

**Univerzita Palackého v Olomouci**  
**Filozofická fakulta**  
**Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky**

**SOLUTIONS ŽURNALISTIKA V ČESKÉ REPUBLICE**

*Solutions Journalism in the Czech Republic*

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Jan Žabka**

Vedoucí práce: Mgr. et Mgr. Karel Páral

Olomouc 2020

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci s názvem *Solutions žurnalistika v České republice* zpracoval samostatně, a že zde uvádím veškeré prameny, ze kterých jsem vycházel.

Celkový rozsah závěrečné práce činí 11 031 slov.

V Olomouci dne 6. 5. 2020

Jan Žabka

Tímto bych rád poděkoval vedoucímu své práce Mgr et. Mgr Karlu Páralovi za jeho trpělivost a věcné připomínky, které mi pomohly s vypracováním práce.

## ANOTACE

Tato bakalářská práce má název *Solutions žurnalistika v České republice*. Jejím cílem je zjistit a popsat, jak se fenomén solutions žurnalistiky v Česku doposud etabloval. Zkoumá proto jeho dosavadní vývoj a současný stav, přičemž se zaměřuje především na jeho popularizaci a využití v novinářské praxi. Práce neopomíjí ani budoucí perspektivu solutions žurnalistiky a její potenciální roli v tématu důvěry v českou žurnalistiku. K dosažení stanoveného cíle využívá kvalitativní metodu výzkumu, konkrétně polostrukturované rozhovory s popularizátory fenoménu a novináři, kteří se mu věnují ve své novinářské praxi.

**Klíčová slova:** Česká republika, Česko, solutions žurnalistika, média, novináři

## ANOTATION

This bachelor thesis is entitled *Solutions Journalism in the Czech Republic*. Its main objective is to find out and to describe how has the phenomenon of Solutions Journalism been established in the Czech Republic to date. Therefore, the thesis examines the evolution and current position of Solutions Journalism in the aforementioned country, with primarily focus on its popularization and use in journalistic practice.

The thesis also refers to the future perspective of Solutions Journalism and its potential role in the matter of confidence in Czech journalism. A qualitative research method is used in order to achieve the objectives pursued, namely speaking of partially structured dialogues with promoters of the phenomenon and with journalists applying the Solutions Journalism to their journalistic work.

**Key words:** the Czech Republic, Czechia, Solutions Journalism, media, journalists

# Obsah

<b>ÚVOD</b> .....	<b>6</b>
<b>1. TEORETICKÝ RÁMEC SOLUTIONS ŽURNALISTIKY</b> .....	<b>9</b>
1.1. Definice pojmu .....	9
1.2. Počátky fenoménu .....	11
1.3. Alternativa k negativním zprávám .....	14
<b>2. METODOLOGIE</b> .....	<b>16</b>
2.1. Cíl výzkumu a výzkumné otázky .....	16
2.2. Kvalitativní výzkum .....	16
2.3. Polostrukturované rozhovory .....	17
<b>3. ČESKÁ SOLUTIONS ŽURNALISTIKA</b> .....	<b>19</b>
3.1. Počátky fenoménu v České republice .....	19
3.2. Popularizační role Novinářské ceny .....	22
3.3. Současný stav popularizace .....	23
3.4. Solutions žurnalistika na české vysoké škole .....	24
3.5. Vhled do české praxe .....	26
3.5.1. Perspektiva Tomáše Lindnera .....	27
3.5.2. Perspektiva Petry Dlouhé .....	29
3.5.3. Perspektiva Nikity Poljakova .....	30
3.5.4. Perspektiva Tomáše Nídra .....	32
3.5.5. Perspektiva Václava Štefana .....	33
<b>5. BUDOUCNOST ČESKÉ SOLUTIONS ŽURNALISTIKY</b> .....	<b>35</b>
5.1. Česká vize .....	35
5.2. Fenomén jako investice do české žurnalistiky .....	37
5.3. Nástroj ke zvyšování důvěry v česká média .....	39
<b>3. ZÁVĚR</b> .....	<b>40</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</b> .....	<b>42</b>
<b>PŘÍLOHY</b> .....	<b>47</b>

# ÚVOD

Mediální průzkumy posledních let napříč výzkumnými agenturami se shodují, byť s rozdílnými hodnotami, v jednom, médiím v České republice důvěřuje méně než polovina občanů, případně české internetové populace. Když je řeč o médiích, mám na mysli rozhlas, televizi, tisk, tedy noviny a časopisy, a internetová média. Jako příklady mohou posloužit průzkumy organizací Reuters Institute z roku 2019<sup>1</sup> a Centra pro výzkum veřejného mínění z roku 2018<sup>2</sup>. Polemizovat nad důvody tak nízké důvěry lze z mnoha pohledů. Můžeme se zamyslet nad tím, zda jsou média a mediální instituce zpochybňovány ze strany politiků, zda tvůrci mediálních obsahů vydávají nedůvěryhodné informace, či zda jde o vliv takzvaných fake news a dezinformačních kampaní. Tyto otázky však tato bakalářská práce nerozvíjí a nesnaží se o jejich zodpovězení. Jejím cílem není zvýšení nízké důvěry v média v České republice, přesto její téma s důvěrou v česká média souvisí. Jejím předmětem je totiž netradiční novinářský přístup ke zpracování novinářských témat označovaný jako solutions žurnalistika, známá pod anglickým názvem solutions journalism. Právě ta je jejími tvůrci a popularizátory často považována za jednu z možných cest vedoucích k vyšší důvěře Čechů v média a žurnalistiku.

Solutions žurnalistika nemá v Česku dlouhou historii. Za počátek fenoménu v České republice lze považovat, jak se dozvíme z této bakalářské práce, jeho zařazení do české novinářské soutěže Novinářská cena v roce 2016. Jde v tuzemských podmínkách tedy o poměrně nový novinářský přístup. To je možné doložit i skutečností, že zde doposud neexistuje odborná literatura, která by se solutions žurnalistice v České republice přímo věnovala. Přesto (nebo právě proto) jde o dostatečně dlouhou dobu, aby mohla být zodpovězena hlavní výzkumná otázka „*Jak se solutions žurnalistika v České republice etablovala?*“, a mohl tak být položen základní kámen pro další badatelský záměr v oblasti solutions žurnalistiky.

Právě zodpovězení zmíněné otázky je cílem této práce. K jeho naplnění jsem se rozhodl využít metodu kvalitativního výzkumu, konkrétně polostrukturovaných rozhovorů s novináři a popularizátory fenoménu v České republice, kteří se podíleli na jeho etablování do lokálních

---

<sup>1</sup> NEWMAN, Nic, et al. *Reuters institute digital news report 2019* [online] Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019, 153 [cit. 2020-04-15]. Dostupné z:

[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR\\_2019\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf)

<sup>2</sup> HANZLOVÁ, Radka. *Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i.* [online] Praha: Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., 2018 [cit. 2020-04-15]. Dostupné z:

[https://cvvm.soc.cas.cz/media/com\\_form2content/documents/c2/a4580/f9/po180405.pdf](https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a4580/f9/po180405.pdf)

podmínek. Díky nim popíši nejen jeho aktuální stav, dosavadní vývoj a popularizaci, ale také se pokusím predikovat jeho budoucí vývoj, a to z hlediska využití v novinářské praxi a role v otázce důvěry lidí v českou žurnalistiku. Nastíněné záměry jsou shodné s dílčími cíli této práce.

Jelikož jde v české odborné literatuře o nový pojem, je žádoucí nejdříve představit definici solutions žurnalistiky. Tou se budu zabývat v první kapitole teoretické části na základě cizojazyčné odborné literatury a adekvátních zdrojů. Zároveň představím definici a metodiku organizace Solutions Journalism Network, které se nedá odepřít její význam z hlediska popularizace a systematizace zkoumaného fenoménu. Takto také vysvětlím, jaká pravidla by měl splňovat text, aby naplnil podstatu solutions žurnalistiky. Tato metodika je důležitá i pro praktickou část, jelikož se při aplikaci do novinářské praxe využívá i v České republice.

V následující kapitole zmapuji vývoj a popularizaci fenoménu ve světě, a to z hlediska samotné solutions žurnalistiky, jak je pospána v kapitole 1.1, i z hlediska jiných přístupů, jako jsou například konstruktivní žurnalistika a kontextuální žurnalistika, občanská žurnalistika, aktivistická žurnalistika a další. Vysvětlím tím, že systematizace solutions žurnalistiky není první podobná snaha o odklonění od tradičního přístupu k žurnalistice.

Závěr teoretické části je věnován výzkumům médií. Ty slouží jako ukazatel aktuálního i historického přístupu k tvorbě žurnalistických obsahů, a především jejich dopadů na publikum. Tyto výzkumy jsou dány do kontrastu s výzkumy solutions žurnalistiky.

Praktická část přímo naváže na zahraniční kontext a vzápětí přenesou svou pozornost čistě na solutions žurnalistiku v České republice. Jak již bylo řečeno, cílem této práce je zjistit, jak se solutions žurnalistika v českém prostředí doposud etablovala, proto v její praktické části vycházím z devíti polostrukturovaných rozhovorů s popularizátory fenoménu a novináři, kteří jej aplikují do své novinářské praxe.

Praktická část je rozdělena celkem do tří na sebe navazujících kapitol. První kapitola je věnována popularizaci fenoménu. Jako stěžejní materiál pro pochopení vývoje a současného stavu poslouží rozhovory s Lucií Černou, popularizátorkou solutions žurnalistiky v České republice, jelikož poskytne informace o vzniku a rozšíření české solutions žurnalistiky. Černá je kompetentní osobou pro získání těchto informací také z důvodu, že se podílela na vzniku některých žurnalistických textů zaměřených na řešení a pomáhala zprostředkovat setkání se zástupci organizace Solutions Journalism Network na území České republiky. Kapitola bude také rozšířena o podkapitoly věnující se novinářské soutěži Novinářská cena, jejíž role v popularizaci fenoménu na území České republiky je neodmyslitelná, a o zavedení kurzu

solutions žurnalistiky do nabídky předmětů Katedry žurnalistiky na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy.

Druhá kapitola praktické části bude již konkrétně zaměřena na současný stav solutions žurnalistiky v České republice, a to především z hlediska praktického využití. Budu se v ní zabývat příklady české solutions žurnalistiky, ale také pěti českými autory, kteří se tomuto přístupu ve své novinářské práci věnují. Bude mě zajímat jak jejich osobní cesta k solutions žurnalistice, tak soukromý pohled na fenomén a jeho pozici v oblasti žurnalistiky.

V poslední kapitole této části se za využití rozhovorů s osobnostmi české solutions žurnalistiky pokusím nastínit možný budoucí vývoj fenoménu v České republice, přičemž mi nejde pouze o jejich co nejpřesnější zachycení pravděpodobného vývoje, ale také jejich ideální představy. Součástí kapitoly jsou i podkapitoly týkající se solutions žurnalistiky jakožto mediální investice a potenciálního dopadu aplikace tohoto přístupu na míru důvěry lidí v média.



# 1. TEORETICKÝ RÁMEC SOLUTIONS ŽURNALISTIKY

## 1.1. Definice pojmu

V závislosti na cíli práce je v rámci teoretické části potřeba představit definici Solutions žurnalistiky. Hlavním aspektem fenoménu je, že jde o způsob zpracování novinářského obsahu směrem k potenciálním řešením společenských problémů, nikoli k problémům samotným. Novinář, který se rozhodne ve své práci aplikovat solutions žurnalistiku, zkoumá příklady lidské, institucionální nebo komunitní snahy řešit konkrétní společenské problémy, přičemž jej nezajímají pouze samotná fungující řešení, ale také důvody a způsoby tohoto fungování, stejně jako stinné stránky daných řešení a důvody, proč taková řešení fungovat nemusí.<sup>3</sup>

Takový novinářský přístup bývá některými mediálními odborníky a novináři považován za okrajovou variantu klasické žurnalistiky. Příznivci zkoumaného fenoménu jej však považují za její součást. Argumentují především tím, že přístup splňuje podmínky tradiční a vyvážené žurnalistiky, jelikož novináři, pracující na konkrétním novinářském tématu z perspektivy řešení, nepředkládají řešení svá vlastní a záměrně do tématu nezasahují.<sup>4</sup> Podstatu solutions žurnalistiky shrnuje organizace Solutions Journalism Network jako „*důsledné informován o reakcích na společenské problémy*“.<sup>5</sup>

Podle Alexe L. Curryho a Keith H. Hammondsové je solutions žurnalistika kritická žurnalistika, která zkoumá a popisuje důvěryhodná řešení společenských problémů, a to vysoce informativní, ale zároveň poutavou formou. Fenomén splňuje i kontrolní funkci médií, metaforicky vyjádřenou jako funkci hlídacího psa, nicméně „*klade větší důraz na efektivní řešení sledovaných problémů, aby podnítila změny v oblastech, kde jedinci nebo organizace selhávají v poskytování adekvátních řešení, a to obzvláště tam, kde jsou lepší řešení možná*“.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> CURRY, Alex L. a Keith H. HAMMONDS. The Power of Solutions Journalism. [online] Solutions Journalism Network and Engaging News Project. 2014, 1 [cit. 2020-04-19]. Dostupné z: [https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2014/06/ENP\\_SJN-report.pdf](https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2014/06/ENP_SJN-report.pdf)

<sup>4</sup> MCINTYRE, Karen. Solutions Journalism: The effects of including solution information in news stories about social problems. *Journalism Practice* [online]. 2019, 13(1), 18-19 [cit. 2020-04-19]. ISSN: 1751-2786 Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2017.1409647>

<sup>5</sup> SOLUTIONS JOURNALISM NETWORK. Who we are. *Solutionsjournalism.org* [online]. ©2020 [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <https://www.solutionsjournalism.org/who-we-are/mission>

<sup>6</sup> CURRY, Alex L. a Keith H. HAMMONDS. *The Power of Solutions Journalism*. [online] Solutions Journalism Network and Engaging News Project. 2014, 1 [cit. 2020-04-19]. Dostupné z: [https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2014/06/ENP\\_SJN-report.pdf](https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2014/06/ENP_SJN-report.pdf)

Jak již bylo řečeno, přístup se ale setkává i s nepochopením nebo odmítavými postoji ze strany novinářů a mediálních odborníků. Lenne B. Sillesen upozorňuje na chybné tendence vnímat zprávy zaměřené na řešení jako pozitivní.<sup>7</sup> „*Zatímco někteří mediální odborníci mohou argumentovat tím, že zkoumat řešení společenských problémů není v kompetencích novinářů, zastánci tohoto přístupu říkají, že by média po tom, co konfrontují své publikum s informacemi o konfliktech a kontroverzích, by mu měla také poskytnout možné způsoby, jak se podílet na jejich řešení a jednat podle toho, co čtou, poslouchají a sledují.*“<sup>8</sup>

V této diplomové práci je solutions žurnalistika chápána především z perspektivy již zmíněné organizace Solutions Journalism Network, která pro její aplikování do novinářské praxe vytvořila vlastní metodiku. Tato metodika je využívána právě při popularizaci fenoménu v České republice.

Organizace vytvořila základní manuál pro zájemce o solutions žurnalistiku, ve kterém vysvětluje důležitost využití tohoto přístupu při referování o společenských problémech. Zpracování žurnalistického tématu směrem k řešení považuje za základní faktor kvalitní žurnalistické práce, neboť jen tak lze vytvářet ucelenou a pravdivou reflexi současné společnosti. Nezakomponováním možných řešení do popisu společenských problémů dochází k neadekvátnímu zjednodušení reality.<sup>9</sup> Solutions Journalism Network zároveň stanovuje pět kritérií, které by měla kvalitní solutions žurnalistika splňovat. Upozorňuje však také, že ne vždy je nutné splnit všechna z nich:

- „*Do hloubky se zaměřuje na reakci na nějaký společenský problém*
- *Detailně a smysluplně prozkoumává, jak reakce funguje*
- *Zaměřuje se na účinnost, nikoli dobré úmysly, a předkládá dostupné důkazy o výsledcích*
- *Poskytuje nejen inspiraci, ale i porozumění užitečné pro ostatní*
- *Rozebírá, co na daném přístupu nefunguje*“<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> SILLESEN, Lene B. Good News is Good Business, but not a Cure-All for Journalism. In: *Columbia Journalism Review* [online]. 29. 9. 2014 [cit. 2020-04-18] Dostupné z:

[http://www.cjr.org/behind\\_the\\_news/good\\_news\\_is\\_good\\_business\\_but.php?page=a101](http://www.cjr.org/behind_the_news/good_news_is_good_business_but.php?page=a101)

<sup>8</sup> MCINTYRE, Karen. *Constructive Journalism: The Effect of Positive Emotions and Solution Information In News Stories* [online] Chapel Hill, 2015, 32 [cit. 2020-04-26]. Dostupné z:

<https://cdr.lib.unc.edu/concern/dissertations/rn3012085>. Disertační práce. University of North Carolina at Chapel Hill Graduate School.

<sup>9</sup> SOLUTIONS JOURNALISM NETWORK. Learning lab. *Learninglab.solutionsjournalism.org* [online].

©2020 [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <https://learninglab.solutionsjournalism.org/cs/courses/basic-toolkit/introduction/how-do-i-know-its-not-solutions-journalism>

<sup>10</sup> Tamtéž.

Solutions žurnalistika tak, jak ji definuje Solutions Journalism Network, není aktivistická žurnalistika. Nejedná se ani o žurnalistické výstupy, ve kterých je kladen přílišný důraz na osobu člověka nabízejícího řešení společenského problému nebo kde je konkrétní řešení považováno za spásné. Za solutions žurnalistiku nelze považovat ani žurnalistické obsahy, které přinášejí emočně naléhavou prosbu, například ve formě finanční pomoci, a které možné řešení předkládají pouze v závěru dané reportáže, ale podrobně se jim nevěnují.<sup>11</sup>

## 1.2. Počátky fenoménu

Solutions journalism je pojem objevující se v amerických médiích v druhé polovině 90. let 20. století. V tamních periodikách v té době začaly vycházet reportáže, jejichž autoři se svým přístupem odklonili od pouhého informování o problémech, a začali svou pozornost směřovat také na jejich potenciální řešení. Takové žurnalistické texty publikovaly například redakce jednoho z největších amerických deníků Los Angeles Times, nedělní přílohy deníku The New York Times nebo v nejstarším americkém týdeníku The Nation. Reportáže orientované na řešení se nevyhnuly ani televizím.<sup>12</sup>

Ačkoli tento přístup tedy američtí novináři praktikovali již v průběhu 90. let, akademická sféra se fenoménu začala věnovat až v roce 1998, kdy se v časopise Columbia Journalism Review vycházejícím na Kolumbijské univerzitě objevil článek Vzestup solutions žurnalistiky. V něm Susan Benesch popsala výše zmíněný trend amerických médií informovat o možných řešeních společenských problémů a v jeho závěru definoval podstatu žurnalistiky orientované na řešení. Ta se podle ní ve své kvalitní podobě nijak neodlišuje od kvalitní běžné žurnalistiky krom jednoho podstatného rozdílu<sup>13</sup>: „*Namísto poukazování na to, co je špatně, v naději, že to někdo napraví, solutions žurnalistika poukazuje na to, co je správně, v naději, že to někdo napodobí.*“<sup>14</sup> V odborné literatuře se však pojem solutions žurnalistika poprvé objevuje až o rok později. Na přelomu tisíciletí, v roce 1999, ho Chris L. Davies zařadil mezi jeden z možných přístupů, kterými lze rozšířit investigativní žurnalistiku.<sup>15</sup> Jak však uvádí McIntyre

---

<sup>11</sup> Tamtéž.

<sup>12</sup> BENESCH, Susan. The Rise of Solutions Journalism. *Columbia Journalism Review*. 1998, 36(6), 36-37. ISSN: 0010-194X.

<sup>13</sup> Tamtéž 36-39.

<sup>14</sup> Tamtéž 39.

<sup>15</sup> DAVIES, Chris Lawe. Journalism, Corporatism, Democracy. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy* [online]. 1999, 90(1), 53–64 [cit. 2020-04-20]. ISSN: 1329-878X. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1329878X9909000108>

v úvodu svého výzkumu *Dopady zapojení informací o řešeních do reportáží o společenských problémech*, Daviesova zmínka neiniciovala nikterak velký zájem o tento fenomén.<sup>16</sup>

Přelomovým rokem v popularizaci fenoménu solutions žurnalistiky byl rok 2010, kdy americký deník The New York Times zařadil do své názorové sekce rubriku Fixes,<sup>17</sup> která je věnována právě žurnalistickým textům zaměřeným na řešení. Od té doby počet médií, která se tomuto přístupu věnují na pravidelné bázi, významně vzrostl po celém světě. Patří mezi ně mimo jiné britská BBC, La Voz de Guanacaste vycházející na Costa Rice nebo francouzský mediální projekt Médiacités.<sup>18</sup>

Rok 2013 byl dalším významným milníkem popularizace solutions žurnalistiky, jelikož byla založena organizace Solutions Journalism Network. Ta sdružuje redakce a novináře, kteří se solutions žurnalistice věnují, a mapuje jejich žurnalistické výstupy orientované na řešení. Organizace hraje nyní zásadní roli v propagaci a systematizaci fenoménu.<sup>19</sup> Od jejího vzniku její zástupci pořádají vzdělávací kurzy pro novináře ve více než osmdesáti redakcích. Na nich jim předávají své znalosti v oblasti zpracování žurnalistických výstupů zaměřených na řešení, a to s důrazem na dodržování konkrétních kritérií při informování o společenských problémech a jejich řešeních. Mezi tato kritéria patří předkládání pouze ověřených a prokazatelných řešení, včetně předkládání jejich limitů.<sup>20</sup>

Ačkoli lze říct, že v současné době solutions žurnalistika získala mezi novináři po světě jistou míru popularity, je důležité vědět, že novinářské texty založené na řešení vznikaly například ve Spojených státech amerických minimálně poslední dvě desetiletí, jen je tehdy nikdo nesjednotil definovaným pojmem solutions journalism.<sup>21</sup> Karen McIntyre dokonce zmiňuje, že již v roce 2003 se tento přístup objevoval i v Evropě. Francouzská nestátní organizace Reporters d'Espoirs, Reportéři naděje, publikovala zprávy, které nahlížely na

---

<sup>16</sup> MCINTYRE, Karen. Solutions Journalism: The effects of including solution information in news stories about social problems. *Journalism Practice* [online]. 2019, 13(1), 16-34 [cit. 2020-04-19]. ISSN: 1751-2786 Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2017.1409647>

<sup>17</sup> Do češtiny lze přeložit jako „Opravy“.

<sup>18</sup> HOTZ, Julia. 44 News Outlets with Dedicated Solutions Journalism Sections. In: *Medium.com* [online]. Mar 31, 2019 [cit. 2020-04-01]. Dostupné z: <https://thewholestory.solutionsjournalism.org/34-news-outlets-with-dedicated-solutions-journalism-sections-9ef0214a7c43>

<sup>19</sup> SOLUTIONS JOURNALISM NETWORK. Who we are. *Solutionsjournalism.org* [online]. ©2020 [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <https://www.solutionsjournalism.org/who-we-are/mission>

<sup>20</sup> LOUGH, Kyser a Karen MCINTYRE. Journalists' perceptions of solutions journalism and its place in the field. *ISOJ Journal* [online] 2018, 8(1), 35 [cit. 2020-04-20]. ISSN: 2328-0662 Dostupné z: <https://isoj.org/journal/volume-8-number-1-issue-of-the-isoj-journal/>

<sup>21</sup> MCINTYRE, Karen. Solutions Journalism: The effects of including solution information in news stories about social problems. *Journalism Practice* [online]. 2019, 13(1), 17-18 [cit. 2020-04-19]. ISSN: 1751-2786 Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2017.1409647>

problémy perspektivou možných řešení, a to podobným způsobem, jako o desetiletí později Solution Journalism Network.<sup>22</sup>

Mnohé aspekty tohoto přístupu byly zároveň do žurnalistické praxe aplikovány v amerických médiích již o desítky let dříve. Takzvaná kontextuální žurnalistika, kterou lze chápat z hlediska definice za nadřazenou zkoumanému fenoménu, se ve světové žurnalistice objevuje ve stále větší míře od druhé poloviny 20. století<sup>23</sup> a je chápána jako forma zpravodajství s následujícími přívlastky: interpretativní, hloubková, dlouhodobá, vysvětlující a analytická.<sup>24</sup>

Zkoumaný fenomén je mnohdy zaměňován za konstruktivní žurnalistiku.<sup>25</sup> Ovšem ne vše, co spadá pod konstruktivní žurnalistiku, je také Solutions žurnalistika, jak ji chápe tato práce a organizace Solutions Journalism Network. Pro konstruktivní žurnalistiku je specifické využívání technik pozitivní psychologie se záměrem vytvořit efektivnější a poutavější žurnalistické texty, a to za dodržení základních novinářských funkcí. Přičemž konstruktivní žurnalistika nemá nahrazovat klasickou žurnalistiku informující o konfliktech, nýbrž navazovat na ni tím, že se novinář snaží klást důraz na komplexní investigativní práci se záměrem zlepšit společnost.<sup>26</sup>

Podle McIntyre lze solutions žurnalistiku chápat také z pohledu aktivní žurnalistiky, jak jí definoval Peter Bro.<sup>27</sup> Aktivní žurnalistika je taková žurnalistika, jejíž autoři se svou novinářskou prací snaží přesvědčit buď běžné občany, nebo lidi s rozhodovacími pravomocemi, aby řešili jimi popsané problémy. Cílem aktivního novináře tedy není pouze poukázat na problém, ale také motivovat publikum a zodpovědné osoby k jeho řešení. Přičemž podle této definice existují dva typy aktivních novinářů: takzvaní „lovečtí psi“, tedy novináři, kteří

---

<sup>22</sup> Tamtéž.

<sup>23</sup> FINK, Katherine a Michael SCHUDSON. The rise of contextual journalism, 1950s-2000s. *Journalism* [online]. 2014, 15(1), 5 [cit. 2020-04-19]. ISSN: 1464-8849. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884913479015?journalCode=joua>

<sup>24</sup> FORDE, Kathy Roberts. Discovering The Explanatory Report in American Newspapers. *Journalism Practice* [online]. 2007, 1(2), 227-244 [cit. 2020-04-18]. ISSN: 1751-2786. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512780701275531>

<sup>25</sup> MCINTYRE, Karen. Solutions Journalism: The effects of including solution information in news stories about social problems. *Journalism Practice* [online]. 2019, 13(1), 17 [cit. 2020-04-19]. ISSN: 1751-2786 Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2017.1409647>

<sup>26</sup> MCINTYRE, Karen. *Constructive Journalism: The Effect of Positive Emotions and Solution Information In News Stories* [online] Chapel Hill, 2015, 9 [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: <https://cdr.lib.unc.edu/concern/dissertations/rn3012085>. Disertační práce. University of North Carolina at Chapel Hill Graduate School.

<sup>27</sup> MCINTYRE, Karen. Solutions Journalism: The effects of including solution information in news stories about social problems. *Journalism Practice* [online]. 2019, 13(1), 21 [cit. 2020-04-19]. ISSN: 1751-2786 Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2017.1409647>

vyžadují řešení po veřejných činitelích, a takzvaní „záchranářští psi“, tedy novináři, kteří se snaží do řešení sledovaného problému zapojit běžné občany.<sup>28</sup>

Je na místě zmínit i další novinářské přístupy, které mají některé aspekty společné se solutions žurnalistikou a konstruktivní žurnalistikou. Kyser Lough a McIntyre zmiňuje mírovou žurnalistiku, občanskou žurnalistiku, restorativní a advokativní žurnalistiku,<sup>29</sup> které se taktéž, byť odlišnou cestou, snaží o zlepšení společnosti skrze aktivnější novinářský přístup.<sup>30</sup>

Na závěr je nutno podotknout, že výstupy řady novinářů, kteří nikdy o žurnalistice zaměřené na řešení neslyšeli, odpovídají jejím standardům.<sup>31</sup>

### 1.3. Alternativa k negativním zprávám

Solutions žurnalistika je jak v teoretické, tak v praktické části této práce srovnávána s žurnalistikou klasickou. Ta je specifická vysokým podílem negativního obsahu, na což poukazují výzkumníci mediálních obsahů již od druhé poloviny 20. století. Z jejich výzkumů vyplývá, že zpravodajská média dávají přednost negativním informacím. Inklinaci médií k negativním zprávám potvrdili například Barbara Combsová a Paul Slovis v roce 1979,<sup>32</sup> ale tento trend je stále aktuální i u současných médií. Podle Martina Montgomeryho špatné zprávy znamenají dobré zpravodajství. Válečné zpravodajství označuje za jedno z nejstarších forem žurnalistiky vůbec, ale dodává, že negativní jevy ve společnosti jsou základním kamenem zpravodajství obecně.<sup>33</sup> Obdobný jev zkoumali také psychologové Christopher Peterson a Tracy A. Steenová, kteří došli k závěru, že se novináři svou novinářskou prací pokrývající převážně negativní jevy ve společnosti podílejí na emocionálním stavu čtenářů, diváků a posluchačů, u nichž následně dochází vlivem důrazu na negativní zpravodajství

---

<sup>28</sup> BRO, Peter. Normative navigation in the news media. *Journalism* [online]. 2008, 9(3), 312-320 [cit. 2020-04-18]. ISSN: 1464-8849. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884907089010>

<sup>29</sup> LOUGH, Kyser a Karen MCINTYRE. Journalists' perceptions of solutions journalism and its place in the field. *ISOJ Journal* [online] 2018, 8(1), 33-52 [cit. 2020-04-20]. ISSN: 2328-0662 Dostupné z: <https://isoj.org/journal/volume-8-number-1-issue-of-the-isoj-journal/>

<sup>30</sup> MCINTYRE, Karen. *Constructive Journalism: The Effect of Positive Emotions and Solution Information In News Stories* [online] Chapel Hill, 2015, 10-16 [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: <https://cdr.lib.unc.edu/concern/dissertations/rn3012085>. Disertační práce. University of North Carolina at Chapel Hill Graduate School.

<sup>31</sup> MCINTYRE, Karen, Nicole Smith DAHMEN a Jesse ABDENOUR. The contextualist function: US newspaper journalists value social responsibility. *Journalism* [online]. 2018, 19(12), 1657-1675 [cit. 2020-04-20]. ISSN 1464-8849. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884916683553?journalCode=joua>

<sup>32</sup> COMBS, Barbara a Paul SLOVIC. Newspaper Coverage of Causes of Death. *Journalism Quarterly* [online], 1979, 56(4), 837-849 [cit. 2020-04-18]. ISSN: 0022-5533. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/107769907905600420?journalCode=jmqb>

<sup>33</sup> MONTGOMERY, Martin. *The Discourse of Broadcast News*. Vyd. 1. Londýn: Routledge, 2007. str. 8. ISBN: 9780203006634

k obsesivnímu myšlení o problému a jeho katastrofizaci.<sup>34</sup> Další výzkumy ale poukazují i na další možné negativní dopady negativních zpráv na příjemce. Pokud se publikum „*dlouhodobě vystavuje negativním zprávám, může to mít zásadní vliv na jeho náladu, postoje, vnímání a emoční zdraví*“<sup>35</sup>. Nadměrná konzumace negativních zpráv může dokonce vést také k úplné rezignaci na sledování zpráv.<sup>36</sup>

Zmínka o těchto zjištěních je podstatná, protože žurnalistické texty s perspektivou řešení mohou tyto negativní efekty snižovat. Vyplývá to z výzkumů Curryho a Hammondsové, kteří zjistili, že se čtenáři po přečtení žurnalistického textu zaměřeného na řešení cítí inspirovaněji a/nebo optimističtěji než čtenáři obdobného žurnalistického textu bez perspektivy řešení. Stejně tak čtenáři textu zaměřeného na řešení po jeho přečtení věří v existenci efektivních způsobů, jak dané problémy řešit a jak k jejich řešení mohou sami přispět. Výzkum potvrdil také větší tendenci čtenářů textu zaměřeného na řešení zaujmout aktivní přístup vůči sledovanému problému, ať už ve smyslu diskutování o tématu s jinými osobami, finančního přispění na řešení problému nebo snahy o přímou pomoc k jeho řešení.<sup>37</sup>

Navazující výzkum tato zjištění potvrzuje, ale zároveň přispívá dalšími zjištěními. Žurnalistické texty zaměřené na řešení ovlivňují názory čtenářů na sledované téma méně než texty neobsahující perspektivu řešení. Čtenáři solutions žurnalistiky zároveň popsali nižší tendence o obdobném tématu číst další články.

---

<sup>34</sup> PETERSON, Christopher a Tracy A. STEEN. Optimistic explanatory style. In: SNYDER, C. R. a S. J. LOPEZ, eds. *Oxford handbook of positive psychology*. New York: Oxford University Press, 2009, 313-321. ISBN: 978-0-19-518724-3

<sup>35</sup> HASKINS, Jack B. The Trouble with Bad News. *Newspaper Research Journal* [online]. 1981, 2(2), 11 [cit. 2020-04-20]. ISSN. 0739-5329. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/073953298100200201?journalCode=nrja>

<sup>36</sup> EDGERLY, Stephanie. Red Media, Blue Media, and Purple Media: News Repertoires in the Colorful Media Landscape. *Journal Of Broadcasting & Electronic Media* [online]. 2015, 59(1), 1-21 [cit. 2020-04-20]. ISSN: 0883-8151. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08838151.2014.998220>

<sup>37</sup> CURRY, Alex L. a Keith H. HAMMONDS. *The Power of Solutions Journalism*. [online] Solutions Journalism Network and Engaging News Project. 2014, 15 [cit. 2020-04-19]. Dostupné z: [https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2014/06/ENP\\_SJN-report.pdf](https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2014/06/ENP_SJN-report.pdf)

## 2. METODOLOGIE

### 2.1. Cíl výzkumu a výzkumné otázky

Tato diplomová práce popisuje vývoj solutions žurnalistiky v České republice a jeho aktuální stav. Zaměřuje se přitom především na její popularizaci využití v současné žurnalistické praxi. Práce však neopomíjí ani budoucí perspektivu fenoménu a jeho potenciální roli v otázce zvyšování důvěry v českou žurnalistiku. Sumarizovaným cílem práce je tedy ucelený popis české solutions žurnalistiky.

Hlavní výzkumnou otázkou je „*Jaký je současný stav fenoménu solutions žurnalistiky v České republice?*“, kterou dále rozvíjí a doplňují dílčí výzkumné otázky:

- *Jakým způsobem je v České republice realizovaná popularizace fenoménu?*
- *Jak vypadá současná česká praxe solutions žurnalistiky?*
- *Jaký vývoj předcházel současnému stavu solutions žurnalistiky v Česku?*
- *Jaká je potenciální budoucnost solutions žurnalistiky v českých médiích?*
- *Může se aplikace přístupu solutions žurnalistiky do české novinářské praxe podílet na zvyšování důvěry v českou žurnalistiku?*

Práce odpovídá na tyto otázky ve třech kapitolách a několika podkapitolách praktické části, strukturovaných tak, aby byl fenomén co nejdůkladněji a nejsrozumitelněji popsán.<sup>38</sup> Pořadí a znění uvedených otázek přesně nekopíruje pořadí a znění otázek položených v jednotlivých rozhovorech. Jejich význam byl však zachován. Výběr otázek byl přizpůsoben konkrétnímu informantovi.

### 2.2. Kvalitativní výzkum

Avizovaného cíle je dosaženo za využití kvalitativní metody výzkumu, konkrétně polostrukturovaných rozhovorů s osmi informanty z řad jak popularizátorů a učitelů solutions žurnalistiky, tak českých novinářů fenomén aplikujících do své novinářské praxe. Zvolená metoda je pro naplnění cíle vhodná, jelikož práce zkoumá žurnalistický přístup, jemuž se v České republice doposud věnuje pouze úzká skupina novinářů a jehož popularizaci a vzdělání v něm zde zaštiťují konkrétní lidé a organizace. Právě z důvodu, že se jedná o poměrně úzký

---

<sup>38</sup> BRENNEN, Bonnie S. *Qualitative research methods for media studies*. Vyd. 2. New York: Taylor & Francis, 2017, 20. ISBN: 978-1-1382-1922-9.



a specifický vzorek, je směrodatnější využití polostrukturovaných rozhovorů než kupříkladu kvantitativních výzkumných metod.<sup>39</sup>

Práce se snaží „*obsáhnout jev podrobněji v celé šíři jeho rozsahu a působení*“<sup>40</sup>, a zkoumá tak tzv. měkká data. Na fenomén nahlíží čistě z pohledu aktérů české solutions žurnalistiky, kteří pro potřeby práce poskytli své osobní znalosti a zkušenosti, a nesnaží se takto zjištěné informace zobecňovat.<sup>41</sup>

Zdůvodnění výběru výzkumné metody lze tedy shrnout citací Creswella a Potha: „*Kvalitativní výzkum provádíme, protože je nutné danou problematiku prozkoumat.*“<sup>42</sup>

### 2.3. Polostrukturované rozhovory

Jak již bylo uvedeno, pro potřeby práce byly s informanty vedeny polostrukturované rozhovory. Dohromady bylo uskutečněno devět rozhovorů s celkem osmi informanty.

Rozhovory byly vedeny záměrně tak, aby bylo na základě získaných odpovědí možné zodpovědět výše vyznačené výzkumné otázky. To znamená, že byly všechny založeny na konkrétních tematických okruzích, které však byly přizpůsobeny danému informantovi. Takže zatímco otázky mapující popularizaci fenoménu a jeho počátků v České republice se týkaly výhradně Lucie Černé a Michaela Adamce, otázky zaměřující se na budoucnost fenoménu a jeho roli v budování důvěry v české média se týkaly všech.

Díky umožněné flexibilitě při polostrukturovaných rozhovorech se každý z uskutečněných rozhovorů odvíjel od dané situace a pořadí otázek bylo přizpůsobeno průběhu konkrétního rozhovoru. U části z nich byly také pokládány navazující otázky.<sup>43</sup>

Přestože je práce psaná v době koronavirové pandemie, kterou provází celostátní karanténa a omezení pohybu, většina rozhovorů byla uskutečněna orálně. „*V případě, že výzkumníci nemají možnost uskutečnit kvalitativní rozhovor tváří v tvář, rozhodnou se pro telefonní rozhovor.*“<sup>44</sup> I tak byly tři rozhovory uskutečněny skrze emailovou komunikaci.

Při interpretaci získaných dat byl kladen důraz především na směrodatnost odpovědí a jejich částí. Některé části rozhovorů nejsou pro naplnění cíle bakalářské práce potřebné, proto

---

<sup>39</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014, 51-52. ISBN: 978-80-247-3568-9

<sup>40</sup> Tamtéž, str. 51

<sup>41</sup> Tamtéž, str. 52

<sup>42</sup> CRESWELL, John W. a Cheryl N. POTH. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Traditions*. Vyd. 4. Thousand Oaks: Sage publications, 2016, 45. ISBN: 978-1-5063-3020-4

<sup>43</sup> BRENNEN, Bonnie S. *Qualitative research methods for media studies*. Vyd. 2. New York: Taylor & Francis, 2017, 29. ISBN: 978-1-1382-1922-9

<sup>44</sup> Tamtéž.

nedošlo k jejich využití při interpretaci. A proto „při konečné prezentaci výsledků budeme rozhodovat, kterými citacemi budeme naše závěry dokumentovat.“<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2012, 407. ISBN 978-80-262-0219-6.

## 3. ČESKÁ SOLUTIONS ŽURNALISTIKA

### 3.1. Počátky fenoménu v České republice

Počátky fenoménu solutions žurnalistiky v České republice souvisí s činností zmíněné organizace Solutions Journalism Network. Jeden z jejích zakladatelů David Bornstein je součástí neziskové organizace Ashoka, která více než 30 let působí v oblasti podpory sociálních inovátorů a inovací, a aktivně působí také v České republice. Právě Ashoka s Bornsteinem v roce 2016 uspořádala setkání v České republice, ze kterého vzešel nápad, že by se solutions žurnalistika mohla stát jednou z kategorií české novinářské soutěže Novinářská cena, kterou pořádá česká nadace Open Society Fund.<sup>46</sup>

Cena za solutions žurnalistiku byla do Novinářské ceny úspěšně zařazena v roce 2016, v té době ještě jako Zvláštní cena za solutions journalism. Příspěvky nebylo možné do kategorie nominovat, ale byly vybírány porotou z jiných kategorií. Jde o důležitý milník české solutions žurnalistiky. Šlo totiž o vůbec první iniciativu v souvislosti s popularizací fenoménu na území České republiky, kde do té doby autoři naplňovali podstatu solutions žurnalistiky spíše intuitivně. To potvrzuje i novinář Tomáš Lindner z týdeníku Respekt, který vyhrál první Zvláštní cenu za solutions journalism za sérii textů *Uprchlíci 2015: Německá inspirace*<sup>47</sup>.

Obdobně to probíhalo i v roce 2017, protože do té doby neexistovala žádná iniciativa, která by poskytovala v oblasti tohoto žurnalistiky zaměřené na řešení metodiku a mentoring. Cenu v roce 2017 přiletěl předat Bornstein ze Solutions Journalism Network a Ashoka s ním následně uspořádala první dvouhodinový seminář solutions žurnalistiky pro české novináře.<sup>48</sup> „Přišli i někteří významní čeští novináři, kteří mají nějaké jméno, u kterých šlo vidět, že je to zajímavá a jde pro ně o zajímavou věc, jako je milion dalších věcí ve světě. Bylo tedy jasné, že pokud to myslíme vážně, budeme muset propagaci solutions žurnalistiky dát nějaký systém, konkrétní strategii, protože jednorázový seminář nepovede k ničemu.“<sup>49</sup> Ashoka proto začala vymýšlet systematičtější postup v popularizaci fenoménu, zažádala o grant a vytvořila projekt,

---

<sup>46</sup> NADACE OSF. O nás. *Novinarskacena.cz* [online]. © 2020 [cit. 2020-04-24]. Dostupné z: <https://www.novinarskacena.cz/o-nas/>

<sup>47</sup> NADACE OSF. Novinářská cena 2015. *Novinarskacena.cz* [online]. © 2020 [cit. 2020-04-24]. Dostupné z: <https://www.novinarskacena.cz/dlazdice/sin-slavy/novinarska-cena-2015/>

<sup>48</sup> VOJTOVÁ, Barbora. Solutions journalism – novinářství orientované na řešení si nachází své místo v Česku. In: *Ashoka-cee.org* [online]. 10. 7. 2017 [cit. 2020-04-24]. Dostupné z: <https://ashoka-cee.org/czech/2017/07/10/solutions-journalism-v-cr/>

<sup>49</sup> Rozhovor s Lucií Černou (1. část), příloha 1

z čehož vzešla strategie, která má solutions žurnalistiku pomáhat zpopularizovat mezi českými novináři a veřejností. Tato strategie se skládá ze tří pilířů:

- Propagace fenoménu
- Praktické tréninky
- Podpora lokální produkce

První pilíř se týká šíření povědomí o tomto žurnalistickém přístupu. Ashoka se rozhodla pro propagaci prostřednictvím organizace interaktivních seminářů a diskuzí se světovými osobnostmi solutions žurnalistiky. Česko díky této iniciativě navštívili vedle již zmíněného Davida Bornsteina také Tina Rosenberg, držitelka Pulitzerovy ceny a jedna ze zakládajících členů organizace Solutions Journalism Network, nebo David Boardman, děkan Klein College of Media and Communication na Temple University a místopředseda správní rady Solutions Journalism Network, a Kathryn Thier, spoluzakladatelka projektu The Catalyst Journalism Project a vedoucí letní akademie Solutions Journalism Educators Academy. Ti na setkáních s novináři, studenty žurnalistiky a zájemci o tento fenomén vysvětlovali podstatu solutions žurnalistiky, a proč má smysl se jí profesně zabývat. *„Bylo hodně důležité je tady pozvat, protože jsme tím mohli českým novinářům ukázat, že nejde o věc, kterou bychom si upekli doma v kuchyni, ale je to něco, co uznávají špičkoví světoví novináři, kteří mají dobré argumenty, proč je tento přístup dobrý, a zároveň mají nějaký kredit, takže to není jen o tom, že by si psali třeba nějaký blog,“*<sup>50</sup> říká Lucie Černá, která v Ashoce dostala popularizaci solutions žurnalistiky na starosti.

Druhý pilíř přímo navazuje na první. Jedná se o praktické tréninky, na kterých zpočátku zájemcům o nový přístup předávaly své znalosti osobnosti z organizace Solutions Journalism Network, jako například Samantha McCann, výkonná ředitelku organizace, nebo Ninu Fasciaux, která má na starost reprezentaci organizace v Evropě. *„Pak jsme vyhodnotili, že nebudeme moct zvát neustále lidi z různých koutů světa, takže jsme tu teoretickou i praktickou část začali dělat sami. Takže jsem začala vést tato setkání já nebo i ředitel organizace Transitions“*<sup>51</sup> Jeremy Druker, když jsme byli někam pozváni, abychom o tomto tématu mluvili, nebo někoho solutions žurnalistiku naučili, případně, když jsme pořádali workshopy pro zájemce o finanční podporu na jejich vlastní solutions journalism projekty.<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup> Tamtéž.

<sup>51</sup> Organizace Transitions v roce 2019 převzala aktivity Ashoky v popularizaci fenoménu a na strategii navázala.

<sup>52</sup> Rozhovor s Lucií Černou (1. část), příloha 1

Posledním pilířem je podpora lokální produkce, jehož smyslem je zajistit, aby Česká republika měla svůj vlastní kvalitní mediální obsah vytvořený metodou solutions žurnalistiky. Podpora české produkce sice navazuje na předchozí dva pilíře, ale zároveň slouží jako generátor českých příkladů, které by mohly posloužit v popularizaci fenoménu. „*Je taky důležité, abychom měli dobré příklady z praxe, které jsou nám bližší než ty z USA.*“<sup>53</sup> Podpora lokální produkce se skládá ze dvou aspektů, finanční podpory a takzvaného mentoringu. „*Pokud chceme po novinářích, aby používali metodu solutions žurnalistiky, tak je tím procesem, tou produkční fází musíme nejdříve provést. To je opravdu důležité a ukazuje se, že to oceňují. Většinou nemají nikoho, s kým se o tom článku mohou v takové míře bavit. Editor jim to většinou buď zkritizuje, nebo pochválí, ale na nějakou větší reflexi jsou většinou sami,*“<sup>54</sup> vysvětluje Černá potřebu mentoringu. Její role primárně spočívá v tom, aby daný novinář dodržoval zásady solutions žurnalistiky, neorientoval se primárně na problém a neobhajoval konkrétní řešení.

Finanční podpora je zajištěna pomocí grantů. Ty do konce roku 2018 zaštiťovala organizace Ashoka a od ledna 2019 organizace Transitions. Doposud se uskutečnily tři grantové výzvy a bylo podpořeno osm mediálních projektů zaměřených na řešení. Poslední proběhla na začátku roku 2020. „*Tento model financování není udržitelný, je jen pro ty první odvážné. Tím, že tady s naší pomocí vzniknou dobré příklady solutions žurnalistiky, chceme tady nastavit to prostředí.*“<sup>55</sup> Finanční podpora je organizací Transitions podmíněna účastí na praktickém semináři, které pro novináře organizuje. To Černá zdůvodňuje skutečností, že lidé, kteří neprošli těmito školeními, posílali do grantových výzev návrhy projektů, které solutions žurnalistice neodpovídaly.

Strategickým cílem naplnění těchto tří pilířů podle Černé je, aby v horizontu několika let většina lokálních redakcí měla část produkce věnovanou žurnalistice zaměřené na řešení: „*Když to přeženu, tak aby to bylo tak, že redakce, která nemá solutions journalism, jako by nebyla, protože bude tento fenomén standard třeba jako sportovní rubriky. Cílem je dostat to do jejich redakční kultury.*“<sup>56</sup>

V rámci popisu třípilířové strategie byla několikrát zmíněna organizace Transitions. Ta po Ashoce převzala popularizaci o solutions žurnalistiku v České republice. Ashoka totiž, jak popisuje Černá, nekumuluje projekty, ale pomáhá je dostat do povědomí a hledá organizace,

---

<sup>53</sup> Tamtéž.

<sup>54</sup> Tamtéž.

<sup>55</sup> Tamtéž.

<sup>56</sup> Tamtéž.

kteřé by je zařtítily, v tomto řpřpadě Transitions. „*V řrámcı solutions řurnalistiky ve řtrřední Evropě bylo v podstatě hned jasné, že touto organizací bude Transitions, protože ředitel Transitions Jeremy Druker je také Ashoka fellow stejně jako David Bornstein. Navíc Transitions už v Āesku má svou historii a jde navíc o médium, které zároveň dělá vzdělávací aktivity.*“<sup>57</sup> Āerná následně přeřla z Ashoky také do Transitions, a má tak popularizaci fenoménu v Āeské republice i nadále na starosti.

### 3.1.1. Popularizační role Novinářské ceny

Soutěž Novinářská cena stála u zrodu české solutions řurnalistiky. Āerná udělování cen vnímá jako důležitý nástroj v šíření povědomí o řurnalistice zaměřené na řešení. V době, kdy v Āeské republice ještě nebylo větší povědomí o zkoumaném řpřřstupu ani aktivity s ním spojené, vytvářela soutěž půdu pro jeho popularizaci. V roce 2016 do ní byla poprvé zařazena kategorie solutions řurnalistiky v podobě Zvláštní ceny za Solutions Journalism. Novinářské řpřřpěvky nebylo možné nominovat řpřřmo do této kategorie. Jejího laureáta porota vybrala z nominované tvorby do jiných kategoriích. „*V té době by nemělo smysl, aby byla samostatná kategorie pro solutions řurnalistiku, protože by nikdo nikoho nenominoval, protože tehdy o tom vědělo opravdu jen pár jedinců,*“<sup>58</sup> vysvětluje Āerná. Specifikem Zvláštní ceny za Solutions Journalism také bylo, že výběř daných novinářských řpřřpěvků nezávisel ani na tom, zda se jednalo o řurnalistický obsah psaný nebo audio-vizuální, ani na konkrétních novinářských řžánrech, v jakých byly řpřřpěvky zpracovány. Mohlo jít tedy jak o reportáž, analyticko-investigativní text, tak i o rozhovor. Takových řpřřpěvků se každý rok nashromáždilo okolo 20. Zvláštní cena za Solutions Journalism se udělovala v letech 2016 až 2019.

V letech 2018 a 2019 byla součástí poroty, která vyhodnocovala nejlepší texty ve zvláštní kategorii pro řurnalistické texty zaměřené na řešení, také Āerná. V roce 2018 v ní zastupovala Ashoku, v roce 2019 organizaci Transitions. Podílela se tak na výběřu vítězných textů *Pomůžu ti najít slast* autorky Petry Dlouhé z redakce Finmag a *Běženci jdou do výroby* autora Tomáše Lindnera z redakce Respekt. V roce 2020 již z důvodu transparentnosti Āerná není součástí poroty. „*Letos je to ten rok, kdy se generovaly články, které jsme finančně podpořili,*“<sup>59</sup> zdůvodňuje. Svou zkušenost však považuje za zajímavé pozorování. Zjistila, že i přes velké množství kvalitní řurnalistiky jen málo z nich splňovalo kritéria solutions řurnalistiky.

---

<sup>57</sup> Tamtéž.

<sup>58</sup> Tamtéž.

<sup>59</sup> Tamtéž.

*„U spousty zajímavých reportáží jsem si říkala, že jde o skvěle zanalyzované problémy, ale chybí tam ten krok dál k tomu řešení.“<sup>60</sup>*

V roce 2020 organizátoři Novinářské ceny tedy přišli se změnou, solutions žurnalistika má poprvé svou vlastní kategorii, do které již bylo možné žurnalistické příspěvky přímo nominovat. Ke změnám došlo po interních diskuzích v rámci Novinářské ceny s ředitelem organizace Transitions Jeremy Drukerem, který je zároveň členem Rady Novinářské ceny. *„Dospěli jsme k názoru, že principy solutions žurnalistiky jsou již novinářům známe, proto chceme, aby svoje práce hlásili sami,“<sup>61</sup>* vysvětluje koordinátor Novinářské ceny Michael Adamec, podle kterého se solutions žurnalistika zároveň liší od ostatních, a je proto dobré, aby měla vlastní kategorii. Solutions žurnalistika *„přináší komplexní pohled na daný problém, je přesnější, úplnější. Tím, že ukazuje, jak jednotliví aktéři k problému přistupují, posouvá i veřejnou debatu, která je pak konstruktivnější a méně polarizovaná“<sup>62</sup>*. Zatímco v předchozích ročnících soutěže porotci nominovali vždy kolem 20 příspěvků, v letošním ročníku, kdy je možné příspěvky za rok 2019 nominovat do kategorie Solutions Journalism napřímo, bylo nominováno veřejností 34 příspěvků. *„Uvidíme, kolik příspěvků se přihlásí do ročníku příštího, pak budeme moci bezpečně říct, zda jsme svědky zvyšujícího se zájmu o solutions žurnalistiku,“<sup>63</sup>* říká Adamec, podle kterého se soutěž Novinářská cena podílí na popularizaci zkoumaného fenoménu i v souvislosti s tím, že se podílela na zprostředkování vzdělávacích aktivit s již zmíněnými osobnosti světové solutions žurnalistiky.

### **3.1.2. Současný stav popularizace**

Solutions žurnalistiku již nelze považovat za úplně nový fenomén na území České republiky. To potvrzuje i Černá, která zároveň pozoruje zvyšující se zájem médií a novinářů o zmíněné popularizační aktivity, které s organizací Transitions organizuje. *„V začátcích chodili spíše zvědaví a progresivní novináři, teď se hlásí i novináři z větších médií,“<sup>64</sup>* říká. Mezi účastníky zaznamenala například novináře z redakcí Info.cz, Reportér, Aktuálně.cz, Respekt a Euro. Zároveň přiznává, že pokud je na některé z akcí o žurnalistice zaměřené na řešení například držitel Pulitzerovy ceny, jde o hlavní důvod, proč na ní novináři přijdou. Povědomí o solutions žurnalistice však v novinářské obci roste a *„lidé z novinářských kruhů*

---

<sup>60</sup> Tamtéž.

<sup>61</sup> Rozhovor s Michaelem Adamcem, příloha 3

<sup>62</sup> Tamtéž.

<sup>63</sup> Tamtéž.

<sup>64</sup> Rozhovor s Lucií Černou (1. část), příloha 1

o tom termínu aspoň slyšeli“<sup>65</sup>. Přesto se Černá stále setkává s jeho dezinterpretací. Řada novinářů stále solutions žurnalistiku zaměňuje za konstruktivní žurnalistikou nebo podobné, v 1. kapitole zmíněné, přístupy.

Zvyšuje se zájem o finanční podporu, kterou organizace Transitions nabízí. Černá upozorňuje, že některé zájemce musí odmítat. Zároveň se však některé z naplánovaných projektů nakonec neuskuteční, což způsobuje, že v současnosti neexistuje větší množství novinářských obsahů zaměřených na řešení, které by vzešly z finanční podpory Ashoky a Transitions: „Vybrali jsme například tři projekty z dvanácti a pak se jeden vůbec neuskutečnil. To je riziko toho, že jde stále o poměrně nový fenomén a že od toho třeba potom ten novinář odstoupí.“<sup>66</sup> Organizace podpořily celkem devět novinářských projektů, z toho byly zatím realizovány tři, pět je v procesu a jeden se neuskuteční vůbec. Mezi již uskutečněnými projekty zaměřenými na řešení, na kterých se Černá z pozice mentora podílela, jsou série *Nejsi sám* od novináře Nikity Poljakova ze zpravodajského webu Aktuálně.cz, reportáž *Sladké plody chilské války s cukrem* zahraničního reportéra na volné noze Tomáše Nídra publikovaná v časopise Reportér a reportáž novinářky Kateřiny Zemanové ze Seznam Zpráv s názvem *Destinace venkov: Škole hrozilo zavření, přežila díky neznámému „triku“*.

O akce spojené s popularizací fenoménu mají v současnosti zájem výhradně novináři, ale ne lidé z managementu jednotlivých médií, editoři a šéfredaktoři, kteří by se do solutions žurnalistiky rozhodli investovat jak finance, tak mediální prostor a čas.

### 3.2. Solutions žurnalistika na české vysoké škole

V současné době se solutions žurnalistika na vysoké škole v České republice vyučuje pouze na Katedře žurnalistiky Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy. V letním semestru 2020 katedra poprvé zařadila kurz Solutions Journalism do nabídky předmětů. Vyučující kurzu a novinářka České televize Veronika Macková, která na Katedře žurnalistiky vede především praktické kurzy, dostala předmět na starosti po diskuzi s vedoucím katedry, docentem Filipem Lábem. Ten se podle ní o solutions žurnalistice dozvěděl při zahraniční akademické cestě v Americe, kam jel za účelem získání zkušeností a informací o tamních novinářských trendech, a rozhodl se ji zavést do nabídky předmětů. Na vytvoření programu kurzu se podílí také Černá, která s Lábem výuku solutions žurnalistiky domlouvala. Jejich záměrem bylo studentům vedle

---

<sup>65</sup> Tamtéž.

<sup>66</sup> Tamtéž.



jednorázových přednášek, které zprostředkovávaly organizace Ashoka a Transitions se zahraničními hosty, nabídnout i systematictější způsob vzdělávání v tomto novinářském přístupu, na základě čehož vznik tento pilotní kurz.

Kurz je určený pro studenty bakalářského programu žurnalistiky, a to primárně pro studenty druhého a bakalářského ročníku. Cílem kurzu je vedle předání znalostí z oblasti solutions žurnalistiky také vyhotovit novinářské texty zaměřené na řešení, které by byly dostatečně kvalitní, aby je mohlo publikovat některé z českých médií. Tohoto cíle se Macková společně s Černou, která byla přizvána do kurzu za účelem expertní a konzultační spolupráce, snaží dosáhnout kombinací teoretického a praktického způsobu výuky. V úvodních hodinách je představen koncept solutions žurnalistiky, jeho znaky a kritéria, a jsou ukázány názorné příklady z české novinářské praxe. Studenti, kterých se do kurzu zapsalo 22, jsou následně rozděleni do pracovních dvojic, nebo pracují samostatně. Od tohoto momentu se kurz odvíjí převážně praktickou formou. Úkolem studentů je tedy následně přechíst texty odpovídající vyučovanému přístupu a najít v nich části naplňující jeho kritéria. Poté si musí nadefinovat téma, které metodou solutions žurnalistiky zpracují. Macková a Černá studenty v procesu práce mentorují a dávají jim praktické rady. Součástí výuky má být také setkání s profesionálními novináři.

### 3.3. Vhled do české praxe

Jako další z ukazatelů současného stavu zkoumaného fenoménu v České republice může posloužit výčet tuzemských článků, které jsou zveřejněné v databázi Solutions Story Tracker, kterou spravuje organizace Solutions Journalism Network. Solution Story Tracker shromažďuje texty splňující kritéria solutions žurnalistiky. „Ty články, které se tam dostanou, mají tímto způsobem takové jakoby “oficiální razítko”, že jsou dobrými příklady žurnalistiky zaměřené na řešení, protože to uznala i organizace, jejíž know-how využíváme a šíříme,“<sup>67</sup> vysvětluje Černá. Zařadit text do databáze je pro organizaci Transitions cíl, kterého se snaží dosáhnout se všemi novináři, se kterými spolupracuje, protože jde o záruku kvalitní solutions žurnalistiky. Databáze je moderovaná a není možné v ní zveřejnit novinářské příspěvky, aniž by prošly kontrolou newyorské organizace Solutions Journalism Network. I proto musí být příspěvek usilující o zveřejnění přeložen do anglického jazyka. Novinářům, kteří získali finanční podporu od Ashoky nebo Transitions, s překladem pomáhá organizace Transitions. „Ty nejlepší příklady, které nám přijdou skutečně kvalitní a jsou relevantní i pro náš magazín, který pokrývá střední a východní Evropu, tak přeložíme a vydáme i u nás angličtině.“<sup>68</sup>

Databáze shromažďuje v současnosti čtyři české žurnalistické texty zaměřené na řešení:

- *Pomůžu ti najít slast* autorky Petry Dlouhé z redakce Finmag
- *Pozor, uprchlíci* autora Tomáše Lindnera z redakce Respekt
- Série textů *Nejsi sám* autorů Nikity Poljakova a kolektivu z redakce Aktuálně.cz
- *Řídit rovnou z vozíku* autorky Jany Klímové z redakce Respekt.<sup>69</sup>

Z uvedených textů jsou tři z produkce mediálního domu Economia a.s.<sup>70</sup>

Dalším ukazatelem může být počet žurnalistických příspěvků nominovaných do soutěže Novinářská cena. Jelikož se však jedná o teprve první ročník, ve kterém mohou být příspěvky nominovány do samostatné kategorie, nelze na základě toho vyvodit žádné závěry. Přesto, jak již bylo uvedeno v dřívější kapitole, bylo letos do kategorie Solutions Journalism nominováno 34 žurnalistických příspěvků.

---

<sup>67</sup> Rozhovor s Lucií Černou (2. část), příloha 2

<sup>68</sup> Tamtéž.

<sup>69</sup> SOLUTIONS JOURNALISM NETWORK. Solutions Story Tracker. *Storytracker.solutionsjournalism.org* [online]. © 2020 [cit. 2020-04-24]. Dostupné z: [https://storytracker.solutionsjournalism.org/search?q%5Btext\\_search%5D%5B%5D=Czech&q%5Bfull\\_text\\_on%5D=false](https://storytracker.solutionsjournalism.org/search?q%5Btext_search%5D%5B%5D=Czech&q%5Bfull_text_on%5D=false)

<sup>70</sup> ECONOMIA. Produkty a služby. *Economia.cz* [online]. © 2020 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/produkty-a-sluzby/>

I novinářské projekty zaměřené na řešení podpořené organizacemi Ashoka a Transitions je vhodné uvést jako ukazatel současné české praxe solutions žurnalistiky. Mezi již uskutečněnými projekty zaměřenými na řešení jsou série *Nejsi sám* od novináře Nikity Poljakova ze zpravodajského webu Aktuálně.cz, reportáž *Sladké plody chilské války s cukrem* zahraničního reportéra na volné noze Tomáše Nídra publikovaná v časopise Reportér a reportáž novinářky Kateřiny Zemanové ze Seznam Zpráv s názvem *Destinace venkov: Škole hrozilo zavření, přežila díky neznámému „triku“*.

Černá navíc připomíná vedle výše zmíněných textů také rozhlasovou sérii *Do školy beze strachu* autora Václava Štefana z redakce Český rozhlas Radiožurnál a chystaný projekt *Chytré Česko* již zmíněného Poljakova z redakce Aktuálně.cz.

### 3.3.1. Perspektiva Tomáše Lindnera

Lindner získal poprvé Novinářskou cenu za solutions žurnalistiku v roce 2016 a šlo o vůbec první novinářskou cenu, která se v této kategorii v České republice udělovala. Dostal ji za sérii žurnalistických textů *Uprchlíci 2015: Německá inspirace* publikované v týdeníku Respekt, ve které popsal, jak se Německo, jeho politická reprezentace i občané, vyrovnává s příchodem statisíců uprchlíků v době uprchlické krize.<sup>71</sup> Lindner dostal ocenění za to, že „*nezůstal jen u popisu těžkostí a problémů, ale věnoval prostor i tomu, jaká řešení se při přijímání a integraci uprchlíků osvědčují a jak konkrétně reagují veřejné instituce i občanská společnost*“.<sup>72</sup> „*Byla to trochu náhoda, že tam tato série textů byla, protože to rozhodně nebylo tak, že bychom mohli vybírat z dvaceti a vyhrál to ten nejlepší,*“<sup>73</sup> komentuje tehdejší situaci Černá. I Lindner potvrzuje, že v té době sám měl o existenci zkoumaného fenoménu jen malé povědomí a sérii textů nepsal se záměrem naplnit podstatu solutions žurnalistiky, ani nezjišťoval, jaké jsou přesné náležitosti tohoto způsobu přístupu ke zpracování žurnalistického obsahu a zda to jeho texty splňují.

To se dle jeho slov nezměnilo ani po získání první Novinářské ceny: „*Musím přiznat, že ani po tom, co jsem obdržel tu první cenu a už jsem věděl dobře, co je to solutions journalism, tak jsem neuvažoval nad tím žánrem jako takovým, abych splnil jeho podmínky a jaké ne.*“<sup>74</sup>

O své novinářské práci totiž dle svých slov neuvažuje tak, že je v jednotlivých textech potřeba

---

<sup>71</sup> LINDNER, Tomáš. Listopad v Německu. In: *Respekt.cz* [online]. 21. 11. 2015, 3. 5. 2016 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2015/48/listopad-v-nemecku>

<sup>72</sup> NADACE OSF. Novinářská cena 2015. *Novinarskacena.cz* [online]. © 2020 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.novinarskacena.cz/dlazdice/sin-slavy/novinarska-cena-2015/>

<sup>73</sup> Rozhovor s Lucií Černou (1. část), příloha 1

<sup>74</sup> Rozhovor s Tomášem Lindnerem, příloha 5

využít nějaký konkrétní způsob zpracování tématu. Zaměřuje se především na samotné téma a na následnou řešerši. „*Někdy si najdu takovou cestu, že se mi tam objeví i ta možná řešení, aniž bych nad tím přemýšlel jako nad specifickým žánrem,*“<sup>75</sup> říká.

Přestože se následně v žurnalistice zaměřené na řešení dále systematictější nevzdělával a nepřizpůsoboval tomuto fenoménu záměrně svou novinářskou práci, je podle něj na místě, aby žurnalistika nezůstávala pouze u popisu problému, ale měla by jít i „za něj“. Novináři by podle Lindnera neměli jen popisovat problémy, ale zároveň by neměli ani nabízet svá vlastní nebo nekriticky pojatá řešení. „*Jde mi spíše o to popisovat i to, co se s daným problémem někdo pokouší dělat, a to tak, že k tomu řešení přistupuje novinář samozřejmě kriticky.*“<sup>76</sup> Možná řešení problému, jejich vznik a účinek, jsou pro Lindnera sama o sobě profesně zajímavá.

Se stejným přístupem Lindner vydal i druhý text, se kterým uspěl v Novinářské ceně. V roce 2017 získal zvláštní cenu v kategorii Solutions Journalism za svůj text *Běženci jdou do výroby* publikovaný v týdeníku Respekt.<sup>77</sup> Ten se opět věnoval tématu uprchlíků, ale tentokrát v Jordánsku. Lindner v reportáži popsal snahu o proměnu tamní pomoci ve velkých uprchlických táborech, a to včetně toho, co v této snaze nemusí fungovat.<sup>78</sup> Jeho vznik Lindner přisuzuje své zálibě v kontinuálním sledování konkrétních témat. „*Nemám na novinářině rád to, že se jednu dobu všichni zajímají o nějaké téma, ale za chvíli je přestane bavit a nikdo o tom dál nepíše. Takže já se k tomu snažím vracet.*“<sup>79</sup> To se týká i uprchlického tématu v Jordánsku.

Týdeník Respekt, ve kterém Lindner působí, je podle něj otevřený obdobně zpracovaným tématům. Součástí časopisu je totiž rubrika Kontext, ve které byly tyto články publikovány. Mimochodem, jde o stejnou rubriku, v jaké byl publikován i text *Řídit rovnou z vozíku* autorky Jany Klímové, který je publikován v databázi Solutions Story Tracker. „*V redakci jsme to nevnímali tak, že by šlo o jiné typy novinářských textů,*“<sup>80</sup> říká Lindner s tím, že všechny články v rubrice Kontext nahlíží na problémy z různých úhlů a jeho články závratným způsobem od těch ostatních z této rubriky nevybočovaly. Díky tomu ani nezaznamenal debatu o tom, zda je správné na daná témata pohlížet z perspektivy řešení. Svůj přístup by nazval především žurnalistikou kontextuální. „*Snažím se dávat tu smršť událostí, která se na nás valí, do nějakých souvislostí. Tak jsem přemýšlel i u té reportáže z Jordánska.*“<sup>81</sup>

---

<sup>75</sup> Tamtéž.

<sup>76</sup> Tamtéž.

<sup>77</sup> NADACE OSF. Novinářská cena 2017. *Novinarskacena.cz* [online]. © 2020 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.novinarskacena.cz/dlazdice/sin-slavy/novinarska-cena-2017-2/>

<sup>78</sup> LINDNER, Tomáš. Oceněný text: Běženci jdou do výroby. In: *Respekt.cz* [online]. 3. 6. 2017, 8. 1. 2020 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2017/23/bezenci-jdou-do-vyroby>

<sup>79</sup> Rozhovor s Tomášem Lindnerem, příloha 5

<sup>80</sup> Tamtéž.

<sup>81</sup> Tamtéž.

Solutions žurnalistika podle něj může přispívat konstruktivní debatě ve společnosti nad konkrétními společenskými tématy. „*Přišlo mi důležité, aby ta veřejná debata o uprchlických táborech nevedla jen směrem k tomu problému, ale aby se trochu přemýšlelo i nad tím, jak se různí lidé tu věc snaží řešit. Mám totiž pocit, že když se lidé dozvědí, jak se konkrétní problémy snaží řešit konkrétní státy nebo aktéři, tak to může přispět kultivaci způsobu, jakým se o těch problémech mluví.*“<sup>82</sup> Fakt, že novinář popisuje i perspektivu řešení, posouvá podle Lindnera debatu o problému na jinou úroveň. Přiznává však také, že zrovna v případě jeho témat jde spíše o debatu na akademické úrovni, jelikož se nezaměřuje na Českou republiku.

Co se týče zpracování témat směrem k řešení, tak mu jeho práce nepřišla náročnější než psaní článků, které perspektivu řešení nenabízí. Dokáže si však představit, že projekty zaměřené na řešení mohou být jak časově, tak finančně náročnější v případě komplikovaných témat.

Lindner nevidí zásadní negativa solutions žurnalistiky. Problémová podle něj může být situace, kdy by došlo k překročení hranice tohoto přístupu a novinář by jej využil jako nástroj k aktivismu spíše než k žurnalistice. „*Negativní by mohlo také být, kdyby se ten přístup využíval moc strojově a kdyby vytlačil jiné typy novinářiny, což podle mě ale vůbec nehrozí.*“<sup>83</sup>

### 3.3.2. Perspektiva Petry Dlouhé

Novinářka Petra Dlouhá z redakce Finmag podobně jako Lindner svou novinářskou práci, za kterou získala ocenění Novinářská cena za rok 2018<sup>84</sup>, nepsala se záměrem dělat solutions žurnalistiku. Její článek *Pomůžu ti zažít slast* však kritéria tohoto přístupu naplňují. Autorka v něm popisuje fungování takzvané sexuální asistence jakožto potenciálního řešení pro lidi s mentálním nebo fyzickým postižením v oblasti nenaplněných sexuálních potřeb, včetně pozitiv i limitů nabízeného řešení.<sup>85</sup>

Dlouhá o fenoménu solutions žurnalistiky před získáním Novinářské ceny nevěděla. Při práci nad textem o naplnění kritérií konkrétního žurnalistického přístupu nepřemýšlela, protože důležité vnímala za zásadní především samotné téma sexuální asistence, v té době nové služby v České republice. „*Když jsem se o ni začala víc zajímat, došlo mi, že sexualita lidí s postižením je důležité téma, o kterém se ale velmi málo mluví a velmi málo ví.*“<sup>86</sup> Jejím záměrem přitom

---

<sup>82</sup> Tamtéž.

<sup>83</sup> Tamtéž.

<sup>84</sup> NADACE OSF. Sín slávy. *Novinarskacena.cz* [online]. © 2020 [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: <https://www.novinarskacena.cz/dlazdice/sin-slavy/>

<sup>85</sup> DLOUHÁ, Petra. Pomůžu ti najít slast. In: *Finmag.penize.cz* [online]. 2. 5. 2019 [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: <https://finmag.penize.cz/kaleidoskop/334960-pomuzu-ti-zazit-slast>

<sup>86</sup> Rozhovor s Petrou Dlouhou, příloha 8

nebylo cíleně sledovat řešení nějakého společenského problému. Dle svých slov se nechala vést důležitostí tématu a snažila se o jeho nejlepší možné předání čtenářům. „*O solutions journalism jsem se dozvěděla až v okamžiku nominace na Novinářskou cenu,*“<sup>87</sup> říká. A dodává: „*V textu Pomůžu ti zažít slast se mi podařilo naplnit kritéria solutions journalism v podstatě náhodou, nepostupovala jsem podle příručky, ani v tomto smyslu nesledovala žádný záměr, snažila jsem se ho jen napsat dobře*“.<sup>88</sup>

Solutions žurnalistiku Dlouhá považuje za zajímavý směr, ale jeho přínos a potřebnost by posuzovala na základě konkrétního textu. Kontroverznost a chytlavost tématu bylo podle ní i pravděpodobným důvodem, proč měl text například větší čtenost a byl diskutovanější. Sama při jeho zpracovávání cítila větší míru vnitřní odpovědnosti než u jiných témat, protože se jednalo o citlivou problematiku. Solutions žurnalistiku vnímá jako možnou výzvu do budoucna. Vždy však pro ni bude rozhodující především její zaujetí pro téma než to, jakou novinářskou metodou jej zpracuje.

### 3.3.3. Perspektiva Nikity Poljakova

Oproti textům od Lindnera a Dlouhé, které sice odpovídají kritériím solutions žurnalistiky, ale nevznikaly s úmyslem tato kritéria za každou cenu naplnit, projekt Nikity Poljakova *Nejsi sám* publikovaný na zpravodajském webu Aktuálně.cz vznikl se záměrem naplnit podstatu zkoumaného fenoménu. Projekt je výsledkem spolupráce Poljakova a jeho redakce s organizacemi Ashoka, která jej podpořila finančně, Transitions a Solutions Journalism Network. Přičemž na projektu Polajkovi pomáhala s úspěšnou aplikací metody solutions žurnalistiky i Černá. Jde tedy o příklad, který vznikl v rámci zmíněné tří pilířové strategie. Tématem jsou sebevraždy českých mužů, kterých je podle zjištění 80 % z celkového počtu v České republice.<sup>89</sup>

Poljakov si dle svých slov našel cestu k žurnalistice zaměřené na řešení přes Černou, která zprostředkovala setkání s Tinou Rosenberg ze Solutions Journalism Network, která spravuje rubriku Fixes od The New York Times. „*S kamarádem Davidem Gaberlem, fotografem, který se zrovna vrátil z Kazachstánu, kde fotil téma toxické maskulinity a téma sebevražd mužů, jsme zjistili, že 80 % sebevražd v Česku páchají muži. Toto téma jsem tedy prodiskutoval s Tinou Rosenberg a ona se mě zeptala, jestli se na to nechci podívat z pohledu Solutions*

---

<sup>87</sup> Tamtéž.

<sup>88</sup> Tamtéž.

<sup>89</sup> POLJAKOV, Nikita, et al. Nejsi sám. In: *Aktualne.cz* [online]. 4.-13. 3. 2019 [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/nejsi-sam/r~8a29017a2e3511e9b73eac1f6b220ee8/>

žurnalistiky, <sup>90</sup> říká s tím, že následně začal do fungování solutions žurnalistiky více pronikat a zažádal u Transitions o grant.

Sám by pomoc Lucie Černé a Transitions rozdělil na dva typy – materiální a konzultační. Zatímco materiální pomoc byla v poměru k nákladům za celý projekt podle Poljakova spíše symbolická, šlo o zhruba 25 tisíc Kč, tu konzultační vnímá jako nedocenitelnou. „Černá v tom sehrála zásadní roli. Nejen, že ona mě protáhla tím procesem vzniku těch témat, ale zároveň se mnou konzultovala celý ten projekt.“<sup>91</sup>

Za důvody toho, proč se rozhodl pro pokrytí tohoto tématu formou solutions žurnalistiky, považuje to, že má zálibu v komplexnějších projektech. Může za to podle něj i skutečnost, že se deset let věnoval zpravodajské žurnalistice a zjistil, že komplexněji pojatá témata mají větší přesah a životnost. Stejně jako Lindner však pro něj při zpracovávání projektu bylo samotné téma. A to tak, že nejdříve vzniklo téma a až následně byl prostor pro diskusi nad jeho zpracováním. „S tím projektem jsem přišel ještě dříve, než jsem se rozhodl, že to zpracuji tím způsobem Solutions žurnalistiky. A rozhodl jsem se pro něj potom, protože mi to přišlo složitější než to popisovat jednoduše zpravodajsky. Protože tam, kde končí popis toho problému, tam začíná solutions journalism. Řekl bych, že jde o takovou nástavbu ke zpravodajství.“<sup>92</sup>

Co se týče prosazení tohoto způsobu zpracování v redakci, Poljakov nezaznamenal větší nesouhlas. Jako výhodu však uvádí skutečnost, že v redakci již nějakou dobu působí a ostatní členové redakce ví, že je schopen takový projekt na takové téma zvládnout a dodržet při tom novinářské zásady. Způsob, jakým se rozhodl téma zpracovat, podle něj byl i pro jeho kolegy až druhotný. Ačkoli však neměl problém s prosazováním tématu ani způsobu zpracování, zaznamenal obavy, jestli pojetí tématu formou solutions žurnalistiky nebude hraničit s aktivismem. „Myslím, že to téma bylo přednější před tím zpracováním. Možná trochu složitější bylo vysvětlování uvnitř redakce, že nejde o propagaci ničeho, že se solutions journalism dá zkoušet dělat co nejobjektivněji.“<sup>93</sup> Jeho hlavním argumentem byl konečný výsledek. „Spíše procesně se naskytly nějaké komplikace, protože v novinářském procesu člověk nepracuje sám za sebe, takže třeba editoři mají nějaký svůj způsob, jak editují články, a najednou to dostal editor, ale ten článek byl vystaven jinak, takže jsme o tom vedli diskuze a bavili se o tom, co vlastně je solutions journalism a co už ne.“<sup>94</sup>

---

<sup>90</sup> Rozhovor s Nikitou Poljakovem, příloha 4

<sup>91</sup> Tamtéž.

<sup>92</sup> Tamtéž.

<sup>93</sup> Tamtéž.

<sup>94</sup> Tamtéž.

Poljakov také hodnotí dopad projektu jako pozitivní. Co se týče zpětné vazby, hodnotí ji jako dobrou především z důvodu, že se mu následně začali ozývat lidé, kteří s problematikou měli vlastní nebo zprostředkovanou zkušenost, a také protože zaznamenal větší loajalitu čtenářů vůči textům z tohoto projektu než vůči běžným novinářským textům. „*Měřili jsme u toho to, jak dlouho člověk stráví čtením článku. Zatímco běžně to je třeba jednu minutu, tady to bylo až pět.*“<sup>95</sup>

### 3.3.4. Perspektiva Tomáše Nídra

Novinář na volné noze Tomáš Nídr je autorem článku *Sladké plody chilské války*, který byl publikován v časopise Reportét. Popisuje v něm způsob, jakým chilská vláda reaguje na nadměru obezity v zemi.<sup>96</sup> Článek je další z příkladů solutions žurnalistiky, které vzešly ze spolupráce s organizací Transitions.

Nídr se o existenci fenoménu dozvěděl, když ještě jeho popularizaci v České republice zaštiťovala organizace Ashoka. Zúčastnil se dvou jejích aktivit a koncept solutions žurnalistiky mu díky tomu začal dávat smysl i vzhledem k diskuzím o negativitě zpravodajství, které se dlouhodobě vedou v rámci novinářské obce. V roce 2019 proto zažádal o finanční podporu, kterou mu organizace Transitions k jeho článku o chilském boji s cukrem udělila. „*Přišlo mi to, že se to totiž může týkat i České republiky, protože obezita se týká celého západního světa,*“<sup>97</sup> zdůvodňuje výběr tématu, které by potenciálně mohlo být aplikovatelné i v českém kontextu. Stejně jako v případě projektu *Nejsi sám* i se vznikem tohoto článku pomáhala Černá. Její role i v tomto případě byla výhradně konzultační s účelem, aby finální výsledek splňoval kritéria solutions žurnalistiky, což Nídr zpětně hodnotí jako kvalitní spolupráci, při které se něco nového naučil.

Ačkoli tento článek psal od začátku se záměrem naplnit podstatu solutions žurnalistiky, myslí si, že hodně novinářů přístup ve svých textech aplikují, aniž by věděli o jeho existenci jakožto samostatné kategorii. „*Ona je totiž do jisté míry vytvořena uměle a já považuji za dobré, že se vytvořila a někdo vytvořil její koncept, kterým určuje nějakou základní kostru, co a jak by se mělo dělat,*“<sup>98</sup> říká s tím, že nevidí důvod, proč by novinář neměl psát o funkčních řešeních. V minulosti tímto způsobem zpracovával téma komplikované dopravy ve slamech, které jsou

---

<sup>95</sup> Tamtéž.

<sup>96</sup> NÍDR, Tomáš. Sladké plody chilské války s cukrem. In: *Reportermagazin.cz* [online]. 5. 4. 2020 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://reportermagazin.cz/a/pUrcM/sladke-plody-chilskevalky-scukrem>

<sup>97</sup> Rozhovor s Tomášem Nídrem, příloha 6

<sup>98</sup> Tamtéž.



v latinské Americe mnohdy na kopcích a kde by se běžná hromadná doprava zaváděla příliš těžko. Jako příklad fungujícího řešení našel lanovku v kolumbijském Medellínu. Nejde však podle něj o nejvhodnější příklad solutions žurnalistiky pro české publikum, jelikož v České republice není problém ani s hornatými slamy, ani s hromadnou dopravou. Vedle toho obezita a nadměrná konzumace cukru je problém, který se týká i místního obyvatelstva. V souvislosti s tím zmiňuje důležitý faktor solutions žurnalistiky, a to existenci problému, který musí být jako problém vnímán a musí o něm být nejdříve informováno. Teprve potom je možné na něj hledat řešení.

Jelikož Nídr není stálou součástí redakce Reportér, nemohou jej čtenáři jeho textu kontaktovat, a tudíž k němu nezískal žádnou zpětnou vazbu. Je si však vědom toho, že v současné situaci lidé řeší především informace a témata spojené s pandemií koronaviru. „*Je to teď téma, které každého trápí, na to se naváže finanční krize a další témata, ale obezita je vedle toho téma, které je perfektní do normálních časů.*“<sup>99</sup> Přesto je podle něj dobře, že článek vyšel právě v této době, protože jeho sdělení je pozitivnějšího rázu. „*Paradoxně tato doba je i pro tuto metodu dobrá, protože může dát čtenáři najevo, že se řeší i jiné problémy, které se třeba dají i vyřešit.*“<sup>100</sup>

Solutions žurnalistice se chce věnovat i nadále. Píše však do českých médií především o tématech z latinské Ameriky a Afriky, a proto záleží hlavně na tématech, která budou pro ně atraktivní: „*Asi to nebude převládající přístup, protože Latinská Amerika přeci jen více věcí přebírá odjinud, než aby je sama vymýšlela. Neočekávám tady záplavu nápadů.*“<sup>101</sup>

### 3.3.5. Perspektiva Václava Štefana

Solutions žurnalistika není specifický žánr pouze pro psanou žurnalistiku. I v Česku již vznikla například rozhlasová série zaměřená na řešení. Novinář Českého rozhlasu Václav Štefan se v sedmidílné rozhlasové sérii *Do školy beze strachu* věnuje problematice šikany na českých základních školách. Současně nabízí perspektivy potenciálních řešení tohoto společenského problému, a to jak z Česka, tak ze zahraničí.

Štefan se o fenoménu dozvěděl prostřednictvím pořadu Dobrá vůle na Českém rozhlase Dvojce, který o něm referoval.<sup>102</sup> Přístup jej nadchl natolik, že vytvořil první ucelený

---

<sup>99</sup> Tamtéž.

<sup>100</sup> Tamtéž.

<sup>101</sup> Tamtéž.

<sup>102</sup> ŠTEFAN, Václav. Do školy beze strachu. In: *Radiozurnal.rozhlas.cz* [online] 6. 10. 2019 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://radiozurnal.rozhlas.cz/do-skoly-beze-strachu-8083431>

novinářský projekt zaměřený na řešení v rámci Českého rozhlasu. „*Když se člověk ohlédne za svou novinářskou praxí, tak zjistí, že velmi často informuje o problémech.*“<sup>103</sup> Při práci na solutions žurnalistice však podle něj novinář zjistí, že problémy mají i funkční řešení.

Právě funkčnost řešení je pro něj pro kvalitní solutions žurnalistiku důležitá stejně jako jeho přenositelnost. Vše je navíc potřeba mít podložené daty a důkazy. „*Je nutná opravdu extrémně precizní rešerše. Jen tak je možné nabídnout veřejnosti seriózní informace.*“<sup>104</sup> I přes náročnost jde podle Štefana o potřebný novinářský přístup, protože pomáhá napravovat převážně negativní mediální obraz světa.

V souvislosti se svou sérií se navíc setkal s větší zpětnou vazbou než u svých obvyklých reportáží, a také zaznamenal velkou míru pozitivních reakcí ze strany kolegů i odborníků, kteří se tématem šikany zabývají.

---

<sup>103</sup> Rozhovor s Václavem Štefanem, příloha 9

<sup>104</sup> Tamtéž.

## 4. Budoucnost fenoménu v České republice

### 4.1. Česká vize

Vize budoucího stavu solutions žurnalistiky v České republice není mezi informanty zcela jednotná. Podle žádného z nich se ze zkoumaného fenoménu nestane do budoucna dominantní přístup ke zpracovávání mediálních obsahů, může se však stát součástí pravidelně využívaných žurnalistických nástrojů. To potvrzuje například Poljakov, který se mimo jiné profesně zabývá byznys developmentem. Solutions žurnalistika podle něj nebude v České republice masově rozšířena, ale půjde o další z nástrojů, které novináři budou v pokrývání svých témat využívat, stejně jako využívají například infografiky. Sám v současnosti pracuje na dalším projektu, který tentokrát přinese perspektivu řešení do témat z oblasti školství. Projekt se jmenuje *Chytré Česko* a je výsledkem spolupráce webu Aktuálně.cz, deníku Hospodářské noviny a Nadace České spořitelny.<sup>105</sup> Ani Černá si nemyslí, že by solutions žurnalistika nahradila dosavadní novinářské postupy. Solutions žurnalistiku vnímá jako užitečný nástroj pro tvorbu zajímavého, ale zároveň konstruktivního obsahu, který může pomoci budovat vztah mezi publikem a médiem. Podle Adamce může jít o způsob, jakým média budou v budoucnu kultivovat své publikum. „*Donutí je komplexně uvažovat o tom, co naši společnost pálí, a naučí je konstruktivněji debatovat. Novináři budou přinášet příběhy o tom, že změny je možné dosáhnout, problém je možné vyřešit. Snad se nám podaří překonat mediální depresi, která v naší zemi bohužel převládá,*“<sup>106</sup> představuje svou vizi. Štefan dále zdůrazňuje, že jsou důležité i ostatní novinářské přístupy a zmiňuje například investigativní a datovou žurnalistiku, které jsou potřeba k odhalování a analýze problémů, přičemž solutions žurnalistika tyto přístupy může vhodně doplňovat.

Podle Lindnera může být solutions žurnalistika atraktivní především pro mladé novináře. Ti mohou využít toho, že kolem sebe vidí řadu problémů, které už jsou popsány a zanalyzované a oni se na ně mohou podívat z nové perspektivy, neutřelým způsobem. Tím má na mysli, že se mladí novináři zeptají, co se s popsány problémy dá dále dělat a jaká jsou jejich možná řešení. Solutions žurnalistiku vnímá i jako vhodný formát pro české publikum. Podle něj lidem nestačí, když novináři poukazují jen na to, co je špatně, ale do budoucna by mohli ocenit, kdyby více novinářů ve své žurnalistické práci šli za horizont běžné žurnalistiky směrem k možným řešením. „*Mohlo by to prospět naší veřejné debatě, kdybychom o těch problémech mluvili*

---

<sup>105</sup> ECONOMIA. Chytré Česko. *Chytrecesko.org* [online] © neuvědno [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: <https://chytrecesko.org/>

<sup>106</sup> Rozhovor s Michaelem Adamcem, příloha 3

*konstruktivně i z perspektivy těch problémů,*“<sup>107</sup> říká. Upozorňuje i na to, že je v České republice spousta stěžejních oblastí, jako například školství nebo zdravotnictví, ve kterých české publikum nezná perspektivu jiných evropských států: „*Myslím, že nejde čistě o specifikum žánru solutions journalismu, ale bylo by hrozně užitečné do těchto témat vstupovat s tím, že v okolních státech to dělají jinak a popisovat tak to, co se děje u nás.*“<sup>108</sup> Konstruktivní a kritický popis situace v jiných zemích může podle Lindnera vnést důležité náměty do české veřejné debaty. To, že perspektiva řešení může přispívat do veřejné debaty, si myslí také Černá. Zároveň však věří, že zavedení solutions žurnalistiky může být pro česká média jednou „*ze strategií, jak se vyrovnat s krizí v médiích, která se pravděpodobně spustí vlivem koronavirové pandemie a následné ekonomické krize. Není to univerzální spásonosné řešení, ale je to jeden ze způsobů, jak si například najít cestu k mladšímu publiku.*“<sup>109</sup> Solutions žurnalistika je podle ní kvalitní žurnalistika o způsobech, jak řešit problémy, kterým dnešní společnost čelí, a zavedení tohoto přístupu do redakční praxe může médiím pomoci posílit důvěru v média a stát se užitečnou součástí jejich životů. Podle Nídra by s iniciativou většího zapojení solutions žurnalistiky do redakční praxe mohla přijít organizace Transitions tím, že by našla partnerské médium, například časopis, který by vytvořil pravidelnou rubriku věnovanou zkoumanému přístupu, protože „*o problémech už všichni ví a solutions žurnalistika na to může navázat tak, že ukáže, že někde ten problém už vyřešili.*“<sup>110</sup>

Podle Mackové je české publikum zvyklé na negativní novinářský obsah, zatímco pozitivně laděné zprávy příliš nekonzumuje, což se odráží v mediální nabídce. „*Obrátit to tady v České republice, abychom začali přemýšlet trochu jinak, je běh na dlouhou trať, ale myslím, že ten trend solutions journalism přichází v pravou chvíli a ukazuje zajímavá a potřebná témata.*“ Popularizaci zkoumaného fenoménu by totiž mohla pomoci paradoxně i pandemie koronaviru, která zapříčinila, že je v médiích velká míra negativního obsahu a lidé potřebují číst něco pozitivního, protože mohou dříve nebo později kompletně rezignovat na novinářský obsah. Obdobně uvažuje i Černá, která říká, že lidé budou v nastalé krizi potřebovat záchytný bod, vizi, jak z ní ven. K tomu může posloužit solutions žurnalistika tak, že novináři nabídnou českému publiku příklady řešení, které se osvědčily, a vysvětlí, jak tato řešení fungují. Také záleží na tom, jaké hodnoty budou česká média v krizi a po ní zastávat. Žurnalistika zaměřená na řešení je podle Černé náročná, a to i na lidské a finanční zdroje, s čímž budou muset počítat

---

<sup>107</sup> Rozhovor s Tomášem Lindnerem, příloha 5

<sup>108</sup> Tamtéž.

<sup>109</sup> Rozhovor s Lucií Černou (2. část), příloha 2

<sup>110</sup> Rozhovor s Tomášem Nídrém, příloha 6

média, která se rozhodnou pro žurnalistiku jakožto službu veřejnosti a chtěla by se jí věnovat. „*Otázka tedy není, jestli to budou chtít dělat, ale jestli budou mít prostředky to dělat,*“<sup>111</sup> dodává.

Nídr navíc vnímá jako komplikující faktor solutions žurnalistiky do budoucna její název. Je podle něj těžké zkoumanému fenoménu najít vhodný český ekvivalent. Solutions žurnalistika, řešící žurnalistika a žurnalistika zaměřená na řešení mu nepřipadají vhodné.

## 4.2. Fenomén jako investice do české žurnalistiky

Strategickým cílem organizace Transitions v oblasti popularizace solutions žurnalistiky je, aby bylo do budoucna v českých médiích běžné, že novináři při zpracování svých obsahů referujících o problémech do nich zahrnou také perspektivu jejich řešení. Z fenoménu by se mohla podle Černé stát běžná součást redakční praxe jednotlivých médií. Stejnou vizi sdílí i koordinátor Novinářské ceny. Poljakov je skeptičtější. Věří sice, že solutions žurnalistika bude mít své stálé publikum a místo na mediálním trhu, ale nepůjde podle něj o masově rozšířený fenomén, srovnatelný například s klasickým zpravodajstvím.

S tím souvisí i mezi informanty převažující názor, že zkoumaný fenomén je náročnější oproti běžným novinářským postupům. Konkrétně právě Poljakov vnímá vytváření obsahu zaměřeného na řešení jako složitější oproti běžné žurnalistice, a to především v otázce přípravy. Je totiž potřeba „*prohledávat zdroje o těch řešeních, která jsou následně potřeba rigorózně zanalyzovat, a to co se týče jeho přínosů, ale i nevýhod a limitů, a zároveň musíte doložit nějaké empirické důkazy, takže studie nebo příklady z praxe*“<sup>112</sup>. Běžnou žurnalistiku, která není zaměřená na řešení, vnímá za jednodušší z hlediska vysvětlování, které je založeno na výpovědích zpovídaných informantů, popisu událostí a problému a jejich významu. Solutions žurnalistiku považuje za nadstavbu běžné žurnalistiky. Tradiční součástí žurnalistiky zaměřené na řešení bývá také nahlížení na lokální problém z perspektivy zahraničních řešení, což mohou provázet větší požadavky na větší finanční, časovou a personální kapacitu, ale také například na lepší cizojazyčné dovednosti. Poljakov má tuto zkušenost s projektem Nejsi sám, při jehož realizaci hledal perspektivu řešení na popisovaný problém v Japonsku. „*Prostě to bylo složité a není to podle mě žurnalistika, která by šla dělat od stolu,*“<sup>113</sup> říká Poljakov. I Lindner, který metodou solutions žurnalistiky zpracoval uprchlická témata z Německa a Jordánska, uznává, že rozsáhlejší projekty zaměřené na řešení společenských problémů v České republice mohou

---

<sup>111</sup> Rozhovor s Lucií Černou (2. část), příloha 2

<sup>112</sup> Rozhovor s Nikitou Poljakovem, příloha 4

<sup>113</sup> Tamtéž.

být jak časově, tak finančně náročnější v souvislosti s hledáním možných příkladů řešení v zahraničí. Sám však zahraniční témata zpracovává pravidelně a v práci na textech orientovaných na řešení nezaznamenal větší náročnost. Ani novinář na volné noze Nídr nemůže dle svých slov říct, že by pro něj práce na textu *Sladké plody chilské války s cukrem* byla časově náročnější než v případě jiných témat z jižní Ameriky nebo Afriky. Podstatný je podle něj při zpracování komplikovaného tématu především přístup novináře, který je buď zodpovědný, nebo ne, výběr žánru je až druhořadou záležitostí. Rozdíl solutions žurnalistiky od běžné žurnalistiky přesto vidí, a to v potřebě rozsáhlejších rešerší, hodnověrné opory ve statistických datech a v odpovědích zodpovědných aktérů tématu a odborníků. „*Je nutná opravdu extrémně precizní rešerše. Jen tak je možné nabídnout veřejnosti seriózní informace. Je zde velký důraz na to, aby nabízené řešení bylo ozkoušené, funkční, přenositelné,*“<sup>114</sup> vysvětluje Štefan, podle kterého je aplikace přístupu do novinářské praxe potřebná, protože tak novinář svému publiku dává naději, že jsou společenské problémy řešitelné.

Česká média by měla do solutions žurnalistiky více investovat – finančních prostředků, pracovního času, lidských zdrojů i mediálního prostoru – například z důvodu, že pomáhá „*napravovat mediální obraz světa, kde převládá to negativní*“. Lindner uvádí, že by měla média na zkoumaný fenomén nahlížet jako na jeden z dalších nástrojů, které může novinář při své práci využít vedle investigativní žurnalistiky. Obdobně přemýšlí i Macková a dodává: „*Je to hodně otázka financí, protože tento článek nejde napsat za pár minut, jak to jde u mnoha jiných článků pomocí tiskových agentur a pár rozhovorů.*“<sup>115</sup> Podle Poljakova je dostačující, aby média měla přístup na paměti a diskutovala o něm, konkrétní investice do tohoto směru není třeba. „*Pravděpodobně se v současnosti nestane, že někdo přemýšlí způsobem, který by se podobal solutions žurnalistice,*“<sup>116</sup> zdůvodňuje s tím, že bude pro žurnalistiku přínosné, když aspoň malá část novinářského obsahu bude obsahovat perspektivu řešení. Mediální domy a redakce by měly investovat předně do kvalitních novinářů, jak říká Dlouhá. „*Dávat jim dost prostoru, podpory a důvěry k tomu, aby svou práci mohli dělat poctivě, do hloubky, a nebrouzdali jen po povrchu.*“<sup>117</sup>

Objevují se však i vize samostatných médií, které budou zaměřeny čistě na solutions žurnalistiku. V Spojených státech amerických taková média existují, „*protože v tom vidí hodnotu nebo viděly, že to jiné nedělají, a tak se chtěly odlišit*“.<sup>118</sup> Černá možnost vzniku

---

<sup>114</sup> Rozhovor s Václavem Štefanem, příloha 9

<sup>115</sup> Rozhovor s Veronikou Mackovou, příloha 7

<sup>116</sup> Rozhovor s Nikitou Poljakovem, příloha 4

<sup>117</sup> Rozhovor s Petrou Dlouhou, příloha 8

<sup>118</sup> Rozhovor s Lucií Černou (2. část), příloha 2

takových projektů v České republice vnímá jako reálnou. Stejně tak Poljakov si dokáže představit, že by se v nabídce českých médií objevil do budoucna web, ať už vzniklý jako samostatný projekt nebo jako projekt velkého mediálního domu, který by se zaměřoval výhradně na solutions žurnalistiku, protože to podle něj bude mít stálé publikum, které bude za takový novinářský obsah i ochotno platit. Zájem o formát odhaduje především na základě zkušenosti s projektem *Nejsi sám*. Oproti tomu Macková takovému modelu, kdy by médium bylo založeno čistě na obsahu zaměřeném na řešení, nevěří. Její názor se odvíjí především od finanční a časové náročnosti solutions žurnalistiky. Jako lepší cestu vnímá v občasnou integraci fenoménu do běžného zpravodajství.

### 4.3. Nástroj ke zvyšování důvěry v česká média

Co se týče důvěry v média, i Poljakov si myslí, že se solutions žurnalistika může do budoucna podílet na zvyšování důvěry v českou žurnalistiku a zlepšování její reputace. „*Mohla by být jedním dílem ve skládačce zvané kvalitní česká žurnalistika*,“<sup>119</sup> říká. Adamec doufá, že žurnalistika zaměřená na řešení může zvyšovat důvěru lidí v média příběhy obsahují možnosti pozitivních společenských změn a vyřešení problémů. Podle Dlouhé nezáleží na typu žurnalistiky, ale na kvalitě zpracování, což se shoduje s názorem Nídra, že špatná žurnalistika zvyšovat důvěru lidí v média nebude. „*Solutions žurnalistika má tu výhodu, že ten problém nedává stranou. Místo toho říká, že tu ten problém je, ale existují na něj i nějaká potenciální řešení*,“<sup>120</sup> říká s tím, že pravidelný a kvalitní novinářský obsah zaměřený na řešení by mohl vést ke zvyšování důvěry v média. Za důležité vnímá ale dodržení kvality a zamezení tendencí při práci „*sklouznout nežádoucím směrem*“<sup>121</sup>. Dodržení kritérií solutions žurnalistiky a zamezení tomu, aby novinář zkoumaný problém a jeho řešení nehodnotil, vnímá Macková za nejtěžší aspekt práce na obsahu spadajícího do zkoumaného fenoménu. Současně říká, že postoj veřejnosti na novináře se buduje postupnými kroky, nikoli tím, že se konkrétní novinář či médium rozhodne aplikovat metodu solutions žurnalistiky do svého novinářského obsahu. „*Pokud by novinář nedokázal odfiltrovat od funkčních řešení ta, která nabízejí například PR agentury, mohlo by to naopak tento fenomén v očích veřejnosti zdiskreditovat*,“<sup>122</sup> myslí si Štefan.

---

<sup>119</sup> Rozhovor s Nikitou Poljakovem, příloha 4

<sup>120</sup> Rozhovor s Tomášem Nídrém, příloha 6

<sup>121</sup> Tamtéž.

<sup>122</sup> Rozhovor s Václavem Štefanem, příloha 9

## 5. ZÁVĚR

V úvodu práce byl definován cíl zjistit, jak se solutions žurnalistika v České republice doposud etablovala. K jeho naplnění byl využit popis popularizace, vývoje a současného stavu fenoménu v České republice, včetně popisu jeho aplikace do lokální novinářské a mediální praxe. Na základě polostrukturovaných rozhovorů s popularizátory solutions žurnalistiky a novináři, kteří tento přístup praktikují, byl zjištěn jeho dosavadní stav. Vůbec první česká iniciativa v souvislosti s fenoménem solutions žurnalistiky byla uskutečněna v roce 2016. Soutěž pro novináře Novinářská cena zařadila ve spolupráci s organizací Ashoka mezi své soutěžní kategorie Zvláštní cenu za solutions journalism. Od té doby v České republice začala vznikat systematická podpora tohoto novinářského přístupu. Česko navštívily světové osobnosti věnující se solutions žurnalistice a Ashoka vytvořila strategii pro popularizaci a podporu fenoménu v zemi, kterou v roce 2019 přenechala organizaci Transitions. V rámci strategie organizace pořádá osvětové a vzdělávací aktivity o solutions žurnalistice a podporuje finančně českou novinářskou produkci zaměřenou na řešení. Po pěti letech existence fenoménu v českém mediálním prostředí jej nelze již považovat za nový a neznámý. Strategie zmíněných organizací plodí první ovoce v podobě exemplárních příkladů české novinářské produkce zaměřené na řešení. Zatímco většina jimi finančně podpořených projektů stále čeká na své dokončení a publikaci, vznikají také další projekty navazující na jejich osvětové aktivity. Jako příklady lze uvést projekt *Chytré Česko* Nikity Poljakova a rozhlasovou sérii *Do školy beze strachu* Václava Štefana. Organizátoři Novinářské ceny dokonce vzhledem k narůstající popularitě fenoménu sejmuli ze Zvláštní ceny za solutions journalism slovo „zvláštní“ a ze solutions žurnalistiky vytvořili samostatnou kategorii, do které je nyní možné novinářské příspěvky cíleně nominovat, což doposud možné nebylo. O etablování solutions žurnalistiky do českého mediálního prostoru zároveň svědčí první zavedení tohoto novinářského přístupu do pravidelné výuky na vysoké škole. Katedra žurnalistiky na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy v roce 2020 otevřela pro bakalářské studenty kurz věnující se tomuto fenoménu.

Díličními cíli práce byly navíc stanoveny predikce potenciálního budoucího vývoje solutions žurnalistiky v České republice, a to z hlediska využití v novinářské praxi a role v otázce důvěry lidí v českou žurnalistiku. Bylo zjištěno, že představy o budoucnosti fenoménu se napříč informanty shodují především v předpokladu, že solutions žurnalistika nenahradí klasickou žurnalistiku. Objevují se však názory, že zahrnutí perspektivy řešení do české žurnalistiky by mohlo vést ke kultivaci veřejné debaty nebo vytvoření pozitivnějšího a nadějeplnějšího mediálního obrazu. Do budoucna by se mezi českými médii mohly objevit



mediální projekty zaměřující se čistě na solutions žurnalistiku, ať už v podobě menších redakcí, samostatných webů či specializovaných rubrik. Roli však bude pravděpodobně hrát finanční, časová a personální náročnost přístupu. Informanti se většinou shodují, že jde o náročnější novinářský přístup ve srovnání s běžnou žurnalistikou. I proto by mělo být na solutions žurnalistiku nahlíženo jako na jeden z nástrojů, kterými lze za dodržení jeho kritérií odvádět kvalitní novinářská práce. Pokud by solutions žurnalistika byla v českých médiích realizovaná kvalitně, mohla by se do budoucna podílet na zvyšování důvěry lidí v žurnalistiku a média.

Z nabytých informací vyplývá, že proces popularizace fenoménu v České republice ještě není zdaleka u konce. Ačkoli povědomí o něm se v žurnalistické obci zvyšuje, stále jde o netradiční způsob zpracování žurnalistického obsahu. Je potřeba brát na vědomí, že jeho potenciálem není do budoucna nahradit jiné přístupy, ale doplnit je a sloužit jako nástroj pro zpestření nabídky typů kvalitní žurnalistiky. Je pravděpodobné, že popularita solutions žurnalistiky bude v místních médiích v horizontu příštích let růst. Vzhledem k zařazení solutions žurnalistiky do nabídky předmětů na Univerzitě Karlově by přístup mohl být do budoucna také atraktivnější pro studenty, a to jak z hlediska akademického bádání, tak z hlediska praktického vzdělání a novinářské práce. Zajímavé bude do budoucna také sledovat roli organizace Transitions v budoucím vývoji tohoto přístupu v České republice, jelikož ta se v současné době zdá být stěžejní. Bude solution žurnalistika žít vlastním životem? Otázkou taky je, jaký vliv na fenomén bude mít nastupující ekonomická krize. Ta totiž může sice pro solutions žurnalistiku být příležitostí, protože přístup nabízí pozitivnější perspektivu, ale také hřebíčkem do pomyslné mediální rakve. A pokud se fenomén uchytí, tak v jaké formě? Stane se standardní součástí českých médií, nebo zůstane exkluzivním novinářským obsahem, který si řada místních médií nebude moct z různých důvodů dovolit? To vše a mnohem více jsou otazníky, provázející tento zajímavý novinářský přístup na jejichž rozřešení bude nutné počkat na další bakalářské, magisterské, disertační nebo jiné odborné akademické práce.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BENESCH, Susan. The Rise of Solutions Journalism. *Columbia Journalism Review*. 1998, 36(6), 36-39. ISSN: 0010-194X.

BRO, Peter. Normative navigation in the news media. *Journalism* [online]. 2008, 9(3), 309-329 [cit. 2020-04-18]. ISSN: 1464-8849. Dostupné z:

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884907089010>

BRENNEN, Bonnie S. *Qualitative research methods for media studies*. Vyd. 2. New York: Taylor & Francis, 2017, 246. ISBN: 978-1-1382-1922-9.

COMBS, Barbara a Paul SLOVIC. Newspaper Coverage of Causes of Death. *Journalism Quarterly* [online], 1979, 56(4), 837-849 [cit. 2020-04-18]. ISSN: 0022-5533. Dostupné z:

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/107769907905600420?journalCode=jmqb>

CRESWELL, John W. a Cheryl N. POTH. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Traditions*. Vyd. 4. Thousanda Oaks: Sage publications. 2016, 488. ISBN: 978-1-5063-3020-4.

CURRY, Alex L. a Keith H. HAMMONDS. *The Power of Solutions Journalism*. [online] Solutions Journalism Network and Engaging News Project. 2014, 14 [cit. 2020-04-19].

Dostupné z: [https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2014/06/ENP\\_SJN-report.pdf](https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2014/06/ENP_SJN-report.pdf)

CURRY, Alex L., Natalie Jomini STROUD a Shannon MCGREGOR. *Solutions journalism and news engagement*. *Engaging News Project*. [online] Annette Strauss Institute for Civic Life at the University of Texas Austin. 2016, 11 [cit. 2020-04-19]. Dostupné z:

<https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2016/03/ENP-Solutions-Journalism-News-Engagement.pdf>

DAVIES, Chris Lawe. Journalism, Corporatism, Democracy. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy* [online]. 1999, 90(1), 53–64 [cit. 2020-04-20]. ISSN: 1329-878X. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1329878X9909000108>

EDGERLY, Stephanie. Red Media, Blue Media, and Purple Media: News Repertoires in the Colorful Media Landscape. *Journal Of Broadcasting & Electronic Media* [online]. 2015,

59(1), 1-21 [cit. 2020-04-20]. ISSN: 0883-8151. Dostupné z:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08838151.2014.998220>

FINK, Katherine a Michael SCHUDSON. The rise of contextual journalism, 1950s-2000s. *Journalism* [online]. 2014, 15(1), 3-20 [cit. 2020-04-19]. ISSN: 1464-8849. Dostupné z:

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884913479015?journalCode=joua>

FORDE, Kathy Roberts. Discovering The Explanatory Report in American Newspapers. *Journalism Practice* [online]. 2007, 1(2), 227-244 [cit. 2020-04-18]. ISSN: 1751-2786.

Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512780701275531>

HANZLOVÁ, Radka. *Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i.* [online] Praha: Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., 2018 [cit. 2020-04-15]. Dostupné z:

[https://cvvm.soc.cas.cz/media/com\\_form2content/documents/c2/a4580/f9/po180405.pdf](https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a4580/f9/po180405.pdf)

HASKINS, Jack B. The Trouble with Bad News. *Newspaper Research Journal* [online]. 1981, 2(2), 3-16 [cit. 2020-04-20]. ISSN. 0739-5329. Dostupné z:

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/073953298100200201?journalCode=nrja>

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2012, 437. ISBN 978-80-262-0219-6.

LOUGH, Kyser a Karen MCINTYRE. Journalists' perceptions of solutions journalism and its place in the field. *ISOJ Journal* [online] 2018, 8(1), 33-52 [cit. 2020-04-20]. ISSN: 2328-0662

Dostupné z: <https://isoj.org/journal/volume-8-number-1-issue-of-the-isoj-journal/>

MCINTYRE, Karen. *Constructive Journalism: The Effect of Positive Emotions and Solution Information In News Stories* [online] Chapel Hill, 2015 [cit. 2020-04-26]. Dostupné z:

<https://cdr.lib.unc.edu/concern/dissertations/rn3012085>. Disertační práce. University of North Carolina at Chapel Hill Graduate School.

MCINTYRE, Karen. Solutions Journalism: The effects of including solution information in news stories about social problems. *Journalism Practice* [online]. 2019, 13(1), 16-34 [cit. 2020-04-19]. ISSN: 1751-2786 Dostupné z:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2017.1409647>

MCINTYRE, Karen, Nicole Smith DAHMEN a Jesse ABDENOUR. The contextualist function: US newspaper journalists value social responsibility. *Journalism* [online]. 2018,

19(12), 1657-1675 [cit. 2020-04-20]. ISSN 1464-8849. Dostupné z:

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884916683553?journalCode=joua>

MONTGOMERY, Martin. *The Discourse of Broadcast News*. Vyd. 1. Londýn: Routledge, 2007, 8. ISBN: 978-0-20-300663-4.

NEWMAN, Nic, et al. *Reuters institute digital news report 2019* [online] Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019, 153 [cit. 2020-04-15]. Dostupné z:

[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR\\_2019\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf)

PETERSON, Christopher a Tracy A. STEEN. Optimistic explanatory style. In: SNYDER, C. R. a S. J. LOPEZ, eds. *Oxford handbook of positive psychology*. New York: Oxford University Press, 2009, 313-321. ISBN: 978-0-19-518724-3

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014, 548. ISBN: 978-80-247-3568-9

## **OSTATNÍ ZDOJE:**

DLOUHÁ, Petra. Pomůžu ti najít slast. In: *Finmag.penize.cz* [online]. 2. 5. 2019 [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: <https://finmag.penize.cz/kaleidoskop/334960-pomuzu-ti-zazit-slast>

ECONOMIA. Chytré Česko. *Chytrecesko.org* [online] © neuvedeno [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: <https://chytrecesko.org/>

ECONOMIA. Produkty a služby. *Economia.cz* [online]. © 2020 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/produkty-a-sluzby/>

HOTZ, Julia. 44 News Outlets with Dedicated Solutions Journalism Sections. In: *Medium.com* [online]. Mar 31, 2019 [cit. 2020-04-01]. Dostupné z: <https://thewholestory.solutionsjournalism.org/34-news-outlets-with-dedicated-solutions-journalism-sections-9ef0214a7c43>

LINDNER, Tomáš. Listopad v Německu. In: *Respekt.cz* [online]. 21. 11. 2015, 3. 5. 2016 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2015/48/listopad-v-nemecku>

LINDNER, Tomáš. Oceněný text: Běženci jdou do výroby. In: *Respekt.cz* [online]. 3. 6. 2017, 8. 1. 2020 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2017/23/bezenci-jdou-do-vyroby>

NADACE OSF. O nás. *Novinarskacena.cz* [online]. © 2020 [cit. 2020-04-24]. Dostupné z: <https://www.novinarskacena.cz/o-nas/>

NADACE OSF. Novinářská cena 2015. *Novinarskacena.cz* [online]. © 2020 [cit. 2020-04-24]. Dostupné z: <https://www.novinarskacena.cz/dlazdice/sin-slavy/novinarska-cena-2015/>

NADACE OSF. Novinářská cena 2017. *Novinarskacena.cz* [online]. © 2020 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.novinarskacena.cz/dlazdice/sin-slavy/novinarska-cena-2017-2/>

NADACE OSF. Sň slávy. *Novinarskacena.cz* [online]. © 2020 [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: <https://www.novinarskacena.cz/dlazdice/sin-slavy/>

NÍDR, Tomáš. Sladké plody chilské války s cukrem. In: *Reportermagazin.cz* [online]. 5. 4. 2020 [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://reportermagazin.cz/a/pUrcM/sladke-plody-chilskevalky-scukrem>

POLJAKOV, Nikita, et al. Nejsi sám. In: *Aktualne.cz* [online]. 4.-13. 3. 2019 [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/nejsi-sam/r~8a29017a2e3511e9b73eac1f6b220ee8/>

SILLESEN, Lene B. Good News is Good Business, but not a Cure-All for Journalism. In: *Columbia Journalism Review* [online]. 29. 9. 2014 [cit. 2020-04-18] [http://www.cjr.org/behind\\_the\\_news/good\\_news\\_is\\_good\\_business\\_but.php?page=al01](http://www.cjr.org/behind_the_news/good_news_is_good_business_but.php?page=al01)

SOLUTIONS JOURNALISM NETWORK. Learning lab. *Learninglab.solutionsjournalism.org* [online]. ©2020 [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <https://learninglab.solutionsjournalism.org/cs/courses/basic-toolkit/introduction/how-do-i-know-its-not-solutions-journalism>

SOLUTIONS JOURNALISM NETWORK. Solutions Story Tracker. *Storytracker.solutionsjournalism.org* [online]. © 2020 [cit. 2020-04-24]. Dostupné z: [https://storytracker.solutionsjournalism.org/search?q%5Btext\\_search%5D%5B%5D=Czech&q%5Bfull\\_text\\_on%5D=false](https://storytracker.solutionsjournalism.org/search?q%5Btext_search%5D%5B%5D=Czech&q%5Bfull_text_on%5D=false)

SOLUTIONS JOURNALISM NETWORK. Who we are. *Solutionsjournalism.org* [online]. ©2020 [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <https://www.solutionsjournalism.org/who-we-are/mission>

ŠTEFAN, Václav. Do školy beze strachu. In: *Radiozurnal.rozhlas.cz* [online] 6. 10. 2019 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://radiozurnal.rozhlas.cz/do-skoly-beze-strachu-8083431>

VOJTOVÁ, Barbora. Solutions journalism – novinářství orientované na řešení si nachází své místo v Česku. In: *Ashoka-cee.org* [online]. 10. 7. 2017 [cit. 2020-04-24]. Dostupné z: <https://ashoka-cee.org/czech/2017/07/10/solutions-journalism-v-cr/>

## **PŘÍLOHY:**

### **Seznam příloh:**

Příloha 1 – rozhovor s Lucií Černou (1. část)

Příloha 2 – rozhovor s Lucií Černou (2. část)

Příloha 3 – rozhovor s Michaelem Adamcem

Příloha 4 – rozhovor s Nikitou Poljakovem

Příloha 5 – rozhovor s Tomášem Lindnerem

Příloha 6 – rozhovor s Tomášem Nídrem

Příloha 7 – rozhovor s Veronikou Mackovou

Příloha 8 – rozhovor s Petrou Dlouhou

Příloha 9 – rozhovor s Václavem Štefanem

### **Příloha 1 – rozhovor s Lucií Černou (1. část)**

#### **Jak se solutions journalism dostal do České republiky?**

Žurnalistika zaměřená na řešení pochází z New Yorku a jeden ze spoluzakladatelů Solutions journalism network je David Bornstein, který je součástí organizace Ashoka, která podporuje sociální inovátory a společensky prospěšné podnikatele. On založil s dvěma dalšími novináři, ale hlavně s Tinou Rosenberg, Solutions Journalism Network, což je organizace, která pomáhá novinářům. Ta primárně začala v Americe a teď se dostává třeba k nám a pomáhá přinášet perspektivu řešení do reportážní praxe našich novinářů.

Já jsem nastoupila do Ashoky a tohle byl můj první úkol, zorganizovat setkání s Davidem Bornsteinem. To byl rok 2016 a geneze je taková, že se Bornstein stal patronem Ashoky, která má v Česku pobočku. Tu v té době řídil Ondřej Liška, který se o tom dozvěděl a velmi ho zaujala ta myšlenka žurnalistiky zaměřené na řešení, a vyhodnotil to jako něco, co je dobré a užitečné. A domluvil se s fondem Open Society Fund na tom, že by bylo super zavést do české novinářské soutěže Novinářské ceny taky zvláštní cenu za solutions journalism.

#### **Takže do té doby tady solutions journalism nebyl?**

Šlo o úplně první iniciativu a první takový počín v souvislosti se zvyšováním povědomí o žurnalistice zaměřené na řešení v České republice a o tom, že vůbec existuje nějaký nový novinářský přístup.

### **A šlo tedy o zvláštní cenu, čím se to liší?**

V té době by nemělo smysl, aby byla samostatná kategorie pro solutions journalism, protože by nikdo nikoho nenominoval, protože tehdy o tom vědělo opravdu jen pár jedinců. Takže to bylo tak, že z nominovaných příspěvků do ostatních kategorií porota vybírala ty, které by mohly odpovídat solutions journalismu. V prvním roce, tedy v roce 2016, kdy se udělovala cena za rok 2016, to byla vlastně taková šťastná náhoda. Odnesl si ji velmi zaslouženě Tomáš Lindner se sérií článků o tom, jak se Německo vyrovnává s přílivem uprchlíků a nových lidí do země. To bylo velké téma v té době a on ho pojal jinak. Podíval se na to, jak to ti Němci vlastně dělají a dal si s tím tu práci, že tam zajel a navštívil několik míst, kde nahlížel na ty způsoby řešení té situace. Zároveň to ale nelakoval nijak na růžovo, prostě popisoval to, jak to bylo, ale zaměřoval se na to, co tam dělají, jaká zavádějí opatření a jak tato opatření fungují, jak fungují dobrovolníci, ubytování, státní správa a další. A ukazoval tím, že je to sice výzva, ale že je společnost schopna na ní nějak reagovat. Splnilo to všechny ty podmínky solutions journalism a hezky to ukazuje, že ten solutions journalism mají někteří v sobě od přírody, protože nechtějí jen odkrývat problémy, ale ptají se, co se s tím problémem dá dělat.

Druhý rok byl na předávání cen pozván David Bornstein, aby cenu předal. Ten rok 2017 ale podle mě byl slabší ročník na ty kandidáty. Ale to se dá očekávat, protože se nehledal perfektní solutions journalism, ale aspoň něco, co se tomu podobalo. V té době tady totiž nebyl žádný metodický trénink a bylo to o tom, co intuitivně novináři dělají a mohlo by se to použít jako příklad.

### **A s Davidem Bornsteinem jste dále nějak spolupracovali?**

Když tady byl, uspořádali jsme workshop pro české novináře. Ten se setkal s docela velkým ohlasem. přišli i někteří významní čeští novináři, kteří mají nějaké jméno, u kterých šlo vidět, že je to zajímavá a jde pro ně o zajímavou věc, jako je milion dalších věcí ve světě. Bylo tedy jasné, že pokud to myslíme vážně, budeme muset propagaci solutions journalismu dát nějaký systém, konkrétní strategii, protože jednorázový seminář nepovede k ničemu.

### **Jak jste to tedy vyřešili?**



V Ashoce jsme se domluvili a vymysleli strategii, jak to chceme dělat. Požádali jsme o grant a sepsali projekt. Z toho vzešla strategie, která má tři hlavní pilíře a kterou používáme i teď v Transitions. Je to strategie, která se nám v Česku osvědčila a Česko nám tak posloužilo jako dobrý pilotní projekt. Samozřejmě je to vždy potřeba danému středoevropskému státu přizpůsobit, ale jsme už ponaučení, jak to povědomí o solutions journalism šířit.

### **V Česku ty tři pilíře tedy znamenají co?**

První pilíř se týká šíření povědomí, informovanosti. Jde o popularizaci toho tématu, a to třeba prostřednictvím špičkových novinářských osobností. Proto, a na to jsem pyšná, že se nám povedlo, jsem tady postupně dostali právě Davida Bornsteina, ale také Tinu Rosenberg, držitelku Pulitzerovy ceny, nebo Davida Boardmana a Katheryn Thier. Bylo hodně důležité je tady pozvat, protože jsme tím mohli českým novinářům ukázat, že nejde o věc, kterou bychom si upekli doma v kuchyni, ale je to něco, co uznávají špičkoví světoví novináři, kteří mají dobré argumenty, proč je tento přístup dobrý, a zároveň mají nějaký kredit, takže to není jen o tom, že by si psali třeba nějaký blog.

Vždy po přenáše s někým z těchto novinářů následovaly praktické workshopy. A to je ten druhý pilíř, praktické tréninky. Na ně jsme tady měli navíc Samanthu McCann ze Solutions Journalism Network a Ninu Fasciaux, která je taková evropská spojka Solutions Journalism Networku. Ony s námi udělaly první středoevropskou tour, kdy jsme jezdili po střední Evropě a já ty jejich přednášky měla šanci slyšet několikrát a strávila jsem s nimi mnoho času, což byl prvotřídní přístup ke zdroji solutions journalismu. Pak jsme vyhodnotili, že nebudeme moct zvát neustále lidi z různých koutů světa, takže jsme tu teoretickou i praktickou část začali dělat sami. Takže jsem začala vést tato setkání já nebo i ředitel organizace Transitions Jeremy Druker, když jsme byli někam pozváni, abychom o tomto tématu mluvili, nebo někoho žurnalistiku zaměřenou na řešení naučili, případně, když jsme pořádali workshopy pro zájemce o finanční podporu na jejich vlastní solutions journalism projekty.

### **Finanční podpora je ten třetí pilíř?**

Třetím pilířem je podpora lokální produkce. Ty předchozí dva pilíře jsou nástrojem pro naplnění tohoto. Jeho smyslem je, aby Česko mělo své vlastní články, které jsou touto metodou napsané. Chceme vytvořit obsah, aby v tomto mediálním prostředí byl a byl kvalitní. Protože je taky důležité, abychom měli dobré příklady z praxe, které jsou nám bližší než ty z USA. V rámci podpory lokální produkce jsme zjistili, že stejně důležitý jako finanční podpora je i mentoring. Pokud chceme po novinářích, aby používali metodu Solutions Journalims, tak je tím procesem,

tou produkční fází musíme nejdříve provést. To je opravdu důležité a ukazuje se, že to oceňují. Většinou nemají nikoho, s kým se o tom článku mohou v takové míře bavit. Editor jim to většinou buď zkritizuje, nebo pochválí, ale na nějakou větší reflexi jsou většinou sami. Moje role je tedy hlídat, že zůstávají věrní té metodice a neskloznují k té orientaci na problém, nebo naopak k aktivismu. Je dobře, že se o tom mají s kým pobavit, pomáháme jim udržet ta základní kritéria.

A k tomu se váže právě ta finanční podpora. Chápeme totiž, že to je v podstatě nová věc a že to pro redakce i freelancery může být cizí a rizikové. Nám je jasné, že tento model financování není udržitelný, je jen pro ty první odvážné. Tím, že tady s naší pomocí vzniknou dobré příklady solutions journalismu, chceme tady nastavit to prostředí. Je to náš strategický cíl v horizontu několika let. Když to přeženu, tak aby to bylo tak, že redakce, která nemá solutions journalism, jako by nebyla, protože bude tento fenomén standard třeba jako sportovní rubriky. Cílem je dostat to do jejich redakční kultury.

### **A to tedy zaštit'uje Ashoka?**

Ashoka to zaštit'ovala až do konce roku 2018. Ale Ashoka to má nastavené tak, že ona nekumuluje projekty, ale hledá jim náhradní péči. Já pro to mám takovou metaforu, Ashoka je porodní bába projektů. Když vidí dobrou myšlenku, pomůže ji na svět a chvíli ji opečovává. Zároveň od začátku ale hledá, kdo si potom tu myšlenku osvojí. V rámci Solutions Journalism ve střední Evropě bylo v podstatě hned jasné, že touto organizací bude Transitions, protože ředitel Transitions Jeremy Druker je také Ashoka fellow stejně jako David Bornstein. Navíc Transitions už v Česku má svou historii a jde navíc o médium, které zároveň dělá vzdělávací aktivity. Jeremymu se projekt líbil a viděl v něm hodnotu. Takže to směřovalo k tomu, že časem tohle téma v České republice a zbytu Střední Evropy zaštití Transitions. A když se to stalo, tak jsem s tím projektem do Transitions přešla i já. To bylo v lednu 2019. Od té doby jsme začali pracovat na jeho rozšíření do střední a východní Evropy.

V Česku je zřejmé, že do budoucna nebudeme chtít tolik financovat tu produkci, ve smyslu jakýchkoli článků. Možná ještě jedno kolo bychom udělali v létě a pak to možná budeme zkoušet dělat tematicky, nebo budeme testovat jiné věci, jako například spolupráci s konkrétní redakcí na nějakém specifickém problému. Teď to tak děláme s Aktuálně.cz na projektu Chytré Česko.

## **Zaznamenáváte nějaké výsledky té vaší popularizační strategie?**

Dovolím si tvrdit, ačkoli na to nemám moc dat, že dnes jsou nějaké výsledky už vidět. Když se řekne solutions journalism, tak lidé z novinářských kruhů o tom termínu aspoň slyšeli. Podařilo se nám o tom vytvořit nějaké povědomí, které tady třeba před dvěma lety ještě nebylo. To bylo ještě nové a šlo to vidět i na těch našich akcích. V začátcích chodili spíše zvědaví a progresivní novináře, teď se hlásí i novináři z větších médií. Zúčastnili se třeba novináři z Infa, Eura, Reportéra, Respektu a dalších médií.

Takže na ty akce lidé chodí. Je samozřejmě důležité přiznat, že ze začátku to bylo hodně o těch velkých jménech, takže si ti novináři přišli na přednášku poslechnout především například držitelku Pulitzerovy ceny a nešli za solutions journalismem. Ale nakonec si z toho odnesli i to potřebné. Ten zájem tady tedy ze strany novinářů je. Ještě se nám ale nepodařilo úplně dostat na úroveň managementu, abychom přesvědčili editory a šéfredaktory, že do toho mají investovat. A je to investice, protože jde o kvalitní žurnalistiku, kterou neuděláte za pár minut přes agenturní zprávy. Daří se nám oslovovat redakce odspodu, směrem od novinářů k vedení. Dokud o tom ale nerozhodne vedení, tak novináři ten prostor nedostanou. Je potřeba to dostat k těm lidem, kteří v redakcích mají rozhodovací pravomoc.

## **Jaký je tedy aktuální stav solutions journalism v Česku?**

Současný stav je takový, že roste povědomí o tom termínu. Lidé znají ten termín, ale ještě je velká dezinterpretace toho, co to vlastně je. Stále si to řada lidí plete s jinými přístupy, které někteří novináři prostě nerozlišují. Takže mají třeba představu, že jde o pozitivní zprávy nebo že novinář, který dělá solutions journalism, předkládá své vlastní řešení. Někteří to zaměňují za pojem constructive journalism, ale to je zastřešující pojem. Solutions journalism spadá pod constructive journalism, ale nejde to naopak. Takže je tady povědomí, ale zatím ne úplně pochopení. Často si to totiž lidé vysvětlí jen na základě názvu, ale s tím se dá pracovat.

Takže si myslím, že se to zlepšuje. A také více lidí chodí na naše workshopy, a to také lidé z redakcí, se kterými jsme nebyli v nejpřímějším kontaktu. Zároveň o to jeví zájem další redakce, které se hlásí o ty granty. A také ne všechny projekty vyjdou. Chci tím říct, že ne všechny jsou perfektní a ne všechny se uskuteční. Máme tu sérii s Nikitou Poljakovem Nejsi sám, to je skvělá ukázka toho, jak se to má dělat a jak to zároveň může být užitečné. A pak se u jiného projektu stalo, že od toho odstoupil ten novinář. Vybrali jsme například tři projekty z dvanácti a pak se jeden vůbec neuskutečnil. To je riziko toho, že jde o nový fenomén a že od toho třeba potom ten novinář odstoupí

## **Jaký je váš cíl do budoucna?**

Ten cíl je, aby při redakčních poradách bylo normální, že se někdo zeptá, jaké téma bude zaměřené na řešení. Bylo by ideální, kdyby každá redakce pro tento přístup měla vyhrazený prostor. Solutions journalism by se měl stát standardní součástí novinářského portfolia, jako je třeba datová žurnalistika, podcasty a další.

## **Když se vrátíme ještě k té Novinářské ceně. Jakou roli hraje v popularizaci solutions journalism?**

Hraje velkou roli v šíření toho povědomí. Letos má poprvé vlastní kategorii, že už se přímo ty texty dají nominovat. To se bude dát považovat za dobrý indikátor toho, jaký je stav tohoto přístupu u nás.

## **A letos bylo do kategorie solutions journalims nominováno kolik článků?**

Na to se musíte zeptat Michaela Adamce, koordinátora Novinářské ceny. Já jsem sama byla ve dvou porotách v letech 2018 a 2019. A musím říct, že tam vždy byla hodně kvalitní žurnalistika, ale jelikož pro cenu za solutions journalism byly vybírány články z jiných kategorií, tak solutions journalism aby člověk pohledal. U spousty zajímavých reportáží jsem si říkala, že jde o skvěle zanalyzované problémy, ale chybí tam ten krok dál k tomu řešení.

Letos v porotě nejsem, protože partnerem té ceny byla nejdříve Ashoka a teď Transitions a já byla vždy v porotě, když jsem nebyla součástí té organizace, která na solutions journalism projekty posílala peníze. Letos je to ten rok, kdy se generovaly články, které jsme finančně podpořili, takže z důvodu transparentnosti nejsem v porotě.

## **Příloha 2 – rozhovor s Lucií Černou (2. část)**

### **Jak vidíš budoucnost žurnalistiky zaměřené na řešení v České republice?**

Podle mě žurnalistika zaměřená na řešení doplňuje a rozšiřuje portfolio nástrojů, nikoli nahrazuje dosavadní přístupy. Jde o další nástroj, který může být užitečný pro tvorbu zajímavého obsahu, také v budování vztahu se čtenáři a může pomoci tomu, ať dané médium může být užitečné pro ty čtenáře, protože nabízí konstruktivní obsah, který nahlíží na problémy, ale zároveň nabízí osvědčené možnosti jejich řešení, a také tím přispívá do veřejné debaty. Vidím to tak, že to může v brzké budoucnosti být jedna ze strategií, jak se vyrovnat s krizí v médiích, která se pravděpodobně spustí vlivem koronavirové pandemie a následné ekonomické

krize. Není to univerzální spásonosné řešení, ale je to jeden ze způsobu, jak si například najít cestu k mladšímu publiku a jak navázat vztah a posílit důvěru lidí v média. Solutions journalism je kvalitní novinářina o receptech na problémy, jimž naše společnost čelí, a tím se může daná redakce stát užitečnou součástí jejich života. Krize může být i příležitostí pro solutions journalism, protože lidé budou potřebovat světlo na konci tunelu. Je potřeba mít informace nejen o problémech, ale i o způsobech a strategiích, jak z těch problémů ven. Potřebujeme vědět, co se už někde osvědčilo a jak to funguje.

Tuším, že to zamíchá mediálním trhem a je otázka, jaké hodnoty si ta média do budoucna zvolí, že chtějí dodržovat. Myslím, že ti, kteří budou chtít dále dělat novinářinu jako službu veřejnosti, tak hodnotu v žurnalistice zaměřené na řešení uvidí a narážet budou na to, že to je ta kvalitní a náročná žurnalistika, která je náročná i na zdroje, lidské i ty finanční. Otázka tedy není, jestli to budou chtít dělat, ale jestli budou mít prostředky to dělat. Solutions journalism je investice do kvality.

### **Mohly by vzniknout redakce, které se budou věnovat jen tomuto fenoménu?**

Když se podíváme do Spojených států, tak tam existují redakce, které dělají třeba jen žurnalistiku zaměřenou na řešení, protože v tom vidí hodnotu nebo viděly, že to jiné nedělají, a tak se chtěly odlišit. To se může stát i u nás, ale nedokážu říct kdy vzhledem k aktuální situaci.

Žurnalistika zaměřená na řešení je typ žurnalistiky, který může zvýšit kvalitu daného média a ano mohly by vzniknout menší projekty, které by se mohly na tento typ žurnalistiky nebo mu podobné zaměřovat. Data ukazují, že je ten model funkční a čtenáři ho chtějí.

### **Ohledně vašich popularizačních aktivit – školení a granty, budete v nich pokračovat?**

Naším cílem není do nekonečna podporovat jednotlivé články, ale spíše vytvořit dobré příklady české žurnalistiky zaměřené na řešení jako referenci, ať se ten přístup tady může lépe etablovat a ti, kteří se tím do budoucna budou chtít zabývat, ať mají práce kolegů, o které se třeba mohou opřít.

V České republice už nemůžeme tuto žurnalistiku považovat za novinku. Budeme se tedy zaměřovat spíše na zvyšování její kvality a rozšiřování znalosti té metody. Také chceme navázat užší spolupráci s redakcemi, které o to projeví zájem, také bychom rádi vytvořili mentoringový program, kdy by například čeští novináři, kteří už s žurnalistikou zaměřenou na řešení mají zkušenost, tuto zkušenost učili další novináře. Chtěli bychom takto vytvořit nějakou solutions journalism komunitu, aby se ti novináři znali, ale ještě to není úplně promyšlené.

### **Takže grantové výzvy skončí?**

Ted' bude ještě jedna výzva. A možná budeme ještě testovat tematicky zaměřené výzvy - např. na určitý palčivý problém, např. vzdělávání, klimatická krize nejspíš i ekonomická krize ale i další sociální problémy - tady se pak třeba nabízí nějaká forma spolupráce a dalšími aktéry v dané oblasti - ale na to je ještě příliš brzy. Každopádně je pro nás Česko, díky tomu, že tady ten přístup už nějakou dobu, je takovou testovací laboratoří, kde zkusíme nové přístupy a učíme se. To, co se osvědčí pak přenášíme do dalších zemí ve střední a východní Evropě, kde působíme.

### **Vnímáš zvyšující se zájem o vaše aktivity spojené se solutions journalismem?**

Na naše semináře lidi chodí a podařilo se nám tu novinářskou obec s tím pojmem do jisté míry seznámit. Zájem jde vidět i v tom, že se nám na ty grantové výzvy hlásí více lidí. My jsme ten tréninky dali jako podmínku pro to, aby se mohli zájemci přihlásit do grantové výzvy. To je postaveno na zkušenosti, že lidé, kteří neprošli školením, posílali návrhy na projekty podle toho, co se domnívali, že vyplývá z názvu solutions journalism, ale doopravdy mu neodpovídaly.

### **Kolik jste podpořili projektů?**

V Česku by jich bylo v rámci mikrograntů vybráno 9, jeden se nerealizoval, tři už byly vydány a 5 jich je v procesu.

### **A jak je to tedy s českými příklady?**

Máme tady pár pěkných příkladů a již se rýsují další projekty, třeba Chytré Česko od Nikity Poljakova.

Projekt Nejsi sám o sebevraždách mužů je jeden z těch prvních, které jsme podpořili, a vyšel z toho skvělý výstup, který se stal příkladem dobré praxe SJ ve střední Evropě.

### **Některé české příklady jste v Transitions přeložili a poslali do databáze Solutions Story Tracker. Jak to funguje?**

Cílem našeho programu je, aby ty podpořené texty vyšly v českém médiu, přispěly ke zdejší veřejné diskusi o daném problému a zároveň i obohatili portfolio české žurnalistiky zaměřené na řešení. Ty nejlepší příklady, které nám přijdou skutečně kvalitní a jsou relevantní i pro náš magazín, který pokrývá střední a východní Evropu, tak přeložíme a vydáme i u nás angličtině. Takto jsme je mohli také přihlásit do Solutions Story Tracker, kam je zatím možné nominovat jen články v angličtině.

## **A jak funguje samotná databáze?**

Jde o databázi, která je moderovaná newyorskou organizací Solutions Journalism Network a není možné tam automaticky ty novinářské výstupy zařadit. Oni si to přečtou, zhodnotí, zda to je, či není solutions journalism, a pokud to splňuje ta kritéria, tak to do té databáze přidají. Ty články, které se tam dostanou, mají tímto způsobem takové jakoby “oficiální razítko”, že jsou dobrými příklady žurnalistiky zaměřené na řešení, protože to uznala i organizace, jejíž know-how využíváme a šíříme. Dostat článek do této databáze je pro nás taková laťka, o kterou usilujeme s každým novinářem, se kterým spolupracujeme. Jde pro nás o takové posvěcení kvality.

## **Stalo se vám, že některé ty články, které jste podpořili, nedopadly dobře?**

Stalo se nám, ale ne v ČR, že autorka textu, který jsme podpořili, s námi ten výsledný text nekonzultovala a redakce jej rovnou vydala. A ačkoli šlo o dobrý novinářsky text, nešlo o solutions journalism, což byla promarněná příležitost, protože to bylo fakt blízko. Chyběly tam ale některé důležité detaily o tom, jak ta daná reakce na problém funguje, což je jedno z těch čtyř klíčových kritérií SJ, a tak jsme tu reportáž nakonec ani nepřeložili, protože není možné to prezentovat jako dobrý příklad SJ.

## **Jak vznikla spolupráce s katedrou žurnalistiky na FSV?**

Kdykoli jsme do Prahy zvali nějakého zahraničního hosta - experta na SJ, nabízeli jsme FSV, že můžeme zajistit přednášku na jejich půdě. S vedoucím katedry žurnalistiky, Filipem Lábem, jsme se domluvili a o SJ na FSV přednášela Samantha McCann ze Solutions Journalism Network a Kathryn Thier z University of Oregon. Téma SJ se Filipu Lábovi líbilo a začali jsme se domlouvat na tom, jak nabídnout studentům něco systematictějšího než jen jednorázové přednášky. Tak vznikl pilotní semestrální kurz, který probíhá právě nyní (letní semestr 2020). Důležitým krokem bylo najít vyučujícího, který kurz povede, moje role je expertní a konzultační. Zájem byl větší než kapacita, což mi udělalo radost. V kurzu je nyní 20 studentů (to číslo je třeba ověřit s Veronikou, nevím to z hlavy) a 10 týmů, které pracují na reportážích. Nejprve dostali dvě úvodní hodiny teorie, a pak do toho přišel koronavirus. Ale naštěstí jsme tu teorii stihli probrat a teď pracují z domova. K tomu občas máme skypové konzultace (např. dnes). Zatím to funguje dobře i na dálku. Uvidíme, co z toho vzejde, ale některé týmy mají opravdu dobře našlápnuto. Doufám, že studenti budou spokojeni a kurz se stane pevnou součástí nabídky volitelných kurzů.

## **Příloha 3 – rozhovor s Michaelem Adamcem**

### **Kdy a proč se organizační tým Novinářské ceny rozhodl zařadit kategorii Solution Journalism do soutěže?**

Kategorii Solutions Journalism jsme do České republiky přinesli hlavně díky partnerství s organizací Ashoka, kterou vnímáme jako hybatele společensky prospěšných změn. Solutions Journalism může být pro novinářky a novináře způsob tvorby vysoce kvalitního mediálního obsahu. Především ale může být inspirací pro všechny, kteří hledají cesty, jak přispět k rozvoji demokratické společnosti.

### **Nejdříve šlo o zvláštní cenu, od minulého roku - pokud se nepletu - jde o normální soutěžní kategorii. Chtěl jsem se zeptat, jaký v tom byl rozdíl a z jakých důvodů k této změně došlo?**

Zvláštní cena znamenalo, že do kategorie nebylo možné nominovat příspěvky napřímo - první tipy na příspěvky nám tedy posílali porotci ze standardních kategorií, nad nimi se potom sešla porota kategorie Solutions Journalism (Rada soutěže Novinářské ceny a zástupce z organizace Ashoka), která vybírala laureáta či laureátku pro konkrétní ročník. Zvláštní cena také znamenalo, že příspěvky byly vybírány ať už psaných nebo audio-vizuálních kategorií nehladě na žánr (reportáž či analyticko-investigativní příspěvek nebo rozhovor). Ke změnám došlo po diskuzích s ředitelem Transitions Jeremy Drukerem, který je zároveň členem Rady Novinářské ceny. Dospěli jsme k názoru, že principy Solutions Journalism jsou již novinářům známé, proto chceme, aby svoje práce hlásili sami.

### **Kolik článků se v jednotlivých letech do kategorie přihlásilo? Pozorujete zvyšující zájem o žurnalistiku zaměřenou na řešení?**

V prvních ročnících se nám sešlo vždy kolem 20 příspěvků a jak jsem zmiňoval výše, šlo o tipy od porotců z normálních kategorií. V letošním ročníku, kdy je možné příspěvky nominovat napřímo, máme 34 příspěvků. Uvidíme, kolik příspěvků se přihlásí do ročníku příštího, pak budeme moci bezpečně říci, zda jsme svědky zvyšujícího se zájmu o žurnalistiku zaměřenou na řešení.

### **Dá se říct, že zařazením SJ do soutěže se podílíte na popularizaci tohoto novinářského fenoménu? V čem?**



Určitě ano, ve spolupráci s Ashokou a posléze i s Transitions se snažíme do České republiky vozit zahraniční novináře, kteří svoje práce píšou v tomto stylu. Můžeme se tedy pochlubit tím, že jsme zde měli Davida Bornsteina, jednoho ze zakladatelů Solutions Journalism Networku, Davida Boardmana, děkana Klein College of Media and Communication na Temple University ve Filadelfii nebo Tinu Rosenberg, laureátku Pulitzerovi ceny.

**Proč je podle vás důležité, aby měla žurnalistika zaměřená na řešení svou vlastní kategorii, v čem se liší od ostatních žánrů?**

Od ostatních žánrů se liší především tím, že přináší komplexní pohled na daný problém - je přesnější, úplnější. Tím, že ukazuje, jak jednotliví aktéři k problému přistupují, posouvá i veřejnou debatu, která je pak konstruktivnější a méně polarizovaná.

**Jakou roli v zařazení SJ do soutěže hrály organizace Ashoka a Transitions?**

Viz výše v první otázce. Jeremy Druker je členem Rady Novinářské ceny, zároveň je jedním z Ashoka fellows a také ředitelem Transitions, organizace, která podporuje profesionální a nezávislé zpravodajství.

**Jaký je váš pohled na žurnalistiku zaměřenou na řešení? V čem vnímáte její přínos?**

Vypráví celý příběh - ukazuje na celý příběh, tedy i na to, jakým způsobem se s tím či oním problémem lidé vypořádávají, ukazuje, jak mohou různé přístupy vést k celospolečenské změně, tyto změny a z nich vycházející modely řešení podporuje, je atraktivní, má velký společenský zásah a posiluje vztah se čtenáři, diváky, či posluchači.

**Jaká je podle vás budoucnost a potenciál tohoto fenoménu v České republice?**

Osobně doufám, že se tento styl novinářiny stane standardním způsobem, který jednotlivá vydavatelství používají při referování o problémech, které trápí celou naši společnost, a přitom budou kultivovat své čtenáře/diváky/posluchače. Donutí je komplexně uvažovat o tom, co naši společnost pálí, a naučí je konstruktivněji debatovat.

**Může podle vás SJ pomoci zvýšit důvěru Čechů v média?**

Doufám, že ano. Tím, že novináři budou přinášet příběhy o tom, že změny je možné dosáhnout, problém je možné vyřešit, se nám snad podaří překonat mediální depresi, která v naší zemi bohužel převládá.

**Příloha 4 – rozhovor s Nikitou Poljakovem**

### **Jak jste se dostal k solutions žurnalistice?**

Dostal jsem se k Solutions journalism přes Lucii Černou z Transitions a Tinu Rosenberg z New York Times, která tam spravuje rubriku Fixes. S kamarádem Davidem Gaberlem, fotografem, který se zrovna vrátil z Kazachstánu, kde fotil téma toxické maskulinity a téma sebevražd mužů, přičemž jsme zjistili, že 80 % sebevražd tady páchají muži. Tento nápad jsem tedy prodiskutoval s Tinou Rosenberg a ona se mě zeptala, jestli se na to nechci podívat z pohledu žurnalistiky zaměřené na řešení. Fixes se na ta solutions témata zaměřuje, tak jsem se na to podíval, začal jsem do toho více pronikat a zažádal jsem o grant.

### **Jakou roli v tom hrála Lucie Černá a organizace Transitions?**

Já bych pomoc Lucie Černé a Transitions rozdělil na dva typy. První materiální, kdy jsme dostali finanční grant, tak jsme dostali zhruba 25 tisíc korun, ale celý ten projekt Nejsi sám stál mnohem více. Takže z tohoto hlediska to беру jako symbolickou podporu, ale z hlediska konzultace to vnímám jako nedocentitelnou podporu. A to vlastně byl ten druhý typ, ve kterém Lucie Černá hrála zásadní roli. Nejen, že ona mě protáhla tím procesem vzniku těch témat, ale zároveň se mnou konzultovala celý ten projekt.

Já rád dělám projekty, které jsou trochu komplexnější. Deset let jsem se věnoval zpravodajské žurnalistice a toto mi přijde, že má nějaký přesah a daleko delší životnost. S tím projektem jsem ještě dříve, než jsem se rozhodl, že to zpracuji tím způsobem žurnalistiky zaměřené na řešení. A rozhodl jsem se pro něj potom, protože mi to přišlo složitější než to popisovat jednoduše zpravodajsky. Protože tam, kde končí popis toho problému, tam začíná solutions journalism. Řekl bych, že jde o takovou nadstavbu ke zpravodajství.

### **Bylo těžké prosadit toto téma, které je samo o sobě kontroverzní, ale také jeho zpracování?**

Nebylo to těžké, protože já jsem pracoval s lidmi primárně z Aktuálně, kteří s tím byli v pohodě. Co se týče toho přístupu, tak to, že to prošlo bylo spíše tím, že jsem to psal já a v redakci věděli, že jsem schopen takový projekt zvládnout, a to, že to bylo formou žurnalistiky zaměřené na řešení, bylo až druhotné. Myslím, že to téma bylo přednější před tím zpracováním. Možná trochu složitější bylo vysvětlování uvnitř redakce, že nejde o propagaci ničeho, že se solutions journalism dá zkoušet dělat co nejobjektivněji.

Musel jsem řešit, že si někteří mysleli, že jde o nějaký aktivistický přístup, ale mým hlavním argumentem byl až konečný výsledek. Ten to vysvětlil. Spíše procesně se naskytly nějaké

komplikace, protože v novinářském procesu člověk nepracuje sám za sebe, takže třeba editoři mají nějaký svůj způsob, jak editují články a najednou to dostal editor, ale ten článek byl vystaven jinak, takže jsme o tom vedli diskuze a bavili se o tom, co vlastně je solutions žurnalistika a co už ne. Takže tam nějaké pochybnosti o tom, jestli to není aktivistické. Co se ale týče pozitivní žurnalistiky, tak já vlastně nevidím nic negativního na pozitivním zpravodajství, pokud je objektivní. Naopak si myslím, že přehršel negativního zpravodajství je důvod, proč lidé tolik nedůvěřují médiím a proč se obecně z toho cítí úzkostlivě a frustrovaně.

### **Může solutions žurnalistika pomoci zvyšovat důvěru v média?**

Myslím, že může, ale jde spíše o jeden z nástrojů. Ta míra toho vlivu nebude velká a solutions journalism se nestane primárním obsahem, ale může být jedním z nástrojů, které mohou pomoci k lepší reputaci české žurnalistiky a tak dále. Mohl by to být jeden díl ve skládačce zvané kvalitní česká žurnalistika.

### **Je těžší než běžné žurnalistické přístupy?**

Co se týče času je solutions journalism určitě náročnější než klasická žurnalistika. Co se týče přípravy, tak je podle mě potřeba lépe strukturovat přípravu na ty články, více prohledávat zdroje o těch řešeních, která jsou následně potřeba rigorózně zanalyzovat, a to co se týče jeho přínosů, ale i nevýhod a limitů, a zároveň musíte doložit nějaké empirické důkazy, takže studie nebo příklady z praxe. A v tom je podle mě ta solutions žurnalistika složitější oproti té klasické, protože tam nemusíte věci tak složitě vysvětlovat, stačí, když vám někdo řekne něco, někdo jiný zase něco jiného, napíšete, které věci se staly a vysvětlíte problém, který se řeší a proč se řeší. Ten solutions přesně tady začíná. Nabídne nějaká řešení, která mohou a nemusí fungovat a vy přesně musíte popsat, co funguje, proč to funguje a proč to nemusí fungovat. Je to těžší skládání a je potřeba se na to lépe připravit.

Museli jsme shánět například vyjádření z Japonska z dopravního podniku z Tokia, což nešlo dělat po telefonu. Takže jsme museli poslat člověka z Tokia, aby tam zašel, položil dotazy a pak je pro nás přeložil. Prostě to bylo složité a není to podle mě žurnalistika, která by šla dělat od stolu. Finanční stránka se podle mě odvíjí od plánování.

### **Jaká byla zpětná vazba ze strany čtenářů?**

Ta byla dobrá. Měřili jsme u toho to, jak dlouho člověk stráví čtením článku. Zatímco běžně to je třeba jednu minutu, tady to bylo až pět a šla vidět větší loajalita k tomu textu.

### **Je solutions journalism potřebný fenomén?**

Je to něco jiného, než co se dělá dlouho. A zároveň je to něco, co může čtenářům ukazovat jakési světlo na konci tunelu, není to jen nekončící depka, ale je to popis nějakého problému s perspektivou a analýzou možných řešení. Člověk, který si takový text přečte, nemusí mít takový pocit bezvýchodnosti. Neexistuje situace, která nemá žádná řešení. Společnost neustále řeší nějaké problémy a posouvá se v těch způsobech, jak je řeší. A zpravodajství žádná řešení nenabízí, jen poukazuje na problémy. Když se podle mě poukáže na to, že tady existují i nějaká řešení, tak to na toho člověka dopadne jinak, uvidí nějakou perspektivu pozitivního konce, nebo jí tam aspoň může vidět, nebo o ni může aspoň přemýšlet a více se v tom tématu angažovat.

### **Mělo by se do něj více investovat?**

Podle mě do toho nemusí média více investovat, ale stačí tuto variantu mít na paměti a debatovat o ní. Pravděpodobně se v současnosti nestane, že někdo přemýšlí způsobem, který by se podobal solutions žurnalistice. Chtělo by jí to více, ale není potřeba více peněz nebo lidí, ale stačí to mít na paměti a aby aspoň nějaké texty obsahovaly perspektivu řešení. Není ani potřeba, aby těch textů bylo padesát procent, ale stačilo by malé procento textů, které by tuto perspektivu nabízely.

### **Jaká je jeho budoucnost v Česku?**

Já se dnes zajímám media byznys developmentem a nemyslím si, že to bude rozšířené, ale bude to podle mě mít svoje stále publikum, kteří si za to budou ochotni platit. Umím si i představit, že by tady vznikl malý web, který se bude jen věnovat tomuto stylu žurnalistiky. To znamená, že to podle mě své místo mít bude, ale klasické zpravodajství nenahradí.

Myslím si, že může vzniknout menší projekt, který by se žurnalistice zaměřené na řešení věnoval, ale může také velký mediální dům prostě vytvořit svůj web, kde tyto texty bude shromážďet, nebo to může být malý crowdsourcingový projekt. Já myslím, že to je jedno, kdo s tím přijde, ale lidé to podle mě chtějí číst a jde vidět to vidět na těch číslech, na tom timespendu i na interakcích lidí s těmi články. Já tomu věřím, nebude to masmédiové, ale bude to mít své místo jako má třeba infografika. Je to nějaký rozvoj žurnalistiky nějakým směrem.

Teď vedu ještě Chytré Česko, které bude přinášet perspektivu řešení do tématu školství. Je to něco jako Seattle Times, kteří dělají education lab.

## **Příloha 5 – rozhovor s Tomášem Lindnerem**

## **V době, kdy jste získal tu první cenu za Solutions journalism, tak jste ještě nevěděl, co je to solutions journalism?**

Nevěděl jsem to. Nejsem si teď jistý, jestli to byl rok 2015 nebo 2014, kdy jsme v Respektu zveřejnili pár článků, které byly zaměřeny na nějaké konkrétní řešení a my jsme z větší škály textů vybírali nějaké, které jsme pak v Respektu otiskli. Takže jsem o tom nějaké povědomí měl, ale nezačal jsem se kvůli tomu zajímat o ten koncept a nezjišťoval jsem, co je a co není solutions journalism, nebo jaké jsou přesné náležitosti toho žánru a když jsem psal ten první text, tak jsem nad tím nepřemýšlel jako nad žurnalistikou zaměřenou na řešení. A musím přiznat, že ani po tom, co jsem obdržel tu první cenu a už jsem věděl dobře, co je to solutions journalism, tak jsem neuvažoval nad tím žánrem jako takovým, abych splnil jeho podmínky a jaké ne. Takže to fungovalo jako běžné psaní, kdy si předem neříkám, že daný text bude obsahovat 60 % reportáž, ale spíše se zaměřuji na samotné téma, ke kterému pak dělám nějakou rešerši a někdy si najdu takovou cestu, že se mi tam objeví i ta možná řešení, aniž bych nad tím přemýšlel jako nad specifickým žánrem.

## **Primárně šlo tedy o to téma. O té existenci toho fenoménu jste se dozvěděl po získání té novinářské ceny. Začal jste se o něj více zajímat?**

Potom jsem se potkal s Davidem Boradmanem, tehdy předsedou správní rady Solutions Journalism Networku a byl jsem na besedě s Tinou Rosenberg z New Yourk Times, takže když tady byly tak významné osobnosti, které se o tento fenomén zajímají, tak jsem se snažil na ta setkání chodit, ale nějak systematictěji jsem se v solutions žurnalistice nevzdělával a nepřístupoval jsem k novinářské práci tak, že bych si předem řekl, že daný text musí splnit konkrétní kroky, abych splnil ta kritéria. Myslím, že spíše instinktivně jsem k tomu přistupovat tak, že mám pocit, že by žurnalistika neměla zůstat pouze u popisu problému, ale měla by udělat ten další krok. Já si tedy nemyslím, že nejsem žádný investigativec, který odhaluje ty problémy, ale spíše se zajímám o jejich popis a o to, co se s těmi problémy dělá. Takže je to tak nějak instinktivní a taky mě to baví.

## **Je prací novináře nabízet řešení?**

Nemyslím si, že by novinář v tom textu měl explicitně popisovat problém, dojít k nějakému závěru a napsat komentativně, že něco je řešení. Tak by to mohlo být u článků, které jsou přímo komentáři nebo materiálem z nějakého Think Tanku, ale jde mi spíše o to popisovat i to, co se s daným problémem někdo pokouší dělat, a to tak, že k tomu řešení přistupuje novinář samozřejmě kriticky. Když jsem popisoval článek o berlínských nájmech, tak jsem jeden text

věnoval tomu, jak se berlínská radnice snaží radikálním způsobem zastavit růst nájmu, a popsal jsem, jak si ta radnice analyzovala danou situaci, proč se rozhodla k tomuto druhu řešení přistoupit, ale také jsme tam dal prostor kritikům a možným slabým stránkám toho řešení. Není to tedy tak, že by novinář měl dané řešení propagovat, ale spíše, že je to novinářsky samo o sobě zajímavé, tedy psát o tom, že se vůbec hledají řešení na konkrétní problémy a jak se hledají. Podobně je to u toho textu z Jordánska, tam popisují pokus přistoupit jinak k problematice uprchlických táborů a je tam i to, co tam nemusí fungovat.

### **Když jste vydal ty články, jakou zpětnou vazbu od publika nebo od redaktorů z redakce jste dostal?**

V redakci jsme to ani nevnímali tak, že by šlo o jiný typ novinářského textu. V tom časopise máme rubriku, které říkáme kontext a tam se objevují články, které na různé problémy nahlíží z různých úhlů a mám pocit, že jsem tou metodou od těch ostatních článků nějakým závratným způsobem nevybočoval, takže jsem ani nezaznamenal debatu o tom, že bychom dělali nějaký netradiční způsob novinářiny. Zároveň co se týče toho psaní, tak co se týče toho článku o Německu, tak jsme si byli vědomi, že jsme nějakým způsobem vybočovali od toho, jak většina českých tehdejších médií popisovala uprchlickou krizi v Německu. V Německu potom došlo k obratu veřejného mínění a společnost se rozštěpila někdy na přelomu toho roku 2015-2016, ale před tím tam byl ten přístup více takový aktivní a tamní politika a přístup k uprchlíkům měl jednoznačnou podporu většiny a když se člověk podíval na německé reportáže, tak zjistil, že tohle je to hlavní téma té otázky uprchlící a Německo. Zato když jste se podíval do českých médií, tak tam byly neustále vidět nějaké konflikty v zařízeních pro uprchlíky, nebo vandalství na zařízeních, kde bydleli uprchlíci a ta česká většina média spíše hledala konflikty a zaměřovala se na to negativní. A já jsem při návštěvě Německa tam tehdy cítil úplně jinou atmosféru, takovou chuť, jak k řešení té situace přispět ve stylu, teď je tady máme, tak co budeme dělat, a to jsem se v těch textech pak zkoušel popsat, kde se tento přístup k uprchlíkům vzal, když v 90. letech Němci taky větší počty uprchlíků spíše odmítali. Takže tam jsem měl pocit, že popisují to, co bylo na tom tématu v Německu nejdůležitější, než že bych dělal jiný typ novinářiny.

Stejně tak to podle mě vnímali kolegové, kteří byli rádi, že máme zpravodajství z Německa, které se odlišuje a jde o kvalitní novinářinu. Z pohledu čtenářů byla ale asi i kvůli kontroverznosti tématu ta zpětná vazba polarizující. Měl jsem hodně pozitivních zpráv i od Němců a Čechů žijících v Německu, kteří ale čtou české zprávy, ale také jsem zaznamenal dost kritiky ve smyslu, že malují situaci na růžovo. Ale v té době ta debata prostě byla polarizovaná.

Druhý text, který vyhrál Novinářskou cenu, vznikl tak, že já rád sleduji nějaká konkrétní témata, která mě zajímají, a pak se k nim po nějaké době vracím. Nemám na novinařině rád to, že se jednu dobu všichni zajímají například o bombardování Aleppo, ale za chvíli je to přestane bavit a nikdo o tom nepíše. Takže já nějaká témata sleduji kontinuálně a snažím se je do toho časopisu vracet a musím přiznat, že tam mám v tomto podporu. Podobně u toho uprchlického tématu v Jordánsku jsem se rozhodl, že to tam chci nějak vracet.

Když se zamyslím, tak ta naše rubrika, ve které tyto články publikujeme, se jmenuje Kontext. A to je přesně to, co chci dělat. Takže když už bych nad tím měl nějak přemýšlet, jakou žurnalistiku dělám, tak bych řekl, že kontextuální. Tedy, že se snažím dávat tu smršť událostí, která se na nás valí, do nějakých souvislostí. A tak jsem přemýšlel i u té reportáže z Jordánska. Tam jsem už psal o nějakém konkrétním řešení, které mě osobně zajímalo a taky protože jsem tamní situaci sledoval. Taky jsem si přečetl text, ve kterém autoři navrhovali reformy uprchlických táborů a telefonoval jsem si s nimi a zajímalo mě to. Když jsem dostal v roce 2017 do Jordánska letět, tak jsem věděl, že mě to témat zajímá, jak funguje v praxi. Takže ano, byl to asi solutions journalism jak vyšitý, ale neuvažoval jsem cíleně nad tím, že chci dělat tento styl. To samotné téma mě k tomu přivedlo.

### **Jak podle vás to zpracování může aktivizovat publikum?**

V případě třeba toho článku uprchlického tábora v Jordánsku jde spíše o akademickou debatu, ale přišlo mi důležité, aby ta veřejná debata o uprchlických táborech nevedla jen směrem k tomu problému, ale aby se trochu přemýšlelo i nad tím, jak se různí lidé tu věc snaží řešit. Mám totiž pocit, že když se lidé dozvědí, jak se konkrétní problémy snaží řešit konkrétní státy nebo aktéři, tak to může přispět kultivaci způsobu, jakým se o těch problémech mluví. V případě uprchlické krize, že se nemluví jen o rizicích a problémech spojených s tím fenoménem, ale padají tam i ty otázky, které se ptají na to, co se s tím dá dělat, jak třeba pracovat s lidmi, kteří už tady jsou, co se týče uprchlické krize, nebo jak zabránit tomu, aby masový příchod uprchlíků se neopakoval a jak se vlastně to téma dá konstruktivně řešit. To, že popisujete to, jak se dá nějaké řešení dělat nebo co se snaží dělat jednotliví aktéři, tak posouváte tu debatu o problému dál. Ale taky já jsem tematicky zaměřen převážně na zahraničí, takže jde spíše o akademickou debatu a bylo by lepší ohledně toho dopadu, kdybych se zaměřoval na Česko. Ale myslím, že když ty texty popisují možná řešení, tak tím pomáhají tu veřejnou debatu kultivovat tak, aby se mluvilo i o řešeních, a ne pouze o problémech.

### **Může žurnalistika budovat důvěru v žurnalistiku, média a novináře?**

To nevím, ale objevuje se to ve výzkumech, které jsou o dopadech solutions žurnalistice, ale nejsem si jistý, jestli to tak funguje automaticky.

**Je tady tento způsob informování o tématech náročnější z časového, finančního hlediska, nebo také zpracování?**

To se těžko porovnává. Kdybych porovnával čistě u sebe, tak ani ne, protože tyto reportáže mi nevzaly více času a energie než reportáže, které by nebyly zaměřené na řešení. Může však samozřejmě to být náročnější, když uděláte rozsáhlejší projekt o problému v Česku, přičemž na ten problém chcete nahlížet z perspektiv možných řešení ze zahraničí, tak je to samozřejmě náročnější jak finančně, tak časově. To se netýká všech textů zaměřených na řešení. Záleží tedy spíše na tématu.

**Myslíte, že by se média měla o tento fenomén více zajímat a věnovat se mu?**

Ano, ale je dobré se na solutions journalism koukat jako na jeden z dalších nástrojů, který nemůžete používat pořád a nemůžete s ním pokrývat všechna témata, ale patří do té palety nástrojů, kde je klasická investigativní práce nebo reportáž a tím zpestřit množství perspektiv k pokrytí různých témat.

**Jakou má podle vás solutions journalism budoucnost v České republice?**

Mám pocit, že to může být zajímavý přístup třeba pro mladé novináře. Vidíme totiž kolem sebe spoustu problémů, které máme už dobře popsané a zanalyzované a pro mladé novináře, který na ta témata kouká neotřele novými očima, tak ta solutions journalism může být další krok, ve kterém se zeptá, a co tedy s tím ve smyslu, že popíše, jaká možná řešení jsou kolem nás. Jestli si myslím, že by to byl vhodný nástroj pro České publikum, tak nemohu říct nic jiného než ano. Já si myslím, že českému publiku nestačí jen tzv. depka, tedy poukazování na to, co je špatně, ale že by ocenili, kdyby více reportáží šlo právě dále k těm možným řešením a mohlo by to prospět naší veřejné debatě, kdybychom o těch problémech mluvili konstruktivně i z perspektivy těch problémů.

Těžko říct. Negativní by bylo, kdyby se ten přístup využíval moc strojově, nebo kdyby vytlačil jiné typy novinářiny, ale to podle mě vůbec nehrozí. Negativum může být, když se překročí ta hranice mezi solutions journalism a nějakým doporučením thinktanku, kdy ten nástroj bude spíše vypadat jako aktivismus než novinářina.

**Měl by solutions přístup věnovat převážně na sociální témata?**



Podle mě se tímto přístupem dá psát i o financování politických stran nebo o otázkách bezpečnosti nebo justice a není to striktně ohraničeno sociálními tématy.

## **Příloha 6 – rozhovor s Tomášem Nídrem**

**Ve svém textu Sladké plody chilské války s cukrem popisujete postup místní vlády v boji proti nadměrné obezitě v zemi. Když jste jej psal, věděli jste, že děláte žurnalistiku zaměřenou na řešení?**

Tento článek jsem dělal se záměrem dělat solutions journalism. Ale myslím, že spousta novinářů solutions journalism dělalo, aniž by věděli, že tato kategorie existuje. Ona je totiž do jisté míry vytvořena uměle a já považuji za dobré, že se vytvořila a někdo vytvořil její koncept, kterým určuje nějakou základní kostru, co a jak by se mělo dělat. Ale mám pocit, že to spousta novinářů dělalo již před tím, protože pokud se někde děje něco, co funguje, tak proč to neukázat. I já jsem v minulosti psal o systému, jak vyřešit dopravu ve slamech, které jsou v latinské Americe často na kopcích. A protože běžná hromadná doprava by se tam zaváděla těžko, tak v Medellinu přišlo na to, že by se tam dala postavit úplně jednoduše lanovka. Takže přenesli ten koncept turistické lanovky, kterou známe na lyžování a z rozhleden, tak použít to jako hromadnou dopravu. Takže jsem psal o tom, jak to tam přijali a jak to přijali také v jiných městech latinské Ameriky a samozřejmě jsem psal i o tom, kde jsou nějaké chyby a kde to udělali špatně. Ale nevěděl jsem, že to spadá do nějaké kategorie Solutions Journalism.

**Jak jste se o fenoménu solutions journalism (SJ) dozvěděl?**

O její existenci jsem se dozvěděl, když jsem se dozvěděl o těch aktivitách od Ashoky, tehdy to ještě nedělala organizace Transitions. Takže jsem se tam šel podívat a neměl jsem od toho nějaké přílišné očekávání. Ale nakonec mi to přišlo zajímavé, protože to dává hlavu a patu. Navíc se dlouhodobě v médiích bavíme o tom, že jsou zprávy příliš negativní a že se zaměřujeme primárně na problém, a takto se prokousneme i k tomu řešení. Ale to i Lucie Černá vždy v úvodu říká, že nejde vymyslet řešení na něco, co nikdo necítí jako problém. Nejdříve se to problémem musí stát a musí se o tom informovat a pak teprve hledat řešení. Takže jsem by takto na dvou seminářích, jeden byl ve formě přednášky jedné zahraniční novinářky z Solutions Journalism Network a druhý byl praktický s Lucií Černou, kde se dávaly příklady z praxe a bylo to velmi profesionálně uděláno. Dá se říct, že solutions journalism je vlastně takové solutions, které řeší problémy v médiích.

## **Popsal byste mi, prosím, jak práce na textu probíhala? Byla v něčem odlišná od práce na běžném novinářském textu?**

Já jsem do Chile jel s tím, že jsem získal grant od Transitions na ten konkrétní článek. Ta grantová výzva proběhla zhruba před rokem. A jelikož jsem v Latinské Americe, tak jsem si vymyslel dvě témata, přičemž jedno neodpovídalo solutions journalismu, takže jsem se rozhodl napsat o válce s cukrem v Chile. Přišlo mi to, že se to totiž může týkat i České republiky, protože obezita se týká celého západního světa. Kdežto, když jsem zmiňoval ty lanovky, tak to je hezký příklad Solutions žurnalistiky, ale do Česka těžko aplikovatelný, protože tady nemáme ten problém jako tam.

## **Takže vám s textem pomáhala Lucie Černá?**

Podmínkou té získané finanční podpory bylo, že ten článek budu s Černou konzultovat. Dali mi peníze, které nebyly malé, a toto bylo součástí smlouvy. Takže jsme ho zhruba třikrát konzultovali. Poprvé to bylo před tou cestou, kdy jsme si řekli, co tam chceme mít, co by tam nemělo chybět, koho bych měl v Chile oslovit a tak. Potom to bylo, když jsem v tom Chile byl a měl jsem už první draft vytvořený, takže jsme se pobavili o těch prvotních úpravách, co ji tam chybí, a potřetí to bylo, když jsem to dokončil a ona mi k tomu dala svou zpětnou vazbu. Byla to velmi dobrá spolupráce, která podle mě byla oboustranně užitečná. Noviny dělám dvacet let, takže něco už umím, ale je dobré se vždy naučit něco nového. Já ten koncept od začátku pochopil a nebyl důvod mi to nějak složitěji vysvětlovat.

## **S jakou jste se setkal zpětnou vazbou ze strany čtenářů (čtenost, reakce)?**

Myslím, že čtenářům se to může líbit, ale nemohu to založit na své zkušenosti, protože ten článek, který jsem psal, tak nevím, jakou měl odezvu. Jsem freelancer, takže v Reportérovi nemám žádný svůj kontakt, aby mi někdo napsal zpětnou vazbu, a taky nevidím do té čtenosti. Druhá věc je to, že si myslím, že to v této době, kdy všichni řeší koronavirus, to spíše zapadne. Je to teď téma, které každého trápí, na to se naváže finanční krize a další témata, a obezita je vedle toho téma, které je perfektní do normálních časů. Zároveň ale když to zahrálo na tu pozitivní strunu, tedy to ukázalo nějaký pozitivní jev v Chile, který by se možná dal aplikovat do budoucna i u nás, tak ten článek chtěl Reportér otisknout právě nyní. Ten časopis je totiž plný toho koronaviru a je dobré tam dát něco pozitivního. Takže paradoxně tato doba je i pro tuto metodu dobrá, protože může dát čtenáři najevo, že se řeší i jiné problémy, které se třeba dají i vyřešit.

## **Jak se solutions journalism na základě vaší zkušenosti liší od běžné žurnalistiky?**

Zásadní rozdíl od běžné novinářiny je to, že novinář musí více statistických údajů, protože když chce ukázat, zda něco funguje či nefunguje, tak musíte mít oporu více v datech. Při běžné reportáži, záleží samozřejmě na tématu, můžete říct, že se něco zvýšilo o určitý procent a může to být jediné číslo, které tam dáte. Tady nejvíce času zabere najít ta hodnověrná data, ať to není jen nějaký názor, ale ať to má záštitu nějaké instituce. To u té chilské války s cukrem nebyl problém, protože se tomu věnují tamní univerzity a je možné k tomu najít i nějaké odborné články. Druhá věc je, že u solutions journalismu musíte zajistit nějaké hodnověrné respondenty, tedy nějaké vědce, iniciátory a také ty y opoziční hlas, u mě se podařilo po velkých snahách přimět dvě potravinářské asociace, aby se k tomu vyjádřily.

## **Takže to je náročnější než běžná žurnalistika?**

Nemyslím, že to zabere až tak moc času oproti normálním textům. Protože pokud pracujete na větším tématu a chcete vydat kvalitní článek, který není solutions journalism, tak vám to taky zabere spoustu času. Takže já při tom psal i jiné texty a nemohu říct, že bych tomu musel věnovat více času než těm ostatním. Jelikož ten článek byl rozsáhlý, potřeboval jsem hodně informací. Jde tedy primárně o to, jestli to jako novinář flákáte, nebo neflákáte, na žánru tak moc nezáleží.

## **Budete se solutions žurnalistice i nadále věnovat do budoucna?**

Určitě. Ale já jako freelancer musím v podstatě psát, co se dá, a píšu o Latinské Americe a o Africe do Českých médií. Tyto kontinenty bývají upozaděné, takže musím psát, co se dá tematicky prodat. Většinou pošlu titulek a podtitulek článku a nemusím vůbec zmiňovat, že se bude jednat o solutions journalism. U Reportéra jsem to ale jako solutions journalism prodával, protože znám šéfredaktora a vím, že se také o to téma zajímá, a navíc to v Reportérovi ještě neměli. Věnovat se tomu tedy rád budu, ale asi to nebude převládající přístup, protože Latinská Amerika přeci jen více věcí přebírá odjinud, než aby je sama vymýšlela. Neočekávám tady záplavu nápadů.

## **Je to vhodný koncept pro novináře na volné noze?**

Podle mě to je vhodný přístup jak pro člověka na volné noze, tak pro kohokoli jiného. Tam nevidím rozdíl.

## **Je podle vás zpracování novinářského tématu směrem k řešení problémů potřebný? Proč ano/proč ne?**

Je to dobrý formát a pokud by se třeba Transitions povedlo najít partnera, nejspíše časopis, tak kdyby se tomu dala nějaká pravidelnost, nějaká záložka. Jde však o to, že o problémech už všichni ví, pokud se někde nějaký aktuální problém objeví, tak solutions journalism na to může navázat s tím, že někde třeba už ten problém vyřešili.

### **Může podle vás solutions journalism pomoci zvyšovat důvěru v média?**

Myslím, že se to odvíjí od toho, zda bude, nebo nebude kvalitně zpracovaný. Stejně jako jakýkoli jiný žánr, i solutions journalism se dá dělat špatně a pak to určitě důvěru v média zvyšovat nebude. Média jsou spíše negativní a jdou primárně po těch negativních jevech, protože to lidé čtou. Solutions journalism má tu výhodu, že ten problém nedává stranou. Místo toho říká, že tu ten problém je, ale existují na něj i nějaká potenciální řešení. Myslím, že kdyby média měla tu pravidelnou rubriku, kde by tento způsob zpracování novinářského tématu v kvalitní podobě publikovali, pak si myslím, že by to mohlo pomoci. Dá se každý týden něco takového sepsat, ale musí tam pro to v rámci té redakce být nadšení a nesmí se z toho stát povinnost každý týden přijít s nějakým takovým článkem, protože pak to může sklouznout nějakým nežádoucím směrem.

### **Jakou má SJ budoucnost v České republice? Je to na základě vašich zkušeností vhodný formát pro české publikum?**

Budoucnost má, jen musí zdomácnět v novinářské obci. Solutions Journalism je ale strašný výraz. Když jsem rodičům, kteří neumí anglicky, vysvětloval, co jsem získal za grant, tak bylo hrozně těžké to vysvětlit, protože je těžké tomu najít český ekvivalent. Na nic pořádného jsem sám nepřišel. Do češtiny to bude problém a je to jeden z komplikujících faktorů toho prosazení v Česku.

## **Příloha 7 – Rozhovor s Veronikou Mackovou**

### **Vedete kurz Solutions journalism na Katedře žurnalistiky na FSV UK. Proč jste se rozhodli zařadit tento kurz do nabídky předmětů?**

Oslovil mě vedoucí katedry docent Filip Láb, který byl v létě v Americe na jednom programu za účelem získání dalších zkušeností z oboru a informací o tamních novinářských trendech. Získal tam hodně inspirace třeba i o nových kurzech a jedním z nich byl i kurz Solutions Journalism, takže přišel s tím, že by bylo dobré něco takového přenést i k nám. A já vedu na katedře praktické kurzy, a zároveň pracuji v České televizi, takže mám kurzy zaměřené na audiovizuální média, a mu přišlo, že by mě to mohlo bavit, což se celkem trefil.

## **Jakou roli při tom hrála organizace Transitions, která fenomén SJ v České republice popularizuje?**

Myslím, že se s nimi docent Láb zkontaktoval a tu výuku společně domlouvali. Já jsem do výuky pak přizvala právě Lucii Černou z Transitions, protože se tomuto tématu věnuje už dlouho a přišlo mi vhodné zúročit ty její zkušenosti. Před tím jsem se zúčastnila jednoho z jejich kurzů, které pořádají, a několikrát jsme se osobně sešli, aby mi předala i ty praktické informace. Já si k tomu načetla různé studie z odborných publikací a myslím, že jsme na tu výuku byli dobře připraveni.

## **Mohla byste mi, prosím, popsat, jak výuka probíhá?**

Probíhá to tak, že první tři hodiny byly hodně teoretické, tam jsme s Černou představily ten koncept solutions journalism, představily jsme, co to obnáší a ukázaly jsme příklady. Také jsme mluvily o tom českém prostředí, že už tady vznikají novinářské výstupy, které tomuto přístupu odpovídají. Následně jsme studenty rozdělily do skupinek, protože tento typ žurnalistiky je poměrně komplikovaný a je lepší na těch projektech pracovat ve více lidech. Samozřejmě, když chtěl někdo pracovat sám, mohl. Dále jsme už pokračovaly ryze prakticky. Doma jsme je nechaly přečíst dva články, ve kterých následně hledali ta splněná jednotlivá kritéria solutions journalismu. A pak jsme měli domluvené nějaké hosty z praxe, kteří se tomu věnují, akorát do toho přišel koronavirus, takže to musíme uskutečnit online. Teď jsme ve fázi, kdy si zvolili témata a pracují na nich. My se je v tom snažíme mentorovat a navést je správným směrem, když si neví rady. Máme taky online lekce po těch skupinkách a teď nastává ta chvíle, kdy mají jasně nadefinovaná témata, mají respondenty, kteří jim k tomu něco řeknou a budou nahrávat rozhovory a psát první draft. Ten pak zkonzultujeme a oni po případných úpravách vytvoří finální článek, případně dva články, kdyby šlo o rozsáhlejší téma. Chceme ty články následně udat do českých médií, protože zatím vypadají dost slibně a nemělo by to zůstat někde na katedře v šuplíku.

## **Takže cílem je vyhotovit projekty a následně je publikovat v českých médiích?**

Cílem je sepsat článek nebo články (podle rozsahu tématu), a pokud budou dostatečně dobré a aktuální, tak bychom je chtěly udat do českých médií.

## **Pro koho tento předmět je určený?**

Pro studenty bakalářského programu žurnalistiky, přičemž primárně o druháky a třetáky.

## **Je to podle vás potřebný novinářský formát v současné době?**

Je to nový trendy, který tady ale byl samozřejmě již dlouho a není to tak, že si v Americe teď řekli, že vynaleznou něco nového a vzešel z toho solutions journalism. Ale nedělá se to tak, ten trend je jiný. Když se podíváte na titulky, tak většinou lákají čtenáře na negativní zprávy, takže myslím, že je to něco, co by tady mohlo být třeba paralelně s investigativní žurnalistikou. Ta totiž odhaluje primárně nějaké problémy, něco negativního. A solutions journalism by mohl přinášet řešení, nějakou pozitivnější perspektivu. Já doufám, že by se to mohlo trochu zvednout a být více v médiích.

## **Může solutions journalism pomoci zvyšovat důvěru v média?**

To těžko říct, protože hodně záleží na těch tématech. Zároveň je podle mě pro novináře nejtěžší na tomto přístupu udržet to v mezích solutions journalism a nepouštět se do těch věcí tak, aby je hodnotili. A ta hranice je hodně těžká. Myslím, že novinářská image se buduje postupně a kdyby teď všichni začali psát solutions journalism, tak to neznamena, že lidé budou více novinářům důvěřovat. Můžou se nad tím zamyslet a něco si z toho vzít. Třeba to, že si řeknou, že tento přístup je dobrý a je škoda, že ho novináři více neaplikují, a tak ukázat tu poptávku.

### **Měla by média do tohoto fenoménu více investovat?**

Je to hodně otázka financí, protože tento článek nejde napsat za pár minut, jak to jde u mnoha jiných článků pomocí tiskových agentur a pár rozhovorů. Myslím, že by se do tohoto přístupu více investovat mělo. Pro mě to jde ruku v ruce s tou investigací, protože oba ty proudy jsou podle mě důležité a ta média by je měla mít v nabídce.

### **Jakou budoucnost má solutions journalism v České republice?**

My jsme si zvykli hodně na ty negativní články. To jde vidět na webech i v novinách, kde moc nevidíte pozitivních zpráv. A když už jsou, tak nejsou tak čtené, jako ty negativní. Obrátit to tady v České republice, abychom začali přemýšlet trochu jinak, je běh na dlouhou trať, ale myslím, že ten trend solutions journalism přichází v pravou chvíli a ukazuje zajímavá a potřebná témata. Teď je na to i pravá chvíle a mohla by tomu pomoci paradoxně třeba i koronavirová pandemie, protože v tuto chvíli se na české publikum valí spousta negativních zpráv a lidé potřebují číst něco pozitivního, aby úplně nerezignovali na zprávy.

### **Myslíte, že by mohly vzniknout třeba i menší projekty, které by se zaměřovaly čistě na solutions journalism?**

To si myslím, že ne, protože ty weby by musely žít z více než jen solutions článků. Odvíjí se to od náročnosti tohoto přístupu, který stojí čas i peníze, a v dané redakci by muselo být opravdu hodně lidí, aby mohli vydávat každý den nějaký článek. Takže toto by podle mě nefungovalo a vidím jako lepší cestu text zaměřené na řešení spíše integrovat do zpravodajství. I ta čtenost se nějakou dobu buduje a byla by to podle mě delší cesta, než když se jednou za čas takový článek objeví na nějakých zpravodajských serverech.

### **A jakou má solutions journalism budoucnost na českých vysokých školách?**

Ještě nemám zpětnou vazbu od studentů, takže bych lépe dokázala odpovědět až po skončení kurzu, ale na základě komunikací se studenty a také podle toho, jaká pracují a jaká témata zpracovávají, tak jde vidět, že je to zajímavá. Myslím, že to budoucnost má. Nebude to asi kurz pro celé ročníky, ale jelikož jde o praktický seminář, tak bude dobře, když se to vždy zaplní těmi 20 studenty. Podle mě si to své zájemce vždy najde.

## **Příloha 8 – rozhovor s Petrou Dlouhou**

**V textu Pomůžu ti najít slast popisujete sexuální život lidí s postižením a sexuální asistenci. Když jste text psala, věděla jste, že děláte žurnalistiku zaměřenou na řešení?**

**Proč jste se rozhodla zaměřit na řešení problému?**

Nevěděla, nepřemýšlela jsem o tom. Zaujal mě projekt sexuální asistence, tehdy nové služby v Česku. Když jsem se o ni začala víc zajímat, došlo mi, že sexualita lidí s postižením je důležité téma, o kterém se ale velmi málo mluví a velmi málo ví. Mým záměrem nebylo cíleně sledovat řešení nějakého společenského problému. Nechala jsem se vést tématem a snažila se ho neošidit.

**Věděla jste v té době o existenci fenoménu Solutions Journalism (SJ), nebo jste se o něm dozvěděla až se získáním Novinářské ceny?**

Solutions Journalism jsem se dozvěděla až v okamžiku nominace na Novinářskou cenu.

**-Popsala byste mi, prosím, jak probíhala práce na textu? Byla v něčem jiná než běžná novinářská práce?**

Myslím, že jsem na textu pracovala stejně jako na ostatních. Jde o citlivé téma, byla jsem vděčná všem, kteří mi byli ochotní pro text poskytnout rozhovor a popsat svoji zkušenost. Možná jsem cítila větší míru vnitřní odpovědnosti než u jiných témat, ale jinak jsem pracovala jako obvykle.

**Když jste ocenění získala, začala jste se více zajímat o fenomén SJ, případně zpracovávala jste tímto způsobem následně i další témata?**

Byl to můj poslední větší text před narozením dcery, od té doby si dopřávám mateřskou pauzu, takže je to spíš výzva pro budoucnost :-). Věřím, že bude příležitost navázat, vždycky pro mě ale bude rozhodující zaujetí pro téma.

**S jakou zpětnou vazbou ze strany čtenářů (čtenost, reakce) jste se setkala v souvislosti s textem Pomůžu ti najít slast?**

Text měl větší čtenost a byl diskutovanější, částečně to asi souvisí s tím, že pro řadu lidí je to kontroverzní, chytivé téma.

**Je podle vás zpracování novinářských témat směrem k řešení problémů potřebný? Proč ano/proč ne?**

## **Příloha 9 – rozhovor s Václavem Štefanem**

**V sérii Do školy beze strachu jste se věnoval šikaně na základních školách a přitom jste naplnil kritéria fenoménu solutions journalismu (SJ). Když jste sérii vytvářel, bylo to se**

**záměrem dělat žurnalistiku zaměřenou na řešení? Proč jste se rozhodl zaměřit na řešení problému?**

Od počátku bylo záměrem vytvořit sérii, která by naplňovala kritéria SJ. Šlo o první ucelený projekt v rámci Českého rozhlasu, na kterém jsme chtěli tento přístup vyzkoušet. Myšlenka SJ mě okamžitě doslova nadchla. Když se člověk ohlédne za svou novinářskou praxí, tak zjistí, že velmi často informuje o problémech. Popis problému, návrhy řešení a úplně nakonec nějaký ten pozitivní příklad „dobré praxe“. SJ přístup funguje opačně. V hlavní roli je hledání řešení existujícího problému. Při takové práci člověk narazí na spoustu překvapujících a pozitivních informací a zjistí, že problém opravdu může mít řešení. A že není vše tak černé, jak se zdá.

**Věděli jste před zpracováním o existenci fenoménu SJ? Jak jste se něm dozvěděl?**

O SJ jsem se dozvěděl díky tomuto pořadu ČRo Dvojka.

**Popsal byste mi, prosím, jak práce na textu probíhala? Byla v něčem odlišná od běžné novinářské práce?**

Jak už jsem psal, jde o obrácený přístup. V hlavní roli není problém, ale existující a funkční řešení. To přináší některé odlišnosti. Je nutná opravdu extrémně precizní rešerše. Jen tak je možné nabídnout veřejnosti seriózní informace. Je zde velký důraz na to, aby nabízené řešení bylo ozkoušené, funkční, přenositelné atd. Je proto potřeba mít data, důkazy o tom, že funguje. Při SJ novinář proniká daleké více do hloubky problému a jeho řešení.

**S jakou jste se setkal zpětnou vazbou ze strany čtenářů (čtenost, reakce)? Zaznamenal jste větší zájem než u jiných vašich prací?**

Zaznamenal jsem určitě větší zpětnou vazbu než u jiných témat. A taky velmi pozitivní reakce od kolegů novinářů, spolupracujících odborníků atd. Čtenost u těchto článků víc narůstá v čase, ale aktuální data nemám.

**Je podle vás zpracování novinářského tématu směrem k řešení problémů potřebný? Proč ano/proč ne?**

Určitě je potřebný, protože ukazujete lidem nejen problém a samá negativa, ale dáváte jim taky naději, jakési světlo na konci tunelu. Ve světě se přeci nedějí jen špatné, ale i dobré věci. SJ výrazně pomáhá napravovat mediální obraz světa, kde převládá to negativní.

**Může podle vás SJ pomoci zvyšovat důvěru v média/žurnalistiku/novináře?**



Může, protože lidi často právě negativní obraz světa formovaný médii unavuje a odrazuje. Ale jen za předpokladu, že novináři budou k SJ přistupovat odpovědně a dodržovat základní pravidla SJ. Pokud by novinář nedokázal odfiltrovat od funkčních řešení ta, která nabízejí například PR agentury, mohlo by to naopak tento fenomén v očích veřejnosti zdiskreditovat.

**Měly by podle vás mediální domy a jednotlivé redakce do SJ více investovat (financí, prostoru, času)? Proč?**

Můj osobní názor je, že by měly. A to z důvodů, které jsem uvedl výše.

**Jakou má podle vás SJ budoucnost v České republice?**

Předně chci říct, že SJ podle mě není něco, co by mělo nahradit stávající žurnalistické proudy. Potřebujeme investigativní, datovou a další žurnalistiku, abychom odhalovali a analyzovali problémy. SJ by podle mě měla fungovat paralelně a všechny tyto proudy se mohou vhodně doplňovat.

**Je to na základě vašich zkušeností vhodný formát pro české publikum?**

Ano, zaznamenal jsem veskrze pozitivní reakce a chci v SJ pokračovat.