

**FILOZOFICKÁ FAKULTA UNIVERZITY PALACKÉHO
V OLOMOUCI
KATEDRA SLAVISTIKY**

**MEDIÁLNÍ OBRAZ POLÁKŮ V ČESKÉ PUBLICISTICE
THE IMAGE OF THE POLES IN CZECH JOURNALISM**

VYPRACOVAL: Radek Menšík

VEDOUCÍ PRÁCE: doc. PhDr. Ivana Dobrotová, Ph.D.

2014

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci „**Mediální obraz Poláků v české publicistice**“
vypracoval samostatně a uvedl jsem všechny použité prameny.

V Olomouci 23. 7. 2014

Rád bych poděkoval doc. PhDr. Ivaně Dobrotové, Ph.D., za poskytnutí užitečných rad, připomínek a odborných znalostí. Dále děkuji za plnou podporu své rodině a přátelům po celou dobu studia.

OBSAH

ÚVOD	1
1. TEORETICKÁ ČÁST	3
1.1 Vznik a vývoj masových médií	3
1.2 Internetová publicistika	5
1.3 Seriózní publicistika	7
1.4 Bulvární publicistika	8
1.5 Internet jako informační zdroj	9
1.5.1 Volně přístupné zdroje	10
1.5.2 Rizika internetových zdrojů	10
1.6 Vliv médií na společnost	12
2. PRAKTICKÁ ČÁST.....	13
2.1 Stanovení výzkumného vzorku	13
2.1.1 Počet článků spojených s Polskem na jednotlivých serverech za rok 2013.....	14
2.1.2 Porovnání počtu článků v jednotlivých tematických kategoriích	14
2.1.2.1. Procentuální rozdělení tematických kategorií serveru ČTK	15
2.1.2.2 Procentuální rozdělení tematických kategorií serveru Aktuálně.cz	15
2.1.2.3 Procentuální rozdělení tematických kategorií serveru iDnes.cz.....	16
2.1.3 Počet článků zabývajících se vztahy mezi Českem a Polskem	17
2.1.4 Procentuální zastoupení článků v souvislosti s Polskem v rubrice Zahraničí na serveru ČTK.....	18
2.1.5 Procentuální zastoupení článků v souvislosti s Polskem v rubrice zahraničí na serveru Aktuálně.cz.....	18
2.1.6 Procentuální zastoupení článků v souvislosti s Polskem v rubrice zahraničí na serveru iDnes.cz	19
2.1.7 Počet pozitivních a negativních článků v tematické kategorii Potraviny	20
2.2 Analýza tematické kategorie Potraviny.....	22
2.2.1 Případ první: Fenylbutozol v koňském mase dovezeném z Polska.....	22
2.2.2 Případ druhý: Shnilé uzeniny	26

2.2.3 Příklad třetí: Antibiotika v mase	30
2.2.4 Příklad čtvrtý: Zlepšování pověsti polských potravin	35
2.2.5 Příklad pátý: Jedovaté žampiony	38
2.2.6 Příklad šestý: Jed v sušenkách	40
ZÁVĚR	43
Anotace	46
Abstrakt	47
Abstract	47
Resumé	48
SEZNAM PRAMENŮ A LITERATURY	49

ÚVOD

Média jsou mocným nástrojem dnešní moderní doby. Jsou všude kolem nás a každý den oslovují a ovlivňují miliony lidí po celém světě. V práci, ve škole nebo doma se neustále setkáváme s tištěnými periodiky, rozhlasovým, televizním či internetovým zpravodajstvím. Tato média nás zahlcují informacemi a my, ať už chceme nebo ne, jsme se s nimi naučili žít a částečně jsme je nechali prostoupit naše životy.

Ve své bakalářské práci se zaměřuji na mediální obraz Poláků v české publicistice, konkrétně v prostředí internetového zpravodajství, a na to, jakým způsobem a pomocí jakých prostředků je tento mediální obraz utvářen. Média nám totiž ne vždy předkládají pravdivé informace a při detailnějším zkoumání jednotlivých článků z různých rubrik a odvětví můžeme vyzorovat to, čeho si běžný čtenář nevšimne, například generalizaci a stereotypizaci. V této práci také poukážu na některé disproporce, na které jsem při podrobnější analýze článků narazil.

Cílem mé práce je shromáždit všechny články týkající se Polska ze tří hlavních internetových portálů, a to konkrétně z webu ČTK, Aktuálně.cz a iDnes.cz za loňský rok, a následně je analyzovat. Výstupem analýzy budou rozbory, srovnání a grafy zohledňující různá kritéria. Hlavní téma, které budu sledovat, je v poslední době hojně diskutované téma polských potravin. Zde se zaměřím nejen na analýzu článků ze seriózních portálů, ale i těch bulvárních.

V teoretické části se budu opírat o zdroje informací zabývající se internetovou publicistikou, která je pro tuto práci stěžejní. Popíšu zde základní schéma rozdělení médií na seriózní a bulvární, dále i rizika spojená s internetovými zdroji a jejich užitím. Věnovat se budu i popisu vlivů médií na jedince a společnost celkově.

Praktická část mé práce je zaměřena na statistickou analýzu a popis vybraných článků a médií. Zdrojem pro výzkum a analýzu se staly archivy tří vybraných seriózních zpravodajských portálů (ČTK, Aktuálně.cz, iDnes.cz) a články na téma Polsko za rok 2013. Cílem analýzy těchto článků je zjistit, jaké množství jich prezentovalo Polsko a kolik prostoru je Polsku v médiích věnováno obecně. Toto se pokusím doložit pomocí grafů. Nejvíce mě bude zajímat tematická kategorie Potravin, u které se budu snažit zjistit, jestli zprávy informačních portálů vyznívaly spíše pozitivně nebo negativně.

Ve druhé části praktického výzkumu se u zmíněné kategorie Potraviny pokusím ukázat na rozdíly v jednotlivých člancích při porovnání výše zmíněných seriózních informačních portálů s těmi bulvárními. Ze srovnání se následně pokusím vyvodit, které z nich jsou pro nás důvěryhodnějším zdrojem informací. V závěru se na základě všech provedených analýz pokusím představit mediální obraz Polska a Poláků v české publicistice a okomentovat jej.

Ve své práci se budu opírat zejména o publikace V. Bednáře *Internetová publicistika*, J. Dubského, L. Urbana a K. Murdzy *Masová komunikace a veřejné mínění*, J. Jiráka a B. Köpplové *Média a společnost* a D. Mc Quaila *Úvod do teorie masové komunikace*. Nápomocná mi byla i kniha *Postavení Médii v České společnosti a v Evropské Unii* od kolektivu autorů Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze.

Důvodem, který mě vedl k rozhodnutí věnovat se tomuto tématu, byla skutečnost, že studuji obor polské filologie a zároveň se zajímám o média a internet obecně. Práce s internetem mě moc baví a jsem s ním ve styku téměř každý den. Dalším důvodem byl fakt, že se v několika posledních letech v českých médiích objevilo ve spojitosti s Polskem mnoho negativních zpráv, zejména se jednalo o události spojené s dovozem nekvalitních potravin. Svou bakalářskou prací bych tedy rád alespoň částečně přispěl ke zlepšení mediálního obrazu Polska v českém prostředí.

1. TEORETICKÁ ČÁST

V této části své práce se budu stručně zabývat médii obecně, jejich vzniku, vývoji a vlivu na jednotlivce i na společnost. Zvláštní pozornost pak budu věnovat internetovým médiím a Internetu vůbec, jakožto důležitému informačnímu zdroji, který nám může být v každodenním životě nápomocen, zároveň nám ale klade nástrahy, kterých si musíme být při práci s ním vědomi. V teoretické části se tedy zevrubně zabývám internetovou, neboli webovou publicistikou, její historií a základnímu dělení.

1.1 Vznik a vývoj masových médií

Jak se dočteme v knize *Masová komunikace a veřejné mínění*, rozvoj masových médií je zmapován od jejich samého počátku až do současnosti. Média nám slouží nám jako další prostředek přenosu informací. Za zásadní mezník v historii přenosu dat můžeme považovat vynález knihtisku, tedy mechanického rozmnožování textu pomocí vytvořené identické kopie, který v 15. století vynalezl Johann Gutenberg. Tento jeho vynález otevřel cestu pro rozšíření tištěného materiálu a informací. Postupem času, konkrétně na počátku 20. století, k šíření informací začal sloužit také rozhlas a rádiové vysílání. Trvalo však ještě několik desítek let, než se stal běžnou součástí každé domácnosti (srov. L. Urban, J. Dubský, K. Murdza 2009, s. 35-37).

Ještě mnohem později, v polovině 20. století, se k těmto médiím připojila také televize, nejdříve černobílá, později i barevná. Za nejvýznamnější médium dnešní doby však lze bezesporu pokládat Internet, který se masově rozšířil v průběhu 90. let. O Internetu můžeme s určitostí konstatovat, že předčil všechny své předchůdce. S jeho zrodem souvisí samozřejmě vznik a rozvoj počítačové techniky a počítačových sítí, které mezi sebou mohly komunikovat. Nejvýraznějším impulzem pro rozvoj kybernetiky a možností komunikace se stala Studená válka (1947-1991) mezi SSSR a USA. Síťová komunikace, základní idea internetu, jakožto první necentralizované řešení přenosu dat, zde sehrála významnou roli. Pojem „internet“ jako název pro počítačovou síť vznikl již v počátcích zmíněného mocenského konfliktu. O Internetu v podobě, v jaké ho známe dnes, můžeme ale mluvit až od 80. let 20. století (srov. D. McQuail 2009, s. 51-52).

„V souvislosti s objevením nových médií lze internet (jako celosvětovou síť) považovat za samostatné a velmi rozšířené médium. Ve svých počátcích sloužil jako nekonečný prostředek pro sdílení dat a komunikaci mezi vzdělanými odborníky, ale

nedávný rychlý rozvoj internetu nastal zejména díky jeho potenciálu zprostředkovat dodávky zboží a mnoho ziskových služeb; stal se alternativním způsobem mezilidské komunikace.“ (D. McQuail 2009, s. 51-52)

1.2 Internetová publicistika

V předchozí kapitole jsem se stručně věnoval vzniku a rozvoji masových médií, v té následující se budu blíže zabývat internetovou, tedy webovou publicistikou, její historií a typickými znaky. Prezentovat však budu pouze ty nejdůležitější pro účely této práce.

Za počátky internetové publicistiky je podle autorů již zmiňované práce *Masová komunikace a veřejné mínění* považováno období minulého desetiletí. Od té doby získala internetová média na popularitě a důležitosti v každodenním životě milionů lidí na celém světě. V současné době je Internet prostředkem přenosu informací, který zahrnuje všechny znaky svých předchůdců (tisk, rozhlas, televize), ale na zároveň přináší stále něco nového (srov. J. Dubský, L. Urban, K. Murdza 2009, s. 37).

Podle Vojtěcha Bednáře, autora knihy *Internetová publicistika*, mezi základní znaky webové publicistiky patří:

- **Webová publicistika je publicistikou v reálném čase**

I internetová publicistika je ohraničena různými uzávěrkami. Vytváření obsahu publikovaného na profesionálních zpravodajských stránkách vypadá spíše jako práce v televizním studiu než u novin, práce s informacemi probíhá v reálném čase a publikováním článku nekončí, ale pokračuje dále jeho aktualizacemi. Tato práce je velmi náročná a nenabízí mnoho prostoru pro chyby a času na odpočinek (srov. V. Bednář 2011, s. 13).

- **Interaktivnost internetové publicistiky**

Každý čtenář je součástí multimediálního světa, pročez se mu dostává prostoru na zpětnou vazbu. Čtenáři mohou svou aktivitou zasáhnout do publikovaného obsahu, dokonce jej i částečně ovlivňovat a tvořit. Interaktivita je velice důležitou vlastností všech serverů, které chtějí ve tvrdé konkurenci na webu uspět, některé portály interaktivitu kompenzují vysoce atraktivním obsahem (srov. V. Bednář 2011, s. 13).

- **Bezprostřední srovnání s konkurencí**

Pro čtenáře je tato vlastnost velice vítaná. Na webových stránkách se nachází velké množství informací, velké množství zpravodajských serverů vybízí ke sledování několika informačních portálů současně, což například televize nebo

rozhlas do velké míry neumožňují. Pro uživatele je to uživatelsky atraktivní; radost z toho ale nemají některé portály, v jejichž řeči je mnoho uživatelů označováno za „nevěrné zákazníky“ (srov. V. Bednář 2011, s. 13).

- **Společně na jednom místě**

Moderní internetová publicistika si nevystačí jen s jedním konkrétním typem obsahu. Text bývá často kombinován s videem, zvukem či například interaktivními prvky (ankety, diskuze). Dnes už si internetová média nevystačí pouze s textem, čtenáři jsou mnohem náročnější, a aby média uspokojila přání svých čtenářů, musela se naučit vytvářet a pracovat s různými druhy formátů a obsahů, které se ve většině případů kombinují (srov. V. Bednář 2011, s. 13).

V předchozích bodech jsem uvedl několik rysů webové publicistiky, které nám dokazují, jak užitečnou, ale zároveň velmi náročnou může publicistika na Internetu být. Tyto rysy budou následně důležité pro mou analytickou práci v následující části textu.

1.3 Seriózní publicistika

Za současnou podobu publicistiky v mnohém vděčíme buržoazním listům, které se objevily koncem 19. století a z historického hlediska sehrály velice důležitou roli. „Období „vyšší buržoazie“ v historii tisku, tedy přibližně od roku 1850 do konce 19. století, bylo ovlivněno několika událostmi a okolnostmi: vítězstvím liberalismu a neexistencí či zrušením přímé cenzury a finančních omezení, dále nástupem progresivní kapitalistické třídy a několika nových profesí a konečně mnoha společnými a technologickými změnami, jež podpořily vznik a vývoj národního či regionálního tisku a vedly k vysoké úrovni kvality informací“ (D. McQuail 2009, s. 42).

McQuail dále ve své knize *Úvod do teorie masové komunikace* uvádí základní rysy seriózní publicistiky, které se utvářely a formovaly ve výše zmíněné době. Patří mezi ně formální nezávislost publicistiky na státu a jiných organizacích uznání tisku jako významné instituce politického a společenského života, vyvinutí smyslu pro společenskou a etickou odpovědnost a vývoj novinářské profese. Ve většině zemí po celém světě stále existují a fungují média, která se těmito tradicemi řídí. Některá z nich podstatně ovlivňují nároky a očekávání, jež jsou spojovány se seriózní publicistikou, a mohou nám tak poskytnout podklady pro kritiku publicistiky, která se od ideálu seriózní publicistiky liší svým bulvárním nádechem (D. McQuail 2009, s. 42).

1.4 Bulvární publicistika

„Poslední hlavní typ medií existuje přibližně sto let, aniž by výrazněji změnil svou podstatu. Jedná se o skutečně „masový“ tisk, který vznikl proto, aby jej kupovali měštští dělničtí obyvatelé a aby jej četli prakticky všichni.“ (D. McQuail 2009, s. 42). Prioritou vydavatelů bulvárního tisku byl především byznys. Tomu se dařilo převážně díky technologickému rozvoji, rostoucí gramotnosti, nízké ceně těchto novin a vysokým výtěžkům z reklamy. Lze říct, že bulvární publicistika se vždy zabývala dramaticky prezentovanými osudy takzvaně obyčejných lidí, se záměrem vyvolat senzaci. Zpracovávala také témata válečná, psalo se zde o krizi a jejích dopadech, slavných osobnostech a jejich skandálech, o různých druzích katastrof, o zločinech a dalších senzačních událostech. Politice se tento typ novin zprvu vyhýbal, ale paradoxně často sehrál v politice klíčovou roli při častém propojení zločinu a politiky nebo při milostných aférách politiků (srov. D. McQuail 2009, s. 43).

„Díky typickému formátu těchto novin se pro ně a pro jejich obsah vžil termín „bulvární“; často se používá také výraz „bulvarizace“, tedy směřování k senzačnějšímu, jednoduššímu a neodpovědnému obsahu.“ (D. McQuail 2009, s. 43)

Dalším druhem novin, který se ve světě těší obrovské popularitě, je regionální nebo místní tisk. Existuje mnoho druhů jednotlivých periodik, nelze je proto s určitostí zařadit pouze do jednoho konkrétního typu představeného výše, protože v sobě mísí prvky seriózního zpravodajství i bulvárního hledání senzace v regionech či z blízkého okolí čtenáře.

Tisk můžeme tedy primárně rozlišovat podle typu na seriózní nebo bulvární, denní nebo týdenní, nízkorozpočtový či vysokorozpočtový, zpravidla vždy se ale řídí stejnými zásadami: soubor zpravodajských hodnot, které jsou důležitou součástí pro čtenáře, konsenzuální přístup založený na existenci dvou stran a závislost na podpoře místních inzerentů (srov. D. McQuail 2009, s. 42-43)

1.5 Internet jako informační zdroj

Možnosti informačních zdrojů na Internetu můžeme považovat za obrovské a téměř neomezené. V dobách „předInternetových“ se jednalo o práci se shromažďováním dat a jejich následným zpracováním. Za dobrého novináře byl tedy považován ten, který dokázal získat největší množství informací. Poté, co do našich životů vstoupil Internet, se náplň profese žurnalistů změnila – nyní se jedná převážně o práci s mnoha snadno dosažitelnými zdroji s cílem poskytnout čtenáři ucelenou a smysluplnou zprávu. V celé kapitole 1.5 se budu čerpat z práce *Postavení médií v české společnosti a v Evropské unii*, a především o výzkum jednoho z jejích autorů (M. Šmída) a jeho kapitoly *Internet jako informační zdroj novináře* (2006, s. 109-115).

Z historického pohledu aplikované digitální technologie v počítačích ovlivňovaly žurnalistiku dlouho před nástupem Internetu a webových stránek s vyhledávači. Již koncem 80. let 20. stol. pracovali novináři technologicky vyspělých zemí s textovými editory; hojně využívané byly i různé archivy a databanky. Přestože ve zmíněné době byl Internet využíván jen malým procentem populace, již tehdy existovali novináři, kteří využívali soukromé servery nebo diskusní fóra k získání informací, potřebných pro svou práci.

Vzniklo tak postupně tzv. univerzální médium pro sdílení informací. Žurnalistika byla díky vzniku webu ovlivněna hned v několika směrech:

- publikační možnosti internetu zapříčinily vznik online internetové žurnalistiky, která žádným způsobem nebyla závislá na vydavatelských, tiskařských nebo distribučních institucích.
- Internet se v mnoha směrech stal neodmyslitelnou součástí každodenní práce žurnalistů. Nejenže umožnil rozšíření komunikační sítě mezi žurnalisty, ale také zajistil spojení mezi žurnalisty a redakcí. Zároveň žurnalista prostřednictvím diskuze mohl přímo pod publikovaným článkem komunikovat s jeho čtenáři.

Žádná z těchto možností by se nedala využívat bez naprogramovaných nástrojů, vyhledávačů, které nám umožňují zkoumat internetové kyberprostory, neustále aktualizované o obrovské nové informační databáze. Tyto nástroje nám pak při zadání téměř jakéhokoli hesla či dotazu odpoví miliony různých odkazů. V dnešní době je hlavním představitelem této oblasti společnost Google, jejíž produkty si pro jednoduché

ovládání a nabídku mnoha užitečných a osvědčených aplikací oblíbili uživatelé Internetu z celého světa.

1.5.1 Volně přístupné zdroje

Na začátku je důležité si uvědomit, že člověk, který umístí na internet jakékoliv volně dostupné informace, musí na tuto aktivitu vynaložit úsilí, čas a často i peníze. Proto je třeba uvažovat, že tím nejspíše sleduje nějaký konkrétní cíl. Nabízení volně přístupných informací tak nemusí mít vždy jen neutrální podtext, informace nabízené veřejně a zdarma jsou často cíleným nástrojem propagandy a sebepropagace. Autor jejich pomocí může realizovat svůj záměr a informace podle potřeby upravovat pro své potřeby. Tyto zdroje však mohou na první pohled vypadat zcela neškodně a věrohodně.

Někdy můžeme narazit na vlastníka informací, který pravdivé a hodnotné informace poskytuje zcela nezištně, a to z důvodu obohacení veřejnosti. Příkladem může být internetová encyklopedie Wikipedie, která je zdarma dostupná všem uživatelům Internetu. Ve většině případů bychom však měli počítat se skutečností, že poskytování těchto volně dostupných informací sleduje určitý účel, který následně ovlivňuje výběr publikovaných dat. Je proto důležité vždy zohledňovat přesnost, platnost a objektivitu informací na Internetu ve vztahu k autorům nebo organizacím tyto informace nabízející.

1.5.2 Rizika internetových zdrojů

Zjednodušený přístup ke snadněji získaným online informacím nemusí být vždy pro novinářskou praxi užitečný, pro mnoho novinářů je přesto tento způsob získávání informací lákadlem, jak si ulehčit práci. Stále menší počet novinářů využívá ke své práci knihy, archivy či zjišťování informací přímo v terénu, čímž a žurnalistka všeobecně trpí a ztrácí na své původní hodnotě.

Za odstrašující příklad nám zde může posloužit konání Jaysona Blaira, reportéra amerických novin The New York Times, který v roce 2003 ve svých článcích uváděl nepravdivá a fiktivní fakta, jež získal úpravou informací z jiných internetových zdrojů. Pro svou práci využíval databáze různých novinových organizací, ze kterých kradl informace. Smyšlené situace pro své články vytvářel sám pouze na základě fotografií a lidem vkládal do úst věty, které nikdy nevyslovili. Při tomto klamavém jednání mu napomáhaly především počítač a mobilní telefon.

Podobnému pokušení neodolal ani český novinář Petr Pravda, jenž působil v Iráku jako zvláštní zpravodaj. Pro svou práci využíval informace z kabelové televizní společnosti CNN bez uvedení zdroje, což se mu nakonec stalo osudným a byl pokárán.

Tyto dva příklady vybrané z novinářské praxe nám ukázaly, jak je snadné při neuváženém užívání dat z Internetu zaměnit pravdivé věrohodné informace za ty podvodné. Novináři by proto při své práci měli být ostražití a na informace tzv. online zdrojů se nespolehat, a to bez ohledu na jejich autory nebo původ dat.

1.6 Vliv médií na společnost

Pozornost věnovaná fungování médií, úsilí zákonodárců o regulaci mediální komunikace, snahy politicky angažovaných lidí o proniknutí do médií, úsilí lobbistů média ovlivnit (třeba jejich zakoupením), stejně tak jako nákup reklamních ploch a vysílacího času v televizi a rozhlasu, to vše je důkazem toho, jak významné postavení zaujímají média v dnešní společnosti a jak obrovský vliv mají na jednotlivce i celou společnost. Média ovlivňují postoje, chování i názory lidí, jejich cílem může být snaha rozšířit naše obzory, pomáhat nám, vzdělávat nás a v jistých situacích i částečně ovlivňovat naše životy, na druhou stranu ale také vyvolávat strach a vytvářet napětí (srov. J. Jiráček, B. Köpplová 2003, s. 151).

O tom, že jsou média důležitým prvkem spoluutvářejícím obzory společnosti i jednotlivých lidí, není pochyb, doposud ale neexistuje jednotný názor na to, čím přesně a jak nás média ovlivňují. Existuje totiž velké množství přístupů k jejich zkoumání a ty často narážejí na zjištění, že zkoumání médií nelze oddělit od zkoumání širšího společenského kontextu a dalších faktorů, které je třeba vzít v úvahu. Média totiž nejsou pouze uzavřeným, rychle se rozvíjejícím systémem, ale významnou a integrální součástí soudobé společnosti, a jak již bylo řečeno výše, ovlivňují její fungování. (srov. J. Jiráček, B. Köpplová 2003, s. 151).

Vždy je třeba se zamýšlet nad tím, co nám média sdělují, jak a proč, protože nekritický přístup k médiím a neověřování jimi sdělovaných informací nám může uškodit, zmanipulovat naše názory a náhled na svět. Toto budu sledovat i v praktické části své práce, kdy se zaměřím na mediální obraz Polska a jeho obyvatel v české internetové žurnalistice.

2. PRAKTICKÁ ČÁST

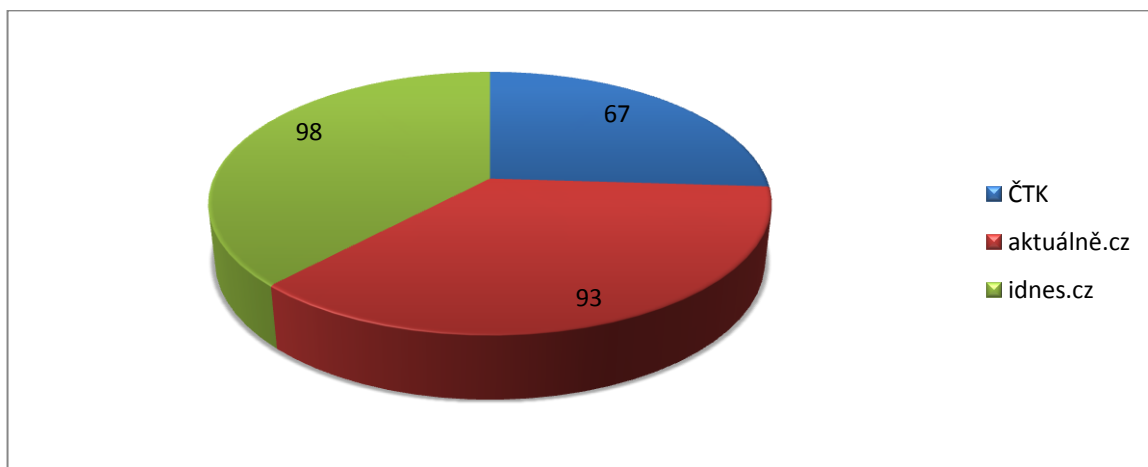
V první části praktického výzkumu se zaměřím na statistickou analýzu článků z vybraných informačních portálů, konkrétně serverů ČTK, Aktuálně.cz a iDnes.cz, které lze v kontextu české webové žurnalistiky považovat za seriózní. Zjišťovat budu, jaké množství článků věnovaných Polsku se na zmíněných serverech objevilo v roce 2013 a jakých témat se tyto články týkaly. K práci přikládám také statistické zpracování těchto údajů ve formě grafů.

Ve druhé části se budu zabývat detailnějším rozbohem článků věnovaných jednomu tématu. Ze všech možností, které se nabízely, jsem si nakonec vědomě vybral tu, která vzbuzovala a dodnes vzbuzuje ve společnosti velké emoce a zájem, a to potraviny. Ve sledovaném období totiž média věnovala velký prostor dovozu a kvalitě polských potravin, pravidelně a průběžně se objevovalo v různých podobách téměř ve všech denících, ty internetové nevyjímaje. Ke této analýze jsem si vybral články z roku 2013 publikované jak v seriózních, tak i bulvárních informačních portálech.

2.1 Stanovení výzkumného vzorku

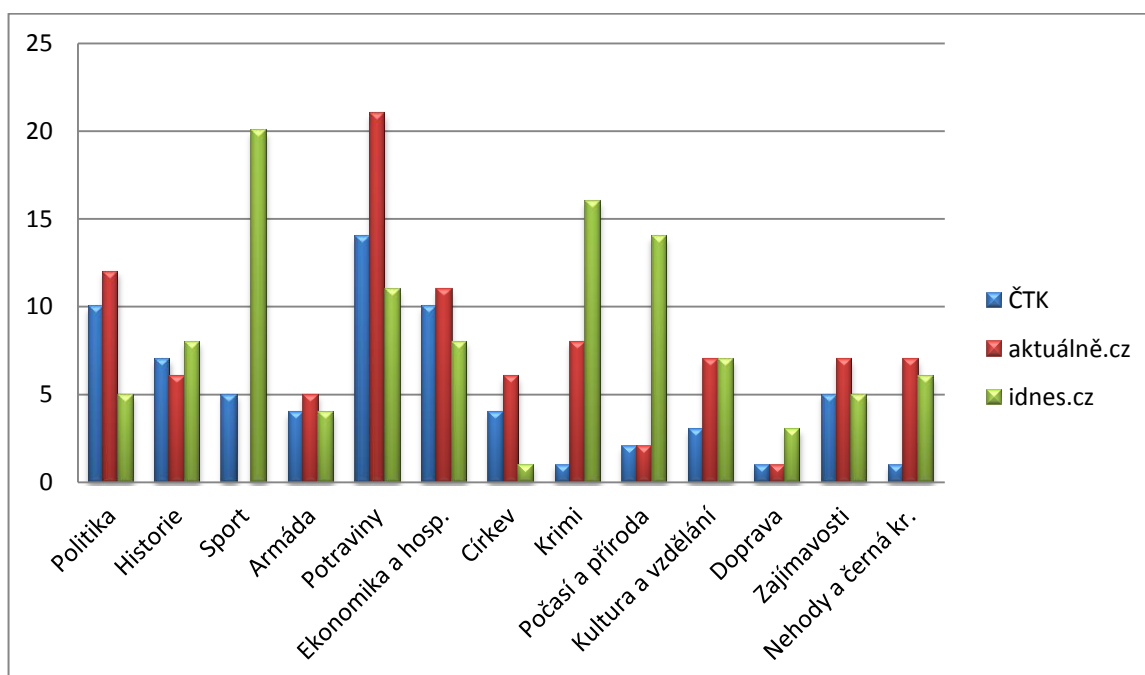
Předmětem mé analýzy se staly články z archivu významných informačních portálů, tedy ČTK, Aktuálně.cz či iDnes.cz. Tyto deníky patří mezi tzv. seriózní média, to znamená, že informace v nich uvedené by se měly zakládat na pravdě. Článků týkajících se Polska, které vyšly na zmíněných webech v roce 2013, jsem na portálu ČTK našel 67 a na internetových stránkách Aktuálně.cz 93. Nejvíce jsem jich našel na internetovém portálu iDnes.cz, z toho jsem vybral celkem 91 článků. Všechny shromážděné články jsem následně rozdělil do tabulek podle tematických kategorií. Tabulka se nachází v příloze této práce a zahrnuje také všechny odkazy na použité články. Tematické rozdělení v tabulkách jsem použil k analýzám, které následují v dalších kapitolách.

2.1.1 Počet článků spojených s Polskem na jednotlivých serverech za rok 2013

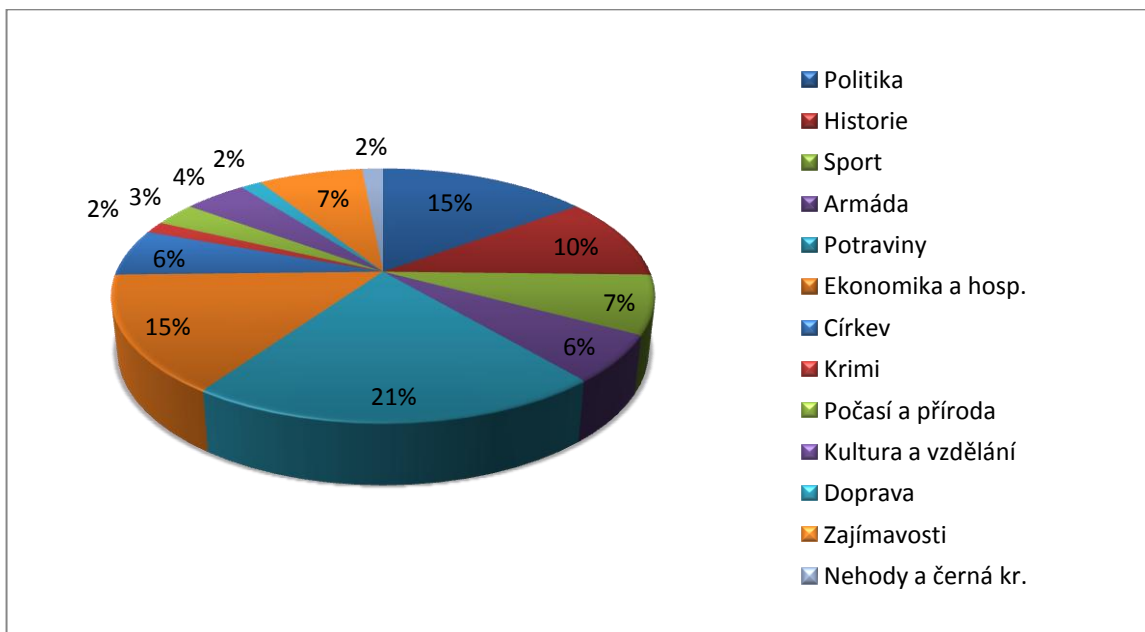


Na grafu č. 2.1.1 můžeme vidět poměr článků s tématem Polska na jednotlivých zpravodajských portálech. Z pouhého počtu článků však nemůžeme posoudit, zdali se jedná o články pozitivního nebo negativního rázu a z grafu č. 2.1.1 tedy nemůžeme vyvodit žádné konkrétní výsledky nebo hodnocení užitečné pro naši analýzu. . Podrobnější a průkaznější analýze se budeme věnovat v následujících grafech.

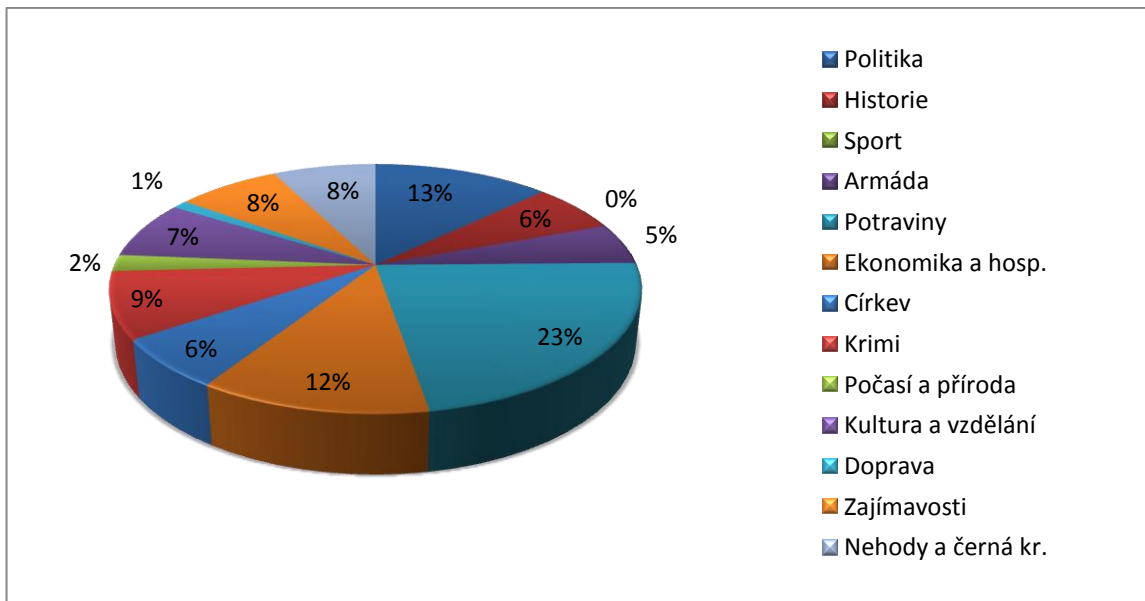
2.1.2 Porovnání počtu článků v jednotlivých tematických kategoriích



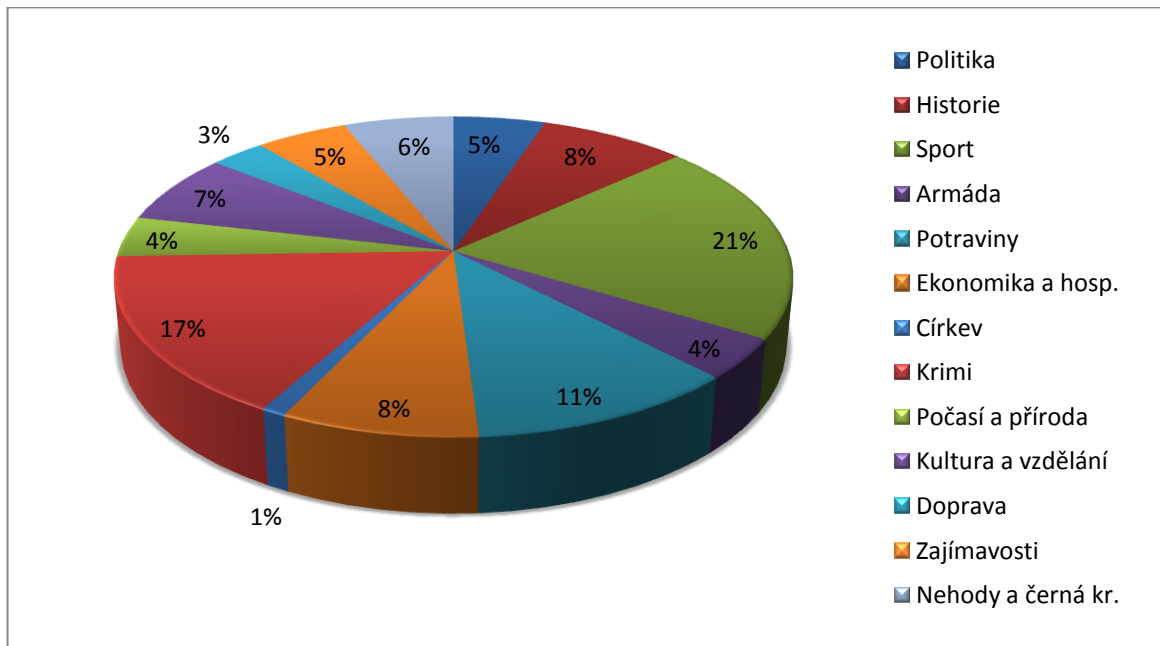
2.1.2.1. Procentuální rozdělení tematických kategorií serveru ČTK



2.1.2.2 Procentuální rozdělení tematických kategorií serveru Aktuálně.cz



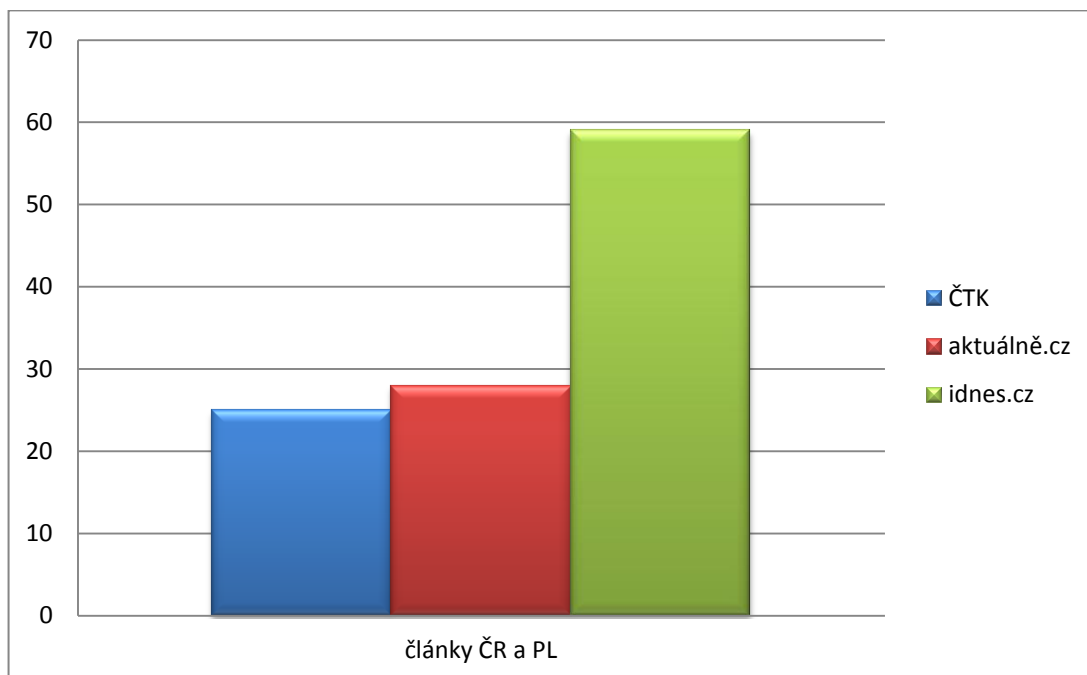
2.1.2.3 Procentuální rozdělení tematických kategorií serveru iDnes.cz



Z výše uvedených grafů 2.1.2.1 a 2.1.2.2 můžeme vypočítat, že hlavní tematické kategorie u prvních dvou analyzovaných zpravodajských serverů jsou téměř totožné. U serveru ČTK a u serveru Aktuálně.cz mají největší procentuální podíl články z tematické skupiny Potraviny (ČTK 21 %, Aktuálně.cz 23 %). Další významnou kategorií u obou výše zmiňovaných serverů, která dle počtu článků zaujímá druhé místo, je téma Politika (ČTK 15 %, Aktuálně.cz 13 %). Na třetím místě se pak nachází články týkající se tematické oblasti Ekonomiky a hospodářství (ČTK 15 %, Aktuálně.cz 12 %).

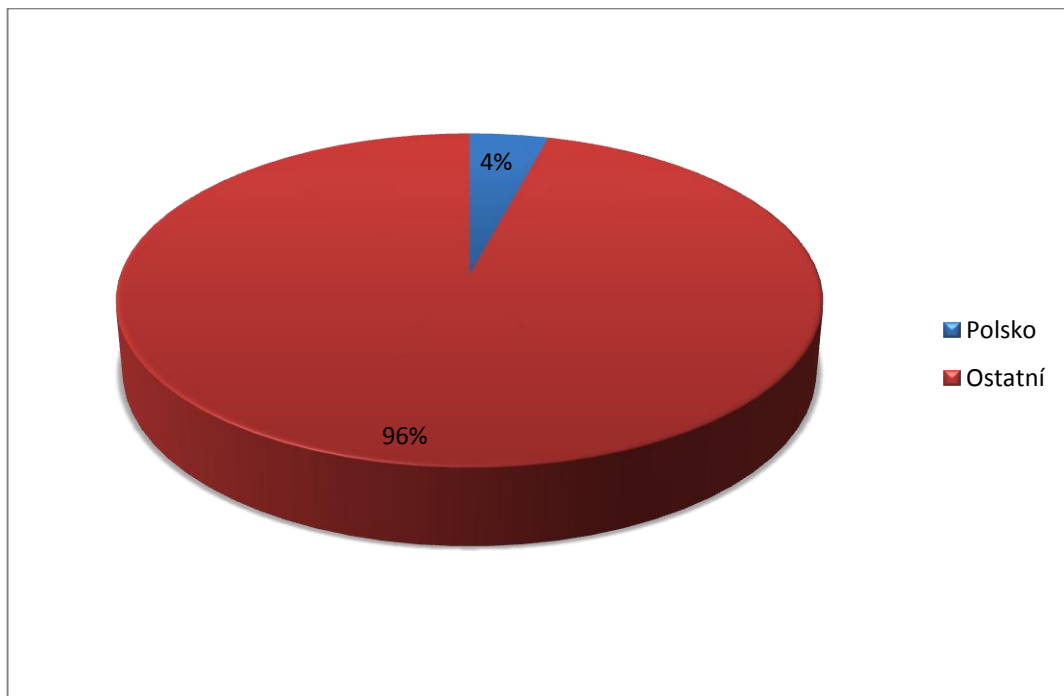
U analýzy grafů si nemůžeme nevšimnout, že graf č. 2.1.2.3, tedy graf procentuálního podílu tematických kategorií u webu iDnes.cz, se od grafů č. 2.1.2.1 a č. 2.1.2.2 v mnoha ohledech liší. Je zřejmé, že zpravodajský server iDnes.cz dává přednost jiným tematickým kategoriím, nejpočetněji je zde zastoupena skupina Sport s procentuálním podílem 21 % ze všech publikovaných článků. Na druhém místě nalezneme tematickou kategorii Krimi s podílem 17 % a dále s 11 % ze všech zveřejněných článků v roce 2013 zaujímá třetí místo pro nás nejzajímavější tematická kategorie Potraviny.

2.1.3 Počet článků zabývajících se vztahy mezi Českem a Polskem

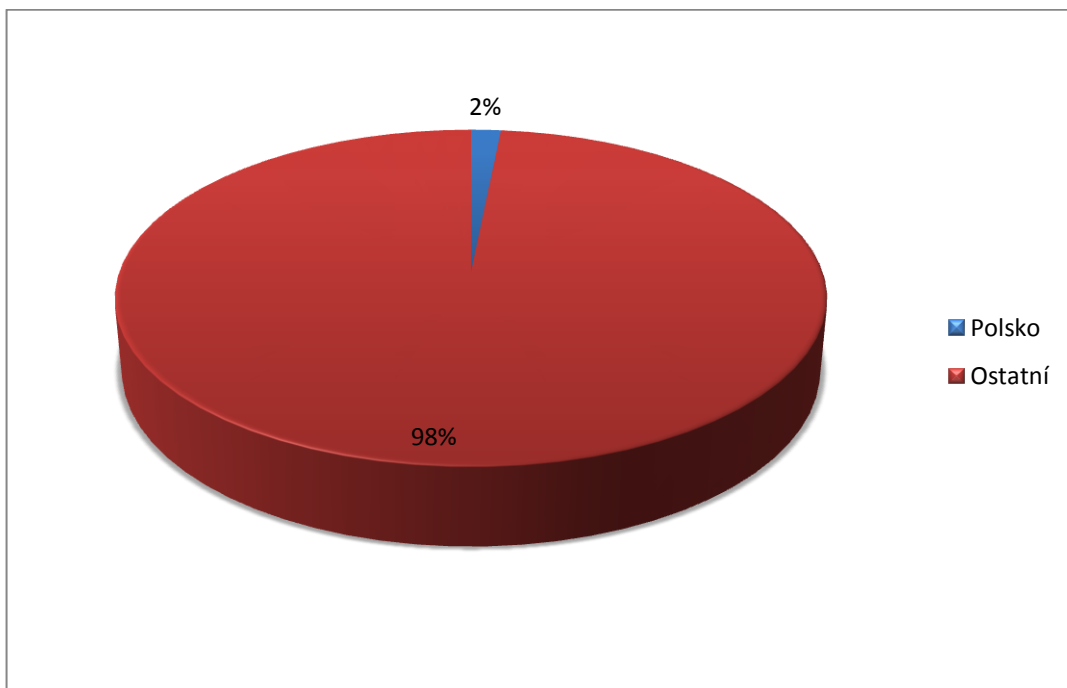


V grafu č. 2.1.3 jsem porovnal počty článků, které se v roce 2013 zabývaly vztahy mezi Českou republikou a Polskem na třech mnou analyzovaných serverech. Z grafu můžeme vyčíst, že ČTK a Aktuálně.cz publikovaly na toto téma oproti portálu iDnes.cz mnohem méně článků, na iDnes.cz se na toto téma objevilo téměř 60 článků, na druhých dvou webech pouze 25 (u ČTK), respektive 28 (u Aktuálně.cz), což je méně než polovina. Lze tedy říci, že největší zájem o vztahy s našim severním sousedem má te tří analyzovaných serverů právě portál iDnes.cz.

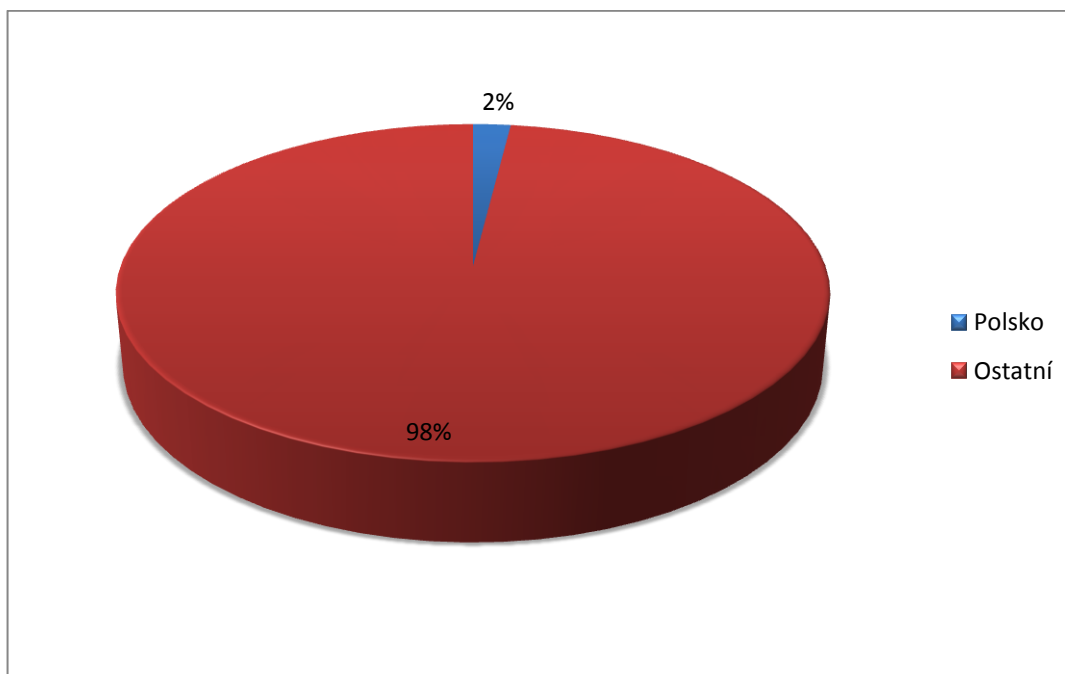
2.1.4 Procentuální zastoupení článků v souvislosti s Polskem v rubrice Zahraničí na serveru ČTK



2.1.5 Procentuální zastoupení článků v souvislosti s Polskem v rubrice zahraničí na serveru Aktuálně.cz

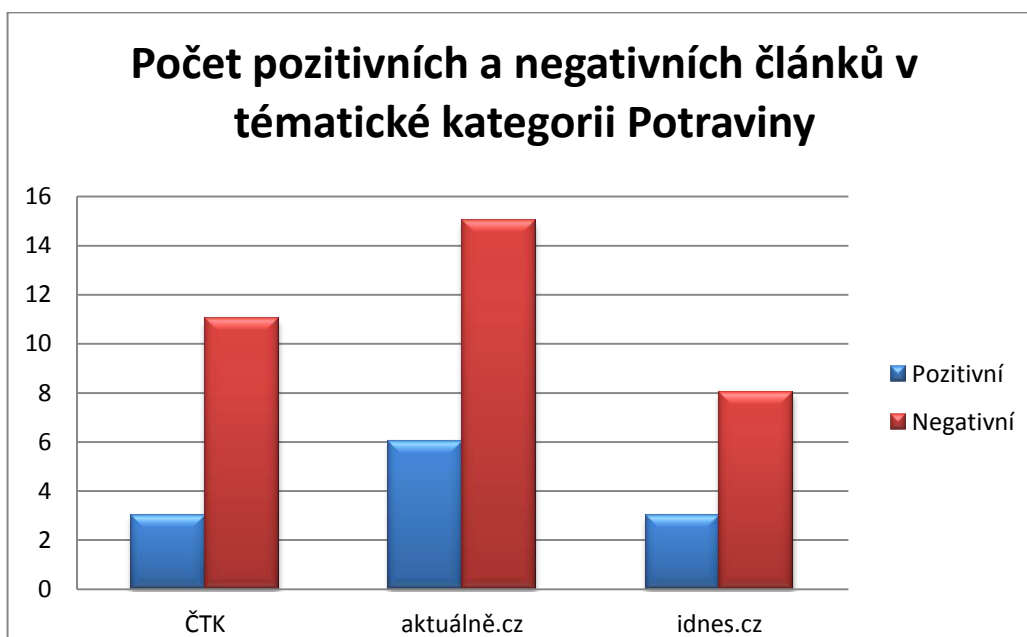


2.1.6 Procentuální zastoupení článků v souvislosti s Polskem v rubrice zahraničí na serveru iDnes.cz



Grafy č. 2.1.5 č. 2.1.6 a č. 2.1.7 ukazují procentuální zastoupení článků souvisejících s Polskem v rubrice Zahraničí v roce 2013. Množství těchto článků se téměř shoduje na všech třech námi zkoumaných zpravodajských serverech a ve všech třech případech se jedná o zanedbatelné procento článků. Nejvíce se našemu severnímu sousedovi ve své zahraniční rubrice věnuje zpravodajský portál ČTK, kde procentuální podíl článků v rubrice Zahraničí jsou čtyři procenta, zpravodajský portál Aktuálně.cz i iDnes.cz dosáhly shodného procentuálního podílu, a to dvou procent. Z výsledků této dílčí analýzy můžeme vypozařovat, že Polsko jako téma zahraničního zpravodajství není pro čtenáře příliš zajímavé, proto zastupuje pouze malou část z jeho celkového objemu.

2.1.7 Počet pozitivních a negativních článků v tematické kategorii Potraviny



V grafu č. 2.1.4 se zaměřím na články z tematické oblasti Potraviny, přesněji na to, jak s nimi nakládaly ve svých člancích analyzované zpravodajské severy. Jak jsem již zmínil, v roce 2013 bylo toto téma velice aktuální, velmi často se objevovaly zprávy o tom, že polští obchodníci nedodávají na trh České republiky nejčerstvější a nejkvalitnější potraviny. Ať už to byla kauza s posypovou solí v brambůrcích nebo zvýšené množství antibiotik v kuřecím mase. Podrobnější analýze se budu věnovat v další části praktického výzkumu.

V této kapitole bych rád poukázal na proporce mezi počtem pozitivních a negativních článků o Polsku. Každý námi analyzovaný zpravodajský deník má poměr kladných a záporných sdělení na toto téma odlišný, ve všech případech však mají převahu články s negativním vyzněním. V této souvislosti je třeba upozornit na to, že negativní článek většinou zaujme čtenáře více než ten pozitivní, z počtu negativních článků na jednotlivých portálech lze vyčíst záměrnou a cílenou strategii orientovanou na čtenáře.

Z výše uvedeného grafu vyplývá, že v počtu jak všech, tak i negativních zpráv dominuje zpravodajský server Aktuálně.cz, kde z celkového počtu 21 publikovaných patnáct vyznívá negativně a pouze šest pozitivně. Na druhém místě se nachází zpravodajský server ČTK, kde z celkového počtu čtrnáct článků je jedenáct

negativního vyznění a jen tři vyznění pozitivního, Na zpravodajském portálu iDnes.cz jsem našel jedenáct článků celkem, osm negativně laděných a tři pozitivní. Jak již bylo řečeno, převažovaly články přinášející polským potravinám negativní publicitu. Ve všech případech byl podíl negativních článků vyšší než dvě třetiny z celkového počtu.

2.2 Analýza tematické kategorie Potraviny

Ve druhé části praktického výzkumu se podrobněji zaměřím na články, které se v roce 2013 na internetových zpravodajských portálech objevily ve spojitosti s potravinami a Polskem. Jedná se o porovnání článků na seriózních informačních portálech (ČTK, iDnes.cz, Aktuálně.cz) s těmi na portálech bulvárních (Aha.cz, Blesk.cz).

2.2.1 Případ první: Fenylobutazol v koňském masě dovezeném z Polska



Obrázek č. 1: článek z portálu Blesk.cz

Zdroj: <http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/193968/dalsi-potravinarsky-skandal-maso-z-polska-obsahuje-zakazany-lek.html>

Z prvního článku (obrázek č. 1), který pochází z bulvárního plátku Blesk.cz, se dozvídáme o nález nepovolených látek v koňském masě, v perexu i dále v článku jsou především připomenuty dřívější kauzy. Je pouze a jen na nás, jakou váhu těmto informacím přikládáme a zda jsou pro nás věrohodné či ne. Blesk.cz je bulvární portál, který ne vždy čtenáři předkládá věrohodná fakta z ověřených zdrojů. Velmi často se jedná pouze o zavádějící polopravdy zveličené vhodně zvolenými jazykovými prostředky.

Již v titulku se objevuje údaj o kontinuitě, příslušnosti k sérii událostí – *Další potravinový skandál*. Hned v první větě dočteme další agresivní sdělení: *Na český trh se dostávají opravdu skandální potraviny z Polska*. Zde si můžeme všimnout především

slovesa „dostávají“, které se zde nachází v přítomném čase a čtenáře zbytečně podněcuje k tomu, aby si předpokládal, že jde o stále trvající proces a že všechny potraviny a výrobky putující z Polska do České republiky jsou nekvalitní nebo závadné. Další užití slovo „skandální“ má v běžně mluveném jazyce jinou konotaci a je zde z hlediska jazykovědného užití naprosto nevhodně. Cílem takového spojení je vyvolat emoce, zájem a především pohoršení.

Dále se dočteme o *namletých zdechlinách*. Toto slovní spojení hraničí s vulgárním označením a postrádá objektivní informační náboj. Autor čtenáři sugeruje, že jíme maso ze „zdechlých“, a tudíž hygienicky nevhodných surovin, které mohou být dokonce i zdravotně závadné. Na konci perexu si všimněme také otázky: *Co přijde příště?* Redakce Blesku nejspíše předpokládá a čtenáři sugeruje další klopýtnutí polské strany a nenápadně tím vyzývá čtenáře k náležitě opatrnosti a ostražitosti ve vztahu k polským výrobkům.

V textu je několikrát zmíněn zakázaný lék, na jehož přítomnosti v koňském mase je celý článek postavený. Ovšem zde je třeba říct, že bulvární portál Blesk.cz označuje analgetikum fenylobutazon za *zakázaný lék* klamavě. Lék se totiž v současnosti běžně užívá pro léčbu koní a psů, ačkoli je pravda, že nesmí být podáván zvířatům určeným k výrobě potravin. Dalším faktem je, že lék s obsahem fenylobutazonu se zprvu používal i v běžné medicíně pro léčbu revmatických onemocnění, kvůli množství vedlejších účinků byl však zhruba před dvaceti lety jako součást lidských léčiv zakázán. Pojmenování fenylobutazonu *zakázaným lékem* může vyvolat ve čtenáři zbytečné obavy o své zdraví nebo dokonce hysterii (srov. www.bezpecnostpotravin.cz). V závěru článku narazíme mimo jiné na informaci upozorňující na skutečnost, že se nejedná o první skandál. Vyjmenovány jsou následně další problémy, které se u polských potravin už objevily. Tyto informace ve velké míře mohou poškozovat a určitě i poškozují výrobky pocházející z Polska, protože jak jistě všichni víme, negativní informace se šíří mnohem rychleji než ty pozitivní.

Velmi důležitým faktorem je také vizuální doprovod k textu, který čtenáři evokuje chemickou laboratoř, ve které se míchá „kdeco“, čtenář navíc cítí a ví, že chemie do potravin nepatří. Promyšlenou kompozici ilustračního obrázku doplňuje pohled na gumové rukavice chránící ruce před přenosem bakterií či poškozením (poleptání, popálení), což v souvislosti s článkem o mase nemůže znamenat nic dobrého.

V koňském mase z Polska našli Češi zakázaný lék

2. dubna 2013 16:42    

Koňské výsekové maso, které nakoupilo řeznictví v Moravskoslezském kraji v Polsku, obsahovalo zakázaný lék na tlášení bolesti fenylbutazon. Zjistila to Státní veterinární správa, která informovala polskou stranu a nyní došetřuje distribuci masa.



Koň. Ilustrační snímek | foto: Profimedia.cz

Fenylbutazon je analgetikum, tedy lék na tlášení bolesti. Jeho přítomnost v masu určeném k požití, je zakázána, protože má negativní vliv na květovortbu. Lék se podává dostihovým koním.

"Ve Státním veterinárním ústavu v Jihlavě byla při vyšetření prokázána přítomnost reziduí fenylbutazonu v koňském výsekovém masu původem z Polska, které bylo odebráno v řeznictví v Moravskoslezském kraji. Nyní se došetřuje distribuce masa, následně Státní veterinární správa odešle informaci polským kolegům prostřednictvím evropského systému rychlého varování RASFF," upozornil mluvčí veterinární správy Josef Dübem.

Veterinární správa na problém narazila při velkých kontrolách masa v rámci akce, kterou vyhlásila Evropská komise. V březnu správa odebrala 112 vzorků různých vj robků, z toho 104 testovala na přítomnost koňské DNA a 8 vzorků na přítomnost reziduí zakázaného léku fenylbutazon. Koňská byla prokázána ve třech případech vj robků ze zahraničí.

Reklama

CZC.CZ
počítače a elektronika


#ukazvybavicku

Už seš vřavený do školy?

HP DeskJet Ink Advantage 6525, 5525



3v1 | Technologie e-print | USB 2.0 + WiFi

 Auto Porsche 911 GT2 RS v ceně 500 Kč + Fotopapír v hodnotě 250 Kč



od 2 799,-

To chci >>

Obrázek č. 2: článek z portálu iDnes.cz

Zdroj: http://ekonomika.idnes.cz/konske-maso-z-polska-obsahovalo-lek-fenylbutazon-f72-/ekonomika.aspx?c=A130402_165445_ekonomika_fih

Nyní analyzuji článek publikovaný na serveru iDnes.cz (obrázek č. 2), který se zabývá totožnou problematikou, obsahem fenylbutazolu v koňském mase dovezeném z Polska. Stejně jako v článku ze serveru Blesk.cz je zde fenylbutazol charakterizovaný jako zakázaný lék. Již u předchozího článku jsem uvedl, že se jedná pouze o polopravdu, kdy fenylbutazon je zakázáno podávat pouze zvířatům určeným k výrobě potravin, ale pro koně i jiná zvířata, která nejsou určena pro potravinovou výrobu, se stále používá. Je třeba podotknout, že v tomto článku je povoleno užití fenylbutazolu u dostihových koní zmíněno Grafický doprovod textu v podobě obrázku páru koní v přírodě působí uklidňujícím a přirozeným dojmem, který určitě nevyvolá ve čtenáři hysterii či paniku

z konzumace koňského masa polského původu. Stejně jako obrázek, i text nepůsobí na čtenáře sugestivně a agresivně, ale pouze informativním dojmem.

Oba zkoumané články se opírají o stejné téma, každý z nich ale odlišným způsobem. V článku Blesku.cz je poukázáno na všemožné další kauzy spojené s potravinami dováženými z Polska, ať už je to technická (posypová) sůl v uzeninách nebo koňské maso v lasagních. Text publikovaný na iDnes.cz celou dobu drží jedno téma, a to nalezení zakázaného léku v koňském mase.

V prvním článku si všimněme, že část textu je zvýrazněná užitím výrazného písma, což nás nepřímo upozorňuje na důležitost zvýrazněných sdělení, ve druhém článku se tato metoda upoutání čtenářovy pozornosti neobjevuje. Blesk.cz nás v textu zahrnuje negativními informacemi, které snižují hodnotu nebo dokonce devalvují polské výrobky vůbec, což u druhého textu nevidíme.

Je jasné, že článek Blesku.cz už svým nadpisem přiláká množství čtenářů - nadpis je tučný, viditelný a užívající agresivní rétoriku. Článek z portálu iDnes.cz s neutrálním nadpisem pravděpodobně naopak zapadne mezi každodenními zprávami z rubriky Ekonomika. Markantní rozdíl můžeme vidět i u obrázků, které jednotlivé redakce otiskly spolu s článkem. Obrázek Blesku.cz působí mnohem negativnějším a sugestivnějším dojmem než obrázek užitý u článku portálu iDnes.cz.

Závěrem komparace je tedy třeba říci, že i z porovnání pouhých dvou článků na stejné téma je na těchto dvou serverech patrný rozdílný přístup k faktům, čtenáři a publicistice vůbec.

2.2.2 Případ druhý: Shnilé uzeniny

V předcházející kapitole jsme se zaměřili na koňské maso, ve kterém byl objevený „zakázaný lék“. Nyní se budeme věnovat uzeninám s domnělým obsahem shnilého masa, které pocházelo z Polska. Zde se nejprve se detailněji podíváme na článek ze serveru Aha.cz a následně si rozebereme článek s podobnou tematikou z portálu Aktuálně.cz.



Obrázek č. 3: článek z portálu Aha.cz

Zdroj: <http://www.ahaonline.cz/clanek/musite-vedet/84891/pozor-na-polske-uzeniny-klobasy-se-vyrabely-ze-zdechlin.html>

V článku z bulvárního portálu Aha.cz nám už nadpis *Pozor na polské uzeniny: Klobásy se vyráběly ze zdechlin!* vyzrazuje vše, čeho se budou následující odstavce týkat. Obecně nadpis, ve kterém je užito vykřičníku, působí poutavě a navíc čtenáře přesvědčí o důležitosti samotného obsahu. V tomto případě se jedná o upozornění na uzeninu polského původu, která obsahovala část uhynulých zvířat a údajně dorazila na pulty našich obchodů.

Jak se můžeme dočíst v úvodu článku, redaktoři Aha.cz píší, že polský masokombinát *zřejmě* vyráběl klobásy z uhynulých a nemocných zvířat. Slovo *zřejmě* je ale v rozporu s tvrzením, že se jedná o ověřenou a pravdivou informaci. Dále v článku chybí jakýkoli důkaz o tom, že uhynulá zvířata byla nemocná. Tato informace je pravděpodobně nepravdivá, v nejlepším případě neúplná, přesto ve čtenářích může

podpořit nesprávný názor na polské uzeniny a jiné výrobky pocházející z Polska. Takový způsob předkládání a prezentace informací považuji za manipulativní a cílený. Dále se v článku dozvídáme, že na korbě nákladního vozu bylo nalezeno několik uhynulých zvířat. Ač se nám to nemusí líbit, jedná se o celkem běžný jev, ke kterému by ale rozhodně docházet nemělo. Zvířata většinou chybou přepravce, který nezajistí vhodné podmínky pro jejich přepravu, při zdlouhavé cestě nebo extrémním počasí cestou uhynou.

Následně článek zmiňuje nález *osmnácti tun podezřelého masa*, nikde ale není uvedeno, že maso prokazatelně bylo jakýmkoliv způsobem závadné. Na konci článku je vyjádření české veterinární správy o tom, že se u nás klobásy se shnilým masem *snad neprodávaly*, a že by se tato aféra *neměla týkat Česka*.

Závěrem tedy můžeme dodat, že většina informací v článku jsou pouhá nepodložená tvrzení, která se pohybují ve sféře hypotéz a fakty nepodložených informací. Grafický doprovod v podobě neutrální fotografie zaujme milovníky uzenin. Fotka zjevně nezávadných klobásek je v jasném rozporu s textem, který ho doprovází.

V Polsku zavřeli masokombinát. Zpracovával shnilé maso

8. 3. 2013 13:08

Produkce továrny směřovala do zemí Evropské unie



Ilustrační foto | Foto: Aktuálně.cz, Alexandre Melechovský

Varšava - Polská inspekce uzavřela závod na zpracování masa na severu země, který údajně přidával do svých výrobků shnilé maso. Na podezření upozornila polská televizní stanice TVN24. Továrna svou produkci prodávala do zemí Evropské unie.

Na záběrech byly vidět zkažené, nazelenalé párky. Ze slov anonymního dělníka, která záběry doprovázela, bylo zřejmé, že továrna zkažené párky přidává do nových výrobků. Jiný muž v reportáži uvádí, že tuny starého masa se do produkce přidávají každý měsíc, aby závod ušetřil.

Krzysztof Jazdzewski z polské veterinární zprávy dnes novinářům řekl, že závod bezprostředně po odvysílané reportáži navštívili inspektoři a provoz zavřeli. Podle webového serveru Gazeta pomorska šlo o masný závod Viola ve městě Lniano.

Obrázek č. 4: článek z portálu Aktuálně.cz

Zdroj: <http://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/svetova-ekonomika/v-polsku-zavreli-masokombinat-zpracovaval-shnile-maso/r~i:article:773467/>

Článek o zavření masokombinátu na obrázku č. 4 úzce souvisí s předchozím článkem na serveru Aha.cz, který informuje o klobásách s příměsí masa ze zdechlin. Nyní se budeme věnovat článku s podobným tématem v podání seriózního informačního portálu Aktuálně.cz.

Nejprve se zaměřím na nadpis, který graficky vypadá nenápadně, nebude nežádoucí konotace a v žádném případě nepůsobí agresivně, jeho role je pouze informativní. Nenalezneme zde vykřičníky a ani otazníky ani přemíru tučně zvýrazněného textu. Jak tomu bylo u předešlého článku z serveru Aha.cz.

V článku se dočteme, že polský závod na zpracování masa *údajně přidával* do svých výrobků shnilé maso, na tento problém upozornila polská televizní stanice TVN24. Zmíněné tvrzení není ničím potvrzeno, takže se lze jen domnívat, zdali je tato informace pravdivá či nikoliv. Na druhou stranu pracuje reportáž (i článek) se svědectvím anonymního dělníka, které reportáži doprovázejí záběry, na kterých *bylo zřejmé*, že továrna zkažené párky přidává do nových masných výrobků. Na základě tohoto svědectví můžeme považovat jak reportáž, tak i článek za užitečný a pravdivý.

Doprovodný obrázek vypovídá o nedůvěře českého spotřebitele k potravinám dovezeným od našich severních sousedů a upřednostňování domácích výrobků. V tomto kontextu jsou v obrázku použity konotace: polský znamená automaticky špatný, český naopak dobrý. Podobné konotace se objevily již několikrát, například v souvislosti s čínskými výrobky. V takovém kontextu se pak adjektivum „český“ stává ekvivalentem slova „dobrý“ a nabývá tak nového významu.

V těchto dvou námi hodnocených článcích opět můžeme nalézt rozdíly v přístupu k publikovaným informacím. U bulvárního serveru Aha.cz nalezneme nepodložené a neověřené informace, které se nemusejí shodovat se skutečností a mohou čtenáři sugerovat nepravdivé údaje o realitě. Článek vykazuje znaky hledání senzace, ať už se jedná o mnoho interpunkčních znamének v nadpisu, či velikost a zvýraznění jeho písma. Slova jako *snad* nebo *údajně* by však neměla ve čtenáři vzbuzovat rozrušení, protože nenaznačují použití pravdivých faktů, nýbrž pouze možnost. Článek ze serveru Aktuálně.cz nabízí podobné informace, avšak s tím rozdílem, že se opírá o videozáznamy z továrny a svědectvím jednoho z jejích dělníků. Tento článek dále sděluje svůj obsah bez zbytečných emocí a nadměrného užití expresivních výrazů.

Co se týče užitých ilustračních obrázků, tak bulvární server zveřejnil poměrně neutrální fotografii, která neevokuje nic pozitivního, ale ani negativního. Pouze naznačí obsah článku. Aktuálně.cz na druhou stranu překvapivě zvolil obrázek negativního vyznění. Vidíme na něm obchodníka, který se snaží přilákat zákazníky sloganem **ČESKÉ! NE POLSKÉ!** Slogan je doprovázen několika vykřičníky z každé strany.

Celkový pohled na oba články nám jednoznačně ukazuje, že bulvární server se snaží šířit negativní a fantaskní informace, a to většinou bez podkladů a důkazů. Účelem je přitáhnout pozornost čtenářů (a prodat se), ne jim poskytovat objektivní informace. Seriózní server Aktuálně.cz čtenáře informuje, volí neutrální tón sdělení, předkládá fakta,

kteřá se zakládají na očitém svědectví a kamerovém záznamu. Publikované informace tedy lze považovat za reálné.

2.2.3. Případ třetí: Antibiotika v mase

V následujících dvou článcích se zaměřím na srovnání článků na informačních serverech Blesk.cz a Aktuálně.cz, jež se zabývaly kauzou **spojenou s nadměrným množstvím antibiotik v kuřecím mase** původem z Polska, které bylo nalezeno v prodejnách na Slovensku.

Maso plné antibiotik už našli na Slovensku: Jsme na řadě?

Polsko otáčí: Nulová tolerance

Hlavní veterinární lékař v Polsku už ve spojitosti s informacemi o dopování zvířat antibiotiky podal na oznámení o podezření ze spáchání trestného činu. Zároveň informoval, že za poslední dva roky zrušil šest koncesí na vykonávání velkoobchodní činnosti s farmaceutickými veterinárními výrobky. Nechal také stáhnout 80 veterinárních farmaceutických výrobků, které nespĺňovaly požadavky farmaceutického práva.

Co na slovenský nález říkají Češi?

„Samozřejmě víme o tom, že se závadné maso na Slovensku objevilo,“ řekl Blesku Josef Duben ze Státní veterinární správy. Podle něj se u nás zatím nic podobného neodhálilo. „Pokud by kontroloři v mase okolí závadného našli, je naší povinností veřejnost informovat.“ uzavírá Duben.

Trojnásobek látek

Maso obsahovalo více než trojnásobek povoleného množství antibiotik – ciprofloxacinu a enrofloxacinu! „Kuřecí maso bylo dodatečně ně z Polska s adresou dodavatele BB Marcin Borowicz, Ludzmierska 29, Nowy Targ,“ uvedl ŠVPS na internetových stránkách.

Slovenští inspektoři začali zkoumat složení masa poté, co se objevily v polských médiích šokující zprávy o zneužití antibiotik a mafiánských praktikách v tamních chovech.

A i díky tlaku Blesku slibují také české úřady masivní nájezdy na obchody a dodavatele v nejbližších dnech. Blesk to vidí jasně: Lidé v Česku musí co nejdříve vědět, jaké maso opravdu jedí a jestli jim hrozí zdravotní nebezpečí!

Blesk vyzývá ministerstvo i Státní veterinární správu: Urychlete kontroly! (ilustrační foto) (Archiv Blesku)

SDÍLEJTE!

3. července 2013 • 08:35

A pak že se nemáme bát... Kuřecí maso prošpikované antibiotiky už našli na pultech i Slováci! A země původu? Pochopitelně Polsko! To Polsko, o kterém i přes skandál minulých dní, tamní i naše úřady prohlašují, že z jejich masa strach mít nemusíme!

Když polská novinářka Edyta Krześniak odhalila skandál s antibiotiky v mase, bylo jen otázkou času, než někdo zjistí, že se toto maso opravdu dostává ven ze země!

Odhadem 20 kilo zdraví ohrožujícího masa původem právě z Polska zabavili inspektoři při kontrole popradské prodejny JOMI oom.

Nález inspektorů Státní veterinární a potravinové správy (ŠVPS) se týkal chlazených kuřecích prsou s datem spotřeby do 25. června 2013.

Obrázek č. 5: článek z portálu Blesk.cz

Zdroj: <http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/201004/maso-plne-antibiotik-uz-nasli-na-slovensku-jsme-na-rade.html>

Autor článku ze serveru Blesk.cz pojednává o výskytu antibiotik v kuřecím masu u našich východních sousedů. Zaměřím-li se na nadpis, tak si nemůžu nevšimnout, že autor větou *Maso plné antibiotik už našli na Slovensku* budí dojem, že se závadné maso blíží do České republiky a ohrožuje nás. Druhá část nadpisu toto tvrzení ještě více podporuje. Otázka *Jsme na řadě?* má ve čtenáři vzbudit strach.

Z úvodu textu vyplývá, že autor článku není velkým milovníkem Polska, což dokazují i některé jeho fráze v úvodu článku. *Pochopitelně Polsko! Maso plné antibiotik.* Tyto fráze doplněné o tučné písmo a nadměrné užití vykřičníků, nám naznačují, že autor použil všechny pro něj dostupné, konkrétně jazykové a grafické způsoby, aby dosáhl negativního vyznění článku.

Článek nás dále informuje o skandálu s masem, které bylo doslova „*prošpikováno*“ trojnásobně vyšším množstvím antibiotik a dostalo se, i přes uklidňující zprávy polských úřadů, až do kuchyní našich slovenských sousedů. Dočteme se také o mafiánských praktikách polských chovatelů a výrobců uzenin, kteří antibiotika zneužívají.

V závěru nás autor nás ujišťuje, že *i díky tlaku Blesku slibují také české úřady masivní nájezdy na obchody a dodavatele v nejbližších dnech.* Blesk.cz tak z nepříjemné informace těží další publicitu a přijímá roli ochránce a pomocníka českého spotřebitele. Nebo je to jen marketingový tah, jak získat více čtenářů na svoji stranu?

Potvrzeno: Slováci našli antibiotika v mase z Polska

2. 7. 2016 12:40

Polská prokuratura léky v potravinách prošetřuje



V Polsku prý nenajdete prase, které by nedopovědělo. | Foto: Reuters

Varšava (od naší spolupracovnice) - Polský trh s potravinami obchází strašák: zvířata nadívaná antibiotiky.

Tamní chovatelé i veterináři údajně dopují dobytek i drůbež látkami, které způsobují rakovinu. Přestože špičky státní správy zprávy o řádění "veterinární mafie" odmítají, prokuratura začala záležitost prošetřovat.

Antibiotika v mase z Polska teď dokonce našli na Slovensku. V polských kuřecích prsou odhalili slovenští veterináři téměř čtyřnásobné překročení povoleného množství antibiotik. Závadný výrobek zákazníkům nabízel jeden z obchodů v Popradu.

Hádky o kvalitě

Polsko má s potravinami problém dlouhodobě - poslední dobou musí neustále vyvracet spekulace o jejich pochybné kvalitě. A to jak doma, tak v zahraničí.

Skandál s používáním zakázaných látek pak vyvolala reportáž televizní stanice TVN, která v pořadu Uwaga! (Pozor!) uvedla, že se chovatelé nezděraňují pomáhat zvířatům k růstu preparáty z Číny, obsahujícími zakázaný metronidazol, a dalšími nebezpečnými prostředky.

Reportérka Edyta Krześniaková, která se půl roku vydávala za chovatelku či dealera léků, tvrdí, že veterinární kontrola už léta "mhouří oko" nad nezákonným nasazováním antibiotik. Při svých pochůzkách oslovila asi 25 lidí, již se prý zajímali hlavně o cenu, nikoli o původ nabízených preparátů. Přiznávali přitom, že zvířata běžně "dopují".

Nasazování antibiotik jako růstových stimulatorů je v Polsku zakázáno od roku 2006. Na dodržování zákona by měli dbát veterináři. Reportérka však tvrdí, že v Polsku "nejsou zvířata bez antibiotik" a veterináři jsou údajně s chovateli spločeni.

Kontroly metronidazol neodhalily

Zprávy ze sousední země znepokojily i českou Státní veterinární správu, která už si vyžádala stanovisko polské strany. Polský veterinární inspektorát své kolegy v minulých dnech ujistil, že při žádné z pravidelných kontrol z uplynulých dvou let nebyl metronidazol nalezen.

Obrázek č. 6: článek z portálu Aktuálně.cz

Zdroj: <http://zpravy.aktualne.cz/zahranici/potvrzeno-slovaci-nasli-antibiotika-v-mase-z-polska/r~i:article:784067/>

Na problematiku antibiotik v kuřecím mase na Slovensku upozorňovalo informačních serverů několik, já pro analýzu a následnou komparaci s výše uvedeným zvolil článek, kterým se s tématem antibiotik v kuřecím mase dovezeném z Polska vyrovnal server Aktuálně.cz.

Na jeho začátku se dočteme podrobněji, o čem informuje již nadpis, tedy o nálezů antibiotik v kuřecím mase z polského dovozu u našich východních sousedů. Autoři zde zmiňují pomyslného strašáka, který obchází polské potraviny. Tato informace ale není zdůrazněna přebytečným množstvím diakritických znamének, která by upozorňovala na naléhavost zprávy, tak jako u bulvárního serveru Blesk.cz. Článek dále upozorňuje, že se v mase objevilo čtyřnásobně vyšší množství antibiotik, než je jeho povolený limit. Oproti tomu portál Blesk.cz pracuje s informací, že limit byl překročen „pouze“ trojnásobně.

Informace v podání severu Aktuálně.cz můžeme považovat za reálné a pravdivé, jelikož se opírají o informace poprvé uveřejněné polskou televizí TVN, která na tento problém upozornila ve svém pořadu Uwaga! (Pozor!), čímž byl tento skandál odhalen.

Důkazem o pravdivosti informací v článku Aktuálně.cz je také svědectví reportérky Edyty Krześniakové, která se půl roku vydávala za chovatelku a jako očitý svědek se přesvědčila, jak to chodí na veterinární kontrole. Mimo jiné ukázala divákům a zprostředkovaně i čtenářům tohoto článku, jaké jsou praktiky státní veterinární správy v Polsku.

V článku se také dočítáme také o jakési diplomaticko-politické válce, vedené mezi Polskem a Českou republikou. Jsou zde zmíněny případy, kdy se v Polsku objevily potraviny se zárodky tasemnice původem z Čech, nebo kdy se Česka doputovalo polské maso plné antibiotik. Tato „válka“ je podle mého názoru vyvrcholením celé kampaně proti polským potravinám, kdy potraviny jsou, jak se zdá, pouhým nástrojem v ekonomické a politickém boji o dominantní postavení na obou významných obchodních trzích a média platformou, na které tento boj probíhá.

Ač se oba články zabývají stejným tématem, ne všechny informace jsou publikovány stejným způsobem a články se tak v mnoha věcech liší. Článek v podání Blesku.cz je očividně „protipolský“. Upozorňuje sice na stejný problém s masem na Slovensku, jako Aktuálně.cz, zároveň ve čtenářích vyvolává falešné obavy z toho, že se maso blíží k nám. Což se v reálu nestalo. Server se očividně staví do role předvídavého ochránce, který stojí na straně českého konzumenta. Na serveru Aktuálně.cz žádná zpráva o tom, že by se maso blížilo do České republiky, není.

Další rozdíl, kterého si můžeme všimnout, je informace bulvárního portálu o tom, že slovenští veterináři našli trojnásobné překročení limitu antibiotik. Aktuálně.cz oproti tomu uvádí, že slovenští veterináři našli dokonce čtyřnásobek povoleného množství. Je zcela na nás, které informaci budeme věřit.

Celkově pozitivnější a zároveň pravdivější náhled na problematiku antibiotik v polském mase dává určitě portál Aktuálně.cz. Článek je mnohem delší a podrobnější. Je v něm vysvětlen hlavní problém, a to ten, že maso, které se našlo na Slovensku, neputuje do České republiky- Článek se dále zabývá i dalšími problémy a konflikty, které se díky tomuto skandálu objevily. Blesk.cz oproti tomu podal pouze základní informace o problému, bez podrobnějšího náhledu do problematiky.

Porovná-li obrázky u obou článků, tak na prvním, publikovaném serverem Blesk.cz, jde jasně vidět, že se tématem jsou pouze o kuřata, dělnice kontroluje dovezená kuřata, takže se obrázek drží tématu článku. U obrázku v článku ze serveru Aktuálně.cz vidíme prase domácí, na kterém nenajdeme nic divného ani zvláštního.

2.2.4 Případ čtvrtý: Zlepšování pověsti polských potravin

Ve většině předešlých článků jsme se věnovali problematickým potravinám, které z Polska dorazily do České republiky. V této kapitole budeme sledovat téma poněkud odlišné, podstatně pozitivnější. Zaměříme se na pozvánky na ochutnávky polských potravin, které skrz média vyslali zástupci polského potravinářského průmyslu k českým spotřebitelům ve snaze zlepšit image svých výrobků. Opět se zaměříme na způsob prezentace, který pro sdělení této informace zvolili zástupci seriózní a bulvární internetové publicistiky.



Musíte vědět: 30. srpna 2012 • 12:00

Poláci lákají: Ochutnujte naše zboží!

Polský stánek na výstavě Země živitelka. (Foto Aha! – Vladka Hradská, ara)

Ochutnejte naše potraviny. Jsou bezpečné a kvalitní! Lákají Poláci Čechy v kampani, která má zahradit průřevy polských potravin. Jaká je realita?

Za poslední měsíce to bylo třeba použít technické soli, místo potravinářské. Hovězí různé koněným masem, zbytky nebezpečný on léků v drůbežím masě, klobásky vyráběné z masa zdechlin či sušená vejce, která se používají při výrobě cukrovinek, vyráběné z pukavců...

Jako strategií přesvědčit o opaku volí ochutnávky. Začali včera na výstavě Země živitelka v Českých Budějovicích a pokračovat by měli na dalších výstavách, v obchodních centrech a supermarketech. „Ve stánku máme ochutnávky mnoha uzenin, džusů a jiných výrobků. Velký ohlas má naše čočková polévka a kulturní show,“ popsal deníku Aha! rada Polského velvyslanectví Wojciech Pagowski.

Jenže... Vzápětí ústí mluvčí ministerstva zemědělství potvrdili, že do Česka posílají potraviny nižší kvality. „Výrobci dodávají zboží dle žádosti objednatelů. Každá potravina z Polska je nezávadná. Vyšší kvalita je jiná věc,“ uvedla mluvčí ministerstva Anita Szczytkowiczová na dotaz, zda polské potraviny jsou kvalitní v online rozhovoru na iDnes.cz.

Obrázek č. 7: článek z portálu Aha.cz

Zdroj: <http://www.ahaonline.cz/clanek/musite-vedet/89965/polaci-lakaji-ochutnujte-nase-zbozi.html>

Již nadpis článku ze serveru Aha.cz dává najevo, že se pohybujeme v prostředí bulvární publicistiky. Pracuje s užitím velkého a tučného písma, v následném textu se

objevuje několik vykřičníků i otazníků. Na první pohled se však může zdát, že text článku o polských potravinách referuje pozitivně.

Ale je tomu opravdu tak? Informační portál Aha.cz sice vybízí čtenáře k návštěvě výstavy Země živitelka do Českých Budějovic, kde budou své výrobky formou ochutnávek prezentovat také polští výrobci, ale hned v úvodu stejného článku nalezneme hned několik připomenutí problémů, které se ve spojitosti s polskými potravinami objevily v minulosti. Po přečtení úvodu článku tak nejspíš mnoho lidí zájem o ochutnávku mít nebude, a to znamená, že se těžko přesvědčí o kvalitě polských potravin. Na konci článku Aha.cz cituje přiznání „přímo z úst“ mluvčí ministerstva zemědělství o tom, že se do Česka posílají potraviny, které mají ve srovnání s produkty prodávanými na polském trhu nižší kvalitu. Následně dodává, že *Výrobci zboží dodávají dle žádosti objednatele*, což naznačuje, že čeští odběratelé si záměrně objednávají zboží nižší kvality a za nižší ceny, a tudíž problém se špatnou kvalitou polských potravin leží na straně českých odběratelů vedených vidinou vyššího zisku a ne polských producentů a distributorů. O tom však česká média nepiší, ale je určitě možné, že v budoucnu se téma kvality potravin, které do České republiky pro spotřebitele čeští podnikatelé přivážejí, stane stejně módním jako téma závadných polských potravin.

Polsko chce kampaní zlepšit špatnou pověst svých potravin v ČR

Praha - Polské potraviny nemají problém s kvalitou, ale s negativní pověstí, řekl na dnešní tiskové konferenci v Praze zástupci polského státu. Pověst má podle nich pomoci zlepšit kampaní v médiích či ve formě ochutnávek. Poláci v čele s náměstkyní ministra zemědělství a rozvoje venkova Zofíí Szalczykovou českým novinářům podrobně popsali systém kontrol potravin ve své zemi a snažili se je přesvědčit o jejich nezávadnosti a kvalitě. V Česku polské potraviny čelí kritice.

vydáno: 28.08.2013, 12:50
aktualizace: 28.08.2013 15:56



Náměstkyně polského ministerstva zemědělství a rozvoje venkova Zofia Szalczyková a Wojciech Poloop-Pagowski z polského velvyslanectví v ČR vystoupili 28. srpna v Praze na tiskové konferenci na téma kvality polských ch potravin. ČTK, Kamaryt Michal

Polská strana se opakovaně ohrazuje proti tomu, že by byly její potraviny nekvalitní. Za kritikou naopak vidí snahu české konkurence vtlačit polské výrobky z trhu.

Štítky:

Český ministr zemědělství Miroslav Toman v závěru uplynulého týdne na Slovensku uvedl, že bude v případě opakování problémů s polskými potravinami požadovat od EU částečný zákaz dovozu potravinářských výrobků z Polska do Česka. Toman zde jednal se svým polským protějškem Stanislawem Kalembou. Obě strany se shodly na nutnosti spolupráce svých dozorových úřadů.



Dlouholetý růst dovozu polských potravin do ČR se letos prakticky zastavil, v květnu už klesal meziročně o 8,5 procenta, vyplývá z červencové analýzy Českého statistického úřadu pro ČTK. Statistiky nejvíc ovlivnil pokles dovozu masa.

Sérii zpráv o problematických polských potravinách započala loni v únoru takzvaná solná aféra. Firmy zapletené v Polsku do tohoto skandálu prodávaly technickou sůl označenou jako jedlou výrobcům uzenin, zpracovatelům ryb či pekárnám. Polsko přes opakované výzvy nechtělo Česku poskytnout informace o sporných potravinách, u nichž existuje možnost, že se mohly do ČR dostat. Letos se například na český trh objevilo koňské výsekové maso z Polska obsahující analgetikum fenybutazon, které se nesmí dávat zvířatům určeným k lidské stravě.

Autor: ČTK
www.ctk.cz

Obrázek č. 8: článek z portálu ČTK.cz

Zdroj: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/polsko-chce-kampani-zlepsit-spatnou-povest-svych-potravin-v-cr/976991>

Článek redakce portálu ČTK nám na propagaci polských potravin v Česku nabízejí poněkud jiný pohled. Jejich článek působí na první pohled neutrálně a informativně, nevypadá, že by se lišil od jiných publikovaných článků na zmíněném serveru. Nalezneme v něm však zmínky o pozitivní kampani vedené polskou vládou na obranu kvality a propagaci polských potravin v Česku. Jedná se jak o formu kampaně mediální, tak formu propagace s ochutnávkami. Některé mediální kampaně se ale mohou minout účinkem, jak jsme si mohli všimnout v předchozím článku na stejné téma. V další části textu nalezneme informace o hledání řešení problémů mezi polskou a českou stranou, což na čtenáře může působit jako pozitivní zpráva. Nicméně i v článku seriózního portálu ČTK se v závěru článku objeví připomenutí problémů a kauz, které se vyskytly ve spojení s polskými výrobky, čímž nejspíše stejně jako výčet ve článku z Aha.cz odradí několik lidí od ochutnávky a podpoří tak negativní pohled na polské potraviny celkově.

Zásadní rozdíl mezi dvěma komparovanými články vidíme již na začátku každého z nich, tedy u nadpisu. Můžeme říct, že u bulvárního média se o žádné překvapení nejedná. Nadpis je tučně zvýrazněn tak, aby upoutal pozornost čtenáře na první pohled, zvýrazněny jsou i z hlediska autora textu důležité informace, a to za pomoci vykřičníku, nechybí ani otázka, na kterou se v článku snaží autor odpovědět.

U článku z redakce ČTK je nadpis rovněž tučně zvýrazněný, ale s klasickou velikostí písma, která čtenáře nikterak neohromí, ale ani neurazí. Aha.cz se dále věnuje především informování o konkrétních ochutnávkách na výstavě Země živitelka, která se uskutečnila v Českých Budějovicích. U článku ČTK se setkáváme s propagací této výstavy a ochutnávky pouze v nadpise. V článku dále autoři dopodrobna rozebírají situaci s polskými potravinami v perspektivě posledních let a také důvody, proč Poláci chtějí své výrobky více propagovat. U seriózního článku si můžeme všimnout lepší přehlednosti textu, a to především díky členění na odstavce, a také detailních informací, které jsou pro čtenáře to nejdůležitější.

Grafický doprovod obou článků působí neutrálně až kladně. Aha.cz nabízí momentku z již zmíněné výstavy, kde lidé ochutnávají polské jídlo a potraviny. ČTK zveřejnila fotografii polské náměstkyně ministra zemědělství Zofie Szalczyk, která se snaží vysvětlit novinářům polský systém kontroly potravin.

2.2.5 Případ pátý: Jedovaté žampiony

V další dvojici vybraných článků, které budeme následovně hodnotit, se zaměříme na žampiony dovezené z Polska a způsob, jakým byly v médiích prezentovány. Tímto tématem se zabývaly Informační portály Blesk.cz a ČTK a my se opět podíváme, jak tuto situaci hodnotí ve svých publikovaných textech.



Systém "rychlého" varování selhal: Jedovaté žampiony z Polska jsme už dávno snědli!

Polské žampiony obsahovaly čtyřikrát víc pesticidů, než je povolený limit. (Profimedia.cz)

Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) vložila informaci do evropského systému rychlého varování a s dovozem HIGHGATE z Lanžova na Trutnovsku zahájila správní řízení o uložení sankce, informoval v tiskové zprávě mluvčí SZPI Pavel Kopřiva.

Kontaminovaný vzorek našla inspekce v trutnovské prodejně Zelenina-Drinks v Mírové ulici. "Velikost závadné šarže je 1053 kilogramů. Závadný vzorek byl odebrán na konci srpna v trutnovské prodejně Zelenina-Drinks. V žampionech jsme naměřili u pesticidů carbendazim a benomyl v koncentraci 3,7 miligramu na kilogram, povolený je však maximálně jeden miligram. Rozbor závadného vzorku byl dokončen až nyní," vysvětlil Kopřiva, jak funguje systém "rychlého" varování.

"Je pravda, že tento problém jsme řešili s inspekcí před měsícem a půl a ta teprve včera celou věc zveřejnila," potvrzuje Ladislav Hloušek z firmy HIGHGATE. "Od polského dovozce P.H.U. Malkowski od té doby žampiony nekupujeme. Bohužel naši zákazníci se ale nyní od nás zboží bojí brát, protože si myslí, že by mohlo jít o závadné houby," stěžuje si dovozce, jehož tato aféra také poškodila.

SZPI nařídila českému dovozci délat rozборы u všech šarží dovážených hub na vlastní náklady.

Aktualizováno - Do Česka dorazila další várka polských jedů! Na pulty obchodů se dostala více než tuna žampionů, které obsahovaly čtyřikrát vyšší hodnoty pesticidů, než je povolené. Nejhorší zpráva ale je, že jsem téměř všechny houby snědli před více než měsícem!

Obrázek č. 9: článek z portálu Blesk.cz

Zdroj: <http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/213183/system-rychleho-varovani-selhal-jedovate-zampiony-z-polska-jsme-uz-davno-snedli.html>

Je už skoro zvykem bulvárních serverů graficky upravovat a zvýrazňovat nadpisy a průvodní texty článků. Jinak tomu nebylo ani v tomto konkrétním případě. S velkými výraznými písmeny se setkáváme i zde. Zprávu o tom, že jsme již snědli jedovaté žampiony, umocňuje pro bulvár typický vykřičník. *Do Česka dorazila další várka polských jedů!* Touhle větou začíná perex článku, z čehož si čtenář snadno dovodí, že se nejedná o náhodný případ. Autoři Blesku informují o žampionech, které se dostaly na pulty našich obchodů, a které obsahovaly výrazně vyšší podíl pesticidů, než povoluje stanovená norma. Co čtenáře zaručeně nepotěší je fakt, že se tak stalo již před měsícem a všechny žampiony už lidé stačili nakoupit a sníst. Tato informace v podání bulváru tak téměř jistě vrhá další stín na polského dodavatele, kterého tato aféra do značné míry poškodila.

V žampionech z Polska bylo čtyřikrát víc pesticidů proti limitu

Brno - V žampionech dovezených z Polska bylo téměř čtyřikrát více pesticidů, než povoluje limit. Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) vložila informaci do evropského systému rychlého varování a s dovozcem HIGHGATE z Lanžova na Trutnovsku zahájila správní řízení o uložení sankce, informoval v tiskové zprávě mluvčí SZPI Pavel Kopřiva.

vydáno:
11.10.2013, 09:39
aktualizace:
11.10.2013 09:53



Žampion. Houba. Ilustrační foto ČTK, Steve White

Kontaminovaný vzorek našla inspekce v trutnovské prodejně Zelenina-Drinks v Mírové ulici. "Velikost závadné šarže je 1053 kilogramů. V žampionech jsme naměřili u pesticidů carbendazim a benomyl koncentraci 3,7 miligramu na kilogram, povolený je však maximálně jeden miligram. Tuto hodnotu lze při dlouhodobé konzumaci označit za škodlivou pro lidské zdraví," uvedl Kopřiva.

Dodavatelem žampionů je polská společnost P.H.U. "Malkowski" z Lubušského vojvodství. SZPI nařídila českému dovozci dělat rozboru u všech šarží dovážených hub na vlastní náklady.



Štítky:

- Polsko
- zdraví
- potraviny
- SZPI

Obrázek č. 10: článek z portálu ČTK

Zdroj: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/v-zampionech-z-polska-bylo-ctyrikrat-vic-pesticidu-proti-limitu/994229>

U článku ČTK si můžeme všimnout jedné věci, a sice že článek je úplně stejný jako v případě Blesku.cz, proto ho nebudeme dále rozebírat.

Oba dva informační portály nám nabízejí téměř shodný text, jedná se nejspíš o čerpání ze stejného zdroje informací. Rozdílů opravdu není mnoho, přesto si ale můžeme si několika všimnout. Blesk.cz v tomhle případě nabízí obsáhlejší článek, díky průvodnímu textu, který vypočítává předchozí potravinové kauzy. Právě kvůli těmto průvodním řádkům bude působit text Blesku.cz rozhodně negativněji. Často tuhle situaci nevidíme, ve většině případů zachází seriózní média do větších detailů a tím nabízí čtenářům více informací.

Větší rozdíl nalezneme u obrázků, a proto se u nich i krátce pozastavíme. Na obrázku Blesku.cz se nachází žampiony u kterých je velké černá lebka, která má navodit pocit smrtelného nebezpečí. Tento obrázek určitě ve čtenáři může vyvolávat negativní pohled na celou událost ještě předtím, než se seznámí s informacemi obsaženými v článku. Obrázek v něm může probudit i značnou nechuť a strach ze žampionů původem

z Polska. Na obrázku z redakce ČTK vidíme běžný bílý žampion, který působí mnohem více pozitivně, nežli text ke kterému náleží.

2.2.6 Případ šestý: Jed v sušenkách

V článcích, na které se zaměříme nyní, se budeme věnovat jedu na krysy, který se objevil v sušenkách dovezených z Polska. Podíváme se, jak tuto zprávu prezentují informační portály Blesk.cz a Aktuálně.cz.



Pozor! V polských sušenkách je jed!

Jed se údajně dostal do sušeného mléka ve výrobě Rokitniánka v obci Szczekociny na jihu Polska. Upozornění, které firma Magnolia vyslala i do evropského systému rychlého varování RASFF, se týká sušenek vyrobených po 22. listopadu 2012. Distribuce kontaminovaného zboží ze skladů firmy Magnolia v Lubsku na západě Polska byla podle vedení firmy zastavena.

Šest druhů výrobků firmy Magnolia s otráveným mlékem bylo již nicméně odesláno do polské distribuční sítě a tři vyvezeny do Česka, Slovenska, Německa a Litvy. Jde údajně o některou z obchodních značek Stilla Dolce Cocoa Rolls, Vanila wafles, Wafle MAX, Poesia Milk Cream či Weiner Eiswaffel. Případ v Polsku vyšetřuje policie.

„Informaci máme od víkendu a prověřujeme, jestli došlo k exportu zboží do Česka, případně jestli se objevilo na pultech českých prodejců. Pokud bychom zjistili, že ano, budeme o tom informovat,“ uvedl mluvčí české Státní zemědělské a potravinářské inspekce Pavel Kopřiva. Pokud byste polské sušenky měli doma, zničte je tak, aby je nemohl jíst nikdo další, nebo je vraťte do obchodu, kde jste je koupili.

V sušenkách polského výrobce Magnolia objevili polští hygienici jed na potkany. Část takto »ochucených« sušenek se dostala i do Česka!

Obrázek č. 11: článek z portálu Blesk.cz

Zdroj: <http://www.blesk.cz/clanek/radce-zdravi-a-zivotni-styl-zdravi/189382/pozor-v-polskych-susenkach-je-jed.html>

Při prvním zběžném pohledu na tento článek uvidíme již klasickou bulvární prezentaci tématu. Ten používá typický styl, který se stále opakuje ve všech mnou analyzovaných případech: velké výrazné písmo nadpisu je doplněno o diakritická znaménka, krátký a výstižný nadpis doplněný o výstražné slovo *Pozor!*

Blesk hned v perexu informuje čtenáře o tom, že v sušenkách z Polska byl nalezen jed na potkany a že se otrávené sušenky dostaly i na pulty našich obchodů. Autoři dále zmiňují i další země, do kterých se sušenky údajně měly dostat. Zde se může jednat o klamání čtenáře, protože, jak se můžeme dočíst o pár řádků níže, autoři tohoto článku tvrdí, že ta informace není ověřená. *Informaci máme od víkendu a prověřujeme, jestli došlo k exportu zboží do Česka, případně jestli se objevilo, na pultech českých*

prodejci. Tato věta jasně vypovídá o tom, že se zatím neví, zda se sušenky nakažené jedem už dostaly i do Čech.

V polských sušenkách je jed na potkany, jsou i v Česku

21. 1. 2013 15:05, AKTUALIZOVÁNO

Potravinářská inspekce již nařídila stáhnout sušenky z českého Kauflandu



Kaufland stáhla 722 kusů těchto sušenek z prodejen a dalších 2070 kusů zadržela ve skladech. (Foto: SZP)

Varšava/Brno - Polská hygienická služba se snaží zjistit původ jedu na potkany, který se dostal do sušeného mléka obsaženého v sušenkách polského výrobce Magnolia.

Podle agentury PAP, která se odvolává na mluvčího polské hygienické služby, se část kontaminovaných výrobků dostala do zboží vyváženího do čtyř evropských zemí včetně Česka.

Státní zemědělská a potravinářská inspekce již uvedla, že jedním z odběratelů potenciálně kontaminovaných výrobků je i společnost Kaufland Česká republika.

"Státní zemědělská a potravinářská inspekce nařídila společnosti Kaufland Česká republika neprodleně stáhnout z tržné sítě potraviny oplatkově trubička Stilla Dolce Cocoa Rolls v balení 2 x 50 g s označením doby minimální trvanlivosti 4. 7. 2013 a 8. 8. 2013 od předmětného výrobce," uvedl mluvčí inspekce Pavel Kopřiva. V současnosti tak podle jeho informací společnost Kaufland stáhla 722 kusů sušenek z pultů prodejen a dalších 2070 kusů zadržela ve skladech.

Jed se údajně dostal do sušeného mléka ve výrobě Rokitníanka v obci Szczekociny na jihu [Polska](#). Upozornění, které firma Magnolia vyslala i do evropského systému rychlého varování RASFF, se týká sušenek vyrobených po 22. listopadu 2012. Distribuce kontaminovaného zboží ze skladů firmy Magnolia v Lubsku na západě Polska byla podle vedení firmy zastavena.

Zničit nebo vrátit

Šest druhů výrobků firmy Magnolia s otráveným mlékem bylo již nicméně odesláno do polské distribuční sítě a tři vyvezeny do Česka, Slovenska, Německa a Litvy. Jde o některou z obchodních značek Stilla Dolce Cocoa Rolls, Vanila waffles, Wafle MAX, Poesia Milk Cream či Weiner Eiswaffel. Kauzy se ujali vyšetřovatelé polské prokuratury, kteří se snaží zjistit původce otravy.

Státní zemědělská a potravinářská inspekce měla informaci od víkendu a zatím konkrétně varovala jen před zmíněným výrobkem v prodejnách Kaufland.

Obrázek č. 12: článek z portálu Aktuálně.cz

Zdroj: <http://zpravy.aktualne.cz/finance/nakupovani/v-polskych-susenkach-je-jed-na-potkany-jsou-i-v-cesku/r~i:article:769181/>

Zaměříme-li se na článek ze serveru Aktuálně.cz na téma jedu v sušenkách, působí výrazně jinak než článek první. Už nadpis nám prozrazuje, čeho se daný článek bude týkat. Tedy sušenek původem z Polska obsahujících jed. Rozdíl spatřuji v tom, že portál Aktuálně.cz přináší pouze potvrzené a pravdivé informace podložené rozhodnutím Potravinové inspekce o stažení výrobku. Autor článku na rozdíl od Blesku.cz označil za odběratele těchto sušenek obchodní řetězec Kaufland Česká republika, který musí zmiňovaný výrobek neprodleně stáhnout. Tyto konkrétní informace mohou pomoci při ochraně koncového spotřebitele, tedy i čtenáře. Je velké plus, že se v článku objevuje přesný název problematického výrobku, který zaručuje, že se mu lidé v obchodech vyhnou a ti, kteří ho již koupili, se jej včas zbaví a zůstanou tak v bezpečí.

Mezi oběma články opět můžeme vidět zásadní rozdíl v přístupu k tématu. Oba portály informují o stejném problému, ale každý trochu jiným způsobem. Blesk zveřejnil zprávu o sušenkách obsahujících jed, které se dostaly do Čech, kdy ještě vůbec nebylo jasné, zdali vůbec sušenky byly do České republiky dovezeny. Informační server Aktuálně.cz zveřejnil tuto informaci, až ve chvíli, kdy byla potvrzena Státní zemědělskou a potravinářskou inspekcí. V reálu tedy Blesk šířil v té době pouhé spekulace, za což si zaslouží negativní hodnocení. Naopak jako na přínosné pro čtenáře můžeme pohlížet na uveřejnění názvu výrobku s datem trvanlivosti, podle kterého lze jedovaté sušenky identifikovat a předejít nebezpečí nemoci nebo nakažení spotřebitelů. Autor článku z Aktuálně.cz nabízí také mnohem více informací týkajících se daného problému.

Jako grafický doprovod článku je u Blesku.cz neutrální obrázek sušenek, je s podivem, že podobně jako u předešlého článku s otrávenými žampiony není zvýrazněno smrtelné nebezpečí obrázkem lebky. Ilustrační obrázek tedy nijak neupozorňuje na naléhavost zprávy, navzdory tomu, že nadpis je patřičně expresivní. Obrázek u článku od Aktuálně.cz zobrazuje přesný výrobek, kterého by se lidé měli vyvarovat a plní tím svůj informační úkol.

ZÁVĚR

V této práci jsem se zabýval mediálním obrazem Polska v české publicistice v roce 2013. Položil jsem si otázky, jaký obraz Polska vytvořila česká internetová média a jak jej tedy mohli vnímat ve zmíněném roce 2013 sami čtenáři? V první části bych rád odpověděl na to, jak moc a jestli vůbec má internetové zpravodajství na mediální obraz Polska nějakým způsobem vliv.

Mnoho lidí by si mohlo myslet, že Polsko, jako náš soused a čtvrtý největší obchodní partner, by mělo být populárním tématem pro vyhledávání informací na našem internetu. Odpověď však není zcela jednoznačná. Mnou analyzované internetové portály se v roce 2013 Polsku věnovaly, podle mého názoru, dostatečně. (srov. údaje v grafu 2.2.1, který se nachází v praktické části této práce). Počet článků sice není nijak vysoký, na druhou stranu ale nemůžeme říci, že by informační portály o zprávy z Polska nejevily žádný zájem. Lze tedy konstatovat, že v českých médiích byl Polsku věnován dostatečný prostor.

Jednotlivá média se koncentrovala na různá témata, informační portál iDnes.cz prezentoval nejvíce zpráv zaměřených na polský sport, servery Aktuálně.cz a ČTK nejvíce preferovaly články z tematické kategorie Potraviny. Konkrétně tato kategorie byla v roce 2013 ve spojitosti s Polskem velice exponovaná, proto jsem se na ni zaměřil zvlášť. Hodnotil jsem množství těchto tematických zpráv a jejich vyznění. Na otázku poměru pozitivních a negativních zpráv nám graf číslo 2.2.4 prozrazuje, že v informování o této tematické oblasti jednoznačně převažují zprávy negativní, které do značné míry přispívají k stabilizaci negativního stereotypu Polska a Poláků.

V druhé části mého praktického výzkumu jsem detailně rozebral a porovnal články v tematické kategorii potraviny, které v roce 2013 vydaly seriózní i bulvární informační portály, a sledoval rozdíly v prezentaci stejného nebo podobného obsahu. Zaměřoval jsem se především na otázky věrohodnosti, ověřování a neutrálnosti informací v nich obsažených.

Při porovnání seriózních a bulvárních portálů jsem přišel na zřetelně odlišný přístup a množství dalších rozdílů v publikování článků. Bulvární noviny jsou známé vyhledáváním senzací a zveličováním kauz, nejenak tomu bylo i v mé analýze. Co se týče nadpisů, drtivá většina z nich byla prezentována výrazně tučným a velkým písmem, aby čtenáře co nejvíce zaujala. U několika nadpisů se objevilo výstražné slovo *Pozor*, ve většině případů doplněno o vykřičník, aby zpráva nabyla ještě na větší důležitosti a

důrazu. U seriózního informačního serveru se stejným obsahem jsem se s užitím vykřičníku v nadpise nesetkal, velikost jeho písma byla přiměřená.

Pro přesnější analýzu a lepší orientaci jsem vybral články zabývající se stejnými událostmi a kauzami. Z obsahu článků zveřejněných na bulvárních portálech jsem vyvodil, že zprávy jsou většinou zbytečně zveličené a přehnané, a jejich obsah a negativní vyznění vzbuzují u běžného čtenáře často dojem, že jejich cílem je snaha poškodit co nejvíce důvěru Čechů v Polsko. Dále se v bulvárních článcích obvykle nacházejí neurčitá slova jako *snad*, *téměř* a *údajně*, která ukazují, že informace bulváru nejsou zcela pravdivé a ověřené a že zakládají se na polopravdách a smyšlenkách. Dle mého názoru články publikované na seriózních portálech působí mnohem důvěryhodněji a pravděpodobněji, což se také u typu těchto internetových zpravodajství předpokládá, články odkazují na další zdroje (svědectví, dokumenty a další materiály) a dávají tušit, že popsané informace jsou ověřenými fakty. To u bulvárních článků nenajdeme.

Zajímavé je rozhodně také zjištění, že u případu Jedovatých žampionů (kapitola 2.2.5) je obsah článku v obou médiích naprosto stejný. Rozdíl se však objevil v nadpisu a zvoleném grafickém doprovodu. Můžeme předpokládat, že redaktoři nejspíše čerpali ze stejných zdrojů a nesledovali konkurenci. Články tak mohly vypadat stejně.

Co se týče obrázků, ve většině případů se obrázek shodoval s obsahem, což platí v případech obou typů novin. Nepatrné rozdíly nalezneme i zde. Seriózní portály můžeme hodnotit jako vizuálně neutrální, nepublikovaly totiž obrázky či fotografie zobrazující něco výstředního, zarážejícího nebo dokonce šokujícího. U bulvárního portálu jsem se několikrát s takovým vizuálním doprovodem setkal. Články doprovázejí obrázky, které na čtenáře může působit značně negativně, jako je třeba lebka se zkříženými hnáty, která odedávna symbolem neštěstí, smrti a jedů. Myslím si, že použití takového obrázku do novin nepatří, u bulváru však použití tohoto typu obrázku nepřekvapuje a souzní s jeho potřebou vyvolat senzaci.

V závěru analýzy jsem dospěl k názoru, že bulvární tisk má sklony k nadinterpretaci a překrucování informací. Mnoho polopravd a nepodložených informací nalezených napříč články ve mně vyvolaly absolutní nedůvěru k tomuto zdroji. Seriózní portály přistupovaly k publikování informací profesionálněji, objektivněji, bez zbytečných emocí a sklonů k přibarvování. Lze tedy vyvodit závěr, že seriózní portály jsou důvěryhodnější a přinášejí čtenářům rozhodně více kvalitních informací.

Před psaním své diplomové práce jsem si nedělal žádné iluze o tom, že by ve světle nedávných kauz byl mediální obraz Polska a Poláků v české publicistice pozitivní, a výzkum tento předpoklad potvrdil. Dle mého názoru v české společnosti stále převládá negativní stereotyp Poláků, což mnou analyzované texty publikované v některých médiích významně podporují. Osobně však nevím, proč tomu tak je. Je však zajímavé, že nikdo z dotázaných není obvykle schopen vysvětlit, proč Poláky nemají rádi či z čeho podle nich negativní stereotyp Poláka a Polska pramení. Můžeme se jen dohadovat, zda jen z neznalosti a nezájmu o druhého, z historické zkušenosti nebo kulturní odlišnosti.

Poté, co jsem se zaměřil na internetové zpravodajství o Polsku na českých informačních portálech, jsem dospěl k poznání, že většina zpráv podporuje mou hypotézu, že převažují články negativní, a to i v mnou analyzovaném časovém úseku roku 2013. Zprávy o Polsku byly negativní napříč redakcemi, a to jak těmi bulvárními, tak seriózními, stejně tak jsem nenalezl téměř žádnou tematickou kategorii, o které by český tisk referoval pozitivně. Musím tedy konstatovat, že negativní zprávy a bulvární „senzace“, které se objevily na internetových portálech, jen přiživily negativní názory na Polsko v této elektronické sféře, a obávám se, že se to v brzké době příliš nezmění.

Anotace

Jméno a příjmení autora:	Radek Menšík
Název katedry:	Katedra slavistiky – sekce polonistiky
Název diplomové práce:	Mediální obraz Poláků v české publicistice
Vedoucí diplomové práce:	doc. PhDr. Ivana Dobrotová, Ph.D.
Počet znaků:	62080
Počet příloh:	1
Počet titulů použité literatury:	5
Počet internetových zdrojů:	6

Abstrakt

Moje bakalářská práce „Obraz Poláků v české publicistice“ se skládá ze dvou na sebe navazujících částí, a to na teoretickou a praktickou. V teoretické části je představeno několik součástí týkajících se internetové publicistiky. Jde především o seznámení se s historií Internetu a také s problematikou, se kterou se na Internetu můžeme setkat. Praktická část je ve své první části zaměřena na statistickou analýzu článků, které jsou následně rozděleny do tematických kategorií a podloženy grafy s komentáři. Druhá část obsahuje porovnání článků seriózních a bulvárních portálů zaměřenou na tematickou kategorii potravin. Oba dva zvolené články s podobnou tématikou jsou vždy zvlášť okomentovány a nakonec vyhodnoceny.

Klíčová slova:

bulvární servery, seriózní servery, publicistika, Polsko

Abstract

My bachelor thesis „The image of the Poles in czech journalism“ consists two parts following each other, the theoretical part and the practical part. In the theoretical part is introduced several components, which concern internet journalism. Primarily it's the familiarization with the history of Internet and also with problems, that you may encounter. The practical part is in its first part focused on the statistical analysis of articles, which are subsequently divided into thematic categories and supported by graphs and comments. The second part contains a comparison of serious articles with tabloid portals focusing on thematic category of food. Both articles with similar topic are separately commented and subsequently evaluated.

Key Words:

tabloid servers, reputable servers, journalism, Poland

Resumé

Celem niniejszej pracy jest analiza zawartości najczęściej czytanych portalów informacyjnych. Moim zadaniem jest ustalić ich wpływ na opinie publiczną, i to jak portale informacyjne pokazują Polskę w różnych kategoriach tematycznych o których jest najwięcej pisane i te, które uznałem za ważne. W pracy analizowałem trzy czeskie portale informacyjne aktualne.cz, idnes.cz a ceskenoviny.cz. Dla analizy wybrałem Polskę, ponieważ opinia Czechów o Polsce nie jest najlepsza i chciałem pokazać, dlaczego tak jest. Analiza dotyczy tematów o których jest najwięcej pisane, na przykład: Jedzenie, Gospodarka, Polityka, Sport itp. Dalej zadałem kilka pytań, na które będę odpowiadał za pomocy analiz i grafów, które utworzyłem poprzednio. Jedno pytanie dotyczy tego, jeśli są wiadomości z Polską raczej negatywnego, albo pozytywnego znaczenia. W następnej części mojej pracy skupiłem się nad różnicą między renomowanymi portalami informacyjnymi i portalami tabloid. Różne gatunki portalów pokazują różne wiadomości. Praca zawiera opis teoretyczny, historie prasy internetowej i użyte badawcze.

SEZNAM PRAMENŮ A LITERATURY

- 1) BEDNÁŘ, V., *Internetová publicistika*. Č. Budějovice, Grada Publishing. 2011. ISBN 978-80-247-3452-1
- 2) DUBSKÝ, J., URBAN, L., MURDZA, K., *Masová komunikace a veřejné mínění*. Č. Budějovice, Grada Publishing. 2011. ISBN 978-80-247-3563-4
- 3) JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B., *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7
- 4) Kolektiv autorů a konzultantů Encyklopedického domu, *Slovník cizích slov*, Encyklopedický dům, spol. s r.o., Praha, 1998, ISBN 80-90-1647-8-1
- 5) Kolektiv autorů fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze., *Postavení Médii V České Společnosti A V Evropské, Unii, Praha, matfyzpress, Praha 2006*. ISBN 80-86732-98-3
- 6) MC QUAIL, D., *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha, Portál 2009. ISBN 978-80-7367-574-5
- 7) Pravidla českého pravopisu, s graficky naznačeným dělením slov, Olomouc, Fin 2001, ISBN 80-86002-52-7, 3. opr. vyd.

Internetové zdroje

- 8) A-Z Slovník pro spotřebitele. *www.bezpecnostpotravin.cz*. [online]. 22.12.2009. [cit. 2014-07-20].
Dostupné z: <http://www.bezpecnostpotravin.cz/az/termin/92502.aspx>
- 9) Aktuálně.cz. *www.aktualne.cz*. [online]. 2013 – 2014 [cit. 2014-07-20].
Dostupné z:
<http://www.aktualne.cz/hledani/?query=polsko§ion=&type=clanek&time=time>
- 10) iDNES.cz. *wiki.idnes.cz*. [online]. 2013 – 2014 [cit. 2014-07-20].
Dostupné z: < <http://wiki.idnes.cz/polsko-cq6-/cestovani.aspx?klic=1101> >
- 11) Ze světa. *www.ceskenoviny.cz*. [online]. 2013 – 2014 [cit. 2014-07-20].
Dostupné z:
http://www.ceskenoviny.cz/vyhledavani/?cx=015063378310467493850%3Ac3mzbcpxokw&cof=FORID%3A11&ie=UTF-8&q=polsko&sa=Hledat&siteurl=www.ceskenoviny.cz%2Fsvet%2F&ref=www.ceskenoviny.cz%2F%3Futm_source%3Dctk.cz%26utm_medium%3Dctk.cz_top-lista%26utm_campaign%3DCN-promo&ss=433j93889j3
- 12) Vyhledávání. *www.ahaonline.cz*. [online]. 2013 – 2014 [cit. 2014-07-20].
Dostupné z:

<http://www.ahaonline.cz/vyhledavani/?hash=e353cbc08ba&keyword=polsko&sa=Vyhledat&q=polsko>

13) Vyhledávání. *www.blesk.cz*. [online]. 2013 – 2014 [cit. 2014-07-20].

Dostupné z:

<http://www.blesk.cz/vyhledavani/?q=polsko&hash=1de0caf8e81&keyword=polsko&cx=000636863276769712543%3Au9fiqqj3slk&cof=FORID%3A9&ie=UTF-8>