslalo občanské sdružení Oživení, o. s. Úřadu pro dohled nad hospodařením politických stran a politických hnutí. V této zprávě sdružení požaduje přezkoumání zářijového čísla Krajánku pro podezření, že byl využit jako nástroj pro politickou kampaň pro krajské volby. Kromě rozhovoru na straně 9 uvádí jako problematickou rubriku „Slovo hejtmána“

Sdružení Oživení, o. s. pak ve svém podnětu doslova uvádí: „Lze jen stěží považovat sdělení Okleščka za informace občanům o činnosti hejtmána jako orgánu kraje. Medailonek a prostor pro „osobní zpověď“ hejtmána, jak rád má Olomoucký kraj jen podporuje závěr, že se jedná o propagaci kandidáta, která naplňuje znaky volební kampaně. Popisované „úspěchy“ hejtmána a vedení kraje během jejich mandátu jsou formulovány velmi obecně a nejsou zaměřeny na aktuální záležitosti kraje. Domníváme se, že lze výše zmíněný rozhovor v krajském zpravodaji Krajánku považovat za volební kampaň, jejíž obsahem „jsou voličům často velmi emocionální a vyostřenou formou předkládány argumenty, které mají ovlivnit jejich volební

chování a rozhodnutí, koho budou volit.“ ve smyslu nálezu Ústavního soudu ze dne 26.1.2005 sp. zn. Pl. ÚS 73/02 [17/2005 USn.]<sup>42</sup>

Tento podnět byl přezkoumán Úřadem pro dohled nad hospodařením politických stran a politických hnutí a bývalému hejtmanovi Ladislavovi Oklešťkovi byla uložena pokuta 30 000 Kč.

„Úřad dospěl k závěru, že se Olomoucký kraj dopustil přestupku tím, že umožnil využití komunikačního média kraje, měsíčníku Olomouckého kraje Krajánek, k volební kampani,“ stojí v reakci úřadu na dotazy redakce.<sup>43</sup>

Samotný bývalý hejtman však jakékoliv pochybení dle článku z idnes.cz popírá: Samotný Oklešťek se závěry úřadu nesouhlasí. „Mě moc mrzí, že Úřad pro dohled nad politickými stranami se těmito nesmyslnými tipy udavačů vůbec zabývá,“ uvedl exhejtman pro MF DNES.<sup>44</sup>

V této bakalářské práci však bylo dokázáno, že pokuta za zneužití oficiálního krajského média byla oprávněná a skutečně jej bývalý hejtman použil pro svoje P. R.

---

<sup>42</sup> Podnět k šetření přestupků, 2020. [online] 23. 10. 2021 [cit. 18. 6. 2022]. Dostupné z: <https://www.oziveni.cz/rubrika/olomoucky-kraj>

<sup>43</sup> Exhejtman podle úřadu zneužil krajské noviny ke kampani, kraj dostal pokutu. In idnes.cz [online] 15. 1. 2021 [cit. 18. 6. 2022]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/olomouc/zpravy/olomoucky-kraj-pokuta-predvoleni-kampan-exhejtman-ladislav-oklestek.A210115\\_589614\\_olomouc-zpravy\\_stk](https://www.idnes.cz/olomouc/zpravy/olomoucky-kraj-pokuta-predvoleni-kampan-exhejtman-ladislav-oklestek.A210115_589614_olomouc-zpravy_stk)

<sup>44</sup> Tamtéž.

## 5. Závěr

Regionální zprávy jsou pro čtenáře nejbližším zdrojem informací. Oficiální krajský tisk je určen především pro poskytování informací pro občany o dění v kraji a o činnosti samosprávy jako veřejného celku.

Touto problematikou jsem se zabývala v teoretické části, kde jsme si vymezili základní pojmy – regionální tisk, lokální tisk komerční a regionální, lokální tisk oficiální vydávaný samosprávami. Primární bylo od sebe tyto dva tisky – oficiální a komerční od sebe oddělit a vysvětlit rozdíly, které jsou především ve funkci.

Poté byl představen hlavní předmět zkoumání – měsíčník Olomoucký kraj (dříve Krajánek) a jeho jednotlivé části. Poznání struktury je pro čtenáře klíčové, aby si mohl časopis představit.

Byla stanovena hlavní hypotéza, že bývalé vedení kraje, především bývalý hejtman Ladislav Okleštěk, použilo oficiální krajský měsíčník jako nástroj k sebepropagaci. Pro potvrzení či vyvrácení této hypotézy byly stanoveny pomocné výzkumné otázky. Pro analýzu bylo použito kvalitativního výzkumu a obsahové analýzy, která využívá kvantitativní postupy. Očekávali jsme se, že se hypotéza potvrdí jako pravdivá, což se také stalo, jak dokazuje výzkum.

Výzkumná část se skládala z analýzy vybraných čísel periodika. Tento soubor čtyř čísel byl stanoven jako reprezentativní vzorek z období, kdy byl hejtmanem Ladislav Okleštěk. Analýza probíhala ve dvou rovinách – v rovině obrazové a v rovině textové.

Při obrazové analýze bylo využito komparace měsíčníku z jiného období. Toto období bylo zvoleno na základě toho, že v říjnu 2020 proběhly volby a změnilo se vedení kraje.

Bylo dokázáno, že bývalý hejtman se na fotografiích vyskytuje v mnohem větší míře než současný hejtman a z velké části u témat, která nesouvisí s podáváním informací o činnosti kraje.

Při textové analýze byla využita obsahová analýza, kdy jsem měřila, kolik celkové plochy z měsíčníku zabírají politická témata a jaký prostor je dáván vedení kraje a kolik prostoru zabírá názor opozice. Měření ukázalo, že politická plocha v měsíčníku je velmi výrazná a vedení kraje je dávana značná plocha pro prezentování názorů kraje. Politická plocha opozice šla změřit velmi jednoduše, protože jí nebyl dán žádný prostor, a tím vzniká pouze jednostranné prezentování aktuálního dění a problémů.

Z celkového výzkumu vyplynulo, že měsíčník Krajánek v období prosinec 2019–září 2020 nelze považovat za důvěryhodný zdroj informací z důvodu jednostranného sdělení, nadměrného prostoru, který je dáván vedení kraje a chybějícím názorům a postojům opozice. Hlavní hypotéza se tedy potvrdila.

## Anotace

Jméno a příjmení: Nikola Kašíková

Název katedry: Katedra bohemistiky

Název fakulty: Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Název diplomové práce: Oficiální krajská média jako nástroj radničního P. R. Případová studie

Vedoucí práce: Mgr. Vladimír P. Polách, Ph.D.

Počet znaků: 75 119

Počet příloh: 8

Počet titulů použité literatury: 21 knižních publikací, 8 internetových zdrojů

Klíčová slova: regionální žurnalistika, krajský tisk, Olomoucký kraj, analýza, Ladislav Okleštěk, případová studie

Bakalářská práce se zabývala ovlivněním oficiálních periodik vydávaných samosprávami, konkrétně měsíčníkem Olomoucký kraj (dříve Krajánek). Cílem práce byla analýza obrazové a textové stránky periodika a využití této plochy. Tento cíl vycházel ze stanovené hlavní hypotézy. Bakalářská práce byla rozdělena na dvě části: teoretickou a výzkumnou. Teoretická část se zabývala definováním pojmů a zařazením krajského tisku do české mediální krajiny. Zároveň byl představen měsíčník Olomoucký kraj (dříve Krajánek) a jeho struktura. Výzkumná část byla provedena na stanovených číslech měsíčníku. Bylo využito kvalitativní metody a obsahové analýzy. Výsledky byly následně vyhodnoceny a komparovány se současnými čísly měsíčníku.



## Resumé

This bachelor thesis is focused on official regional media. It is often used as a tool of political P. R. This is unacceptable because official regional media are supposed to be objective and balanced. That's what law says.

The theoretical part consists of explanations basic terms which are used through the thesis. Such as regional and local journalism or district media which are published by the Olomouc district. It was specified difference between regional media published by some corporate and media published by local-self government.

The main aim was to prove main hypothesis which was that monthly journal Olomoucký kraj (Krajánek) was used for political publicity. I was expecting that this hypothesis would turn out true.

For analysis I used four numbers of the monthly journal. They contained 149 pictures and 147 articles. Every picture and every article was subjected to research. The research is based on qualitative analysis and analysis of contents.

The final results showed that monthly journal Krajánek was biased in favour of leadership of Olomouc district. The ex-head of Olomouc district contains more visual space than head of Olomouc district now. In articles is presented only one-sided point of view and there are no other opinions on subject. That is problem, because it can affect recipient who expect objective news about their locations.

## Použitá literatura

BRADOVÁ, Eva. Od lokálních mítinků k politickému marketingu: Teorie a vývoj politické komunikace a volebních kampaní. Brno: Mezinárodní politologický ústav, 2005. ISBN 978-80-210-3800-4

GAVORA, Peter. Úvod do pedagogického výzkumu. Brno: Paido, 2000. ISBN: 80-85931-79-6

HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005

CHYTILEK, Roman, EIBL Otto a MATUŠKOVÁ Anna. Teorie a metody politického marketingu. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2012. ISBN 978-80-7325-281-6.

KAMENÍK, Martin, KUŽÍLEK, Oldřich. Komu slouží radniční noviny? Praha: Oživení, o. s. v rámci projektu Hlásná trouba: zneužívání periodik a informačních kampaní na úrovni místních samospráv v ČR, 2015. ISBN: 978-80-88100-02-7

KEITH F. PUNCH. Úspěšný návrh výzkumu. Praha: Portál, 2008. ISBN: 978-80-7367-468-7

KUŽÍLEK, Oldřich. Závěrečná zpráva průzkumu radničních periodik v rámci projektu Radniční listy bez cenzury. Praha: Oživení, o. s., 2006

MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2002.

ORSÁG, Petr. Investigativní žurnalistika a možnosti jejího uplatnění v českém regionálním zpravodajství. Pp. 55–61 in Waschková Císařová, L. (ed.): Regionální média v evropském kontextu. Brno: Masarykova univerzita, 2007. ISBN 978-80-210-4473-9

OSVALDOVÁ, Barbora a HALADA, Jan. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. Praha: Libri, 2007, ISBN 978-80-727-7266-7.

OSVALDOVÁ, Barbora. Zpravodajství v médiích. Praha: Karolinum, 2001, 155 s. ISBN 978-80-246-1899-9

SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií, nejvyužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2015. ISBN 978-80-247-3568-9.

ŠARADÍN, Pavel (ed.). Politické kampaně, volby a politický marketing. Olomouc: Periplum, 2007. ISBN 978-80-86624-36-5.

TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8.

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

TUŠER, Andrej. Ako sa robia noviny. Bratislava: Sofa, 1999. ISBN 8085752662

WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. Český lokální a regionální tisk mezi lety 1989 a 2009. Brno: Masarykova univerzita, 2013. ISBN 978-80-210-6479-9

WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. Proměny českého lokálního a regionálního tisku in Mediální teorie a praxe. Olomouc: Univerzita Palackého, 2012. ISBN 978-80-244-3271-7

WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. Vybrané aspekty strukturální transformace českého lokálního a regionálního tisku po roce 1989. Brno: Masarykova univerzita, 2009.

ŽIAKOVÁ, Katarína. Obsahová analýza textových dokumentov. Martin, 2015.

## Internetové zdroje

BOČEK, Jan. Analýza: za 10 let zanikla polovina regionálních novin. ‚Můžou za to i radniční zpravodaje,‘ říká expertka., 2020. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/regionalni-lokalni-noviny-media-denik-lenka-cisarova\\_2002030630\\_jab](https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/regionalni-lokalni-noviny-media-denik-lenka-cisarova_2002030630_jab)

EVROPSKÁ FEDERACE NOVINÁŘŮ. Fact finding mission to Czech Republic, 7th-8th October, 2019 [online] [cit. 1. 11. 2022]. Dostupné z: <https://europeanjournalists.org/blog/2019/10/16/czech-republic-media-freedom-under-pressure/>

Exhejtman podle úřadu zneužil krajské noviny ke kampani, kraj dostal pokutu. In idnes.cz [online] 15. 1. 2021 [cit. 18. 6. 2022]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/olomouc/zpravy/olomoucky-kraj-pokuta-predvoleni-kampan-exhejtman-ladislav-oklestek.A210115\\_589614\\_olomouc-zpravy\\_stk](https://www.idnes.cz/olomouc/zpravy/olomoucky-kraj-pokuta-predvoleni-kampan-exhejtman-ladislav-oklestek.A210115_589614_olomouc-zpravy_stk)

KAMENÍK, Martin, KUŽÍLEK, Oldřich. MANUÁL pro dobré radniční periodikum. [online] Dostupné z: <https://www.oziveni.cz/>

O Olomouckém kraji, 2022 [online] [cit. 23. 3. 2022]. Dostupné z: <https://www.olkraj.cz/olomouckem-kraji-cl-1362.html>

Radniční periodika, 2022. [online] [cit. 18. 6. 2022] Dostupné z: <https://www.oziveni.cz/nase-temata/radnicni-periodika/>

Podnět k šetření přestupků, 2020. [online] 23. 10. 2021 [cit. 18. 6. 2022]. Dostupné z: <https://www.oziveni.cz/rubrika/olomoucky-kraj/>

Registr smluv. Dostupné z: <https://smlouvy.gov.cz/smlouva/19413707?backlink=pggcw>

TRUNKÁTOVÁ Šárka, SVOBODOVÁ Lenka. 2020. Zpráva o stavu krajských médií v období před krajskými volbami 2020 a návrhy na zlepšení pro nově zvolené krajské zastupitele. [online] Praha. Dostupné z: <https://www.oziveni.cz/2020/10/analyza-2020-radnicni-zpravodaje-stale-slouzi-politikum-misto-obcanu/>

Webové stránky města Olomouce, 2021 [online] Olomouc [cit. 1. 11. 2021]. Dostupné z: <https://www.olomouc.eu/portal/olomoucke-listy>

Znění novely Zákona č. 46/2000 Sb., 2000. Zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon). [cit. 25. 2. 2021] dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-46>

## Analyzované výtisky

Měsíčník Krajánek, číslo: prosinec 2019, vydavatel: Olomoucký kraj ve spolupráci se společností Agriprint, s.r.o. a společností Profi-tisk group, webová verze dostupná z: <https://www.olkraj.cz/mesicnik-krajanek-v-roce-2019-cl-4779.html>

Měsíčník Krajánek, číslo: březen 2020, vydavatel: Olomoucký kraj ve spolupráci se společností Agriprint, s.r.o. a společností Profi-tisk group, webová verze dostupná z: <https://www.olkraj.cz/mesicnik-krajanek-v-roce-2020-cl-5228.html>

Měsíčník Krajánek, číslo: červen 2020, vydavatel: Olomoucký kraj ve spolupráci se společností Agriprint, s.r.o. a společností Profi-tisk group, webová verze dostupná z: <https://www.olkraj.cz/mesicnik-krajanek-v-roce-2020-cl-5228.html>

Měsíčník Krajánek, číslo: září 2020, vydavatel: Olomoucký kraj ve spolupráci se společností Agriprint, s.r.o. a společností Profi-tisk group, webová verze dostupná z: <https://www.olkraj.cz/mesicnik-krajanek-v-roce-2020-cl-5228.html>

Měsíčník Krajánek, číslo: prosinec 2020, vydavatel: Olomoucký kraj ve spolupráci se společností Agriprint s.r.o. a Regionálním vydavatelstvím s.r.o., webová verze dostupná z: <https://www.olkraj.cz/mesicnik-krajanek-v-roce-2020-cl-5228.html>

Měsíčník Krajánek, číslo: březen 2021, vydavatel: Olomoucký kraj ve spolupráci se společností Agriprint s.r.o. a Regionálním vydavatelstvím s.r.o., webová verze dostupná z: <https://www.olkraj.cz/mesicnik-krajanek-v-roce-2021-cl-5540.html>

Měsíčník Krajánek, číslo: červen 2021, vydavatel: Olomoucký kraj ve spolupráci se společností Agriprint s.r.o. a Regionálním vydavatelstvím s.r.o., webová verze dostupná z: <https://www.olkraj.cz/mesicnik-krajanek-v-roce-2021-cl-5540.html>

Měsíčník Olomoucký kraj, číslo: září 2021, vydavatel: Olomoucký kraj ve spolupráci se společností Agriprint s.r.o. a Regionálním vydavatelstvím s.r.o., webová verze dostupná z: <https://www.olkraj.cz/mesicnik-krajanek-v-roce-2021-cl-5540.html>

## Seznam tabulek

Tab.1	Výskyt rubrik v jednotlivých číslech.....	30
Tab.2	Obecné informace měsíčníku Krajánek za období prosinec 2019–září 2020.....	34
Tab.3	Obecné informace o měsíčníku Krajánek (září 2021 Olomoucký kraj) za období prosinec 2020–září 2021 .....	34
Tab.4	Počet sledovaných ukazatelů .....	35
Tab.5	Obrazová data .....	36
Tab.6	Měření politické plochy – prosinec 2019 .....	42
Tab.7	Měření politické plochy – březen 2020 .....	42
Tab.8	Měření politické plochy – červen 2020 .....	42
Tab.9	Měření politické plochy – září 2020.....	43
Tab.10	Analýza politické plochy.....	43

## Seznam obrázků

Obr.1	Rozdělení podle Tušera .....	9
Obr.2	Schéma lokálních periodik podle Tušera.....	10
Obr.3	Schéma regionálních periodik podle Tušera.....	11
Obr.4	Titulní strana Olomouckého kraje prosinec 2019 – vydáván krajem.....	20
Obr.5	Titulní strana Olomouckého deníku září 2017 – komerční médium.....	21
Obr.6	Ukázka části s obecnými informacemi o měsíčníku – prosinec 2019.....	25
Obr.7	Ukázka fotoreportáže „Kraj pomáhá“ .....	29
Obr.8	Ukázka fotografie z titulní strany červen 2021 .....	37
Obr.9	Ukázka titulní strany Olomouckého kraje – červen 2020 .....	38
Obr.10	Ukázka článku – červen 2020.....	39
Obr.11	Ukázka článku – červen 2020.....	39
Obr.12	Ukázka – září 2021 .....	40

# Přílohy

## Příloha I.

<b>Prosinec 2019</b>				
<i>číslo obr.</i>	<i>šířka [mm]</i>	<i>výška [mm]</i>	<i>obsah [mm<sup>2</sup>]</i>	<i>poměr k obsahu stran [%]</i>
<b>Str. 1</b>				
1	27	34	918	1,47
2	27	34	918	1,47
3	31	34	1054	1,69
4*	90	96	8640	13,85
5*	33	39	1287	2,06
				<b>20,55</b>
<b>Str. 2</b>				
6	90	48	4320	6,93
7	59	46	2714	4,35
8	59	29	1711	2,74
9*	59	39	2301	3,69
				<b>17,71</b>
<b>Str. 3</b>				
10	90	86	7740	12,41
11	24	36	864	1,39
12	15	17	255	0,41
13	15	17	255	0,41
14	15	17	255	0,41
15	15	17	255	0,41
16	59	37	2183	3,50
				<b>15,43</b>
<b>Str. 4</b>				
17	59	42	2478	3,97
18	59	42	2478	3,97
19	90	60	5400	8,66
20	59	39	2301	3,69
				<b>20,29</b>
<b>Str. 5</b>				
21	26	33	858	1,38
				<b>1,38</b>
<b>Str. 6</b>				
22	59	52	3068	4,92
23*	90	57	5130	8,23
24*	59	48	2832	4,54
				<b>17,68</b>
<b>Str. 7</b>				
25	121	74	8954	14,36
26	59	40	2360	3,78
27	59	63	3717	5,96
				<b>24,10</b>
<b>Str. 9</b>				



28	35	43	1505	2,41
				<b>2,41</b>
<b>Str. 11</b>				
29	90	42	3780	6,06
30	90	50	4500	7,22
31	60	36	2160	3,46
				<b>16,74</b>
<b>Str. 12</b>				
32	90	51	4590	7,36
33	59	30	1770	<b>2,84</b>
34	59	35	2065	3,31
35	59	39	2301	3,69
				<b>17,20</b>

Příloha II.

<b>Březen 2020</b>				
<i>číslo obr.</i>	<i>šířka [mm]</i>	<i>výška [mm]</i>	<i>obsah [mm<sup>2</sup>]</i>	<i>poměr k obsahu strany [%]</i>
<b>Str. 1</b>				
36	28	34	952	1,53
37	28	33	924	1,48
38	31	33	1023	1,64
39*	25	31	775	1,24
40*	153	150	22950	36,80
				<b>42,69</b>
<b>Str. 2</b>				
41*	59	45	2655	4,26
42	90	45	4050	6,49
43	60	51	3060	4,91
44	59	34	2006	3,22
				<b>18,87</b>
<b>Str. 3</b>				
45	90	48	4320	6,93
46	25	30	750	1,20
47	15	17	255	0,41
48	15	17	255	0,41
49	15	17	255	0,41
50	15	17	255	0,41
51	90	60	5400	8,66
				<b>18,42</b>
<b>Str. 4</b>				
52	59	48	2832	4,54
53	90	69	6210	9,96
54	59	59	3481	5,58
55*	59	50	2950	4,73
				<b>24,81</b>

<b>Str. 5</b>				
56	26	36	936	1,50
57	25	29	725	1,16
				<b>2,66</b>
<b>Str. 6</b>				
58	79	54	4266	6,84
59*	116	60	6960	11,16
				<b>20,66</b>
<b>Str. 7</b>				
60	90	60	5400	8,66
61	59	48	2832	4,54
62	90	54	4860	7,79
				<b>20,99</b>
<b>Str. 9</b>				
63	53	41	2173	3,48
				<b>3,48</b>
<b>Str. 11</b>				
64	90	54	4860	7,79
65	59	41	2419	3,88
66	59	38	2242	3,59
				<b>15,27</b>
<b>Str. 12</b>				
67	90	57	5130	8,23
68	59	57	3363	5,39
69	59	54	3186	5,11
70	90	54	4860	7,79
				<b>26,52</b>

Příloha III.

<b>Červen 2020</b>				
<i>číslo obr.</i>	<i>šířka [mm]</i>	<i>výška [mm]</i>	<i>obsah [mm<sup>2</sup>]</i>	<i>poměr k obsahu strany [%]</i>
<b>Str. 1</b>				
71	27	30	810	1,30
72	28	31	868	1,39
73*	31	30	930	1,49
74*	25	31	775	1,24
75*	153	105	16065	25,76
				<b>31,18</b>
<b>Str. 2</b>				
76	59	34	2006	3,22
77*	90	58	5220	8,37
78	90	56	5040	8,08
79*	33	45	1485	2,38
				<b>22,05</b>
<b>Str. 3</b>				
80*	90	66	5940	9,52

81	25	30	750	1,20
82	15	18	270	0,43
83	15	18	270	0,43
84	15	18	270	0,43
85	15	18	270	0,43
86	38	44	1672	2,68
				<b>15,14</b>
Str. 4				
87	90	57	5130	8,23
88	59	33	1947	3,12
89	59	36	2124	3,41
90	59	39	2301	3,69
				<b>18,44</b>
Str. 5				
91	59	45	2655	4,26
				<b>4,26</b>
Str. 6				
92	59	39	2301	3,69
93	90	60	5400	8,66
94*	59	34	2006	3,22
95	68	21	1428	2,29
				<b>17,85</b>
Str. 7				
96	90	63	5670	9,09
97	59	30	1770	2,84
98*	59	35	2065	3,31
				<b>15,24</b>
Str. 9				
99	53	39	2067	3,31
				<b>3,31</b>
Str. 11				
100	90	57	5130	8,23
101	59	54	3186	5,11
				<b>13,33</b>
Str. 12				
102	122	70	8540	13,69
103	59	70	4130	6,62
104*	90	54	4860	7,79
105	90	54	4860	7,79
106	59	77	4543	7
107	121	77	9317	15
108	90	45	4050	6
109	90	45	4050	6
				<b>69,89</b>

## Příloha IV.

<b>Září 2020</b>				
<i>číslo obr.</i>	<i>šířka [mm]</i>	<i>výška [mm]</i>	<i>obsah [mm2]</i>	<i>poměr k obsahu strany [%]</i>
<b>Str. 1</b>				
110	27	30	810	1,30
111*	28	30	840	1,35
112	31	30	930	1,49
113	90	99	8910	14,29
114*	33	62	2046	3,28
				<b>21,70</b>
<b>Str. 2</b>				
115*	59	30	1770	2,84
116*	90	64	5760	9,24
117	53	36	1908	3,06
118	59	30	1770	2,84
				<b>17,97</b>
<b>Str. 3</b>				
119	90	51	4590	7,36
120	25	33	825	1,32
121	15	17	255	0,41
122	15	17	255	0,41
123	15	17	255	0,41
124	15	17	255	0,41
125	59	33	1947	3,12
126	28	36	1008	1,62
				<b>15,06</b>
<b>Str. 4</b>				
127	59	87	5133	8,23
128	90	59	5310	8,51
129	59	39	2301	3,69
				<b>20,43</b>
<b>Str. 5</b>				
130	21	26	546	0,88
131	40	47	1880	3,01
				<b>0,88</b>
<b>Str. 6</b>				
132	121	58	7018	11,25
133	59	36	2124	3,41
134	59	36	2124	3,41
135	59	30	1770	2,84
136	90	60	5400	8,66
				<b>20,90</b>
<b>Str. 7</b>				
137	90	60	5400	8,66
138	59	30	1770	2,84
139	60	36	2160	3,46

140	59	42	2478	3,97
				<b>14,96</b>
Str. 9				
141*	40	51	2040	3,27
				<b>3,27</b>
Str. 11				
142	90	72	6480	10,39
143	50	54	2700	4,33
144*	58	39	2262	3,63
145	59	34	2006	3,22
				<b>21,56</b>
Str. 12				
146	90	61	5490	8,80
147	59	57	3363	5,39
148	59	37	2183	3,50
149	90	47	4230	6,78
				<b>24</b>

Příloha V.

<b>Prosinec 2020</b>				
<i>číslo obr.</i>	<i>šířka [mm]</i>	<i>výška [mm]</i>	<i>obsah [mm<sup>2</sup>]</i>	<i>poměr k obsahu strany [%]</i>
Str. 1				
150	23	30	690	1,11
151	23	30	690	1,11
152	31	30	930	1,49
153	90	126	11340	18,18
154*	40	33	1320	2,12
				<b>24,00</b>
Str. 2				
155	90	49	4410	7,07
156	59	48	2832	4,54
				<b>11,61</b>
Str. 3				
157	24	25	600	0,96
158	15	17	255	0,41
159	15	17	255	0,41
160	15	17	255	0,41
161	15	17	255	0,41
162	60	30	1800	2,89
				<b>5,48</b>
Str. 4				
163	59	34	2006	3,22
164	90	47	4230	6,78
165	59	30	1770	2,84
166	29	30	870	1,39
167	59	33	1947	3,12

				<b>17,35</b>
<b>Str. 5</b>				
168	21	31	651	1,04
169	61	42	2562	4,11
				<b>5,15</b>
<b>Str. 6</b>				
170*	21	25	525	0,84
171	21	25	525	0,84
172	21	25	525	0,84
173	21	25	525	0,84
174	21	25	525	0,84
175	21	25	525	0,84
176	21	25	525	0,84
177	21	25	525	0,84
178	21	25	525	0,84
179	21	25	525	0,84
180	21	25	525	0,84
181	21	25	525	0,84
				<b>7,58</b>
<b>Str. 7</b>				
182	90	75	6750	10,82
183	59	30	1770	2,84
184	59	61	3599	5,77
				<b>19,43</b>
<b>Str. 9</b>				
185	53	42	2226	3,57
				<b>3,57</b>
<b>Str. 11</b>				
186	90	48	4320	6,93
187	59	33	1947	3,12
188	59	30	1770	2,84
189	60	30	1800	2,89
				<b>15,77</b>
<b>Str. 12</b>				
190	90	70	6300	10,10
<b>191</b>	90	63	5670	9,09
<b>192</b>	59	36	2124	3,41
				<b>23</b>

Příloha VI.

<b>Březen 2021</b>				
<i>číslo obr.</i>	<i>šířka [mm]</i>	<i>výška [mm]</i>	<i>obsah [mm<sup>2</sup>]</i>	<i>poměr k obsahu strany [%]</i>
<b>Str. 1</b>				
193	28	30	840	1,35
194	28	30	840	1,35
195	31	30	930	1,49

196*	25	38	950	1,52
197	153	117	17901	28,70
				<b>34,41</b>
<b>Str. 2</b>				
198	59	34	2006	3,22
199	90	55	4950	7,94
200	59	30	1770	2,84
				<b>13,99</b>
<b>Str. 3</b>				
201*	90	33	2970	4,76
202	23	33	759	1,22
203	59	30	1770	2,84
204	23	25	575	0,92
				<b>9,74</b>
<b>Str. 4</b>				
205	90	49	4410	7,07
206	59	34	2006	3,22
207	59	39	2301	3,69
				<b>13,98</b>
<b>Str. 5</b>				
208	61	51	3111	4,99
209	55	31	1705	2,73
210	55	35	1925	3,09
				<b>4,99</b>
<b>Str. 6</b>				
211	20	25	500	0,80
212	20	25	500	0,80
213	20	25	500	0,80
				<b>2,41</b>
<b>Str. 7</b>				
214	90	75	6750	10,82
215	26	30	780	1,25
				<b>12,07</b>
<b>Str. 9</b>				
216	53	56	2968	4,76
				<b>4,76</b>
<b>Str. 11</b>				
217	90	54	4860	7,79
218	59	45	2655	4,26
				<b>12,05</b>
<b>Str. 12</b>				
219	90	56	5040	8,08
220	28	33	924	1,48
				<b>10</b>

## Příloha VII.

Červen 2021				
<i>číslo obr.</i>	<i>šířka [mm]</i>	<i>výška [mm]</i>	<i>obsah [mm2]</i>	<i>poměr k obsahu strany [%]</i>
Str. 1				
221	28	30	840	1,35
222	28	30	840	1,35
223	31	30	930	1,49
224*	25	37	925	1,48
225*	153	128	19584	31,40
				<b>37,07</b>
Str. 2				
226	90	53	4770	7,65
227	59	39	2301	3,69
				<b>11,34</b>
Str. 3				
228	90	45	4050	6,49
229	25	27	675	1,08
230	59	37	2183	3,50
231	90	60	5400	8,66
				<b>19,73</b>
Str. 4				
232	59	61	3599	5,77
233	90	67	6030	9,67
234	59	40	2360	3,78
235	59	45	2655	4,26
				<b>23,48</b>
Str. 5				
236	21	29	609	0,98
				<b>0,98</b>
Str. 6				
237	20	25	500	0,80
238	20	25	500	0,80
239	20	25	500	0,80
240	20	25	500	0,80
241	20	25	500	0,80
				<b>4,01</b>
Str. 10				
242	90	51	4590	7,36
243	59	40	2360	3,78
244	59	40	2360	3,78
				<b>14,93</b>
Str. 9				



245	85	114	9690	15,54
				<b>15,54</b>
Str. 11				
246	59	72	4248	6,81
247	41	60	2460	3,94
				<b>10,76</b>
Str. 12				
248	90	58	5220	8,37
249	59	48	2832	4,54
250	65	47	3055	4,90
				<b>18</b>

Příloha VIII.

<b>Září 2021</b>				
<i>číslo obr.</i>	<i>šířka [mm]</i>	<i>výška [mm]</i>	<i>obsah [mm<sup>2</sup>]</i>	<i>poměr k obsahu strany [%]</i>
Str. 1				
251*	51	71	3621	5,81
252*	32	38	1216	1,95
				<b>7,76</b>
Str. 2				
253	76	62	4712	7,55
254	73	54	3942	6,32
255*	74	62	4588	7,36
				<b>21,23</b>
Str. 3				
256	73	45	3285	5,27
257	32	43	1376	2,21
258	35	30	1050	1,68
				<b>9,16</b>
Str. 4				
259	111	40	4440	7,12
260	73	68	4964	7,96
261	73	53	3869	6,20
				<b>21,28</b>
Str. 5				
262	21	29	609	0,98
263	74	40	2960	4,75
264 <sup>45</sup>	17	×	227	0,36
				<b>0,98</b>
Str. 6				

<sup>45</sup> Obrázky č. 264–271 jsou kruhy. Obsah je vypočítán z průměru kruhu.

265	17	×	227	0,36
266	17	×	227	0,36
267	17	×	227	0,36
268	17	×	227	0,36
269	17	×	227	0,36
270	17	×	227	0,36
271	17	×	227	0,36
				<b>2,55</b>
Str. 8				
272	74	62	4588	7,36
273	35	17	595	0,95
				<b>8,31</b>
Str. 9				
274	35	94	3290	5,27
				<b>5,27</b>
Str. 11				
275	74	50	3700	5,93
276	110	56	6160	9,88
277	74	42	3108	4,98
				<b>20,79</b>
Str. 12				
278	74	50	3700	5,93
279	72	45	3240	5,19
280	69	40	2760	4,43
281	74	47	3478	5,58
282	35	44	1540	2,47
283	35	35	1225	1,96
				<b>26</b>