

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Katedra rozvojových studií

**Mediální zobrazení humanitární krize na Filipínách v roce 2013 a
intervence českých nevládních organizací**

Bakalářská práce

Olomouc 2016

LAURA KOŽUŠNÍKOVÁ

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Mediální zobrazení humanitární krize na Filipínách v roce 2013 a intervence českých nevládních organizací vypracovala samostatně a veškeré použité zdroje jsem uvedla v seznamu literatury.

Olomouc 15. dubna 2016

Laura Kožušníková

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala vedoucí mé práce PhDr. RNDr. Boženě Markovič Baluchové PhD, za cenné rady, podporu a čas, který mi při psaní této práce věnovala. Taktéž bych ráda poděkovala své rodině a přátelům za podporu po celou dobu mého studia.

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
Přírodovědecká fakulta
Akademický rok: 2014/2015

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Laura KOŽUŠNÍKOVÁ**
Osobní číslo: **R13354**
Studijní program: **B1301 Geografie**
Studijní obor: **Mezinárodní rozvojová studia**
Název tématu: **Mediální zobrazení humanitární krize a intervence českých
nevládních organizací ve
vybraném regionu**
Zadávací katedra: **Katedra rozvojových studií**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Bakalářská práce se bude zaměřovat na mediální zobrazení konkrétní události ve světě (humanitární krizi, způsobenou v důsledku působení přírodní katastrofy) a její následnou humanitární intervencí českými nevládními organizacemi. Pravděpodobně půjde o distribuci humanitární pomoci ČR na Filipínách v důsledku tajfunu Haiyan. Hlavním cílem práce je podat informaci o tom, jak česká média zobrazují humanitární aktivity v ČR v krajinách globálního Jihu. Využijeme metodu obsahové analýzy českých mediálních textů (online článků) v časovém rozmezí jednoho měsíce od vypuknutí humanitární krize. Užitečná, k naplnění cíle práce, bude také interpretace dat z krátkých rozhovorů s pracovníky konkrétních nevládních organizací v souvislosti s analyzovanými články a zjištěnými výsledky. Zajímat nás budou podobnosti i odlišnosti mezi články, zdroje informací, jejich formální a obsahové zpracování, jako i jejich možný vliv na čtenáře potenciální přispěvatele na sbírku na podporu intervence.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **10 - 15 tisíc slov**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**
Seznam odborné literatury:

HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. 3. vyd. Praha: Portál, 2012. ISBN 978-802-6202-196. HVÍŽDALA, Karel. Moc a nemoc médií: rozhovory, eseje a články 2000-2003. 1. Vyd. Praha: Máj, 2003, ISBN 80-66643-07-7. OSVALDOVÁ, Barbora, HALADA, Jan a kol. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007. ISBN 978-807-2772-667. POLAČKOVÁ, Zuzana. Fundraisingové aktivity: jak získat finanční prostředky od místní komunity. Vyd. 1. Praha: Portál, 2005, ISBN 80-717-8694-2.

Vedoucí bakalářské práce: **PhDr. Božena Markovič Baluchová, Ph.D.**
Katedra rozvojových studií

Datum zadání bakalářské práce: **28. dubna 2015**

Termín odevzdání bakalářské práce: **15. dubna 2016**

L.S.

prof. RNDr. Ivo Frébort, CSc., Ph.D.
děkan

doc. RNDr. Pavel Nováček, CSc.
vedoucí katedry

V Olomouci dne 28. dubna 2015

Abstrakt

Cílem této bakalářské práce je popsat a charakterizovat zobrazení humanitární krize na Filipínách, která vznikla následkem tajfunu Haiyan v roce 2013, českými médii. Součástí práce je obsahová analýza třiceti online článků, které byly publikovány v období prvního měsíce od vypuknutí přírodní katastrofy, na základě které lze určit, zda došlo ke zkreslení pohledu českých čtenářů na situaci vzniklou tajfune Haiyan, či nikoliv. Po přečtení získá čtenář základní přehled o tom co je to humanitární pomoc, jaké způsoby média využívají pro manipulaci s veřejností a získání větší publicity, čtenář také zjistí, které neziskové organizace se podílely na sbírce pro Filipíny a také do jaké míry média ovlivnila chování českého diváka v rozhodování o tom, zda přispěje na sbírku pro pomoc Filipínám, či nikoliv.

Klíčová slova

Tajfun Haiyan, Filipíny, zobrazení přírodních katastrof v médiích, mediální manipulace

Abstract

The aim of this bachelor thesis is to describe and characterize Czech media coverage of humanitarian crisis in Philippines which resulted from typhoon Haiyan in 2013. Part of the thesis is content analysis of thirty online articles which were published within the first month after the natural disaster. Based on content analysis we can claim if there was some misleded understanding of views of Czech readers about the situation caused by typhoon Haiyan or not. After reading this thesis reader will have basic overview about what is humanitarian aid, what do media use for manipulation of public and how media gain more publicity. Reader will also know which nonprofit organizations participated in collection of money for Philippines and also how much media influenced behavior of Czech spectator about deciding if he or she will contribute to the collection for recovery of Philippines or not.

Key words

Typhoon Haiyan, Philippines, media coverage of natural disasters, media manipulation

Obsah

Seznam tabulek	9
Seznam zkratk	10
1. Úvod.....	11
2. Masová média	12
2.1. Česká mediální scéna a charakteristika médií	13
2.2. Žurnalistika.....	13
2.2.1. Základní dělení žurnalistiky	14
2.2.2. Charakteristika vybraných žánrů publicistické žurnalistiky	14
2.2.3. Žánry zpravodajské žurnalistiky	16
2.2.4. Fotožurnalistika.....	16
3. Mediální manipulace.....	18
3.1. Veřejnost jako cíl manipulace	18
3.2. Způsoby mediální manipulace.....	19
4. Neziskové organizace a jejich práce s veřejností	23
4.1. Komunikace nevládních organizací.....	23
4.2. Fundraising	24
4.3. Lobbying.....	24
4.4. Media Relations	24
5. Humanitární a rozvojová pomoc	25
5.1. Humanitární pomoc	25

5.2. Rozvojová spolupráce.....	27
5.2.1. Humanitární VS rozvojová pomoc	28
5.2.2. Zahraniční rozvojová spolupráce a humanitární pomoc ČR.....	28
5.3. Humanitární krize na Filipínách v roce 2013	29
6. České neziskové organizace (které se podílely na sbírce po tajfunu Haiyan)	31
7. Zaměření práce, cíl a metodologie výzkumu	34
8. Obsahová analýza a její výsledky	37
9. Interpretace výsledků a doporučení pro praxi	42
10. Závěr.....	46
Seznam literatury.....	47
Přílohy	50

Seznam tabulek

Tabulka 1: Fotografie	37
Tabulka 2: Pocity, které článek vyvolává	38
Tabulka 3: Název článku.....	38
Tabulka 4: Obsažení neutrálních informací	39
Tabulka 5: Výskyt informací o nevládních organizacích.....	39
Tabulka 6: Rozbor článku	40
Tabulka 7: Výskyt přímé řeči.....	40
Tabulka 8: Struktura článku	40
Tabulka 9: Zařazení článků z hlediska žánru	41

Seznam zkratk

CCIC – *Canadian council for International Co-operation*

NGO – *Non-governmental organisations*) – Nestátní neziskové organizace

PR – *public relations* – vztahy s veřejností

OSN – Organizace spojených národů

MMF – Mezinárodní měnový fond

UNDP – Rozvojový program Organizace spojených národů

WHO – *World Health Organization* – Světová zdravotnická organizace

UNICEF – Dětský fond organizace spojených národů

MZV ČR – Ministerstvo zahraničních věcí České republiky

1. Úvod

Tématem mé bakalářské práce je mediální zobrazení humanitární krize a intervence českých nevládních organizací ve vybraném regionu. Konkrétně se bude jednat o mediální zobrazení humanitární krize na Filipínách v roce 2013, kterou způsobil nejsilnější tajfun, který kdy udeřil na zemi – Haiyan. Média nás každodenně informují o dění po celém světě a podávají nám nejžhavější informace. 8. listopadu 2013 byl touto žhavou informací tajfun Haiyan, který zpusťošil centrální část Filipín. Byla to právě média, která tuto informaci rozšířila po celém světě. V mé práci se však budu zabývat pouze českou mediální scénou a interpretací události na Filipínách pro širokou veřejnost v České republice.

Hlavním cílem práce je objasnit způsob, jakým česká média zobrazila humanitární krizi na Filipínách v roce 2013 a jak působí na chování české veřejnosti. Práce se bude věnovat mediálnímu zobrazení humanitární krize a intervence českých nevládních organizací ve vybraném regionu. Všeobecně, ale i konkrétně, půjde o analýzu mediálního zobrazení humanitární krize na Filipínách v roce 2013, kterou způsobil nejsilnější tajfun, který kdy udeřil na zemi – Haiyan.

První část práce se bude zabývat teorií masových médií, podá základní informace o žurnalistice všeobecně, o České mediální scéně a způsobech mediální manipulace. V teoretické části této práce se hodlám také zabývat neziskovými organizacemi, jejich způsobem fundraisingu, public relations a media relations – jak získávají na svou činnost peníze a jak svoje aktivity prezentují široké veřejnosti. V práci také charakterizují co je to humanitární pomoc a vysvětlím rozdíl mezi humanitární a rozvojovou pomocí. Po objasnění základních teoretických aspektů mé práce se začnu zabývat humanitární krizí vzniklou na Filipínách v roce 2013 a taktéž uvedu české neziskové organizace, které se zapojily do pomoci pro Filipíny po ničivém tajfunu.

Prostředkem pro naplnění cíle práce využiji metodu obsahové analýzy českých mediálních textů (online článků) v časovém rozmezí jeden měsíc od přírodní katastrofy. Zajímat se budu především zdroji informací, formálním a obsahovým zpracováním, volbou titulků a fotografií, a vnesení PR prvků, jako i jejich možným vlivem na čtenáře, potencionálním přispěvatelem na sbírku na podporu intervence. V rámci interpretace výsledků se zmíním o tom, jaké nástroje by mohli novinářské obci i zapojeným mimovládním rozvojovým organizacím pomoci při etickém zobrazování humanitárních krizí v budoucnosti.

2. Masová média

„O masových médiích (zástupně jen o médiích) padají ve veřejných i soukromých promluvách velmi četné zmínky. Zpravidla se těmito výrazy rozumí periodický tisk (především tedy noviny a časopisy určené široké veřejnosti) a rozhlasové a televizní vysílání, ale stále častěji také veřejně dostupná sdělení na internetu, ať již mají povahu výstupu výrobní organizace (např. Zpravodajské portály), akumulace uživatelských příspěvků (servery YouTube), individuálních počinů (např. autorské blogy), popřípadě kontaktních sebeprezentačních nástěnek (facebook)“.¹ Petr Žantovský definuje postavení médií ve společnosti následovně: „Média mají zejména reflektovat, zobrazovat realitu, zprostředkovávat informace publiku, upozorňovat na souvislosti mezi událostmi a fenomény, a tím pomáhat veřejnosti být občansky vyspělejší a suverénnější.“² Média lze však také chápat jako firmy, tedy samostatné instituce v procesu mediální komunikace. Můžeme si tedy představit firmu, která vydává noviny nebo produkuje televizní či rozhlasové pořady. Jedná se o organizace, které zaměstnávají žurnalisty a podílejí se na tvorbě a přenosu žurnalistických sdělení.³

Svoboda také dodává, že dnešní dění ve světě je natolik dokonale pokryto médii, že je téměř nemožné aby se skutečně významná událost nedostala mezi širokou veřejnost během několika málo hodin, minut nebo dokonce nebyla veřejnosti interpretována prostřednictvím živého televizního či rozhlasového přenosu.⁴

Pro úplnost je také nutné uvést základní dělení médií. Dle typu použitých technologií k přenosu informací se média dělí například na rozhlas, televizi a tisk. Pokud, by jsme chtěli použít dělení dle nosiče sdělení, jednalo by se o média tištěná a elektronická. V neposlední řadě můžeme média dělit na soukromá a veřejnosprávní. Soukromá média nejsou při své práci ovlivňována státem a jejich hlavním cílem je dosažení zisku. Hlavním cílem veřejnosprávních médií je naproti tomu poskytnout služby veřejnosti bez ohledu na zisk.⁵

¹ JIRÁK, KOPPLOVÁ, 2009, s. 21

² ŽANTOVSKÝ, 2015, s. 14

³ POSPÍŠIL, 2011

⁴ SVOBODA, HALADA, 2006

⁵ POSPÍŠIL, 2011

2.1. Česká mediální scéna a charakteristika médií

Českou mediální scénu lze rozdělit do tří základních skupin. Můžeme zde najít tištěná média (například noviny a časopisy) dále média elektronická (televize, rozhlas a internet) a specifickým třetím typem jsou tiskové agentury. Pod pojmem tisková agentura si můžeme představit prostředníky, kteří nejsou v přímém kontaktu s publikem, nicméně nabízejí informace k využití dalším médií. Pro lepší představu se jedná o agentury sbírající informace, které následně prodávají žurnalistům.⁶

Česká média jsou poměrně pozadu, co se týká informování o rozvojovém světě za evropskými i americkými sdělovacími prostředky. Některé evropské země mají mediálně blíže k rozvojovým regionům a to z důvodu jejich koloniální minulosti a vysokému počtu přistěhovalců z rozvojových zemí. Jedním z dalších faktorů způsobující zaostalost českých médií je jejich velikost a ekonomické zázemí. Příkladem nám může být agentura Reuters, která má po celém světě celkem 65 000 zaměstnanců, Česká tisková kancelář se jí velikostí nemůže vyrovnat a před zastoupením v rozvojovém světě dává logicky přednost reprezentaci v evropských a amerických metropolích.⁷

Dle průzkumu Unie vydavatelů je v současnosti na českém trhu celkem sedm celostátních deníků a čtyři celostátní týdeníky. Nejčtenějším českým deníkem je Blesk, hned za ním se umístila Mladá fronta Dnes a na třetím místě Právo. Nejčtenějším týdeníkem je časopis Reflex, hned za ním Respekt a Týden.⁸

2.2. Žurnalistika

Osvaldová definuje žurnalistiku jako novinářské povolání i produkt této činnosti, který obsahuje informace o aktuálním dění ve společnosti a názorech na toto dění. Nedílnými součástmi žurnalistiky je sběr, třídění, zpracování a distribuování aktuálních informací a faktů prostřednictvím médií.⁹

Jinými slovy by se žurnalistika také dala definovat jako aktivita vyvinutá za účelem sběru, posuzování, vytváření a následné prezentování novinek a informací. American Press Institute stejně jako Osvaldová a kolektiv uvádí, že žurnalistika je také produktem těchto

⁶ POSPÍŠIL, 2011

⁷ KAPLAN a kol. 2007

⁸ Unie vydavatelů ČR, 2013, Dostupné z:

http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/medialni_data/vyzkum_ctenosti

⁹ OSVALDOVÁ a kol. 2007

aktivit. Jedním z hlavních cílů žurnalistiky je poskytnout veřejnosti informace nezbytné pro rozhodování o vlastním životě, společnosti a vládách. ¹⁰

2.2.1. Základní dělení žurnalistiky

„Jak v novinách a časopisech, tak i v rozhlase či televizi i na internetu zůstávají rovnocennou součástí žurnalistiky dva její stěžejní pilíře: zpravodajství a publicistika. „ ¹¹ Dále by se žurnalistika dala rozdělit na základě obsahu, podle oblastí společenského života, například na žurnalistiku zabývající se ekonomikou, politikou, kulturou či sportem. ¹² Avšak pro účely mé bakalářské práce blíže charakterizují pouze výše zmíněné dělení na publicistiku a zpravodajství. Publicistika je označení pro žurnalistickou tvorbu i části žurnalistické produkce. Jedná se tedy o způsob prezentování a objasňování událostí, situací nebo myšlenek a to buď slovem, zvukem nebo pomocí internetu. Publicistika se od zpravodajství odlišuje tím, že publicistika kromě informací obsahuje také názor, hodnocení a subjektivní přístup, postoje a soudy. Výsledkem publicistiky je poznání, a eventuálně přesvědčení a získání recipienta. ¹³ „Zpravodajství naproti tomu stojí na informacích a faktech, které vyhledává, shromažďuje, třídí, vybírá, interpretuje a předává prostřednictvím médií recipientům.“ ¹⁴ Zpravodajství by tedy mělo být přesné, vyvážené, nepředpojaté a poctivé při výběru, zpracování a prezentaci a na rozdíl od publicistiky je úkol zpravodajství pouze tlumočit fakta bez novinářova názoru. ¹⁵

2.2.2. Charakteristika vybraných žánrů publicistické žurnalistiky

V této části, se budu věnovat charakteristice tří vybraných žurnalistických žánrů, se kterými se v této práci budu následně setkávat v části s obsahovou analýzou. Jedná se o reportáž, interview a novinový článek.

Reportáž

Reportáž můžeme rozlišit na reportáž fotografickou, reportáž rozhlasovou či reportáž televizní, avšak pro mé účely postačí obecná definice reportáže, která je následující. Jedná se o svědectví či výpověď určité konkrétní situace či prožitku ve vizuální, písemné či slyšené formě. Skutečnost je zobrazována pomocí přesných faktů. Zajímavostí reportáže je, že se zde střetává jak publicistická tak zpravodajská stránka. Na jedné straně tedy stojí aktuální

¹⁰ American Press Institute, 2016, Dostupné z: <https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/what-is-journalism/>

¹¹ OSVALDOVÁ a kol. 2007, s. 245

¹² Tamtéž

¹³ Tamtéž

¹⁴ Tamtéž, s. 241

¹⁵ Tamtéž

informace a fakta, naproti tomu zde najdeme také osobní pohled, komentáře, hledání příčin a souvislostí.¹⁶

Interview

S interview neboli rozhovorem se můžeme setkat především ve třech případech. Prvním je interview jako žurnalistická metoda, za účelem získání informací. Jedná se tedy o dialog otázek a odpovědí kde je přesně stanoveno, kdo je tazatel a kdo odpovídající. Interviewovaná osoba je veřejně známá nebo uznávaná v určitém oboru. Rozhovor je veden novinářem, který stanovuje téma interview, popisuje jeho atmosféru a zaznamenává odpovědi. Je tedy zřejmé, že osoba tazatele může do značné míry ovlivnit konečnou formu odpovědi, jelikož do záznamu vtiskuje svou představu.

Druhým případem kdy se setkáváme s interview je rozhovor v televizi. V tomto případě se jedná o žánr spadající jak do zpravodajství, tak do publicistiky. Může mít dvě formy, a to naživo (live) nebo může být předem natočený. Na rozdíl od psané formy interview, spojuje vizuální a zvukovou složku a z důvodu návaznosti záběru tím zachovává chronologií interview.

Posledním případem, kde se setkáváme s interview je rozhlasové vysílání, v němž patří rozhovor k nejpoužívanějším žánrům a metodám. Tento typ interview má specifické znaky vyplývající z faktu, že rozhlasový dialog je realizován na úrovni fonické a přijímán pouze v rovině auditivní. Ke specifickým rozhlasového dialogu patří tedy emocionalita osobitého hlasového výrazu, kontaktnost nebo také dynamičnost. Všechny formy interview mají však jeden společný znak a tím je nutnost připravenosti novináře.¹⁷

Článek

V širokém a tedy ne příliš odborném pojetí by se článek dal jednoduše definovat jako jakýkoliv materiál v novinách kromě zprávy. V odborném pojetí se však jedná o samostatný žánr, který obsahuje jasné, věcné a logické vysvětlení určitých událostí, faktů nebo jevů. Článek je typický tříděním faktů, které jsou doplněny argumenty, přináší zobecnění, hledá příčiny, souvislosti a následky. Obsah článku je tvořen hlavní myšlenkou (tezí), argumenty a závěrem.¹⁸

¹⁶ OSVALDOVÁ a kol., 2007

¹⁷ Tamtéž

¹⁸ Tamtéž

2.2.3. Žánry zpravodajské žurnalistiky

Jediný žánr, který budu definovat v této podkapitole je **zpráva**, a to zejména proto, že se jedná o hlavní zpravodajský žánr. Zpráva je historicky nejstarší žurnalistický útvar, od vynálezu knihtisku tvoří základní složku novin a je také základním stavebním kamenem každého zpravodajství v jakémkoliv médiu. Zpráva podává informace o události nebo jevu, který se stal nebo nestal, stane nebo nestane a odpovídá na základní otázky: kdo, co, kdy a kde. Hlavními rysy zprávy je zachování přesnosti, věcnosti, úplnosti, spolehlivosti a citové neutrálnosti.¹⁹

2.2.4. Fotožurnalistika

Hned v úvodu je nutné zmínit, že fotografie prodávají obsah tištěných médií. Tiskové zprávy obsahující zajímavé fotografie, mají větší šanci na publikování informace.²⁰ Z uvedeného tedy vyplývá, nepopíratelný vliv fotografií v médiích na vnímání společnosti. To také potvrzuje CCIC (Canadian Council for International Co-operation), který tvrdí, že vliv fundraisingových a žurnalistických fotografií na vnímání rozvojových zemí širokou veřejností je znám už delší dobu.²¹

V souvislosti žurnalistické fotografie a rozvoje se často zmiňuje termín **pornografie chudoby**. Pod pojmem pornografie chudoby rozumíme jakýkoliv typ média, ať už se jedná o fotografie, text či film, které využívá životní podmínky chudých ke zvýšenému prodeji novin (filmu atp.), navýšení charitativních darů nebo navýšit podporu dané situace.²² Jedná se o velmi silné fotografie či texty, které se dotýkají srdcí lidí a pomáhají navýšit peněžní dary veřejnosti na podporu rozvojových programů v méně rozvinutých zemích světa. Hlavním problémem pornografie chudoby především spočívá v způsobu zobrazování lidí. Velmi často jsou zobrazovány osoby naprosto bezmocné, jsou zobrazovány jako pasivní oběti, což může mít za následek podkopávání lidské důstojnosti a tím dochází ke zhoršení podmínek pro naplňování dlouhodobých rozvojových cílů.²³ Perspektivy pro používání takovýchto fotografií se však liší a můžeme najít jak názory proti jejich užívání tak také pro. Pro názornost si však uvedeme pouze je jeden příklad. Jedním z příkladů hovořících pro užívání fotografií je fakt, že poutají pozornost veřejnosti a tím se rozšiřuje vědomí o potřebách lidí v rozvojových

¹⁹ OSVALDOVÁ a kol. 2007

²⁰ SVOBODA, HALADA, 2006

²¹ Canadian Council for International Co-operation, 2008, Dostupné z: http://www.ccic.ca/_files/en/what_we_do/002_ethics_focus_on_ethics.pdf

²² FLINDERS, 2014, Dostupné z: <http://blog.oup.com/2014/01/bloemfontein-poverty-porn-slum-tourism-2014/>

²³ Canadian Council for International Co-operation, 2008, Dostupné z: http://www.ccic.ca/_files/en/what_we_do/002_ethics_focus_on_ethics.pdf

regionech. Naproti tomu však stojí fakt, že dochází k zásadnímu podkopávání lidské důstojnosti a podpoře rasismu.²⁴

²⁴ Canadian Council for International Co-operation, 2008, Dostupné z:
http://www.ccic.ca/_files/en/what_we_do/002_ethics_focus_on_ethics.pdf

3. Mediální manipulace

V této kapitole se budu podrobněji zabývat tím, jakými způsoby média manipulují veřejností a jaké postupy jsou k tomu využívány. Vzhledem k cílům této práce se v závěru kapitoly budu také věnovat zobrazováním přírodních katastrof v rozvojových regionech médií.

Ryan Holiday definuje mediální manipulaci jako stav, kdy dochází uveřejňování zpráv a aktualit ne podle jejich důležitosti či aktuálnosti, nicméně dle toho co čtenáři vyhledávají. Dále definuje mediální manipulaci jako cyklus informací, který se mění natolik rychle, že se zprávy prezentované veřejnosti stávají standardně nekompletní.²⁵ Dle Žantovského se média vplétají do mocenských sítí a místo reflexe reality se pokoušejí, a často úspěšně, realitu nejen měnit, ale dokonce přímo vytvářet. Média se tedy snaží být nikoli zrcadlem světa, ale přizpůsobovat podobu světa obrazu, který sama tvoří, tedy manipulovat realitou a v neposlední řadě také veřejností.

Je nutné si však uvědomit, že aby mohla být mediální manipulace realizovatelná, musí být naplněny jisté předpoklady. Jedná se především o předpoklady politicko-společenské, ekonomické, psychologické předpoklady a také o etickou dimenzi mediální manipulace. Z důvodu omezeného rozsahu této práce uvádím příklad pouze politicko-společenských předpokladů.²⁶

„Aby byla mediální a jejím prostřednictvím především politická manipulace úspěšná, tedy aby docílila kýženého efektu – reálné politické změny, je třeba naplnit několik apriorních předpokladů, jak vnitřních, subjektivních, především psychologických, tak vnějších, více či méně objektivních – především politických, sociálních, sociologických, atd. Je příznačné, že snadněji lze manipulovat tam, kde je společnost, která má být manipulaci vystavena a jejíž postojová změna je pravým cílem manipulace, ještě v nižším stádiu vývoje tzv. občanské dospělosti, či vyspělosti“²⁷ V tomto případě autor tedy hovoří o politicko-společenských předpokladech.

3.1. Veřejnost jako cíl manipulace

Jednou z hlavních výzev mezinárodní žurnalistiky je otázka jak zaujmout širokou veřejnost o událostech dějících se na druhém konci světa. V tomto případě se dostávají do výhody některé evropské státy, jako Francie, Británie či Nizozemí, jakožto bývalé koloniální

²⁵ HOLIDAY, 2012, Dostupné z: <http://www.forbes.com/sites/ryanholiday/2012/07/16/what-is-media-manipulation-a-definition-and-explanation/#1650776f3fc6>

²⁶ ŽANTOVSKÝ, 2015

²⁷ Tamtéž, s. 27

mocnosti. Výhoda spočívá v zájmu široké veřejnosti o dění v bývalých koloniích těchto států, které jsou v současnosti rozvojovými regiony. V státech centrální Evropy bez koloniální minulosti je však zaujmout veřejnost daleko větší problém.²⁸

V následující části této podkapitoly se budu dále zabývat způsoby, jakými žurnalisté upoutávají pozornost ohledně rozvojových témat u široké veřejnosti.

Vlastní zájem – tento způsob upoutávání pozornosti veřejnosti spočívá v poukázání na globální problémy, které mají taktéž vliv na danou zemi. Příkladem nám může být například globální oteplování, které nás ovlivňuje bez výjimky všechny a je nutné na něj pohlížet z globálního hlediska.²⁹

U lidí s nepřímým vztahem k dané události, kterou chceme publikovat, pomůže zvýšit jejich zájem vyvolání **lidského soucitu**. Toho docílíme, když do publikace zahrneme také obrázky trpících. V souvislosti s takovými typy fotografií se hovoří o pornografií chudoby, které se blíže věnuji v podkapitole s názvem fotožurnalistika.³⁰

Posledním způsobem jakým novináři upoutávají pozornost čtenářů, který si v této bakalářské práci uvedeme, je způsob využívající **vztahů** mezi cílovou skupinou čtenářů a konkrétním rozvojovým projektem. Můžeme si představit například informaci o tom, že ministr vybrané rozvojové země studoval na univerzitě v naší zemi. Tato informace by tedy mohla zvýšit zájem českých čtenářů.³¹

3.2. Způsoby mediální manipulace

Nepředvídatelné přírodní katastrofy poutají pozornost široké veřejnosti skrz média. Média se ženou do postižených oblastí aby obsáhla chaos mezi lidmi a materiální škody. Mýtus toho, že média jsou na místě katastrofy první a pomáhají zmírnit následky a zachránit oběti, je velmi diskutabilní. Mediální pracovníci nejsou vycvičeni ani vybaveni na pomoc v takovýchto situacích, a proto je jejich hlavním cílem podat co nejrychleji přesné informace o události široké veřejnosti. Mediální organizace tak mezi sebou vedou jakousi soutěž o to, kdo první podá informace světu. Právě z toho důvodu se často stává, že média podají nepřesné či neúplné informace o situaci. Je důležité mít na mysli, že všechny mediální organizace jsou ekonomické subjekty, které usilují o zisk, který je jejich prioritou. V případě přírodních katastrof, proto chtějí informovat jako první, aby získaly co nejvíce publika, a nepřišly tak o svůj zisk. Tyto faktory následně vedou k nedostatku času na ověření informací o události,

²⁸ WATES, 2010

²⁹ Tamtéž

³⁰ Tamtéž

³¹ Tamtéž

podání nepřesných informací veřejnosti a následnému zkreslenému pohledu veřejnosti na danou situaci.³²

Prezentování negativních informací je jednou z nejžádanějších obchodních hodnot žurnalistiky. Američtí novináři tvrdí, že „co krvácí, to zaujme a probouzí“, je tedy jasné, že špatné zprávy se prodávají mnohem lépe, než ty dobré. To také dokazují průzkumy, které ukazují, že průměrní příjemci zpráv, mají největší zájem o projevy zla, agresivity a drastické scény. Mnohem těžší, je zajímavým způsobem prezentovat informace o pozitivních událostech. Toto je již jedno z pravidel sociální psychologie dnešní doby. Toto časté prezentování negativismu, které je na denním pořádku, připisuje takovýmto zprávám zvláštní vlastnosti. Příjemci totiž pomalu ale jistě získávají přesvědčení, že pouze zlé a drastické zprávy, hovořící například právě o přírodních katastrofách či jiném neštěstí, jsou důležité a zajímavé. Jen takové zprávy mají pro lidi čím dál větší význam (i když by lidé přijali i jiné zprávy) a nabýváme také dojmu, že svět je právě takový jaký ho vidíme v televizi.³³ V kontextu této práce lze uvést příklad negativismu například uveřejňování informací zejména o počtu obětí, přesídlování a utrpení přeživších tajfunu, namísto informování o postupech humanitárních organizací, které zmírňují následky katastrofy.

Dalším častým způsobem manipulace, který popisuje Tadeusz Zasepa v knize *Moc a Nemoc médií* je používání ostrých slov a slovních spojení, v žurnalistice označovaných jako invektiva. Novináři si často poslouží pestrými definicemi a přívlastky s vědomím, že se lehce vryjí do paměti a stejně jednoduše vytvoří nálepku o dané organizaci, situaci či osobě, bez ohledu na to zda se jedná o správné a spravedlivé označení či označení nepřipustné. Invektiva působí na city podobně jako některé drastické scény – čestní novináři by se proto měli vyhýbat ovlivňování citů, nebo přinejmenším se snažit tento efekt minimalizovat. Na druhou stranu zůstává faktem, že invektiva se příjemcům líbí a novináře, kteří tato slova používají, považují za věrohodné. Autor také v souvislosti s problematikou používání invektiv zmiňuje nálepkování jako jeden ze způsobů manipulace. V této souvislosti jsou za nálepky považována slova, které mají za úkol zjednodušit chápání a šetřit čas, avšak někdy slouží nálepkování k manipulaci a ovlivnění postojů čtenářů. Jako příklad můžeme použít nálepku „extremista“. Jedná se o citově zabarvené slovo, které v lidech na základě představ a zkušeností vyvolává určité emoce. Nálepkování, jako nástroj manipulace, tedy funguje tak že propojí určitý subjekt (například osobu či událost) s nálepkou, která v příjemci vyvolá

³² ZARQA, 2013

³³ ILOWIECKI, ZASEPA, 2003

negativní asociaci. Tato nálepka se usadí v podvědomí a následně ovlivní postoj příjemce k dané situaci.³⁴

Manipulovat lze také prostřednictvím titulky či úvodu článku. Mnoho lidí si lépe zapamatuje pouze titulek článku a přečte si pouze úvod, stejně jednoduše si většina z nás lépe zapamatuje první obrazy a informace v televizních zprávách před zbytkem reportáže či článku. Proto je tedy jednodušší v titulku či úvodu podat obsah, který zmate nebo úplně oklame příjemce, s úmyslem upevnit v jeho vědomí jisté hodnocení.³⁵ V kontextu mé bakalářské práce proto může jako příklad uvést četnost výskytu informace o počtu obětí přírodní katastrofy, v názvu či úvodu článku.

McQuail uvádí také pravděpodobnostní model vlivu. V tomto modelu se zpracování témat vztahuje k tomu, do jaké míry člověk myslí o daném problému a jaké informace jsou ve zprávě obsaženy. Model je založen na předpokladu, že jsou lidé motivováni k tomu, aby se drželi tzv. správný postoj. Postoj je zde chápán jako racionální, promyšlený a v souladu s názory a postoji druhých. Ne vždy však máme čas a kapacitu na to, abychom se věnovali rozvoji těchto postojů a proto se naše pozornost začne zaměřovat pouze na vybrané argumenty a problémy. Začneme proto vynakládat mnohem více úsilí na pochopení a hodnocení záležitostí většího než osobního zájmu. Tento fakt reflektuje způsob jakým zpracováváme informace – centrálně nebo periferně. Pokud zpracováváme informace centrálně, čerpáme z vlastních znalostí a zkušeností ke zkoumání informací. V případě periferního zpracování se budeme spíše spoléhat na nahodilé věci, kterými jsou například důvěryhodnost či atraktivnost zdroje, ze kterého informace pochází. Dochází tedy k upřednostnění formy prezentace informace před jejím obsahem.³⁶

Poslední způsob mediální manipulace, o kterém se zmíním, využívá informování o rizicích. Jednou z funkcí přičítanou masovým médiím je, že podávají veřejnosti varování před možnými riziky. Toto je jedno z vysvětlení nepřiměřené pozornosti médií ke zločinům, násilí, katastrofám, smrti a nemocem. V určitých klíčových momentech mohou však zprávy o nebezpečí vést ke krátkodobé panice. Problematika tohoto účinku médií na společnost je však obvykle položena jinou formou. Zaprvé se jedná o ustanovenou tendenci médií zobrazovat svět přinejmenším více nebezpečný než ve skutečnosti je. Pozornost se odklání od běžných způsobů smrti, nemocí a katastrof (např. dopravní nehody) a do popředí se dostávají daleko

³⁴ ILOWIECKI, ZASEPA, 2003

³⁵ Tamtéž

³⁶ McQUAIL, 2010

více dramatické a ojedinělejší informace o leteckých neštěstích či teroristických útocích. Toto se proto dá považovat za uvádění veřejnost v omyl o skutečných přírodních rizicích.³⁷

³⁷ McQUAIL, 2010

4. Neziskové organizace a jejich práce s veřejností

V této části bych ráda krátce zmínila úlohu neziskových organizací a také objasnila pojmy public relations, fundraising, lobbying a media relations, dále se bude kapitola okrajově věnovat českým neziskovým organizacím.

Definicí charakterizující nestátní neziskové organizace je mnoho. Pro účely mé bakalářské práce jsem však vybrala jednu z oficiálních definic, kterou lze dohledat na stránkách České republiky:

„Nestátní neziskové organizace jsou organizace, které nejsou založeny za účelem naplňování zisku. Základním impulsem pro jejich založení je snaha řešit konkrétní problémy nebo jim předcházet, a to bez ohledu na ziskovost činnosti. Na rozdíl od soukromých komerčních firem totiž hlavním měřítkem není finanční zisk, ale schopnost naplňovat veřejně prospěšnou činnost.“³⁸

Pro shrnutí lze tedy říci, že nestátní neziskové organizace jsou samosprávně autonomní organizace, které mají soukromou povahu a nerozdělují zisk. Některé definice zahrnují také pojem dobrovolnosti těchto organizací, která je však v našem prostředí předpokládána automaticky, a proto ji řada autorů do svých definic nezahrnuje.³⁹

Pro úplnost jsem se rozhodla definovat také rozdíl mezi servisními a advokačními neziskovými organizacemi. Servisní NGO (nevládní neziskové organizace) můžeme definovat jako organizace, které poskytují určité služby menší skupině klientů, která je úžeji definována. Výsledky těchto služeb jsou většinou hmatatelné. Naproti tomu advokační NGO se snaží vytvářet či změnit nebo vytvořit podmínky a pravidla, která ovlivňují život široké veřejnosti.⁴⁰

4.1. Komunikace nevládních organizací

Jednou z nejdůležitějších aktivit NGO je komunikace. Servisní ale i advokační NGO musí nezbytně komunikovat se svým okolím. Zejména u advokačních veřejně prospěšných NGO je jádrem činnosti právě komunikace. Tato komunikace se realizuje pomocí public relations.⁴¹

Jak nám již napovídá překlad z angličtiny, jedná se o vztahy s veřejností. Definice toho pojmu je však daleko složitější, vzhledem k rozmanitosti technik, cílů, aktivit a dalších prvků PR.⁴² Velice zjednodušenou avšak výstižnou definici public relations potom uvádí M.

³⁸ Czech.cz, 2014, Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Podnikani/Ekonomicka-fakta/Neziskovy-sektor>

³⁹ RYCHTECKÝ, 2013

⁴⁰ Tamtéž

⁴¹ Tamtéž

⁴² SVOBODA, HALADA, 2006

Šedivý a O. Medlíková, kteří definují PR následovně: Cokoliv uděláte pro to, aby o vás (o vaší organizaci) mluvili dobře jiní, patří do public relations“⁴³

Hlavním cílem vztahů s veřejností v neziskovém sektoru je tedy budování silné značky, dobrého jména organizace a v neposlední řadě image, tedy pozitivní vnímání obrazu organizace společností. Jedním z nástrojů jak zajistit aby o nás a naší organizaci mluvila veřejnost pozitivně je publicita a vztahy s médií, kterým se budu věnovat v následující části. Mezi další nástroje patří například firemní kultura, stanovení komunikační strategie, pořádání akcí a tištěné materiály.⁴⁴

4.2. Fundraising

„Fundraising je proces, který se společně s PR, marketingem a lobbingem podílí na kvalitě interních a externích vztahů. Přímou ovlivňuje značku, dobré jméno a image organizace.“⁴⁵ Jedná se o způsob úspěšného přesvědčování druhé strany o tom, že právě vaše organizace je vhodná pro investici.⁴⁶Jednou z hlavních zásad fundraising však není získat peníze, ale lidi.⁴⁷

4.3. Lobbying

Lobbying lze chápat jako ovlivňování, přesvědčování, reprezentace zájmů a součást komunikačního procesu mezi lobbistou a rozhodovatelem (osoba s rozhodovací pravomocí), kterým je nejčastěji poslanec nebo jiný politik. Lobbying provádějí lobbisté, kteří prosazují zájmy organizace.⁴⁸

4.4. Media Relations

Jedná se o soubor opatření PR, jejichž cílem je udržovat optimální vztahy organizace (instituce) s médií. Výsledkem správně fungujících press relations je dosažení příznivé mediální publicity o subjektu PR.⁴⁹

V praxi se dle řady autorů připisuje práci s médií v PR významná role. Jen ojedinělý počet organizací může efektivně realizovat vztahy s veřejností bez kvalitní práce s tiskem či médií.⁵⁰ M. Šedivý a O. Medlíková dodávají, že PR bývají někdy zaměňovány za vztahy s médií. Jak již bylo uvedeno výše, PR jsou daleko širší a press relations jsou pouze jedním

⁴³ ŠEDIVÝ, MEDLÍKOVÁ, 2012. s. 30

⁴⁴ Tamtéž

⁴⁵ Tamtéž, s. 42

⁴⁶ RYCHTECKÝ, 2013

⁴⁷ ŠEDIVÝ, MEDLÍKOVÁ, 2012

⁴⁸ Tamtéž

⁴⁹ SVOBODA, HALADA, 2006

⁵⁰ SVOBODA, HALADA, 2006

z nástrojů.⁵¹ Každá organizace má svou vlastní strategii press relations, a proto při vytváření strategie by si subjekty měly ujasnit filozofii takového vztahu.⁵² Pro lepší porozumění lze tedy říci, že je nutné mít strategické cíle organizace a na ně navázat strategií mediální. Je tedy důležité si stanovit, jakým směrem se organizace vydává, a tedy jaká média jsou pro ni nejvhodnější.⁵³ Jak organizace, tak média mají jistá očekávání od press relations. Novináři očekávají od organizace pravdivé informace, které budou podány jednoduchou a srozumitelnou řečí. Redakce tedy očekávají od organizací otevřené chování bez zatajování informací. Na druhé straně organizace očekávají, že budou publikovány na předních stránkách nadregionálních deníků či hospodářských novin. Výsledkem takovéto práce s médii je publicita. Subjekty se proto snaží, aby v médiích byly publikovány takové informace a články, které organizacím přinesou co nejpříznivější obraz o instituci nebo organizaci. Bylo by však vhodné objasnit samotný pojem publicita. Pravý význam tohoto slova spočívá v označení efektu práce s tiskem, který je výsledkem určité publicistické kampaně nebo stupně známosti někoho či něčeho.⁵⁴

5. Humanitární a rozvojová pomoc

5.1. Humanitární pomoc

Dle Ministerstva zahraničních věcí ČR je hlavním cílem humanitární pomoci zamezit ztrátám na životech a zmírnit lidské utrpení způsobeno náhlou katastrofou, ať už přírodní či zapříčiněnou člověkem. Dále se také jedná o pomoc v regionech, které jsou zasaženy dlouhodobou a komplexní humanitární krizí.⁵⁵ Jinými slovy se jedná o bezprostřední aktivity, které představují reakci na humanitární krizi.⁵⁶

Deklarace Dobrého humanitárního dárcovství stanovuje čtyři základní principy pro poskytování humanitární pomoci. Prvním principem je lidskost, jejímž cílem je záchrana životů a snížení utrpení lidí. Druhým principem je nestrannost, což znamená, že humanitární pomoc je poskytována výhradně na základě stanovených kritérií potřeb, nedochází tudíž k rozlišování mezi příjemci dle jiných kritérií. Třetím pilířem je neutralita, která stanovuje, že humanitární pomoc se nepřiklání k žádné ze stran v případě konfliktu. Posledním principem je

⁵¹ ŠEDIVÝ, MEDLÍKOVÁ, 2012

⁵² SVOBODA, HALADA, 2006

⁵³ ŠEDIVÝ, MEDLÍKOVÁ, 2012

⁵⁴ SVOBODA, HALADA, 2006

⁵⁵ Ministerstvo zahraničních věcí ČR, 2014, Dostupné z:

http://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/rozvojova_spoluprace/humanitarni_pomoc/

⁵⁶ KAPLAN a kol. 2007

nezávislost, což znamená, že příjemci pomoci nejsou součástí ekonomickým, politickým či jiným zájmů dárce pomoci.⁵⁷

Důležitou součástí humanitární pomoci je způsob jejího doručení katastrofou postiženým osobám. Přímé transakce od donorů jsou velmi výjimečná. Častěji se proto setkáme se způsobem doručení pomoci, kdy prostředky ze strany donora putují k takzvaným primárním příjemcům pomoci, kterými jsou například multilaterální organizace, neziskové organizace či jiné mechanismy, které dále přerozdělují prostředky ve formě zboží, služeb či financí lidem v zasaženém regionu.⁵⁸

V návaznosti na kapitolu o neziskových organizacích je nutné zmínit také tři fáze poskytování humanitární pomoci, které humanitární organizace rozlišují. Doba prvních dvou týdnů po katastrofě se nazývá jako krizová pomoc. Zahrnuje především elementární pomoc zaměřenou na záchranu životů a podporu přeživších. Období přibližně dvou týdnů až tří měsíců po katastrofě je nazýváno časnou rehabilitací. V tomto případě se jedná o péči o lidi, kteří byli následkem katastrofy vysídleni a jako příklad lze uvést poskytování přístřeší či potravin. Součástí časné rehabilitace je také snaha o obnovu základní infrastruktury, jakou je například voda, či elektřina. Vyhodnocování škod se rovněž řadí do tohoto období. Poslední fáze se nazývá fáze obnovy, jejímž cílem ve vztahu k humanitární pomoci je komplexní obnova přístřeší, veřejných přístřeší či infrastruktury. Délka tohoto období je maximálně dva roky od katastrofy. Velmi důležitou součástí obnovy je prevence před dalšími katastrofami a to zejména v oblastech extrémních klimatických jevů.⁵⁹

V současné době existují dva důvody pro poskytování humanitární pomoci. Prvním z nich jsou **důvody náboženské a etické**, které spočívají v dlouholeté evropské tradici humanity, čerpající z hodnot křesťanství, osvícenství a humanismu. Humanitární přístup má však obdobu také ve všech dalších nábožensko-kulturních tradicích světa. Podle těchto principů je morálně a eticky správné poskytovat pomoc lidem, kteří se ocitnou v nouzi.⁶⁰

Další **důvody jsou politické a pragmatické**. Tyto důvody sahají až k racionálním úvahám o prevenci konfliktu, mezinárodním terorismu, nelegální migrace a poškozování životního prostředí. „Podle pragmatického principu je ekonomicky i politicky výhodné

⁵⁷ DUŠKOVÁ a kol., 2011

⁵⁸ SWITHERN a kol., 2014. Dostupné z: <http://www.globalhumanitarianassistance.org/wp-content/uploads/2014/09/GHA-Report-2014-interactive.pdf>

⁵⁹ DUŠKOVÁ a kol., 2011

⁶⁰ Rozvojovka.cz, 2011, Dostupné z: <http://www.rozvojovka.cz/humanitarni-pomoc-a-rozvojova-spoluprace>

investovat do pomoci chudým zemím, protože se tím v dlouhodobém horizontu ušetří prostředky, které by stát musel vynakládat na zajištění vlastní bezpečnosti a prosperity.“⁶¹

5.2. Rozvojová spolupráce

Definici rozvoje můžeme najít celou řadu, avšak s ohledem na rozsah této práce nám budou stačit následující dvě charakteristiky. Pod pojmem rozvoj si můžeme představit změnu vedoucí k zlepšení lidského života. Zahrnuje jak ekonomickou tak politickou, sociální či kulturní dimenzi. V dnešním chápání má tento pojem především dva hlavní koncepty. V současnosti se hovoří o rozvoji lidském a rozvoji udržitelném.⁶² Pro další variantu pojetí rozvoje je klíčovým prvkem empowerment – tedy schopnost lidí určovat si vlastní hodnoty a rozhodovat o podmínkách svého života.⁶³

V této kapitole se budu detailněji zabývat rozvojovou spoluprací. Termín rozvojová spolupráce vznikl po druhé světové válce jako modernější forma poskytování humanitární pomoci. Symbolizuje především obecnější a širší pojatý lidský rozvoj a partnerský postoj zúčastněných stran. Tento typ spolupráce se zaměřil na monitorování dlouhodobých sociálních a ekonomických podmínek v rozvojových regionech, ve kterých tamní lidé žijí. Zabývá se však také hledáním způsobů, jak by se tyto podmínky daly zlepšit. Mezi hlavní aktéry rozvojové spolupráce jsou považovány vlády rozvinutých západních zemí, vlády v rozvojových zemích a konkrétní příjemci v terénu.⁶⁴ Přibližně jedna třetina rozvojové pomoci těchto dárců je zprostředkována přes multilaterální organizace, jimiž jsou například mezinárodní finanční instituce, agentury OSN a také Evropská unie. Naproti tomu stojící bilaterální pomoc je prováděna přímo od donora k vládě příjemce.⁶⁵

Mezinárodní finanční instituce

Zde řadíme především Mezinárodní měnový fond (MMF) a Světovou banku a podobné nadnárodní instituce, které byly vytvořeny k regulaci a rozvíjení globálního ekonomického trhu na pomoc rozvojovým zemím. Jejich velký vliv na světovou ekonomiku je dělá jedním z klíčových aktérů rozvojové spolupráce. V současné době čelí Světová banka i MMF tlaku ze strany západní veřejnosti a to z důvodu netransparentnosti.⁶⁶

Agentury OSN

⁶¹ Rozvojovka.cz, 2011, Dostupné z: <http://www.rozvojovka.cz/humanitarni-pomoc-a-rozvojova-spoluprace>

⁶² KAPLAN a kol. 2007

⁶³ Rozvojovka.cz, 2011, Dostupné z: <http://www.rozvojovka.cz/humanitarni-pomoc-a-rozvojova-spoluprace>

⁶⁴ Rozvojovka.cz, 2011, Dostupné z: <http://www.rozvojovka.cz/humanitarni-pomoc-a-rozvojova-spoluprace>

⁶⁵ WATES, 2010

⁶⁶ Rozvojovka.cz, 2011 Dostupné z: <http://www.rozvojovka.cz/humanitarni-pomoc-a-rozvojova-spoluprace>

Pro rozvojovou problematiku byl vytvořen Rozvojový program OSN (UNDP) a v rámci svých dalších programů i Světová zdravotnická organizace (WHO) a Dětský fond OSN (UNICEF). Vliv těchto agentur OSN na řešení zásadních otázek rozvoje je však poměrně malý, a to zejména kvůli závislosti na financování ze strany členských států.⁶⁷

Evropská unie

„Evropská unie je globálně největším poskytovatelem rozvojové pomoci, přičemž vedle jednotlivých členských států realizuje rozvojovou spolupráci i Evropské společenství prostřednictvím Evropské komise“⁶⁸

Vlády

Jedním z hlavních témat vlád rozvinutých zemí je objem prostředků poskytovaných na pomoc chudým zemím a systém jejich využívání. Důraz je kladen na efektivnost, systémovost a dlouhodobou udržitelnost. Pro vlády chudých zemí Jihu, jakožto hlavní příjemce pomoci, je nejdůležitější otázkou transparentnost, efektivnost a zodpovědnost při správě poskytnutých prostředků i hledání trvale udržitelných lokálních kapacit pro překonávání nepříznivých podmínek v daných zemích.⁶⁹

5.2.1. Humanitární VS rozvojová pomoc

Hned v úvodu je nutné charakterizovat samotný rozdíl mezi humanitární a rozvojovou pomocí. „Rozvojová spolupráce se od humanitární pomoci odlišuje především tím, že rozvojové potřeby pokrývají široký okruh dlouhodobých soukromých i společenských aspektů důstojného života, zatímco humanitární potřeby jsou časově i sektorově bezprostředněji koncentrované kolem elementární zachování života jednotlivce i komunity.“⁷⁰ Jiní autoři rozdíl mezi humanitární a rozvojovou pomocí rozlišují následovně. Humanitární pomoc reaguje bezprostředně na konkrétní krizovou situaci a jejím hlavním cílem je obnovit stav před danou událostí. Na druhou stranu rozvojová pomoc představuje dlouhodobější, systematičtější a širší podporu lidského rozvoje ve vybraných regionech.⁷¹

5.2.2. Zahraniční rozvojová spolupráce a humanitární pomoc ČR

Zahraniční rozvojová spolupráce je významnou součástí zahraničního působení České republiky a vyjadřuje převzetí odpovědnosti za řešení globálních problémů. Jejím primární

⁶⁷ Rozvojovka.cz, 2011, Dostupné z: <http://www.rozvojovka.cz/humanitarni-pomoc-a-rozvojova-spoluprace>

⁶⁸ Tamtéž

⁶⁹ Tamtéž

⁷⁰ DUŠKOVÁ a kol., 2011, s. 104

⁷¹ KAPLAN a kol. 2007

cílem je omezování chudoby v rozvojových zemích, mezi sekundární cíle se dále řadí například budování dobrých vztahů s rozvojovými zeměmi a napomáhání zajišťování ekonomické, bezpečnostní a environmentální zájmy České republiky.⁷² Ministerstvo zahraničních věcí ČR navíc dodává, že výchozí bod pro zahraniční rozvojovou spolupráci ČR tvoří rozvojové cíle tisíciletí. MZV ČR také podrobněji vysvětluje stimul pro rozvojovou spolupráci, který představuje demokratické formy vládnutí, udržitelný ekonomický růst, zapojování rozvojových zemí do mezinárodního obchodu, sociální rozvoj a péče o životní prostředí.⁷³

Vzhledem událostem na Filipínách v roce 2013 se budu nejdřív zabývat právě tímto rokem. Z humanitárního rozpočtu Ministerstva zahraničních věcí ČR ve výši 73 milionů korun bylo podpořeno 27 humanitárních projektů ve 30 zemích světa. Po ničivém tajfunu věnovala Česká republika **4 milióny korun** na okamžitou pomoc pro oběti tajfunu. Tato částka byla Filipínám poskytnuta prostřednictvím Filipínského červeného kříže, který měl jako jeden z mála hned od počátku přístup i do nejdlejších postižených oblastí. Následně byl v rámci vyhodnocování podpůrné mise Evropské komise na Filipíny vyslán český expert nominovaný generálním ředitelství Hasičského záchranného sboru.

Humanitární rozpočet MZV na rok 2015 byl vládou schválen ve stejné výši jako v roce 2013, tedy 73 milionů korun. Tato pomoc se zaměřovala na oblast východu Ukrajiny, kde byli místní obyvatelé postiženi konfliktem, celkem ČR přispěla Ukrajině částkou ve výši 7,72 milionů korun. Mezi další oblasti, kde směřovala humanitární pomoc ČR v roce 2015, patří Malawi a Mosambik, Západní Afrika, Irák a Sýrie, Jordánsko či Jižní Súdán. Celkem bylo v průběhu roku 2015 schváleno 43 humanitárních aktivit ve 26 zemích světa v hodnotě 89,88 milionů korun.⁷⁴

5.3. Humanitární krize na Filipínách v roce 2013

Tajfun Haiyan udeřil v centrální části Filipín dne 8. listopadu 2013. Haiyan je označován za jeden z nejsilnějších tajfunů, které udeřily na zemi. Tajfun trval přibližně 16 hodin a kvůli jeho síle, je označován za super tajfun. Neustávající vítr dosahoval rychlosti až 195 mil za hodinu a smetl šest provincií v centrálních Filipínách. Nejvíce byl postižen západ a východ provincie Leyte a jižní výběžek Východního Samaranu. V těchto oblastech bylo

⁷² Rozvojovka.cz, 2011, Dostupné z: <http://www.rozvojovka.cz/humanitarni-pomoc-a-rozvojova-spoluprace>

⁷³ Ministerstvo zahraničních věcí ČR, 2014, Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/rozvojova_spoluprace/humanitarni_pomoc/

⁷⁴ Ministerstvo zahraničních věcí ČR, 2014, Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/rozvojova_spoluprace/humanitarni_pomoc/vyrocní_souhrny_hp/humanitarni_pomoc_cr_poskytnuta_do.html

zničeno až 90% budov, včetně zdravotnických zařízení. Tyto události následně vyvolali humanitární krizi. Doručování humanitární pomoci bylo v nejméně postižených částech velmi problematické a to zejména kvůli porušené telekomunikaci, vodních zdrojů, narušení infrastruktury a také silného narušení vládního. Bez ohledu na tyto překážky, byla humanitární pomoc doručena do nejhůře postižených oblastí do dvou týdnů od tajfunu. Dva a půl měsíce po skončení tajfunu OSN uvedlo, že 14.1 miliónů lidí bylo přírodní katastrofou zasaženo a z toho 4.1 miliónu obyvatel muselo být vysídleno.⁷⁵

Následná humanitární obnova byla vedena Filipínskou vládou. Mezi nejvýznamnější partnery Filipín, podílející se na obnově státu, patří OSN a Spojené státy americké. K 31. lednu 2014 přispěli mezinárodní donoři na podporu obnovy tajfunem postižených Filipín 662.9 miliónů dolarů, z toho 87 miliónů dolarů bylo poskytnuto Spojenými státy. Jedná se o jeden z důkazů o silné vazbě mezi Filipínami a Spojenými státy, která má počátky v koloniální éře, ale také ve společných strategiích a ekonomických zájmech. Dalším pilířem tohoto bilaterálního pouta je sdílení demokratických principů a provázanost těchto dvou národů. Příkladem nám může být populace Filipínských -Američanů, kterých na území Spojených států žije 4 milióny.

Tajfun Haiyan však nevyvolal první humanitární krizi na Filipínách. Špatná infrastruktura a geografická poloha jsou jedny z hlavních příčin, proč jsou Filipíny často postihovány humanitárními krizemi. V průměru zemi ročně zasáhne 20 bouří. Například v roce 2012 udeřil na jihu na ostrově Mindanao tajfun Bopha, který připravil o život až 2000 obyvatel. Jiným příkladem nám může být zemětřesení z října 2013, které na ostrově Bohol udeřilo silou 7.1 Richterovi stupnice. Toto zemětřesení připravilo o domov na 350 000 lidí. Do příchodu tajfunu Haiyan se za nejdestruktivnější tajfun Filipín považovala tropická bouře Thelma z roku 1991, kdy o život přišlo 5000 lidí, převážně z regionu Visayas.⁷⁶

⁷⁵ LUM, 2014, Dostupné z: <https://www.fas.org/sgp/crs/row/R43309.pdf>

⁷⁶ Tamtéž

6. České neziskové organizace (které se podílely na sbírce po tajfunu Haiyan)

V kapitole o neziskových organizacích podílejících se na sbírce a pomoci Filipínám po tajfunu se budu zabývat jednotlivě nejvýznamnějšími organizacemi, mezi které patří ADRA, Člověk v tísni, Červený kříž ČR, Lékaři bez hranic, Diakonie českobratrské církve evangelické a Charita ČR. Tyto neziskové organizace budou níže popsány jednotlivě.

ADRA v České republice působí od roku 1992. jedná se o mezinárodní humanitární organizaci poskytující pomoc lidem v nouzi. ADRA Česká republika je součástí mezinárodní sítě organizací ADRA, která působí více než v 130 zemích světa. Tato organizace realizuje vedle okamžité humanitární pomoci po mimořádných událostech také rozvojové projekty. Vzhledem k existenci celosvětové sítě společnosti ADRA, je společnost schopna rychle a pružně reagovat na přírodní katastrofy. Po přírodní katastrofě na Filipínách v roce 2013 ADRA podrobně monitorovala situaci přímo na místě a poskytovala lidem dodávky pitné vody, potravinovou pomoc a také provizorní přístřešky. Do pomoci pro Filipíny se zapojila také ADRA ČR, která ihned uvolnila 100 000 korun a vyhlásila veřejnou sbírku.⁷⁷

Člověk v tísni je nevládní neziskovou organizací, která vychází z myšlenek rovnosti, svody, solidarity a humanismu. Jedná se o organizaci, která si priority činnosti stanovuje sama a to dle naléhavosti situace a reálných možností jak může organizace pomoci. Člověk v tísni bojuje s chudobou v dlouhodobém měřítku, avšak také poskytuje okamžitou humanitární pomoc, která byla v roce 2013 poskytnuta Filipínám. Člověk v tísni se zapojil do pomoci Filipínám již sedm dní po katastrofě. Organizace založila veřejnou sbírku SOS Filipíny a přispěla částkou 19,5 miliónů korun, na této částce se Česká republika podílela sumou 500 000Kč. Člověk v tísni pomohl více než 750 000 obyvatel Filipín a to především prostřednictvím obnovy živobytí, veřejných prací, oprav škol nebo distribucí potravinových balíčků.⁷⁸

Další organizací, která poskytla humanitární pomoc zničeným Filipínám, jsou **Lékaři bez hranic**. Tato organizace v současnosti působí ve 70 zemích světa a od svého založení v roce 1971 už pomohla miliónům lidí. Jedná se o mezinárodní nezávislou organizaci, kterou tvoří převážně lékaři a zdravotničtí pracovníci, ale také zástupci jiných profesí. Lékaři bez hranic pomáhají lidem v nouzi, obětem přírodních katastrof, katastrof způsobených lidským

⁷⁷ ADRA ČR, 2014, Dostupné z: <http://www.adra.cz/pomoc-v-zahranici/humanitarni-projekty/filipiny--humanitarni-pomoc-po-tajfunu-haiyan>

⁷⁸ Člověk v tísni, 2013, Dostupné z: <https://www.clovekvtisni.cz/cs/humanitarni-a-rozvojova-pomoc/zeme/filipiny>

příčiněním nebo obětí ozbrojených konfliktů, a to bez diskriminace a bez ohledu na rasu. Organizace působí v České republice od roku 2006. Celkem Lékaři bez hranic přispěli částkou 32,4 miliónů eur, ve které je zahrnut příspěvek také Lékařů bez hranic ČR. Z této celkové částky bylo využito 17,2 miliónů eur na okamžitou humanitární pomoc v období listopad- prosinec 2013. V tomto období byly peníze využity především na zajištění vody a sanitace, poskytnutí humanitárních balíčků, poskytnutí zdravotnické péče a výživy a na zajištění prostor a personálu. Zbylých 15,5 miliónů bylo zahrnuto do rozpočtu na roky 2014-2016, kdy se bude pomoc soustřeďovat na obnovu místních nemocnic, distribuci pitné vody a sanitárního opatření a také na výstavbu nové dočasné nemocnice sekundární péče. Organizace Lékaři bez hranic ČR přispěla částkou 319 000 Kč.⁷⁹

Základními principy **Červeného kříže** jsou humanita, neutralita, nestrannost, nezávislost, dobrovolná služba, jednota a světovost. Mezinárodní hnutí Červeného kříže a Červeného půlměsíce je největší humanitární organizací, tvořenou výborem Červeného kříže, 190 národními společnostmi Červeného kříže, Červeného půlměsíce a Davidovy hvězdy. Mezinárodní Červený kříž doručil pomoc po tajfunu v roce 2013 do oblastí Leyte, Cebu, Palawan, Panay a Samar. Organizace však soustředila svou pomoc především do oblasti Samar, která byla ohrožena také ozbrojeným konfliktem, a to zejména z důvodu působení v této oblasti v předchozích letech. Krátce po úderu tajfunu Haiyan obdrželo 1.3 miliónů lidí okamžitou pomoc od Červeného kříže. Organizace také vytvořila dlouhodobý plán obnovy, který je zacílen na přeživší potřebující pomoc nejvíce. Dva hlavní principy tohoto plánu jsou stavění přístřeší a poskytování základního výcviku v oblasti stavebnických postupů pro komunitu. Červený kříž ČR přispěl částkou 1 890 000Kč na obnovu Filipín.⁸⁰

Poslední organizací, kterou se budu v této práci zabývat, je **Charita ČR**. Jejími hlavními pilíři jsou pomáhat lidem v nouzi u nás i v zahraničí, poskytování zdravotnických a sociálních služeb, je součástí římskokatolické církve a je nestátní neziskovou organizací, ve své práci vychází z křesťanských principů. V roce 2013 po vypuknutí tajfunu okamžitě uvolnila 250 000 z krizového rozpočtu na pomoc Filipínám a vyhlásila finanční sbírku a dárcovskou SMS. Charita ČR vsbírala celkovou částku 10 317 644Kč na pomoc Filipínám.⁸¹

Diakonie českobratrské církve evangelické je druhou největší neziskovou organizací poskytující sociální služby v České republice. Jedná se o organizaci poskytující humanitární

⁷⁹ Lékaři bez hranic, 2014, Dostupné z: <http://www.lekari-bez-hranic.cz/cz/financovane-projekty-2013-filipiny>

⁸⁰ Červený kříž ČR, 2014, Dostupné z: <https://www.icrc.org/en/document/philippines-typhoon-haiyan-survivors-back-business>

⁸¹ Charita ČR, 2016, Dostupné z: <http://www.charita.cz/aktualne/clanky/ze-zahranicnich-projektu/charita-pro-filipiny/>

pomoc v ČR a rozvojovou spolupráci v zahraničí. Práce Diakonie vychází z křesťanských hodnot a pomáhá všem bez rozdílu. Zřizovatelem této neziskové organizace je Českobratrská církev evangelická. Na pomoc ve formě potravinové i nepotravinové pomoci pro Filipíny se díky darům evangelické církve a individuálních dárců podařilo odeslat téměř 1 milión korun.⁸²

UNICEF je agenturou OSN pracující ve více než 190 zemích světa, kde pomáhá dětem přežít a podporuje jejich rozvoj, od narození až po dospělost. Mezi hlavní formy pomoci dětem patří zajištění zdravotní péče, výživy, pitné vody, hygieny, základní vzdělání a ochranu před násilím, zneužíváním a riziky nemoci AIDS. Dětský fond OSN byl založen v roce 1946, jeho původním cílem bylo pomoci dětem postiženým druhou světovou válkou. UNICEF poskytuje také krizovou pomoc při výskytu přírodních katastrof či válečných konfliktů, jelikož tyto situace s sebou nesou ohrožení základních práv dětí na zdraví, vzdělání a přežití vůbec. Pomoc, kterou UNICEF v takových neodkladných situacích ohroženým dětem poskytuje, zahrnuje jednak podporu materiální (dodávky potravin, vody a léků) a jednak významnou pomoc v oblasti odborného poradenství a konkrétní psychologické a sociální práce s dětmi, které byly traumatizovány obtížnou životní situací. Pomoc Českého výboru UNICEF se na Filipínách v roce 2013 zaměřila na prevenci proti šíření nakažlivých chorob, na poskytnutí základních životních potřeb a psychologické pomoci všem, kteří ztratili své blízké. Čeští dárci prostřednictvím UNICEF poslali dětem na Filipínách celkem 1 937 669Kč.⁸³

⁸² Diakonie českobratrské církve evangelické, 2016, Dostupné z: <http://www.spolu.diakonie.cz/projekty-v-zahranici/uzavrene-zeme/>

⁸³ Český výbor pro UNICEF, 2013, Dostupné z: http://www.unicef.cz/odkazove_zdroje_textove_materialy/vyrocní_zpravy/vyrocní_zprava_2013_web.pdf

7. Zaměření práce, cíl a metodologie výzkumu

Cílem práce je objasnit mediální zobrazení humanitární krize na Filipínách v roce 2013, kterou způsobil tajfun Haiyan a jeho vliv na chování české veřejnosti. Bude se jednat o obsahovou analýzu mediálních výstupů v českých online médiích v období jednoho měsíce po katastrofě (tzn. Od 8.11. 2013 do 8.12. 2013)

Způsob, kterým budu jednotlivé články hodnotit a ověřovat, zda došlo ke zkreslení pohledu veřejnosti na humanitární krizi na Filipínách v roce 2013, se nazývá obsahová analýza. Tento způsob analýzy dat se zabývá kvantifikací kvalitativních dat. Jde tedy o počítání toho, kolikrát se daný jev objeví nebo kolikrát je zmíněn. Tento způsob analýzy dat se velmi často používá při analýze novin či televizních pořadů. U obsahové analýzy je důležité jasně vymezit výzkumný vzorek a jednotku analýzy.⁸⁴

V případě analýzy médií je cílem podchytit možné systematické zkreslování zpráv s ohledem na určité zájmové skupiny. Jak již bylo zmíněno výše, tento způsob analýzy určuje četnosti výskytu jednotlivých kategorií informací a vztahy mezi nimi. Kvantitativní obsahová analýza se od kvalitativní odlišuje především v nutnosti definování dostatečně přesných kategorií již před začátkem analýzy tak, aby odlišní analytici došli při analýze ke stejným výsledkům.⁸⁵

Hendl uvádí následující kroky, ve kterých standardně kvantitativní obsahovou analýzu provádíme:

1. Určení výzkumné otázky
2. Rozhodnutí o způsobu výběru textů
3. Definice jednotky kódování (téma, slova, odstavce, celý článek,..)
4. Konstrukce kategoriálního systému
5. Testování kategoriálního systému
6. Kódování
7. Provedení analýzy⁸⁶

Mezi možná úskalí obsahové analýzy patří fakt, že se jedná o reduktivní metodu, která má tendenci zastírat komplexnost jevů. Vzhledem k převodu kvalitativních dat na kvantitativní dochází k nemožnosti zajistit uchování interpretativních kvalit výsledků jednotlivých článků.

⁸⁴ DUŠKOVÁ, ŠAFAŘÍKOVÁ, 2015

⁸⁵ HENDL, 2005

⁸⁶ Tamtéž

Závěry shrnutí tedy mohou zjednodušit situaci tím, že uvažují pouze to, co lze klasifikovat a počítat, a nešímají si poznatků, které jsou skutečně důležité.⁸⁷

V případě mé obsahové analýzy se bude jednat o analýzu novinových článků v rozmezí jeden měsíc od příchodu tajfunu Haiyan na Filipíny, tedy od 8.11. 2013 do 8.12. 2013. Bude náhodně vybráno třicet článků, které byly vydány v mnou vymezeném období následujícími vydavateli: Reflex.cz, Česká televize, Novinky.cz, Idnes.cz, Rozhlas.cz, Lidovky.cz, Blesk.cz, Eurozprávy.cz, Aktualne.cz, Denik.cz, Hospodářské noviny. Důvodem výběru těchto mediálních nosičů je jejich postavení na České mediální scéně a co možná největší možnou různorodost mezi redakcemi, novinářskými institucemi.

Po výběru prvních třiceti článků, které byly publikovány v mnou vybraném období bezprostředně po katastrofě, přejdu k analýze jejich obsahu. Analýza bude prováděna na základě mnou stanovených kritérií, která stanoví, zda byl článek napsán objektivně nebo mohlo dojít ke zkreslení skutečností a následnému ovlivnění názoru široké veřejnosti. Abych však byla schopna vyvrátit či potvrdit tento problém, je nutné si v této části práce, stanovit výzkumné otázky. Nejdřív si stanovím hlavní výzkumnou otázku (HVO) a dále ji rozvedu specifickými výzkumnými otázkami (SVO).

HVO1: Mediální zpracování humanitární krize přímo působí na chování českého čtenáře (s cílem přispět na sbírku pro pomoc obětem tajfunu na Filipínách).

SVO1: Redakce ve svých člancích dokázali objektivním a vyčerpávajícím způsobem popsat původ humanitární krize.

SVO2: Redakce ve svých člancích dokázali objektivním a vyčerpávajícím způsobem popsat důvody zapojení české veřejnosti do humanitární pomoci a obnovení krajiny.

SVO3: Redakce ve svých člancích dokázali objektivním a vyčerpávajícím způsobem popsat způsob zapojení české veřejnosti do humanitární pomoci a obnovení krajiny.

SVO4: Redakce ve svých člancích použili pro ilustraci humanitární krize fotografie z místa katastrofy

SVO5: Redakce ve svých člancích využili statistické údaje o obětech tajfunu.

SVO6: Redakce ve svých člancích použili reportážní styl (komentování z místa činu, rozhovor s obětí katastrofy či humanitárním pracovníkem)

⁸⁷ HENDL, 2005

SVO7: Redakce ve svých člancích zmínili konkrétní nevládní organizaci v ČR a způsob pomoci obětem katastrofy.

Na tyto výzkumné otázky se po provedení analýzy pokusím odpovědět v interpretaci výsledků a závěru práce.

8. Obsahová analýza a její výsledky

V první fázi obsahové analýzy byly stanoveny jednotlivé kategorie, dle kterých byly články následně tříděny.

V první části je nutné mnohokrát projít a důkladně přečíst všechny texty. Na začátku analytického procesu texty téměř vždy opakovaně čteme a hledáme přitom odlišnosti a podobnosti, jedná se o metodu nepřetržitého pozorování. Kódování je prvním krokem analytického procesu, jedná se o označování určitých částí textů kódem, který nám umožní se lépe v článcích orientovat. Data pomocí kódů redukuje a popisujeme ve vztahu ke stanoveným výzkumným otázkám. Po počátečním čtení textu a vytvoření kódů se podobné kódy sdruží do kategorií. Tato část analýzy kdy dochází k vytváření kódů a jejich kategorizace se nazývá otevřené kódování a jedná se o základní postup, kterému se výzkumník nevyhne. Následně pomocí axiálního kódování dochází k hledání souvislostí a propojování jednotlivých kategorií. Výzkumník jinými slovy začíná uvažovat nad tím, jak spolu jednotlivé kódy a kategorie souvisí. (Dušková, Šafaříková, 2015)

Kategorií bylo vytvořeno celkem deset a každá z kategorií v sobě zahrnovala minimálně dvě podkategorie. Tyto kategorie byly formulovány formou otázek na, které se dalo jednoznačně odpovědět ANO či NE, dle toho zda se daný jev v textu objevuje či nikoliv. Postupně bylo takto analyzováno všech třicet článků a po interpretaci výsledků byla zjištěna vyústění pro doporučení pro praxi a závěru. Všech třicet analyzovaných článků, naleznete v sekci *Přílohy* na konci této práce.

Tabulka 1: Fotografie

	Fot.	Popis Fot.	Těla obětí na fot.	Fot. Vyvolává pocit utrpení místních	Neutrální fot. (průběh tajfunu, NNO pracovníci.)	Na fot. jsou místní lidé postižení tajfunem	Kdo je autorem	Počet fot., na článek	Pokud více -Všechny fot., jsou neutrální
ANO - celkem	30	27	6	16	9	19	<u>Reuters -11</u> <u>ČTK -9</u>		2
NE - celkem	0	3	24	14	21	11	Profimedia - 5	Více než 1 fot.- 15x	13

***fot. – Fotografie; NNO – nevládní nezisková organizace**

Při analýze fotografií, které článek obsahuje, jsem dospěla k následujícím výsledkům – 100% článků obsahuje alespoň 1 fotografií, z toho 50% článků má více než jednu fotografií. V případě, kdy se v článku vyskytla více než jedna fotografie, tedy v 50% případech, jsem

analyzovala, zda jsou všechny fotografie neutrální a nevyvolávají ve čtenáři pocit lítosti, jednalo se tedy pouze o 6,6% článků (pouze 2 články z 15), které obsahovaly fotografie nevyvolávající emoce.

Tabulka 2: Pocity, které článek vyvolává

	Článek vyvolává pocit lítosti	Četnost výskytu slova „smrt“ i jeho ekvivalentu	V názvu článku je slovo „pomoc“	V článku je informace o počtu obětí	Citově zabarvená slova
ANO - celkem	15	MEZI 0-1: 14	7	26	19
NE - celkem	15	NAD 1: 16	23	4	11

Jedním z ukazatelů zda ve čtenářích článek vyvolává pocity lítosti, byl výskyt slova „pomoc“ již v názvu článku, v tomto případě 76,6% článků splňovalo toto kritérium, tedy pouze 7 článků ve svém názvu slovo pomoc nemělo. Dále jsem zkoumala, v kolik článcích se objevuje přibližná informace o počtu obětí, zde se dostáváme ještě k vyššímu výskytu než u předešlé kategorie, konkrétně se jedná o 86.6% článků (26 z 30) které tuto informaci obsahují minimálně jednou. Jako poslední bylo zkoumáno, zda se v článku vyskytují následující slova: utrpení, bezmoc, katastrofální, zdevastovaný a jiné ekvivalenty těchto slov, toto kritérium poukazuje na výskyt citově zabarvených slov, nebo slov, které zveličují. Z 30 článků 63,3% obsahovalo alespoň jedno z těchto slov.

Tabulka 3: Název článku

	POZ. /NEUT. / NEG.	Počet slov/vět	Inf. o počtu obětí
ANO/POZ. celkem	4	Do 10 slov: 16	11
NE/NEG. celkem	9	Nad 10 slov: 14	19
NEUT. celkem	17		

***POZ. – pozitivní; NEG. – negativní; NEUT. – neutrální; Inf. - informace**

Z celkového počtu 30 článků bylo 56,6% jejich titulků neutrálních, tedy především informativní bez snahy ovlivnit názor čtenáře. 30% titulků bylo negativního rázu, tyto titulky byly velmi alarmující a neobjektivní. Pouhých 13,3% bylo pozitivních, snažících se poukázat na zlepšující se situaci na Filipínách. Dalším zkoumaným prvkem, bylo, zda se v titulku objevuje informace o počtu obětí. Tento jev se však prokázal pouze v 36,6 % případů.

Tabulka 4: Obsažení neutrálních informací

	Objektivní inf. o průběhu tajfunu	Inf. o rychlosti větru	Inf. o nejvíce postižených oblastech	Popsán rozsah škod, potřeby lidí a humanitární pomoci	Příběh konkrétního člověka, či rodiny	Konkrétní forma pomoci ČR pro Filipíny
ANO - celkem	10	10	27	20	8	5
NE - celkem	20	20	3	10	22	25

***Inf. - informace**

Při analýze neutrality obsahu článku 66,6% článků popisovalo rozsah škod, potřeby místních či vyjadřovalo potřebu humanitární pomoci. Příběh alespoň jednoho místního obyvatele, který byl svědkem události, obsahuje 25,6% článků. Jednou z kategorií byla zmínka o konkrétní pomoci ČR pro Filipíny. Zde byly zařazeny kromě podpory státu také české humanitární organizace, podmínkou však byla zmínka o konkrétním postupu pomoci, tedy pouhé číslo účtu s názvem organizace nebylo započítáno. 16,6% článků se o konkrétním postupu pomoci ČR zmiňovalo.

Tabulka 5: Výskyt informací o nevládních organizacích

	Článek informuje o zapojení NNO	Inf. o tom jak mohou lidé přispět na sbírku	Inf. o konkrétních postupech NNO	Inf. o distribuci jídla či pití	V textu je název české NNO	Spolu s názvem NNO je i číslo účtu	Marketingový nebo fundraisingový podtext
ANO - celkem	16	10	7	16	10	10	6
NE - celkem	14	20	23	14	20	20	24

***Inf. – informace; NNO – nevládní nezisková organizace**

Z celkového počtu 30 článků, 53,3% informovalo o zapojení NNO, avšak informaci o tom, jak může široká veřejnost přispět na pomoc Filipínám, obsahovalo pouze 33,3% článků. O tom, jaké jednotlivé kroky NNO provádějí, informovalo 23,3% článků. Informace o distribuci jídla či pití zazněla v 53,3% případech. O českých NNO se v textu zmiňovalo pouze 33,3% článků, stejné procentuální zastoupení, tedy 33,3% měla také informace, která spolu s názvem NNO uvádí také číslo účtu.

Tabulka 6: Rozbor článku

	Článek je psán časově postupně	Psán od nejaktuálnějších k méně důležitým inf.	Počet odstavců
ANO - celkem	12	18	10 a více odstavců: 9
NE - celkem	18	12	Méně než 10 odstavců: 21

***Inf. - informace**

Důležitým aspektem, ke kterému jsem během analýzy rozboru článku došla je, že většina článků tedy 60% bylo napsáno od nejaktuálnějších informací po méně důležité či obecné informace, v teorii žurnalistiky se tomuto stylu říká obrácená pyramida.

Tabulka 7: Výskyt přímé řeči

	Přímá řeč	Rozhovor s místními	Rozhovor s odborníkem	Rozhovor s českým humanitárním pracovníkem
ANO - celkem	26	9	18	5
NE - celkem	4	21	12	25

Analýza přítomnosti přímé řeči v rámci článku ukázala následující: 86,6% článků obsahovalo přímou řeč, z toho 30% obsahovalo přímou řeč formou rozhovoru s místním obyvatelem či svědkem události avšak pouhých 16,6% článků obsahovalo rozhovor ve formě přímé řeči s českým humanitárním pracovníkem.

Tabulka 8: Struktura článku

	Článek obsahuje úvod	Rozdělení na úvod, hl. část a závěr	V rámci úvodu je inf. o počtu obětí
ANO - celkem	30	23	15
NE - celkem	0	7	15

***Inf. - informace**

Všechny analyzované články obsahují úvod – 100%. Rozděleno na úvod, hlavní část a závěr bylo 76,6% článků. Dále jsem se zaměřila na fakt, zda se již v rámci úvodu objevuje informace o počtu obětí tajfunu, toto se potvrdilo přesně u poloviny článků (50%).

Tabulka 9: Zařazení článků z hlediska žánru

	PR článek české NNO	Komentář	Zpráva, zpravodajský článek	Zpráva s prvky reportáže	Rozhovor	Reportáž z místa	V závěru jsou vyčísleny škody
ANO- celkem	1	0	9	11	1	8	4
NE- celkem	29	0	21	19	9	22	26

Největší zastoupení má zpráva s prvky reportáže, která se objevila v 36,6% případů. Reportáž byla zastoupena 26,6% a zpravodajský článek 30%. V závěru článku byly vyčísleny škody ve 13,3% případů, tedy ve 4 článcích z 30.

9. Interpretace výsledků a doporučení pro praxi

Dříve než je možné potvrdit či vyvrátit hlavní výzkumnou otázku (HVO) je potřeba zodpovědět specifické výzkumné otázky.

První specifická výzkumná otázka předpokládala, že redakce ve svých článcích dokázali objektivním a vyčerpávajícím způsobem popsat původ humanitární krize. Po provedení analýzy lze tuto výzkumnou otázku **vyvrátit**. U jednotlivých článků bylo analyzováno, zda obsahují obecné informace o průběhu tajfunu (např. kdy začal, zda Filipíny dostaly varování, kde udeřil jako první, kde pokračoval po úderu na Filipíny), takovéto informace obsahovalo pouze 33,3% článků, z tohoto důvodu můžeme konstatovat, že redakce ve svých článcích nedokázali objektivním a vyčerpávajícím způsobem popsat původ humanitární krize. Vedle zkoumání výskytu objektivních informací o původu tajfunu bylo také zkoumáno, zda články obsahují informaci o rychlosti větru. Tuto informaci obsahovalo stejné množství článků, tedy 33,3%, proto můžeme říci, že články, které informovali o rychlosti větru, informovali také o obecných faktech tajfunu, jako jeho směr, či původ. Příběh alespoň jednoho místního obyvatele, který byl svědkem události, obsahuje 25,6% článků. Poslední kategorií byla zmínka o konkrétní pomoci ČR pro Filipíny. Zde byly zařazeny kromě podpory státu také české humanitární organizace, podmínkou však byla zmínka o konkrétním postupu pomoci, tedy pouhé číslo účtu s názvem organizace nebylo započítáno. 16,6% článků se o konkrétním postupu pomoci ČR zmiňovalo.

Druhá specifická výzkumná otázka předpokládala, že redakce ve svých článcích dokázali objektivním a vyčerpávajícím způsobem popsat důvody zapojení české veřejnosti do humanitární pomoci a obnovy krajiny. Tuto specifickou výzkumnou otázku mohu **potvrdit**, jelikož více než 2/3 článků, konkrétně se jedná o 66,6% článků, obsahovalo informace o rozsahu škod, potřebách místních lidí a humanitární pomoci. Tyto informace obsažené v článcích se dají považovat za důvod zapojení české veřejnosti do humanitární pomoci.

Třetí specifická výzkumná otázka předpokládala, že redakce ve svých článcích dokázali objektivním a vyčerpávajícím způsobem popsat způsob zapojení české veřejnosti do humanitární pomoci a obnovy krajiny. Po provedení analýzy tuto specifickou výzkumnou otázku **vyvracím**. Jako způsob zapojení české veřejnosti do humanitární pomoci bylo považováno uvedení čísla účtu spolu s názvem neziskové organizace. Číslo účtu byla však uvedena pouze v 33,3% případech.

Čtvrtá specifická výzkumná otázka předpokládala, že redakce ve svých článcích použili pro ilustraci humanitární krize fotografie z místa katastrofy. Tuto specifickou

výzkumnou otázku mohu po provedení analýzy **potvrdit**, jelikož 100% článků obsahovalo alespoň jednu fotografii. Z analyzovaných fotografií má 90% popisek a na 20% fotografií se objevuje tělo oběti. Při pohledu na fotografii jsem dále hodnotila, zda vyvolává jakýsi pocit utrpení místních lidí a s tím také **pocit soucitu a lítosti**, 53,3% z analyzovaných fotografií tento pocit vyvolávalo a jedním z důvodů proč, je zachycení místních lidí postižených tajfunem na fotografií, zde mluvíme o 63,3% fotek, které obsahují místní obyvatele po tajfunu.

Pátá specifická výzkumná otázka předpokládala, že redakce ve svých článcích obsáhly statistické údaje o obětech tajfunu. Tutu specifickou výzkumnou otázku mohu rovněž **potvrdit**, jelikož jsem dospěla k následujícím výsledkům. 86,6% obsahovalo informaci o počtu obětí minimálně jednou. Konkrétně se jednalo o 26 článků z analyzovaných 30.

Šestá výzkumná otázka předpokládala, že redakce ve svých článcích využili převážně reportážní styl (komentování z místa činu, rozhovor s obětí katastrofy či humanitárním pracovníkem). Tutu výzkumnou otázku mohu **potvrdit**. Největší zastoupení měla zpráva s prvky reportáže, která byla zastoupena 36,6%. Článků, které byly vyhodnoceny jako reportáž, bylo 26,6%. Pokud tyto dvě kategorie spojíme, dojdeme k závěru, že reportáž se v článcích vyskytovala v 63% případech, což jsou více než 2/3.

Sedmá specifická výzkumná otázka předpokládala, že redakce ve svých článcích zmínili konkrétní nevládní organizaci v ČR a způsob pomoci obětem katastrofy. Poslední specifická výzkumná otázka byla po provedení analýzy **vyvrácena**, protože informaci o českých nevládních organizacích v sobě mělo pouze 33,3% článků. O konkrétním způsobu pomoci obětem katastrofy se však zmiňovalo ještě menší procento článků, konkrétně se jedná o 23,3% článků. O tom, jak může široká veřejnost přispět na pomoc Filipínám, informovalo rovněž pouze 33,3% článků.

Na základě těchto specifických výzkumných otázek mohu potvrdit také hlavní výzkumnou otázku, tedy fakt, že mediální zpracování humanitární krize **přímo působí** na chování českého čtenáře.

Česká média tedy přímo ovlivňují konání občanů svými novinářskými projevy v prosinci roku 2013, a to i navzdory tomu, že není vyčerpávajícím způsobem popsán vznik přírodní katastrofy a konkrétní forma pomoci ze strany České republiky na Filipínách. Navzdory tomu stačí, aby lidé reagovali na mediální obsahy o tomto supertajfunu emotivně, soucitně a angažovaně (vzhledem k tomu, že je k tomu navádí reportážní styl článků, použitá slova soucitu v obsahu, ilustrativní fotografie obětí a místa činu, stejně tak jako údaje o počtu

obětí). Celkově se v České republice prostřednictvím 7 českých mimovládních organizací vysbíralo přibližně 16 miliónů korun na obnovu krajiny.

V následující části se budu věnovat doporučení pro praxi spočívající v uvedení několika etických kodexů o zobrazování rozvojových zemích a jejich problémů v médiích. Bude se jednat o principy, kterých by se novináři i mimovládní organizace měli držet, pokud chtějí, aby jejich práce byla více zodpovědná a etická.

Etická žurnalistika by měla být přesná a spravedlivá. Žurnalista by měl být čestný a odvážný ve sběru informací, jejich zpracování a interpretaci. Dále by žurnalisté měli být zodpovědní za přesnost jejich práce, měli by ověřovat informace před jejich uveřejněním a jeli to možné, měli by používat c nejvíc původních zdrojů.⁸⁸

Primární a nejdůležitější povinností etické žurnalistiky je sloužit veřejnosti. Žurnalista by proto měl jednat nezávisle. Jako příklad nám může posloužit snaha vyhnout se upřednostňování inzerentů. Donorů nebo jiným zvláštním zájmům, a odolat vnitřním i vnějším tlaku k ovlivnění mediálního zobrazení.⁸⁹

Negativní události ve světě jsou pro média „drogou“, skandály tak pokaždé předčí méně zajímavé až fádňní informace. Zobrazování problémů rozvojových zemí je vak důležité a to zejména proto, že se jedná o první krok k jejich vyřešení. Zobrazování chudoby pomocí fotografií se může zdát jako nevhodné až obtěžující, avšak poskytování grafických detailů napomáhá mobilizaci lidí a tím k řešení problému. Dobrý rozvojový reportér tak bude hledat úspěšné příběhy jako příklad pro řešení problémů ostatním regionům.⁹⁰

Dle Watese je prezentování událostí dle pravdy a vyhýbání se při tom stereotypů jednou z velkých výzev pro novináře zabývající se rozvojovou problematikou. Ačkoliv je zobecňování a zjednodušování nedílnou součástí médií, v případě stereotypizace však dochází ke zkreslování charakteristik určitých regionů, národností či skupin. Zodpovědný novinář by si tak měl být vědom toho jak převládající zprávy o katastrofách, konfliktech a chudobě deformují zobrazení rozvojových regionů v očích publika. Hledání a poskytování méně prediktivních úhlů pohledu je na jednu stranu složitější než prezentování stereotypů, avšak je tento postup přínosnější.⁹¹

Je také nezbytné zmínit několik principů pro pořizování a poskytování fotografií. První princip spočívá ve výběru fotografií doplňující danou zprávu, který je založen na hodnotách respektu, rovnosti, solidarity a spravedlnosti. Respekt v tomto pojetí představuje

⁸⁸ Society of Professional Journalists, 2014, Dostupné z: <http://www.spj.org/ethicscode.asp>

⁸⁹ Tamtéž

⁹⁰ WATES, 2010

⁹¹ Tamtéž

schopnost neziskových organizací ocenit lidi a situace, se kterými organizace pracuje a také brát zřetel na soukromí lidí a jejich lidskou důstojnost. Když pořizujeme či používáme fotografie, musíme vzít do úvahy, zda fotografie respektuje práva všech na fotografie bez rozdílu rasy, národnosti či pohlaví a nedochází tak k diskriminaci. Jako příklad tohoto principu nám může být snaha vyhnout se fotografiím, které zobrazují osoby jako oběti či podkopávají lidskou důstojnost. Raději zvolíme tedy fotografie, které zobrazuje místní komunita společně usilující o změnu než fotografií trpících jedinců.⁹²

Druhý princip, který v této práci uvedu, spočívá ve snaze spolu s fotografií poskytnout širší kontext situace, tak aby veřejnost mohla lépe rozumět problematice a souvislostem. V případě používání fotografií a sloganů samotných může snadno dojít ke zkreslení či zjednodušení problému v očích veřejnosti, a tak je žádoucí spolu se slogany či fotografiemi také poskytnout širší porozumění a uvést kontext dané situace. Tento princip také zahrnuje snahu omezit ořezávání fotografií na minimum. Ořezávání může vést k vytržení z kontextu či ke zkreslení vnímání dané situace veřejností prostřednictvím vyvolávání pocitu utrpení a bídy lidí žijících v zasažených oblastech. Pozitivním příkladem může být snaha zobrazit na fotografii širší škálu osob z daného regionu raději než opakovaně zobrazovat trpící ženy či děti. Ideální proto je, zachytit jak ženy s dětmi tak i muže, v různých situacích.⁹³

Výše zmíněných několik etických principů žurnalistiky a použitých fotografií, nám v této práci slouží jako doporučení pro praxi.

⁹² The Irish Association of Non-Governmental Development Organisations, 2007, Dostupné z: <http://www.dochas.ie/images-and-messages>

⁹³ Tamtéž

10. Závěr

Mým cílem bakalářské práce bylo objasnit způsob, jak česká média zobrazila humanitární krizi na Filipínách v roce 2103. Součástí práce měla být obsahová analýza českých mediálních textů, které jsem využila v závěru práce.

Abych mohla informovat o mediálním pokrytí výše zmíněné humanitární krize českými médii, bylo nutné popsat teorii masových médií a také české mediální scéně; fungování neziskových organizací a jejich vztahy s veřejností a médii; definici humanitární krize a následné pomoci. Následně jsem mohla provést obsahovou analýzu online článků v českém jazyce za období jednoho měsíce od úderu tajfunu.

Po jejím provedení lze konstatovat, že česká média ve svých online člancích neobsáhla objektivně příčinu katastrofy. To dokládá fakt, že článků s objektivními informacemi o průběhu tajfunu bylo méně než polovina. Naproti tomu většina článků v sobě měla informace o následcích katastrofy a to zejména informaci o počtu obětí, sto procentní bylo zastoupení fotografií, zejména fotografií obětí katastrofy. I tento fakt dokládá volbu redakcí – zapůsobit čísly a fotografiemi na chování českého čtenáře.

Závěrem je možné říci, že nehledě na neobjektivnímu zobrazení neštěstí, média mají stále výrazný vliv na chování českého diváka – vzbuzují v něm (pomocí fotografií či čísel o obětech) pocit soucitu a potřeby pomoci.

Aby byly v budoucnu uveřejňované více etické fotografie k článkům o humanitárních krizích v českých médiích - v poslední kapitole je uveden jako doporučení pro praxi (pro média i nevládní organizace) etický kodex a způsob zhotovování a používání fotografií v rozvojovém kontextu.

Seznam literatury

1. ADRA ČR, *Filipíny – humanitární pomoc po tajfunu Haiyan* [online]. 2013 [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: <http://www.adra.cz/pomoc-v-zahranici/humanitarni-projekty/filipiny--humanitarni-pomoc-po-tajfunu-haiyan>
2. AMERICAN PRESS INSTITUTE: *What is journalism* [online]. [cit. 2016-04-13]. Dostupné z: <https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/what-is-journalism/>
3. CANADIAN COUNCIL FOR INTERNATIONAL CO-OPERATION, *Focus on Ethics: Addressing Tension in Choosing Fundraising Images* [online]. 2008 [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: http://www.ccic.ca/_files/en/what_we_do/002_ethics_focus_on_ethics.pdf
4. CZECH.CZ *Neziskový sektor* [online]. 2014 [cit. 2016-04-01]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Podnikani/Ekonomicka-fakta/Neziskovy-sektor>
5. ČLOVĚK V TÍSNI, *Filipíny* [online]. 2013 [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: <https://www.clovekvtisni.cz/cs/humanitarni-a-rozvojova-pomoc/zeme/filipiny>
6. ČERVENÝ KŘÍŽ ČR, *Philippines: Typhoon Haiyan survivors back to business* [online]. 2013 [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: <https://www.icrc.org/en/document/philippines-typhoon-haiyan-survivors-back-business>
7. ČESKÝ VÝBOR PRO UNICEF, *Výroční zpráva UNICEF Česká Republika* [online]. 2013 [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: http://www.unicef.cz/odkazove_zdroje_textove_materialy/vyrocní_zpravy/vyrocní_zprava_2013_web.pdf
8. DIAKONIE ČESKOBRATRSKÉ CÍRKVE EVNAGELICKÉ, *Země s uzavřenými projekty* [online]. 2014 [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: <http://www.spolu.diakonie.cz/projekty-v-zahranici/uzavrene-zeme/>
9. DUŠKOVÁ, Lenka a kol. *Encyklopedie rozvojových studií*. Vyd. 1. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2011. s. 103-105. ISBN 978-80-244-2948-9.
10. FLINDERS, Matthew, *Down and Out in Bloemfontein* [online]. 2014 [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: <http://blog.oup.com/2014/01/bloemfontein-poverty-porn-slum-tourism-2014>
11. HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum*. Vyd. 3. Praha: Portál, 2016. s. 259-260. ISBN 978-80-262-0982-9.

12. HOLIDAY, R. *What is media manipulation? A definition and explanation* [online]. 2012 [cit. 2016-01-10] Dostupné z: <http://www.forbes.com/sites/ryanholiday/2012/07/16/what-is-media-manipulation-a-definition-and-explanation/#1650776f3fc6>
13. CHARITA ČR, *Charita pro Filipíny*[online]. 2013 [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: <http://www.charita.cz/aktualne/clanky/ze-zahranicnich-projektu/charita-pro-filipiny/>
14. KAPLAN, Michal. *Novinář, rozvojová spolupráce a humanitární pomoc: Příručka rozvojového vzdělání pro studenty mediálních oborů*. Vyd. 1. Praha: Člověk v tísni, 2007. s. 18-31. ISBN 978-80-86961-31-6.
15. LÉKAŘI BEZ HRANIC, *Financové projekty 2013: Filipíny* [online]. 2013 [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: <http://www.lekari-bez-hranic.cz/cz/financovane-projekty-2013-filipiny>
16. LUM, Thomas, MARGESSON Rhoda. *Typhoon Haiyan (Yolanda): U.S. and International Response to Philippines Disaster* [online]. 2014[cit. 2016-01-10]. Dostupné z: <https://www.fas.org/sgp/crs/row/R43309.pdf>
17. MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. Praha: Portál, 2009. s. 527-239 ISBN 978-80-7367-574-5.
18. MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČR: *Humanitární pomoc* [online]. Praha [cit. 2016-01-07]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/rozvojova_spoluprace/humanitarni_pomoc/
19. OSVALDOVÁ, Barbora, HALADA Jan a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Vyd. 3. Praha: Libri, 2007. s. 240-245, ISBN 978-807-2772-667.
20. POSPÍŠIL, Jan. *Jak na média*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. s. 27-30, ISBN 978-80-7402-071-1.
21. ROZVOJOVKA.CZ, *Humanitární pomoc a rozvojová spolupráce*[online]. 2008[cit. 2016-01-22]. Dostupné z: <http://www.rozvojovka.cz/humanitarni-pomoc-a-rozvojova-spoluprace>
22. RYCHTECKÝ, Petr. *Management neziskových organizací*. Vyd. 1. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. s. 8-10, Registrační číslo projektu: CZ.1.07/2.2.00/28.0156

23. SOCIETY OF PROFESSIONAL JOURNALISTS, *Code of Ethics* [online]. 2014 [cit. 2016-01-22]. Dostupné z: <http://www.spj.org/ethicscode.asp>
24. STOJANOV, Robert, VYŠANSKÁ Romana a kol., *Humanitární pomoc a rozvojová spolupráce* [online]. 2008 [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: <http://www.rozvojovka.cz/humanitarni-pomoc-a-rozvojova-spoluprace>
25. SVOBODA, Václav, HALADA Jan. *Public relations moderně a účinně: budování důvěry a pozitivních vztahů s veřejností, image, reputace a identita organizace, média a PR, efektivní formy a prostředky PR, úspěšné strategie a taktiky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-0564-8.
26. SWITHERN, S. a kol., *Global humanitarian assistance report* [online]. 2014 [cit. 2016-01-10] Dostupné z: <http://www.globalhumanitarianassistance.org/wp-content/uploads/2014/09/GHA-Report-2014-interactive.pdf>
27. ŠAFARŽÍKOVÁ, Simona a Lenka DUŠKOVÁ. *Kvalitativní metody pro rozvojová studia*. Vyd. 1. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. s. 70-75. ISBN 978-80-244-4740-7.
28. ŠEDIVÝ, Marek, MEDLÍKOVÁ Olga. *Public relations, fundraising a lobbying: pro neziskové organizace*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4040-9.
29. THE IRISH ASSOCIATION OF NON-GOVERNMENTAL DEVELOPMENT ORGANISATIONS, *The Illustrative Guide to the Dochas Code of Conduct on Images and Messages* [online]. 2007 [cit. 2016-03-12]. Dostupné z: <http://www.dochas.ie/images-and-messages>
30. UNIE VYDAVATELŮ ČR, *Tisková zpráva k výsledkům 3. a 4. čtvrtletí 2015* [online]. 2015 [cit. 2016-04-01]. Dostupné z: http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/medialni_data/vyzkum_ctenosti
31. WATES, Oliver. *Central European Journalist: Guide to reporting development*. Vyd. 1. Praha: Člověk v tísni, 2010. s. 11-27. ISBN 978-80-86961-81-1.
32. ZARQA, Ali. Media Myths and Realities in Natural Disasters. *European Journal of Business and Social Sciences*. 2013, 2(1), 125-131. ISSN 2235-767X.
33. ZASEPA, Tadeus a Maciej ILOWIECKI. *Moc a nemoc médií*. Vyd. 1. Bratislava: Veda, 2003. s. 88-92.. ISBN 80-86569-70-5.

Přílohy

1. <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/249844-na-filipiny-miri-pomoc-i-z-cr-tajfun-haiyan-ma-zatim-10-tisic-obeti/>
 - **NÁZEV:** *Na Filipíny míří pomoc i z ČR. Tajfun Haiyan má zatím 10 tisíc obětí*
 - **ZDROJ:** *Česká televize*
 - **DÉLKA:** *10 odstavců*
 - **ÚVOD:** *Manila - Do centrální části Filipín, kterou zpustošil tajfun Haiyan, míří peníze, potraviny a léky z různých koutů světa. Kvůli zničeným přístupovým cestám se ale pomoc do oblasti dostává jen velice pomalu. Na situaci reagují i charitativní organizace ČR a otevírají sbírky na pomoc. EU již uvolnila pro Filipínce tři miliony eur, pomoc chystá i české ministerstvo zahraničí. Jen v provincii Leyte zahynulo podle odhadů místních úřadů více než 10 tisíc lidí. Dalších 300 potvrzených obětí a dva tisíce pohřešovaných hlásí ostrov Samar. Mezi oběťmi by podle české ambasády neměli být žádní Češi. Tajfun dosahoval v nárazech rychlosti až 275 kilometrů za hodinu a podle expertů se zřejmě zapíše do dějin jako vůbec nejsilnější světový tajfun, který kdy zasáhl pevninu. Výrazně slabší vítr nyní míří k Vietnamu, kam by měl dorazit v pondělí dopoledne.*
2. <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/251587-nova-bilance-tajfun-na-filipinach-zabil-pres-5000-lidi/>
 - **NÁZEV:** *Nová bilance: Tajfun na Filipínách zabil přes 5000 lidí*
 - **ZDROJ:** *Česká televize*
 - **DÉLKA:** *3 odstavce*
 - **ÚVOD:** *Manila - Filipínská vláda výrazně zvýšila bilanci obětí tajfunu Haiyan, který ostrovy zasáhl před dvěma týdny. Podle nových zpráv si tragédie vyžádala 5209 mrtvých. Doposud filipínské úřady hovořily o zhruba 4000 mrtvých.*
3. <http://www.novinky.cz/zahranicni/svet/320027-tajfun-na-filipinach-usmrtil-podle-nove-bilance-pres-5000-lidi.html>
 - **NÁZEV:** *Tajfun na Filipínách usmrtil podle bilance přes 5000 lidí*
 - **ZDROJ:** *Novinky.cz*
 - **DÉLKA:** *3 odstavce*
 - **ÚVOD:** *Filipínská vláda v pátek výrazně zvýšila bilanci obětí tajfunu Haiyan, který souostroví zasáhl před dvěma týdny. Podle nejnovějších zpráv si živel vyžádal 5209 mrtvých. Doposud filipínské úřady hovořily o zhruba 4000 mrtvých.*
4. <http://www.novinky.cz/komercni-clanky/319663-nadace-vodafone-pomaha-na-filipinach.html>
 - **NÁZEV:** *Nadace vodafone pomáhá na Filipínách*
 - **ZDROJ:** *Novinky.cz*
 - **DÉLKA:** *2 odstavce*
 - **ÚVOD:** *Nadace Vodafone reaguje na humanitární krizi na Filipínách způsobenou tajfunem Haiyan. Do fondu rychlé reakce Člověka v tísní jsme*

poslali podporu ve výši 500 000 Kč. Přispět můžete také a my vaši pomoc zdvojíme. Cena jedné DMS je 30 Kč.

5. <http://www.novinky.cz/zahranicni/svet/319421-pomoc-na-filipiny-miri-pomalu-mistni-si-musi-poradit-sami.html>
 - **NÁZEV:** *Pomoc na Filipíny míří pomalu, místní si musí pomoci sami*
 - **ZDROJ:** *Novinky.cz*
 - **DÉLKA:** *9 odstavců*
 - **ÚVOD:** *Při procházce zničeným filipínským městem Guiuan je slyšet tlučení kladivem, řev řetězových pil a svist košťat, kterými se vymetají z ulic a dvorků trosky. Jsou to zvuky svědčící o tom, že místní se snaží i přes všudypřítomnou zkázu slepit své životy zase dohromady. Týden po úderu tajfunu je situace na Filipínách pořád neutěšená a pomoc kvůli zablokovaným silnicím a zavřeným letištím proudí jen pomalu. Lidem tedy nezbyvá, než aby si pomohli sami, napsala v reportáži agentura AP.*
6. http://zpravy.idnes.cz/rozhovor-adra-fritz-neuberg-d1u-zahranicni.aspx?c=A131120_142100_zahranicni_ert
 - **NÁZEV:** *Absolutní zkáza a sounáležitost, popisuje Filipíny humanitární pracovník*
 - **ZDROJ:** *idnes.cz*
 - **DÉLKA:** *13 odstavců*
 - **ÚVOD:** *Fritz Neuberg před týdnem odletěl spolu s mezinárodním týmem ADRA na Filipíny přerozdělovat potravinovou pomoc. Na Visajských ostrovech, které tajfun Haiyan zpusťošil nejvíce, se setkal s dojemnými příběhy i milými a přátelskými lidmi. Filipíny se však podle něj na nohy postaví až za několik let.*
7. http://zpravy.idnes.cz/tajfun-haiyan-na-filipinach-a-odstraneni-nasledku-f75-zahranicni.aspx?c=A131114_120201_zahranicni_hro
 - **NÁZEV:** *U Filipín zakotvila americká flotila, tajfun zabil nejméně 4 460 lidí*
 - **ZDROJ:** *idnes.cz*
 - **DÉLKA:** *6 odstavců*
 - **ÚVOD:** *Ke břehům Filipín, jejichž centrální část v pátek zdevastoval tajfun Haiyan, dorazila ve čtvrtek americká letadlová loď George Washington doprovázená dvěma dalšími loděmi. Jejich nasazení má zásadně urychlit pomoc přeživším, z nichž velká část trpí šestým dnem bez potravin, vody a léků.*
8. <http://www.rozhlas.cz/zpravy/asieaustralie/zprava/tajfun-haiyan-se-prohnal-stredem-filipin-boure-zabila-na-ostrovech-nejmene-100-lidi--1278989>
 - **NÁZEV:** *Tajfun Haiyan se prohnal středem Filipín. Bouře zabila na ostrovech nejméně 100 lidí*
 - **ZDROJ:** *rozhlas.cz*
 - **DÉLKA:** *7 odstavců*
 - **ÚVOD:** *Tajfun Haiyan zabil na Filipínách nejméně 10 lidí a úplně zpusťošil město Tacloban v centrální části ostrovů. Další stovky lidí živel zranil. Podle informací Radiožurnálu z české ambasády v Manile zatím nejsou zprávy o tom, že by mezi oběťmi nebo raněnými byli Češi.*

9. <http://www.rozhlas.cz/zpravy/asieaustralie/zprava/filipiny-zasahl-nejsilnejsi-tajfun-za-posledni-rok-vyhnal-z-domovu-100-tisic-lidi--1278486>
- **NÁZEV:** *Filipíny zasáhl nejsilnější tajfun za poslední rok, vyhnal z domovů 100 tisíc lidí*
 - **ZDROJ:** rozhlas.cz
 - **DÉLKA:** 10 odstavců
 - **ÚVOD:** *Silný tajfun s názvem Haiyan zasáhl Filipíny. Podle meteorologů je to nejsilnější bouře na světě za poslední rok. Obyvatelé Filipín utíkají do bezpečí. Domovy jich opustilo na 100 tisíc. Podle stanice CNN už tři lidé zemřeli. Zraněných je zatím prý pouze sedm osob. V roce 2011 zabil tajfun na Filipínách přes 200 lidí a zničil víc než 10 tisíc obydlí.*
10. http://www.lidovky.cz/filipiny-zasahl-tajfun-haiyan-vitr-dosahuje-az-379-km-za-hodinu-puj-/zpravy-svet.aspx?c=A131108_072835_ln_zahranici_pef
- **NÁZEV:** *Filipíny zasáhl tajfun Haiyan, vítr dosahuje až 379 km/h*
 - **ZDROJ:** lidovky.cz
 - **DÉLKA:** 3 odstavce
 - **ÚVOD:** *MANILA Na souostroví Filipín udeřil tajfun Haiyan, jenž je zřejmě nejsilnějším tajfunem v letošním roce. Středisko včasného varování před tajfuny, které provozuje americké námořnictvo na Havaji, oznámilo, že vítr dosahuje rychlosti 314 kilometrů za hodinu, v nárazech až 379 kilometrů za hodinu.*
11. <http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/219080/filipiny-po-katastrofe-tajfun-vymazal-mesto-z-mapy.html>
- **NÁZEV:** *Filipíny po katastrofě. Tajfun vymazal město z mapy*
 - **ZDROJ:** blesk.cz
 - **DÉLKA:** 4 odstavce
 - **ÚVOD:** *Bývalo to výstavní přímořské letoviště s barevnými domy a všudypřítomnými parky. Jenže supertajfun Haiyan změnil filipínské město Tacloban v ruiny, ve kterých se povalují mrtvolky a lidé umírají při hromadném rabování...*
12. <http://www.novinky.cz/zahranicni/svet/319296-obeti-tajfunu-pohrbivaji-na-filipinach-do-masovych-hrobu.html>
- **NÁZEV:** *Oběti tajfunu pohřbívají na Filipínách do masových hrobů*
 - **ZDROJ:** novinky.cz
 - **DÉLKA:** 8 odstavců
 - **ÚVOD:** *Šest dní po ničivém tajfunu, který zasáhl Filipíny, bojují postižené oblasti stále s nedostatkem jídla, pitné vody a zdravotnických potřeb. Distribuce pomoci se ale pomalu lepší. V nejhůře zasaženém městě Haiyan zůstává mnoho neidentifikovaných těl, které místní začali pohřbívát do masových hrobů. Oficiální bilance obětí udává víc než 2350 mrtvých.*
13. <http://www.novinky.cz/zahranicni/svet/319039-tajfun-na-filipinach-ma-1744-obeti-pres-2500-jich-nebude.html>
- **NÁZEV:** *Tajfun na Filipínách má 1744 obětí, přes 2500 jich nebude*
 - **ZDROJ:** novinky.cz
 - **DÉLKA:** 4 odstavce

- **ÚVOD:** *Filipínská vláda v úterý zvýšila oficiální bilanci obětí tajfunu Haiyan na 1744 mrtvých a 2487 zraněných. Filipínský prezident Benigno Aquino zároveň snížil odhad celkového počtu obětí na 2000 až 2500. Média původně hovořila o 10 000 mrtvých.*
14. <http://www.novinky.cz/domaci/318787-lide-mohou-prispivat-na-pomoc-filipinam-charity-otevrel-sbirky.html>
- **NÁZEV:** *Lidé mohou přispívat na pomoc Filipínám, charity otevřely sbírky*
 - **ZDROJ:** *novinky.cz*
 - **DÉLKA:** *8 odstavců*
 - **ÚVOD:** *Charitativní organizace v České republice reagují na situaci na Filipínách, kde při ničivém tajfunu Haiyan zahynulo odhadem nejméně 10 tisíc lidí, a otevírají sbírky na pomoc tomuto ostrovnímu státu. Lidé, kteří chtějí přispět, mohou peníze posílat na konta organizací ADRA a Člověk v tísni nebo účty Českého červeného kříže a České charity.*
15. http://zpravy.idnes.cz/guiuan-filipiny-clovek-v-tisni-dz8-zahranicni.aspx?c=A131124_150722_zahranicni_mlb
- **NÁZEV:** *Filipínci se už zase usmívají a uklízejí trosky, pomáhají jim i Češi*
 - **ZDROJ:** *idnes.cz*
 - **DÉLKA:** *12 odstavců*
 - **ÚVOD:** *Téměř padesát tisíc obyvatel města Guiuan na úzkém poloostrově v Pacifiku bičují tajfuny často. Osmého listopadu ale přišel supertajfun s poetickým ženským jménem Yolanda a sebou přinesl několikametrovou smrtící vlnu, která spláchla všechno, co jí stálo v cestě.*
16. <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/250259-bezmoc-a-hlad-na-filipinach-se-umira-i-pri-rabovani/>
- **NÁZEV:** *Bezmoc a hlad. Na Filipínách se umírá i při rabování*
 - **ZDROJ:** *Česká televize*
 - **DÉLKA:** *7 odstavců*
 - **ÚVOD:** *Manila – Bilance obětí katastrofického tajfunu Haiyan na Filipínách stoupla na 2 275. Další necelé čtyři tisíce lidí byly zraněny, desítky lidí se stále pohřešují a na mnoho malých ostrovů se zatím nikdo nedostal. Lidé umírali také při rabování skladiště rýže, když se na ně zřítila zeď. V oblasti je kritický nedostatek vody, potravin a léků. Humanitární akce na Filipínách komplikuje špatné počasí. V regionu prší a meteorologové očekávají během 72 hodin příchod nové tropické bouře či tajfunu. OSN vyzvala dárcovské země, aby na pomoc postiženým oblastem shromáždily 300 milionů dolarů.*
17. <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/249734-tajfun-haiyan-uz-ma-vice-nez-1-200-obeti/>
- **NÁZEV:** *Tajfun Haiyan má už více než 1200 obětí*
 - **ZDROJ:** *Česká televize*
 - **DÉLKA:** *7 odstavců*
 - **ÚVOD:** *Manila - Už více než 1 200 obětí si vyžádal tajfun Haiyan, který začal v noci na pátek rádit na Filipínách. Zprávy o obětech přichází se*

zpožděním kvůli přerušnému telekomunikačnímu spojení s postiženými oblastmi. Podle informací české ambasády v Manile mezi zraněnými či mrtvými nejsou žádní Češi. Haiyan dosahuje rychlosti více než 300 kilometrů za hodinu, zničil řadu domů, způsobil sesuvy půdy, ochromil dopravu a způsobil výpadek elektřiny v několika provinciích. Podle meteorologů by mohl být nejmocnějším tajfunem, který kdy zasáhl pevninu. Haiyan nyní podle agentury AP již filipínské souostroví opustil a pokračuje k Vietnamu a Číně.

18. http://www.lidovky.cz/pocet-obeti-tajfunu-haiyan-dale-roste-svet-se-filipinam-snazi-pomoci-lik-/zpravy-svet.aspx?c=A131112_141638_ln_zahranici_msl

- **NÁZEV:** Počet obětí tajfunu Haiyan stále roste. Svět se snaží Filipínám pomoci
- **ZDROJ:** Lidovky.cz
- **DÉLKA:** 5 odstavců
- **ÚVOD:** MANILA Filipínská vláda v úterý zvýšila oficiální bilanci tajfunu Haiyan na 1744 mrtvých a 2487 zraněných. Podle odhadů bude ale obětí mnohem víc, zřejmě až kolem 10 000. OSN vyzvala dárcovské země, aby shromáždily na pomoc Filipínám 300 milionů dolarů. Záchrané operace v oblasti by měla výrazně podpořit především americká letadlová loď USS George Washington s 5000 vojáky a více než 80 letadly a vrtulníky na palubě, která se v úterý vydala na cestu k souostroví.

19. <http://www.reflex.cz/clanek/zpravy/52966/filipinsky-tajfun-haiyan-vynesl-i-mrtvoly-z-hrobu.html>

- **NÁZEV:** Filipínský tajfun vyrval i mrtvoly z hrobů
- **ZDROJ:** Reflex.cz
- **DÉLKA:** 5 odstavců
- **ÚVOD:** Lebky ležící volně na náhrobních kamenech a kostnaté ruce natahující se z hrobů hřbitova ve východní části Filipín. Jde o další svědectví řádění tajfunu Haiyan, který se tudy 8. listopadu přehnal s takovou silou, že vyrval i mrtvé z jejich hrobů.

20. <http://www.reflex.cz/clanek/fotogalerie/52770/ruiny-a-mrtva-tela-supertajfun-haiyan-smetl-filipinske-mesto-tacloban-z-povrchu-zeme.html>

- **NÁZEV:** Ruiny a mrtvá těla: Supertajfun Haiyan smetl filipínské město Tacloban z povrchu země.
- **ZDROJ:** Reflex.cz
- **DÉLKA:** 3 odstavce
- **ÚVOD:** Více než dvoustatisícové město Tacloban je absolutně zničené a všude v troskách, na stromech či podél silnic leží mrtvá těla. Tak popisují obyvatelé filipínského ostrova Leyte zkázu, kterou způsobil řádění supertajfunu Haiyan.

21. <http://zahranicni.eurozpravy.cz/asie-a-australie/81512-neni-jidlo-piti-ani-leky-po-tajfunu-na-filipinach-vladne-chaos/>

- **NÁZEV:** Není jídlo, pití ani léky. Po tajfunu na Filipínách vládne chaos
- **ZDROJ:** Eurozpravy.cz

- **DÉLKA:** 10 odstavců
 - **ÚVOD:** Manila - Tisíce lidí čekají ve filipínském městě Tacloban na letišti na evakuaci poté, co jim tajfun zničil domovy. Ve městě vládne kritický nedostatek potravin a vody a jeho ulice zůstávají posety nespočetnými mrtvými těly. Lékaři sloužící v provizorních nemocnicích si stěžují, že nemohou zraněné očkovat proti tetanu, protože nemají vakcíny. Místní vláda údajně vůbec nefunguje; většina úředníků prý zahynula, je nezvěstných nebo se musí starat o přežití vlastních rodin. Roli vlády převzala armáda, která se snaží bránit rabování, násilným útokům na humanitární konvoje a všeobecnému chaosu.
22. <http://zahranicni.eurozpravy.cz/asie-a-australie/81343-katastrofa-mrtva-tela-visi-na-stromech-a-lezi-u-silnic-popisuji-filipinci/>
- **NÁZEV:** katastrofa: Mrtvá těla visí na stromech a leží u silnic, popisují Filipínci
 - **ZDROJ:** Eurozpravy.cz
 - **DÉLKA:** 6 odstavců
 - **ÚVOD:** Manila - Více než dvousettisícové město Tacloban je absolutně zničené a všude v troskách, na stromech či podél silnic leží mrtvá těla. Tak popisují obyvatelé filipínského ostrova Leyte zkázu, kterou způsobilo řádění supertajfunu Haiyan. Podle posledních odhadů místních úřadů zde zahynulo na 10.000 lidí, počet obětí by však mohl být ještě vyšší, informovala světová média.
23. <http://zahranicni.eurozpravy.cz/asie-a-australie/81570-na-filipinach-jde-do-tuheho-prezivsi-zoufale-potrebuji-pomoc/>
- **NÁZEV:** Na Filipínách jde do tuhého. Přeživší zoufale potřebují pomoc
 - **ZDROJ:** Eurozpravy.cz
 - **DÉLKA:** 5 odstavců
 - **ÚVOD:** Tacloban - Situace na Filipínách, které minulý týden tvrdě zpusťošil tajfun Haiyan se prudce zhoršuje. Přeživší v nejhůře postižených oblastech zoufale potřebují jídlo, pitnou vodu a léky. Informuje server BBC.
24. <http://zpravy.aktualne.cz/zahranici/tajfun-na-filipinach-uz-pripravil-o-zivot-pres-sto-lidi/r~7066057e490911e3a6f7002590604f2e/>
- **NÁZEV:** V supertajfunu na Filipínách zahynulo přes tisíc lidí
 - **ZDROJ:** aktualne.cz
 - **DÉLKA:** 12 Odstavců
 - **ÚVOD:** Manila - Nejsilnější světový tajfun v letošním roce si na Filipínách vyžádal zřejmě více než tisíc obětí.
25. <http://zpravy.aktualne.cz/zahranici/ceske-humanitarni-organizace-chystaji-pomoc-filipinam/r~4b555e1849f111e3ba47002590604f2e/>
- **NÁZEV:** České humanitární organizace chystají pomoc Filipínám
 - **ZDROJ:** aktualne.cz
 - **DÉLKA:** 10 odstavců
 - **ÚVOD:** Praha - Charitativní organizace v České republice reagují na situaci na Filipínách, kde při ničivém tajfunu Haiyan zahynulo odhadem nejméně 10 000 lidí. Na pomoc ostrovnímu státu otevírají sbírky.

26. <http://zahranicni.ihned.cz/asie-a-pacifik-cina/c1-61184830-filipiny-zasahl-nicivy-tajfun-vitr-ma-v-narazech-rychlost-379-kilometru-za-hodinu>
- **NÁZEV:** Na Filipíny udeřil největší tajfun v historii. Tropická bouře Haiyan zabila už čtyři lidi.
 - **ZDROJ:** Hospodářské noviny
 - **DÉLKA:** 13 odstavců
 - **ÚVOD:** Filipíny zasahuje v průměru dvacet mohutných bouří za rok. Většina je smrtící a ničivá. Tajfun Haiyan, který na souostroví udeřil v pátek brzy ráno, je nejsilnější v letošním roce. Úřady evakuovaly milion lidí, přesto se předpokládá, že škody budou katastrofální
27. http://www.denik.cz/ze_sveta/filipiny-pokracuji-s-odstranovanim-nasledku-tajfunu-haiyan-20131116.html
- **NÁZEV:** Filipíny pokračují s odstraňováním následků tajfunu Haiyan
 - **ZDROJ:** Deník.cz
 - **DÉLKA:** 8 odstavců
 - **ÚVOD:** Manila - Lidé na Filipínách začali obnovovat domy zničené jedním z nejsilnějších tajfunů v historii. Na Filipíny nadále proudí humanitární pomoc z celého světa, zatímco OSN zdvojnásobila původní odhad lidí, které tajfun připravil o domov, na téměř dva miliony, napsala dnes agentura Reuters.
28. http://www.denik.cz/ze_sveta/tajfun-na-filipinach-usmrtil-podle-nove-bilance-pres-5000-lidi-20131122.html
- **NÁZEV:** Tajfun na Filipínách usmrtil podle nové bilance přes 5000 lidí
 - **ZDROJ:** Deník.cz
 - **DÉLKA:** 4 odstavce
 - **ÚVOD:** Manila - Filipínská vláda dnes výrazně zvýšila bilanci obětí tajfunu Haiyan, který souostroví zasáhl před dvěma týdny. Podle nejnovějších zpráv si živel vyžádal 5209 mrtvých. Doposud filipínské úřady hovořily o zhruba 4000 mrtvých.
29. <http://www.novinky.cz/cestovani/320475-prosim-jedte-k-nam-filipiny-vabi-turisty-aby-se-rychleji-zotavily-po-haiyanu.html>
- **NÁZEV:** Prosim jedte k nám! Filipíny vábí turisty, aby se rychleji zotavily po Haiyanu
 - **ZDROJ:** Novinky.cz
 - **DÉLKA:** 4 odstavce
 - **ÚVOD:** Filipínská turistická centrála prosí turisty z celého světa, aby v nadcházející sezóně zvážili možnost návštěvy země, která se začíná zotavovat po řádění supertajfunu Haiyan. Místní potřebují vydělávat peníze, aby mohli pracovat na obnově zničené infrastruktury a obydlí.
30. http://zpravy.idnes.cz/filipinske-obchody-celi-po-tajfunu-rabovani-fzn-zahranicni.aspx?c=A131111_083241_zahranicni_im
- **NÁZEV:** Na Filipínách se po tajfunu rabuje. Češi jsou podle ambasády v pořádku.
 - **ZDROJ:** idnes.cz
 - **DÉLKA:** 20 odstavců

- **ÚVOD:** Řadu filipínských měst zasažených tajfunem Haiyan pohltil naprostý chaos. Lidem schází pitná voda a základní potraviny. Někteří se proto vydali do ulic a vzali útokem místní obchody. Vláda povolala armádu, aby rabování zabránila.